



CONSEJO DE REGULACIÓN  
Y DESARROLLO DE LA INFORMACIÓN  
Y COMUNICACIÓN

# Guía metodológica

Jornadas de entrenamiento de “Agentes de Igualdad”

Quito, 2016

Tamara Merizalde

**Presidenta del CORDICOM**

**Pleno del Consejo**

© Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación -CORDICOM-, 2016

---

**Elaboración de contenidos, 2015**

Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer - CEPAM -

**Dirección Técnica:** Susana Balarezo

**Equipo Técnico:** Aída Alvarado, Pedro Bravo, Melania Siriu

CEPAM

**Diseño y diagramación:** La Caracola Editores

*ISBN: 978-9942-22-176-6*

## ÍNDICE

<b>Presentación</b> .....	<b>7</b>
<b>Orientaciones para el uso de esta guía</b> .....	<b>9</b>
<b>Agenda de los talleres</b> .....	<b>13</b>
<b>MÓDULO 1</b>	
<b>Agentes de Igualdad: roles, funciones y marco legal de la comunicación</b> .....	<b>19</b>
1.1. Los roles y funciones de la/el Agente de Igualdad .....	20
1.2. Las y los agentes de Igualdad y los derechos a la comunicación.....	27
Evaluación.....	37
Bibliografía .....	39
<b>MÓDULO 2</b>	
<b>La participación y la/el Agente de Igualdad</b> .....	<b>41</b>
2.1. ¿Qué es participación ciudadana? .....	42
2.2. Marco legal nacional sobre participación .....	49
Evaluación.....	55
Bibliografía .....	57
<b>MÓDULO 3</b>	
<b>El rol de la/del Agente de Igualdad en el análisis de los medios</b> .....	<b>59</b>
3.1. Estereotipos en los medios y su origen social.....	61
3.2. Lecturas múltiples de los mensajes: el potencial manipulador de la comunicación ....	69
3.3. Lenguaje inclusivo: construir igualdad y paz con la gramática.....	91
Bibliografía .....	103

## MÓDULO 4

### Herramientas de animación y facilitación sociocultural ..... 105

4.1. El rol de las/los Agentes de Igualdad como animadoras/es socioculturales ..... 106

4.2. Técnicas de animación sociocultural ..... 120

Evaluación..... 125

Bibliografía ..... 127

### ANEXO:

### Técnicas de animación sociocultural..... 129

## PRESENTACIÓN

**E**sta guía ofrece un marco teórico y práctico para la sensibilización y entrenamiento de las y los Agentes de Igualdad en el marco de la difusión de los derechos a la comunicación, con énfasis en los grupos de atención prioritaria.

En este trabajo, las lideresas y los líderes de los grupos de atención prioritaria son destinatarias/os directos e indirectos ya que, por un lado, son las personas a quienes se dirige la capacitación, y al mismo tiempo son las personas a las que se quiere beneficiar y visibilizar en su rol de Agentes de Igualdad, que están entrenados en el uso de herramientas que les permita construir una comunicación más incluyente, intercultural, diversa y participativa.

Formar a Agentes de Igualdad como actores de cambio es el objetivo final de este proceso, que pretende lograr a través de la aprehensión del marco conceptual, y de la implementación de las herramientas aquí propuestas, las cuales aspiran no solamente a sensibilizar y formar a las personas destinatarias, sino a desarrollar una sinergia

virtuosa de cambio social, enfocado en el ejercicio pleno de los derechos a la comunicación e información.

La forma en la que se propone conseguir este objetivo de la guía es, mediante la presentación de los contenidos y las herramientas validadas en los talleres de formación de las y los Agentes de Igualdad con un perfil integral enfocado en la comunicación, el cual tiene las funciones de: difundir los contenidos de la Ley Orgánica de Comunicación, actuar en favor de su aplicación y promover un dialogo democrático entre las organizaciones sociales, los medios de comunicación y el Estado. Se trata entonces de un perfil competente y dinámico que integra conocimientos específicos a competencias socio-culturales e integridad social.

La guía se desarrolla en cuatro módulos, cada uno correspondiente a una macro-competencia del perfil de Agente de Igualdad: i) los roles y responsabilidades de la o el Agente de Igualdad en el marco legal vigente, ii) la participación ciudadana, iii) el análisis crítico de los mensajes mediáticos, y por fin iv) las habilidades de liderazgo y animación sociocultural.

Los contenidos propuestos fueron implementados y validados en espacios participativos en las ciudades de Quito, Cuenca,

Lago Agrio y Esmeraldas, en los que se trabajó con personas pertenecientes a organizaciones de mujeres, adolescentes, jóvenes, afrodescendientes, indígenas, personas con discapacidad, personas en situación de movilidad y colectivos LGBTI.

# ORIENTACIONES PARA EL USO DE LA GUÍA

## ¿A quiénes se dirige esta guía?

Esta guía podrá ser utilizada por las y los Agentes de Igualdad para implementar procesos de concientización, fortalecimiento y capacitación dentro de sus organizaciones.

Además podrá ser utilizada por las técnicas y técnicos del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación–CORDICOM, para establecer procesos de réplica con la ciudadanía.

## Objetivo General

Crear espacios de reflexión y entrenamiento de las lideresas y líderes de los grupos de atención prioritaria en su formación como Agentes de Igualdad, que luego se encarguen de la difusión de los contenidos de la Ley Orgánica de Comunicación y del fomento de procesos de construcción de una comunicación incluyente y no discriminatoria,

que sirva como herramienta de empoderamiento y transformación social.

## Objetivo Específico

Apoyar a las y los futuros/as Agentes de Igualdad pertenecientes a los grupos de atención prioritaria en la facilitación de talleres, mediante la concurrencia de elementos teóricos, metodológicos y pedagógicos.

## Estructura de la Guía

Esta guía consta de cuatro módulos:

1. Agentes de Igualdad: roles, responsabilidades y marco legal de la comunicación.
2. La participación social y la/el Agente de Igualdad.
3. El rol de la/del Agente de Igualdad en el análisis crítico de los medios.
4. Herramientas de facilitación y animación sociocultural.

En los procesos de formación y entrenamiento de las y los Agentes de Igualdad, los contenidos de estos cuatro módulos

deben ser complementados con otros dos temas desarrollados en los siguientes documentos:

5. Los derechos tutelados en la Ley Orgánica de Comunicación con enfoque en los grupos de atención prioritaria.
6. Análisis crítico y decodificación de contenidos de los medios de comunicación.

Los contenidos de los cuatro módulos de esta guía alternan varios elementos didácticos útiles para la implementación de los talleres, como: los aspectos teóricos de exposición, actividades grupales participativas y la utilización de materiales gráficos o audiovisuales.

## Herramientas de apoyo

En el desarrollo de la guía, se encontrarán las siguientes herramientas de apoyo:

<b>Dinámicas</b>	Dinámica prácticas para trabajar los temas del taller. Puede ser tanto participativa y lúdica, como orientada a la reflexión individual. Su función es garantizar la participación de las personas y promover espacios de aplicación práctica de los temas tratados.
------------------	--

<b>Recuerde</b>	Información destacada a la que se debe prestar mayor atención.
<b>Proyección de audiovisual</b>	Referencia a audiovisuales de soporte, con el objetivo de analizar mensajes o reflexionar sobre estrategias comunicativas.
<b>Tips de facilitación</b>	Son recomendaciones específicas para la realización de cada actividad

## Implementación del taller

Se sugiere desarrollar los 4 módulos utilizando el material de la guía, en dos jornadas consecutivas de 8 horas de trabajo cada una.

En el caso de trabajar con los temas 5 y 6 antes indicados, se deberá desarrollar en una tercera jornada de 8 horas

## Evaluación del taller

Al cierre del taller se realizará una evaluación final, dividida en tres partes: una autoevaluación, una evaluación general del taller y una evaluación de los contenidos. Los formularios de evaluación se encuentran al final de esta guía. También se pueden consultar los contenidos de la evaluación en la Malla Curricular para la formación de Agentes de Igualdad.

## AGENDA METODOLÓGICA DEL TALLER

**A** continuación se presenta la **Agenda Metodológica del Taller** que contiene la estructura pedagógica para su desarrollo, con indicación de tiempos, metodología, dinámicas, actividades y materiales necesarios.

En los próximos capítulos se desarrollan los temas incluidos en la agenda, explicitando los contenidos temáticos y las herramientas de apoyo para la realización de los talleres.

Jornadas de sensibilización de las y los Agentes de Igualdad				
Día 1				
Tema	Herramientas metodológicas	Materiales	Tiempo	Desde-hasta
<b>Momento 1: Integración</b>				
<b>Fase Inicial de Integración</b>	1. Registro de participantes	Registro, bolígrafos.	10 min	8:00 - 9:10
	2. Presentación del taller y de los/las facilitadores/as		10 min	
	3. <b>Dinámica “Tarjeta de presentación”:</b> Cada persona se presenta asociando su nombre a una frase, un color o un dibujo. Luego motivan su elección.	Cartulinas, marcadores.	20 min	
	4. <b>Dinámica “Encuentros de globos”:</b> Con la utilización de la música y algunos globos, las personas se dividen en grupos y elaboran sus expectativas sobre el taller.	Globos, música en altavoz, papelotes, marcadores.	30 min	

<b>Momento 2: Desarrollo de contenidos</b>				
<b>Módulo 1: Agente de igualdad: roles, funciones y marco legal</b>				
<b>Los roles de la/el Agente de Igualdad</b>	<b>Dinámica: Yo soy Agente de Igualdad</b> Se divide a las/los participantes en dos grupos. Se solicita a cada grupo nombrar a una mujer y un hombre para que actúen como Agentes de Igualdad, mientras el resto actúa como miembros de una organización que desconoce el contenido de la Ley de Comunicación. En el un grupo los Agentes de Igualdad deben difundir la Ley de Comunicación y en el otro deben analizar un contenido mediático. Luego dramatizan en plenaria y se toma nota de la actuación de la y el Agente de Igualdad.	Papelotes, Marcadores	50 min	9:10 - 10:30
	<b>Exposición:</b> Las/los Agentes de Igualdad como lideresas y líderes para el ejercicio de los derechos a la comunicación	Computadora, proyector	30 min	
RECESO		Catering	15 min	10:30 - 10:45
<b>La/el Agente de Igualdad y la comunicación</b>	<b>Dinámica: Reconociendo mis derechos</b> La dinámica consiste en pedir a las/los participantes escribir dos derechos a la comunicación en una cartulina que se les entregará para el efecto. Luego se socializan las respuestas.	Cartulinas, marcadores, cinta adhesiva	40 min	10:45 - 12:30
	<b>Exposición:</b> sobre el marco legal relacionado con los derechos a la comunicación, con énfasis en la ruta de restitución de los derechos.	Computadora proyector	50 min	
ALMUERZO		Catering	1 hora	13:00 - 14:00
<b>Dinámica lúdica</b>	<b>Dinámica “Roba Bandera”:</b> se forman dos grupos que se ubican frente a frente. Cada participante se numera. En el centro se ubica una bandera u otro objeto. El facilitador/la facilitadora llama un número y estos salen al centro y gana el equipo que roba la bandera.	Bandera u otro objeto	15 min	14:00 - 14:15

<b>Módulo 2: La participación y la/el agente de igualdad</b>				
<b>La participación ciudadana</b>	<b>Actividad: “Qué es participación ciudadana”:</b> se divide en grupos de tres a cuatro personas a quienes se le solicita elaborar un acróstico con la palabra “participación”. Se exponen los trabajos.	Hojas, bolígrafos	15 min	14:15 - 14:45
	<b>Exposición:</b> El proceso de participación ciudadana: ¿Qué es participación? Sistema de participación.	Proyector, computadora	15 min	
<b>Marco legal nacional sobre participación</b>	<b>Exposición:</b> - Participación ciudadana: disposiciones vigentes - Participación y empoderamiento de la comunidad - Mecanismos de participación ciudadana	Proyector, computadora	45 min	14:45 - 16:15
	<b>Foro:</b> Se da el espacio para que las/los participantes expongan sus experiencias sobre participación ciudadana en asambleas, veedurías, cabildos, etc. en las cuales han asistido, formado parte o conozcan.		45 min	
<b>Cierre del día</b>	Plenaria		15 min	16:15 - 16:30
<b>Día 2</b>				
<b>Módulo 3: El rol de la/el agente de igualdad en el análisis crítico de los medios</b>				
<b>Registro día 2</b>	Registro de participantes	Hoja de registro y bolígrafos	30 min	8:00 - 8:30
<b>Esteriotipos en los medios y su origen social</b>	<b>Dinámica: “Frasas y dichos” + debate:</b> <u>Primera parte:</u> Se divide en grupos de 4 o 5 personas. A cada grupo se le entregan diez tarjetas “ni ricos machotes ni frágiles princesas” y se le solicita que clasifiquen las frases con las que están de acuerdo, en desacuerdo y aquellas para que no hubo consenso. Se socializan las respuestas en plenaria y se pegan las tarjetas en el pizarrón divididas por categoría de hombres y mujeres.	Computadora, proyector, tarjetas “Ni ricos machotes ni frágiles princesas”	20 min	

Estereotipos en los medios y su origen social	<p><u>Segunda parte:</u> Las personas ahora se dividen en grupos de dos o tres y a cada uno se le asigna un grupo de atención prioritaria u otra categoría social: personas indígenas, afrodescendientes, personas discapacitadas, madre soltera, personas mayores, personas adolescentes, personas montubias. Cada pareja o grupo tendrá que escribir en las tarjetas de color algunas frases, intereses o representaciones estereotipadas sobre el grupo asignado. Desde la facilitación se pegan las tarjetas en el pizarrón ordenadas por categoría; al final se propone mover las tarjetas de una categoría a otra para demostrar la arbitrariedad cultural de estos estereotipos: las características socialmente asignadas a hombres pueden también pertenecer a mujeres y viceversa; lo mismo puede aplicarse para las demás categorías.</p>	Pizarra, papelote, marcadores, cinta, tarjetas de color.	20 min	08:30 -10:00
	<p><b>Exposición:</b> Estereotipos en los medios como producto y productores de desigualdades sociales.</p> <p><b>Proyecciones audiovisuales:</b> Discriminación en México, Ted Talk, hombres viejos bailando.</p>		30 min	
	<p><b>Dinámica: “Experiencias mediáticas”:</b> se solicita a cada participante describir en una cartulina la experiencia de sentirse afectado/a por un estereotipo mediático y en plenaria se reflexiona sobre: el tipo de medio, el contenido y la afectación individual.</p>	Hojas, marcadores, pizarra.	20 min	
RECESO		Catering	15 min	10:30 - 10:45
Las lecturas múltiples de los mensajes: el potencial manipulador de la comunicación	<p><b>Dinámica: “Análisis de imágenes, textos y audios mediáticos”</b> proyección de material mediático que explica las variadas técnicas utilizadas por los medios para crear segregación de los grupos de atención prioritaria y fortalecer jerarquías de poder.</p>	Proyector, computadora	45 min	

Lenguaje inclusivo: construir igualdad y paz con la gramática	<p><b>Proyección video “Insensibles”</b> sobre el lenguaje no sexista en 9 reglas.</p> <p><b>Proyección videos de la campaña “Reacciona Ecuador”</b>, como un ejemplo positivo de comunicación incluyente.</p> <p><b>Plenaria</b> para compartir impresiones.</p>	Proyector, computadora, altavoz	30 min	10:30 - 12:30
	<p><b>Ejercicios: “corrigiendo desigualdades” N°1 y N°2:</b> divididos en grupo se analizan un texto que utiliza lenguaje sexista y se aportan correcciones.</p> <p><b>Ejercicio “Desarrollo de una idea para una campaña de comunicación”</b> que ponga en práctica lo aprendido.</p>	Hojas, bolígrafos	45 min	
ALMUERZO		Catering	1 hora	12:30 - 14:00
<b>Módulo 4: Herramientas de facilitación y animación sociocultural</b>				
El rol de las/los Agentes de Igualdad como animadoras/es socioculturales	<p>Dinámica: “Fin del mundo” Se cuenta una historia sobre una catástrofe que va a destruir el mundo. Se forman 2 grupos y a cada miembro se le asigna un rol. Se menciona la siguiente consigna: el grupo debe elegir de forma consensuada cuatro personas que se van a salvar y tendrán la tarea de reconstruir el mundo. Se socializan las soluciones.</p> <p>Trabajo personal: se invita a cada participante a responder por escrito las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuál fue mi actitud durante el trabajo en grupo? (Acogida a la tarea, interés, concentración, participación, desinterés, no entendió)</li> <li>- ¿Cómo fue mi participación dentro del grupo? (Di mis opiniones, contribuí a la argumentación, tuve iniciativa en proponer, ninguna, pasivo)</li> <li>- ¿Cómo fue mi relación con los otros? (Valoré las ideas de los otros, invité a los demás a participar, busqué generar el diálogo, no le dio importancia)</li> <li>- ¿Qué criterios contribuyeron a encontrar soluciones? (participación democrática, consensos, solidaridad, cooperación)</li> </ul>	Hojas con roles, hojas con preguntas para el trabajo personal, hojas en blanco	45 min	14:00 - 14.45

<b>El rol de las/los Agentes de Igualdad como animadoras/es socioculturales</b>	-¿Cuáles de las características mencionadas debe practicar un/a Agente de Igualdad? Se invita a cada participantes a compartir en plenaria sus respuestas. Se concluye con la retroalimentación de la facilitación.			
	<b>Exposición:</b> Exposición del tema “el rol de la/el Agente de Igualdad como facilitador/a”.	Computador, proyector	15 min	14:45 - 15:00
<b>Técnicas de animación sociocultural</b>	<b>Análisis de dinámicas:</b> Se invita a las/los participantes a recordar cuáles fueron las dinámicas utilizadas a lo largo de los talleres. Las respuestas se escriben en el pizarrón. Se divide en grupos, y a cada uno se le asigna una dinámica que pueda analizarla, a partir de las siguientes preguntas: - ¿Qué pasos se siguieron para realizar esta dinámica? - ¿Para qué sirvió esa dinámica? ¿Qué tipo de reflexión permitió hacer? - ¿Con qué grupos podría ser aplicada? - ¿Qué otras utilidades le podemos encontrar? ¿Cómo se podrá aplicar en nuestro trabajo de Agentes de Igualdad? Socializar las respuestas y retroalimentar cada una de estas.	Marcadores, pizarrón, hojas con preguntas	30 min	15:00 - 15:30
	Exposición de técnicas de animación: Explicación de “Técnicas de animación grupal”: tipos, utilidad, técnicas de presentación, ventajas entre otras. Entrega de un set de técnicas de animación sociocultural.	Folleto con técnicas de animación	15 min	15:30 - 15:45
<b>Evaluación</b>	Conclusiones del taller		10 min	15:45 - 15:55
	Entrega de cuestionario grupal y de auto evaluación	Ficha de evaluación	10 min	15:55 - 16:05
	Entrega de los certificados y despedida	Certificado	10 min	16:05 - 16:15

# MÓDULO 1

## AGENTE DE IGUALDAD: ROLES, FUNCIONES Y MARCO LEGAL DE LA COMUNICACIÓN

### Objetivo del módulo

Sensibilizar y concienciar a las y los Agentes de Igualdad sobre el rol y las responsabilidades que cumplen en los procesos de difusión y exigibilidad de los derechos a la comunicación e información, establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación.

### Descripción

Este módulo es una introducción al entrenamiento de las y los “Agentes de Igualdad” desde una perspectiva de derechos. Propone realizar una revisión de los roles, responsabilidades y alcance del accionar del Agente de Igualdad como líder de los grupos de atención prioritaria. Analiza el marco legal

de los derechos a la comunicación, con énfasis en la ruta de restitución de los derechos a la comunicación. Examina las funciones de liderazgo de las/los Agentes de Igualdad en sus comunidades.

## Contenidos

### 1. Los roles y funciones de la o el Agente de Igualdad

La participación de las/los Agentes de Igualdad en los procesos de ejercicio de los derechos a la comunicación es una propuesta innovadora proveniente del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información - CORDICOM. El propósito de este módulo es dar contenido y orientación a la acción que deben desarrollar las/los Agentes de Igualdad en sus organizaciones y comunidades.

#### 1.1 Las/los Agentes de Igualdad como lideresas y líderes que fomentan el ejercicio de los derechos a la comunicación

Las y los Agentes de Igualdad en general son líderes comunitarios interesados en promover los derechos a la Comunicación

establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación.

Antes de analizar en detalle el rol de la/el Agente de Igualdad en nuestro país, es necesario mencionar que existen otras, aunque escasas experiencias de la intervención de Agentes de Igualdad en el ámbito de la promoción de la igualdad de oportunidades de los grupos que han sido objeto de discriminación y que requieren ser apoyados en un proceso de defensa de sus derechos.

Las experiencias más relevantes se encuentran en varios países de Europa, en donde se inicia el trabajo de Agentes de Igualdad para la aplicación de la política de igualdad de oportunidades de la Unión Europea (U.E.). Esta política fue ratificada y potenciada a través del Tratado de Amsterdam, en la que se señala que la U.E. tendrá como misión “promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, introduciendo este principio en todas las políticas y en todos los programas, Ley Orgánica 9/98 de 16 de diciembre. Art. 2 y 3”. (Seijas, 2004).

En ese contexto, las administraciones locales, las asociaciones de mujeres y los sindicatos constituyen los espacios en los que se concretan los derechos, las posibilidades y las capacidades de acción colectiva, y por lo tanto, se revelan como canales in-

mediatos de intervención de Agentes para la igualdad de oportunidades.

En el caso de Ecuador, se promueve la presencia de los Agentes de Igualdad en un contexto en el que se observan prácticas permanentes de discriminación, exclusión y banalización de los grupos de atención prioritaria en los medios de comunicación, porque:

“Quienes han sufrido especial afectación de los medios son los grupos de atención prioritaria definidos en la Constitución del Ecuador como son los niños/as y adolescentes, los jóvenes y mujeres víctimas de violencia, las nacionalidades indígenas y afrodescendientes, las personas con diversa condición sexo genérica, las personas con discapacidad y los/las adultos/as mayores”. (MIES, 2014: 16)

La figura del/a Agente de Igualdad tiene como tarea fundamental el progreso y la expansión de la aplicación de los derechos a la comunicación e información en las organizaciones y comunidades. Los escenarios en los que pueden actuar las/los Agentes de Igualdad se sitúan prioritariamente en aque-

llos espacios más próximos a las necesidades de las y los ciudadanos, pero sobre todo de aquellos grupos que históricamente han sido marginados, excluidos o discriminados en los medios de comunicación, en tanto:

“... la información transmitida por los medios de comunicación no sólo cumple la función de “informar” a la ciudadanía (hombres, mujeres, personas con discapacidades, personas con diversa opción sexual, adultos/as mayores, jóvenes, adolescentes y niños/as de diferentes etnias y nacionalidades), sino que contribuyen a la construcción de la identidad personal y colectiva, a los imaginarios sociales y a la generación de nuevas necesidades. Las ideas, imágenes, noticias que transmiten los medios de comunicación configuran un imaginario de lo que es la realidad y de cómo debe ser la “normalidad” de una realidad estereotipada, en la que están inmiscuidas todas las personas de diversos espacios y opciones”. (MIES, 2014: 16).

Las/los Agentes de Igualdad son -o deben ser- el motor de la comunidad o de las organizaciones para mejorar sus prácticas demo-

críticas y/o para gestionar soluciones a posibles problemas, para promover acciones positivas y para la defensa de sus derechos. Todo Agente de Igualdad debe tener alta autoestima y capacidad de liderazgo; debe actuar con valores y principios; y debe trabajar con compromiso por el bienestar de todas y todos. En suma, las/los Agentes de Igualdad deben ser lideresas y líderes convencidos de la necesidad de defender el pleno ejercicio de los derechos a la comunicación de todos los miembros de la comunidad.

## 1.2 ¿Quiénes son las/los Agentes de Igualdad?

Las y los Agentes de Igualdad son personas interesadas en reflexionar sobre el ejercicio de los derechos a la comunicación y sobre el tratamiento que dan los medios de comunicación a la información sobre los grupos de atención prioritaria. Se interesan en analizar la posición estratégica de los medios de comunicación en la creación de corrientes de opinión, con la difusión de estereotipos que valorizan a algunos grupos de personas y excluyen o discriminan a otros, lo que exige la consecución de una igualdad real y el ejercicio pleno de valores democráticos, para todos los grupos y colectivos existentes en la sociedad.

Las y los Agentes de Igualdad son motivadores que se preocupan de incluir a todas las personas que de una manera u otra promueven cambios de comportamiento en los grupos de atención prioritaria, con acciones destinadas a concientizar en el ejercicio de los derechos a la comunicación y a exigir su cumplimiento cuando éstos han sido vulnerados. Son lideresas y líderes que se comprometen a producir transformaciones en los actores implicados en los procesos comunicacionales, promoviendo la difusión de prácticas democráticas e incluyentes en los mensajes que emiten los medios de comunicación, lo que repercutirá en una mejora substancial en la calidad de vida de estos grupos.

## 1.3. ¿Cuáles son los requisitos iniciales para ser una/un Agente de Igualdad?

En el proceso de identificar y entrenar a las y los Agentes de Igualdad, se consultó con lideresas de las organizaciones que asistieron a los talleres de validación y a activistas sociales vinculados a la defensa de los derechos de distintos colectivos, sobre los requisitos que deben cumplir las/los Agentes de Igualdad.

A partir de las experiencias de las lideresas y líderes comunitarios que luchan por la defensa de los derechos de los grupos de atención prioritaria, se identificaron dos momentos en este proceso: i) un momento inicial, en el que se encuentran algunas características mínimas para ser Agente de Igualdad, básicamente relacionadas al liderazgo y al interés en esta temática; en este momento también se detecta la necesidad

de capacitación para fortalecer sus competencias como Agente de Igualdad; y, ii) un segundo momento, en el que las/los Agentes de Igualdad han fortalecido sus capacidades según el perfil construido participativamente, que se presenta más adelante.

Los requisitos mínimos que constituyen el punto de partida para la formación de Agentes de Igualdad se presenta en el siguiente cuadro:

## Requisitos iniciales para ser una/un Agente de Igualdad

- Ser líder o lideresa de una organización comunitaria.
- Tener compromiso de trabajo con diferentes grupos de la sociedad civil, de manera especial con los grupos de atención prioritaria.
- Ser motivadora/motivador para promover los derechos a la comunicación en las organizaciones.
- Haber sido capacitado/a en los derechos a la comunicación e información.

Se trata de fortalecer la participación de diferentes grupos identificados como prioritarios según la Constitución de Ecuador, entre los cuales se encuentran colectivos relacionados con la niñez, la adolescencia, la juventud, la discapacidad, la adultez mayor, las personas en movilidad humana, así como

las nacionalidades indígenas y los pueblos montubios y afrodescendientes, quienes son titulares de derechos integralmente considerados y demandan su ejercicio con autonomía y libertad.

Por tanto, la o el Agente de Igualdad debe ser una persona comprometida con la

defensa de los derechos a la comunicación, con énfasis en las personas que forman parte de los grupos de atención prioritaria. Entonces es necesario estar claros en que ésta es una opción de vida y no un trabajo burocrático, ya que su principal compromiso es con sus propias/os compañeras/os de las organizaciones y su horizonte es el análisis de los medios de comunicación, en tanto desempeñan un papel importante en la creación de corrientes de opinión y consecuentemente la persistencia de prácticas que promueven o discriminan a estos grupos.

#### 1.4.El perfil deseado de la o el Agente de Igualdad

La vulneración de derechos a la comunicación tiene un carácter diferencial conectado con las relaciones de poder, lo que justifica plenamente el reconocimiento de derechos de las personas y grupos de atención prioritaria. Ésta es la importancia de que las/os Agentes de Igualdad sean líderes y lideresas de las organizaciones representativas de estos grupos y desde allí ejerzan las acciones para la exigibilidad de derechos.

Para cumplir con estas responsabilidades es necesario que las y los Agentes

de Igualdad sean capacitadas/os en torno a competencias para el diseño y ejecución de estrategias que permitan la detección y prevención de acciones discriminatorias, motivando la exigibilidad de los derechos a la comunicación en las organizaciones.

La incidencia de las/os Agentes de Igualdad en los procesos de promoción, ejercicio y exigibilidad de los derechos a la comunicación significa superar una visión asistencialista y paternalista de la acción social y desarrollar propuestas desde un enfoque de derechos, con la integración de saberes técnicos, metodológicos y de participación social<sup>1</sup>.

Esta propuesta representa un giro importante desde una concepción tradicional centrada en el ser humano, como “individuo autónomo” -base del discurso dominante de los derechos humanos- hacia una concepción de un ser humano interdependiente que reconoce la necesidad de actuar desde sus

---

1. Ver entre otros: Jato Seijas, Elisa. 2004. *Agente de Igualdad de Oportunidades: Ámbitos de Actuación y Competencias Profesionales*. Universidad de Santiago de Compostela, y Tobías O., Eva y Soline Blanchard. 2011. *Agentes de Igualdad en la Administración Pública Española y Francesa*. Univ. de La Rioja y Univ. de Toulouse II.

organizaciones para fortalecer el ejercicio de sus derechos y exigir su restitución cuando éstos han sido vulnerados. Esta propuesta cobra mayor importancia cuando se trabaja con los grupos de atención prioritaria que históricamente han sido excluidos o discriminados en los medios de comunicación.

Para cumplir con estos requerimientos y expectativas se construyó participativamente, con el aporte de las/los asistentes a los talleres, el perfil deseado de las y los Agentes de Igualdad. En el siguiente cuadro se resumen los roles y funciones de las y los Agentes de Igualdad:

<b>Perfil de la/el agente de igualdad: roles y funciones</b>			
<b>TÉCNICAS: Saber y saber APRENDER</b>	<b>METODOLÓGICAS: Saber CÓMO HACER</b>	<b>PARTICIPATIVAS: Saber SER</b>	<b>SOCIALES: Ser DEMOCRÁTICO</b>
<p>Analizar en sus comunidades las prácticas de ejercicio de los derechos a la comunicación e información.</p> <p>Identificar experiencias para la aplicación de los derechos tutelados en la Ley Orgánica de Comunicación.</p> <p>Analizar la realidad de las organizaciones representativas de los grupos de atención prioritaria y sus potencialidades.</p> <p>Comprender los aspectos socio - económicos y políticos que afectan los derechos a la comunicación.</p> <p>Identificar las instituciones públicas y privadas que promueven los derechos a la comunicación.</p> <p>Identificar los contextos de intervención para implementar experiencias positivas.</p>	<p>Analizar con sus organizaciones los problemas de discriminación de los grupos de atención prioritaria en los medios.</p> <p>Asesorar e informar sobre la aplicación de medidas de acción afirmativa, en materia de comunicación.</p> <p>Animar y promover campañas de sensibilización orientadas a modificar actitudes discriminatorias y estereotipos desvalorizantes.</p> <p>Actuar como mediador/a en asuntos referentes a la exigibilidad de derechos a la comunicación.</p> <p>Promover actividades de formación, animación y sensibilización de los derechos a la comunicación de los grupos (GAP).</p> <p>Apoyar y coordinar con las organizaciones la toma de decisiones acertadas.</p> <p>Apoyar a las organizaciones para resolver problemas con autonomía.</p>	<p>Asumir responsabilidades con la organización.</p> <p>Trabajar en equipo.</p> <p>Hacer propuestas positivas.</p> <p>Actuar de manera crítica.</p> <p>Compartir conocimientos, recursos e ideas.</p> <p>Implicarse en procesos de exigibilidad de derechos.</p> <p>Actuar solidariamente.</p> <p>Tener empatía.</p> <p>Actuar con honradez.</p>	<p>Respetar las opiniones y los aportes de los demás.</p> <p>Ser sociable en todo momento.</p> <p>Practicar la comunicación asertiva</p> <p>Promover valores democráticos dentro de las organizaciones.</p> <p>Promover la igualdad y la no discriminación.</p>

## Metodología

Estos temas se podrán trabajar utilizando la siguiente dinámica:

### Dinámica: Yo soy Agente de Igualdad

- **Objetivo:** Identificar los roles y responsabilidades que están en los imaginarios de las/los participantes, y desde allí construir el deber ser de las y los Agentes de Igualdad.
- **Tiempo:** 50 minutos
- **Materiales:** Papelotes y marcadores de colores.

- **Descripción:**

Se divide a los participantes en dos grupos. En cada grupo se solicita a dos personas, hombre y mujer, que representen la actuación de dos Agentes de Igualdad en su organización, mientras el resto de participantes actúa como miembros de una organización que desconoce el contenido de la Ley Orgánica de Comunicación.

Se dan las siguientes consignas: en el primer grupo las/los Agentes de Igualdad tienen que difundir la Ley Orgánica de Comunicación; en el segundo grupo deben analizar un contenido mediático.

Luego ambos grupos dramatizan en plenaria: mientras un grupo actúa, otro observa y toma nota sobre el rol de las/los Agentes.

Finalmente se reflexiona en plenaria sobre el perfil y los requisitos para ser un Agente de Igualdad.

- **Observación:**

Las personas que asisten a estos talleres deben conocer de antemano los contenidos de la Ley Orgánica de Comunicación.

- **Para trabajar con personas con discapacidad visual**

Esta dinámica se la pueden realizar con las personas con discapacidad visual sin ningún limitante. En cada grupo se asignará un rol a las personas con discapacidad.

- **Exposición**

Luego de terminar la dinámica desde la Facilitación de hace una presentación en power point de los roles y el perfil de la/el Agente de Igualdad. (30 min)

## 2. Las/los Agentes de Igualdad y los derechos a la comunicación

Con el objeto de que las/los Agentes de Igualdad estén claros sobre los derechos a la comunicación establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), se considera necesario que en la primera parte de los talle-

res, se presenten los principales contenidos de los derechos a la comunicación.

El derecho a la comunicación, según la Constitución del Ecuador (2008), es uno de los derechos necesarios para el Buen Vivir. Es decir, la Carta Magna otorga gran importancia al derecho a la comunicación, como la de otros derechos ciudadanos (derecho al agua, a la educación o a la salud).

### Recuerde

Art. 16.- 1. Todas las personas de forma individual y colectiva tienen derecho a: una comunicación libre, intercultural e incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

**Constitución de la República de Ecuador, 2008**

Sin embargo, con frecuencia este derecho ha sido invisibilizado, careciendo de la importancia que se le otorga a otros dere-

chos, lo que ha impedido que sea reconocido como un factor que repercute en el imaginario social, donde en muchas ocasiones los gru-

pos de atención prioritaria han sido excluidos o discriminados.

La garantía del derecho a la comunicación, como una exigencia de la ciudadanía ecuatoriana se estableció con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), en junio de 2013.

## Recuerde

Art. 1.- La Ley de Comunicación desarrolla, protege y regula el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

### **Ley Orgánica de Comunicación, 2013**

La participación de la ciudadanía es un eje fundamental para la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación y obliga a los medios de comunicación y a quienes poseen las competencias públicas a generar procesos de participación ciudadana.

La participación debe cambiar el papel tradicional que ha tenido la ciudadanía, de meros espectadores a proponentes de contenidos y programación, con capacidades

para analizar, criticar y socializar. Para ello es necesario que los miembros de los grupos de atención prioritaria organicen observatorios o veedurías con sus propias organizaciones. En estos espacios de participación es donde deben actuar las y los Agentes de Igualdad.

La Ley Orgánica de Comunicación establece que la ciudadanía –y dentro de ella los grupos de atención prioritaria, con o sin apoyo de las y los Agentes de Igualdad– tienen derecho a organizarse libremente en audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación en cualquier medio de comunicación.

Las y los Agentes de Igualdad deben promover el respeto y el diálogo intercultural con el afán de que se produzca (con la participación de diversas culturas, nacionalidades y pueblos) y se difunda en los medios contenidos que reflejen la diversidad cultural del Ecuador, tal como lo establece la Ley Orgánica de Comunicación. Para ello, las y los Agentes de Igualdad deben apoyar la generación de una comunicación incluyente, diversa y participativa, que reconozca que las nacionalidades y pueblos tienen su propia y enriquecedora pro-

ducción cultural, con la cual se debe establecer un verdadero diálogo intercultural.

También las y los Agentes de Igualdad deben promover la participación y trato prioritario de niñas, niños y adolescentes, respetando su derecho a opinar, a expresar sus ideas, sentimientos y pensamientos desde sus propias formas y espacios. Así también deben promover los derechos de las personas con discapacidad, de las personas adultas mayores, de los grupos GLBTI, entre otros, tanto en el tratamiento de los contenidos de los medios de comunicación, como en el acceso a una información educativa y creativa.

## 2.1 El papel de las/los Agentes de Igualdad para difundir la Ley de Comunicación y promover el ejercicio de los derechos a la comunicación

Uno de los importantes roles que deben cumplir las y los Agentes de Igualdad es el apoyo a la identificación de contenidos que deben ser promovidos y los que deben ser evitados en los medios de comunicación, en un marco de respeto de los derechos de los grupos de atención prioritaria.

En este sentido la discriminación es concebida en la carta de Derechos Humanos como todo acto u omisión de violencia ejercidos sobre ciertos grupos, por contenidos como el racismo, la exclusión étnica, la segregación, el odio hacia las diversidades sexo-genéricas, entre otros. Se caracteriza por incluir burlas, información incompleta o que dan lugar a varias interpretaciones, falta de inclusión de grupos vulnerados en imágenes o mensajes. Al respecto, la Ley Orgánica de Comunicación dice:

“Se considera contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que muestre distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otra que tenga por objeto o resultado menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos...”.

**Art. 61. Ley Orgánica de Comunicación**

Es importante destacar que la discriminación es un fenómeno social y cultural, históricamente configurado, que se sustenta en representaciones negativas, prejuicios o estereotipos hacia una persona o un colectivo, que repercuten en un trato diferenciado, excluyente o restrictivo, con el propósito de anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos fundamentales.

Los medios de comunicación deben actuar bajo los principios de igualdad y no

discriminación, elementos fundamentales del Buen Vivir. La Ley Orgánica de Comunicación establece que los medios de comunicación en sus mensajes deben evitar los contenidos discriminatorios, que excluyan a las personas y colectividades y o que vulneren sus derechos. Las y los Agentes de Igualdad deben apoyar a las organizaciones en la vigilancia de los contenidos y programación de los medios para eliminar los mensajes que fortalecen los estereotipos, la violencia, la exclusión y los prejuicios contra las personas.

## Recuerde

“Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tengan por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales”.

“Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio”.

### Art. 62. Ley Orgánica de Comunicación

La tarea de eliminar todas las formas de discriminación involucra a la población y

a las organizaciones, como receptoras de mensajes discriminatorios, sexistas y violen-

tos que vulnerados sus derechos. La Ley de Comunicación permite a todas las personas y organizaciones ejercer su legítimo derecho a la denuncia.

En este marco, las y los Agentes de Igualdad deben apoyar la eliminación de los mensajes sexistas, como una de las formas más sutiles de discriminación, que utilizan la imagen de la mujer –o del hombre– como objeto sexual. Un claro ejemplo de esto son los anuncios publicitarios donde se utiliza la imagen de la mujer para ofrecer cualquier artículo (automóviles, llantas, licor, cigarrillo, etc.).

También deben evitar que los medios refuercen las imágenes estereotipadas de la mujer como única responsable de las tareas de cuidado (lavado, planchado, cocina, cuidado de los niños y niñas) que son desvalorizadas por los hombres, que constituyen un factor de discriminación, poniendo en riesgo, desventaja y vulnerabilidad a la población femenina.

## Metodología

Para el tratamiento de este tema se sugiere utilizar la siguiente dinámica:

### Dinámica: Yo soy Agente de Igualdad

- **Objetivo:** Identificar el nivel de conocimientos sobre los contenidos de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) por parte de las y los asistentes al taller.
- **Tiempo:** 40 minutos
- **Materiales:** Cartulinas pequeñas, marcadores de colores, papelotes y cinta adhesiva.
- **Descripción:**

La dinámica consiste en pedir a las/los participantes escribir dos derechos a la comunicación, en una cartulina que se les entregará para el efecto.

A continuación se socializan en plenaria las respuestas sobre los derechos y/o principios a la comunicación establecidos en la LOC y se colocan en un papelote en un lugar visible durante todo el taller.

Luego de la plenaria desde la Facilitación se realiza una exposición en la que se aclaran y complementan los conocimientos sobre los derechos a la comunicación establecidos en la LOC, por parte de las y los asistentes.

- **Para trabajar con personas con discapacidad visual**

En esta actividad pueden participar sin problema las personas con discapacidad. Para facilitar su participación es necesario designar una persona que les apoye en la escritura en las tarjetas los derechos reconocidos por las personas con discapacidad.

## 2.2 La Ruta de Restitución de Derechos a la Comunicación y el rol de las/los Agentes de Igualdad

La tarea de eliminar todas las formas de discriminación también involucra a la población, que como receptores de mensajes discriminatorios, sexistas y violentos, ven constantemente vulnerados sus derechos. La Ley Orgánica de Comunicación permite a todas las personas y organizaciones ejercer su legítimo derecho a la denuncia, tarea en la que pueden incidir las y los Agentes de Igualdad.

Es importante precisar que cuando un medio de comunicación emite, pública o difunde un mensaje con contenidos discriminatorios, las personas y colectivos, con el apoyo de las y los Agentes de Igualdad pueden ejercer el derecho de solicitar las respectivas sanciones establecidas en la Ley y Reglamento, entre ellas:

### Medidas administrativas

1. Disculpa pública de la directora o del director del medio de comunicación.
2. Lectura o transcripción de la disculpa pública en el mismo espacio y medio de comunicación en que se difundió el contenido discriminatorio.
3. En caso de reincidencia se impondrá una multa equivalente del 1 al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses.
4. En caso de nuevas reincidencias, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior.

**Art, 64.**

**Ley Orgánica de Comunicación**

La Ley Orgánica de Comunicación prohíbe que los mensajes que difunden los medios de comunicación inciten a la violencia de cualquier índole, y/o provoquen el odio nacional, racial o religioso, especialmente contra las personas de los grupos de atención prioritaria. Todos estos factores de discriminación deben ser conocidos por las y los Agentes de Igualdad, para reflexionar con sus organizaciones y comunidades cuando han sido afectadas por los mensajes mediáticos.

En la Ley Orgánica de Comunicación se establecen también los siguientes derechos:

### a) Derecho a la rectificación

Frente a la extendida práctica de mensajes discriminatorios a través de los medios, la Ley Orgánica de Comunicación establece el derecho de todas las personas a que los medios de comunicación rectifiquen los contenidos que vulneran sus derechos, de sus familiares y sobre otros asuntos que le compete.

## Recuerde

“Todas las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, sus familiares o sobre los asuntos a su cargo cuando existan deficiencias en la verificación, contrastación y precisión de la información de relevancia pública de acuerdo a lo establecido en el artículo 22 de esta Ley”..

### Art, 66. Ley Orgánica de Comunicación

Según la Ley Orgánica de Comunicación, los medios tienen la obligación jurídica de publicar dentro del plazo de 72 horas, contadas a partir de presentado el reclamo de la persona afectada, de forma

gratuita, con las mismas características, dimensiones y en el mismo espacio, sección u horario, las respectivas rectificaciones.

## b) Derecho a la réplica

Todas las personas o colectivos que hayan sido afectadas por un medio de comunicación que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación pueden ejercer el derecho a la réplica. La Ley establece:

### Recuerde

“Toda persona o colectivo humano que haya sido directamente aludido a través de un medio de comunicación, de forma que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación; tiene derecho a que ese medio difunda su réplica de forma gratuita, en el mismo espacio, página y sección en medios escritos, o en el mismo programa en medios audiovisuales y en un plazo no mayor a 72 horas a partir de la solicitud planteada por el aludido”..

#### **Art.24.-Ley Orgánica de Comunicación**

Si el medio de comunicación no da paso al derecho a la réplica la Superintendencia de Información y Comunicación

-SUPERCOM- podrá disponer de medidas administrativas establecidas por la violación del derecho a la rectificación.

Para el tratamiento de estos temas la misma Ley establece un procedimiento o ruta para la restitución de los derechos vulnerados en los medios de comunicación, como se muestra a continuación.

### La Ruta de Restitución de los Derechos a la Comunicación

Entre los roles específicos que deben cumplir las y los Agentes de Igualdad se halla el conocimiento de la Ruta de restitución de los derechos a la comunicación establecida en la Ley Orgánica de Comunicación y en su Reglamento General y en el Reglamento para el procesamiento de infracciones administrativas a la Ley Orgánica de Comunicación.

Las y los Agentes de Igualdad pueden apoyar a sus organizaciones y comunidades en los procesos de exigibilidad, para lo cual deben conocer cómo funciona la Ruta de restitución de los derechos a la comunicación, establecida en la Ley de Comunicación y los indicados reglamentos, en donde se identifican los siguientes pasos a seguir:

## 1. Análisis de la vulneración de derechos

El proceso de restitución de derechos a la comunicación no discriminatoria inicia cuando un ciudadano, ciudadana o las organizaciones que les representan a los grupos de atención prioritaria analizan si los contenidos emitidos en los medios de comunicación han vulnerado sus derechos y consideran que deben exigir su rectificación.

## 2. Denuncia en la SUPERCOM, conforme al Reglamento

Una vez que un ciudadano o ciudadana o las organizaciones han tomado la decisión de exigir la restitución de sus derechos debido a la emisión de contenidos discriminatorios (Art. 61) o por los contenidos violentos de un medio de comunicación (Art. 66), pueden presentar la denuncia ante la Superintendencia de Comunicación - SUPERCOM, conforme lo establece la Ley Orgánica de Comunicación (Art. 57) y el Reglamento para el procesamiento de infracciones administrativas a la Ley Orgánica de Comunicación (Dic. 2013), dentro de los 180 días posteriores a la fecha en que se cometió la infracción.

También la SUPERCOM puede actuar de oficio, cuando ha conocido el cometimiento de una infracción (Art. 9 del Reglamento).

## 3. SUPERCOM analiza y verifica los requisitos

Una vez ingresada la denuncia o el reclamo, la SUPERCOM verifica el cumplimiento de todos los requisitos establecidos en el Reglamento. Si la denuncia cumple con todos los requisitos la SUPERCOM admite e inicia el trámite y notifica a los supuestos infractores el inicio del proceso. La SUPERCOM puede solicitar información complementaria.

## 4. Requerimiento de informe motivado de contenidos discriminatorios

En los casos de denuncia o reclamo por la emisión de contenidos discriminatorios la SUPERCOM remite la denuncia con el contenido del reclamo al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación - CORDICOM, para la elaboración de un análisis y emisión de un informe motivado, en el plazo de 15 días (Art. 12 del Reglamento).

## 5. CORDICOM emite informe y lo remite a la SUPERCOM

En el CORDICOM se receipta la denuncia y se procede a levantar un informe de verificación de requisitos técnicos y jurídicos, con lo cual se realiza la providencia para determinar si se acepta o no el caso.

En caso de que no se acepte, el expediente es devuelto a la SUPERCOM por la Secretaria General, en caso contrario el expediente se remite a la Dirección de Evaluación de Contenidos, vía la Coordinación Técnica, para la realización del análisis técnico que dé cuenta de la existencia o no de procesos de distinción o exclusión en el caso de contenidos discriminatorios, o si el contenido es sexualmente explícito. El análisis se realiza a partir de metodologías socio-semióticas, antropológicas y lingüísticas, mediante las cuales se determina si el contenido analizado distingue, excluye o restringe derechos.

Una vez validado el informe por la Coordinación Técnica, se remite a Dirección de Regulación para el análisis jurídico sobre la existencia o no de procesos de restricción y vulneración de derechos. Este informe es validado por el Pleno del CORDICOM, y se procede a realizar la Resolución motivada que es remitida a la SUPERCOM.

## 6. Si no hay discriminación, se descarta la denuncia

En los casos en los que no se identifiquen contenidos discriminatorios se descarta la denuncia y se notifica a las partes.

## 7. SUPERCOM decide medidas administrativas y/o sanciones

Finalmente la SUPERCOM emitirá su resolución debidamente motivada en base a las pruebas y argumentos presentados y notificará a las partes las medidas administrativas o las sanciones a las que hubiere lugar. Esta resolución es de obligatorio cumplimiento, de acuerdo a lo establecido en el Art. 63 de la Ley Orgánica de Comunicación.

A lo largo de esta ruta de restitución de los derechos a la comunicación es muy importante la participación de las y los Agentes de Igualdad en apoyo a las organizaciones representativas de los grupos de atención prioritaria, en su empeño de promover el ejercicio de los derechos a una comunicación no discriminatoria, no violenta e incluyente.

Para trabajar esta última parte del primer módulo, desde la Facilitación se hará una presentación en power point sobre los derechos a la comunicación y sobre la ruta de

restitución de los derechos a la comunicación,  
tomando en cuenta que son temas nuevos,

pero que deben ser conocidos y manejados  
por las/los Agentes de Igualdad, en el futuro.

## Evaluación

### 1.EVALUACIÓN CUANTITATIVA

#### A. Conteste Verdadero o Falso a las siguientes enunciados:

- ( ) La/el Agente de Igualdad es una persona interesada en defender los derechos a la comunicación.
- ( ) La/el Agente de Igualdad debe conocer y analizar la aplicación de los derechos a la comunicación.
- ( ) La/el Agente de Igualdad es un simple espectador de la realidad, que defiende sus propios intereses.

#### B. Complete las frases:

Las personas o colectivos tienen el derecho a pedir la RECTIFICACIÓN cuando

---

---

Las y los Agentes de Igualdad deben apoyar la generación de una comunicación

---

---

## 2. EVALUACIÓN CUALITATIVA

Favor contestar a las siguientes preguntas:

2.1. Según su criterio ¿cuál debe ser el rol de la o el Agente de Igualdad en las organizaciones que representan a los grupos de atención prioritaria?

2.2. ¿Qué características debe tener el perfil de una/un Agente de Igualdad?

2.3. Indique una estrategia para restituir los derechos vulnerados por un medio de comunicación, utilizando las normas establecidas en la Ley Orgánica de Comunicación.

## Bibliografía

Bobbio, Norberto. 1993. Igualdad y libertad, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica.

Cisneros, José. 1990. El Promotor y la Comunidad Social. UNESCO - CREFAL. Mimeog. Marzo de 1990.

Facio, Alda. 2002. Engenerando nuestras perspectivas, en Otras Miradas, Universidad de Los Andes.

Ferrajoli, Luigi. 2004. Derechos y garantías. La ley del más débil, Madrid, Trotta.

Jato Seijas, Elisa. 2004. Agente de Igualdad de Oportunidades: Ámbitos de Actuación y Competencias Profesionales. Universidad de Santiago de Compostela.

Junta de Andalucía - Servicio Andaluz de Empleo - Consejería de Empleo. S/f. Agente de Igualdad de Oportunidades / Mujer. Mimeog.

Lagarde, Marcela. 1996. Identidad de género y derechos humanos, en Estudios Básicos de Derechos Humanos IV, IIDH.

CORDICOM. 2014. Ley Orgánica de Comunicación y Reglamento General - La voz de tus derechos.

Ministerio de Inclusión Económica y Social. Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación. Quito. MIES, 2014

Salgado, María Judith. 2000 Garantías constitucionales y derechos humanos de las mujeres, en Las fisuras del patriarcado, FLACSO y CONAMU.

Tobías Otero, Eva y Soline Blanchard. 2011. Agentes de Igualdad en la Administración Pública Española y Francesa. Universidad de La Rioja y Universidad de Toulouse II.

## Normativa

Convención de eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. CEDAW. 34/180, 34 U.N. 1981.

Convención internacional sobre la eliminación de todas las formas de discriminación racial.

Constitución Política de la República del Ecuador. 2008.

Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad.

Declaración universal de derechos humanos. ONU. 1997.

# MÓDULO 2

## LA PARTICIPACIÓN Y LA/EL AGENTE DE IGUALDAD

### Objetivo del módulo

Fortalecer la participación política de la ciudadanía, en especial de los grupos de atención prioritaria en los procesos de comunicación, mediante el apoyo de las y los Agentes de Igualdad, para lograr el ejercicio pleno de los derechos a la comunicación.

### Descripción

Este módulo permite a las y los participantes reconocer los derechos a la participación, en el marco de la legislación nacional en la cual se promueven los espacios para que cada grupo, en especial los grupos de atención prioritaria, puedan expresar sus demandas de participación social o colectiva.

Se analiza la importancia de empoderar a las/los Agentes de Igualdad, toman-

do en cuenta que la participación ciudadana permite priorizar problemas para tomar decisiones y soluciones colectivas.

El módulo también aborda las características de la participación ciudadana como un proceso y los elementos o pasos a seguir para conformar espacios de participación como las veedurías, en las que las/los Agentes de Igualdad podrán hacer escuchar sus propuestas.

## 2.1. Participación Ciudadana

### 2.1.1. ¿Qué es participación ciudadana?

La participación ciudadana es un legítimo derecho de las ciudadanas y ciudadanos para incidir en los procesos de toma de decisiones sobre las políticas y programas que tienen un impacto en el desarrollo de sus vidas y comunidades.

La participación ciudadana es una garantía de la democracia, es su esencia misma. Como lo señala el escritor español, Joaquín Villalobos, “la democracia y los derechos humanos no son solo un asunto ético o ideológico, son una tecnología de gobierno que permite mantener cohesionada a la

sociedad en medio de las diferencias y la natural diversidad que la compone” (Villalobos, 2009: 47).

La participación ciudadana es un ejercicio de empoderamiento para la incorporación de todas las personas y las organizaciones que las representan en los procesos de toma de decisiones, en las diferentes instancias de ejercicio de gobierno, para acceder a todos los beneficios del progreso de la sociedad.

La participación ciudadana impide la exclusión y discriminación de los individuos y colectividades del ejercicio de los derechos. Es por ello, que la Ley Orgánica de Comunicación establece como uno de sus principios la participación de la ciudadanía en los procesos comunicacionales.

La participación ciudadana requiere la articulación de personas o colectivos que emiten sus propuestas en determinadas estructuras sociales -que pueden ser formales e informales- porque están interesadas en la búsqueda de beneficios colectivos, relacionados con asuntos públicos, que conecten a la sociedad organizada con las esferas públicas.

La participación social precisa de la colaboración -sistemática y organizada- de actores sociales como las organizaciones

que aglutinan a los grupos de atención prioritaria, a los representantes de sus organizaciones, así como a los demás miembros de la comunidad interesados en trabajar por el bien común de sus asociadas/os, o de otros temas concretos como la defensa de los derechos a la comunicación.

En este marco, evidentemente las y los Agentes de Igualdad se destacan como actores cruciales en la vinculación de contenidos y demandas que provengan desde los grupos de atención prioritaria, para impulsar mecanismos democráticos de compromiso social, transparencia y promoción de recursos y servicios que contribuyan al bienestar de la totalidad de la comunidad.

En el ámbito de la comunicación, la participación ciudadana se expresa en el desarrollo de mecanismos democráticos que propicien las condiciones para que las personas, las organizaciones y las comunidades sean incluidas en los procesos comunicativos, en los mensajes emitidos en los medios, con sus propios contenidos, para que sus propuestas sean tomadas en cuenta en los espacios de toma de decisiones a diversos niveles de gestión social. Para ello, se requiere la participación activa de los grupos y sus representantes en la creación de contenidos comunicativos inclusivos, que incidan en la

constitución de la agenda política de la comunicación pública.

## Recuerde

“...la participación ciudadana es principalmente un derecho de las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, de participar (ser parte de, incidir) de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, y en el control popular de las instituciones del Estado y la sociedad, y de sus representantes, en un proceso permanente de construcción del poder ciudadano”. ” (CPCCS, 2014).

El nuevo marco constitucional y legal vigente define que todo el proceso de planificación del Estado ecuatoriano deba ser participativo, que en toda la gestión pública se pueda ejercer el control social y que toda entidad pública, o que maneje fondos públicos, deba rendir cuentas de sus actos periódicamente e interactuando con la ciudadanía. Para cumplir con estas exigencias constitucionales, el Estado deberá propiciar,

promover, definir y posibilitar las condiciones para que esa participación se haga efectiva.

### 2.1.2. Los derechos de participación ciudadana

Como indica el artículo 4 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social, “La participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público es un derecho que se ejercerá a través de los mecanismos de la democracia representativa, directa y comunitaria”

Por tanto, todas las ciudadanas y los ciudadanos tienen el derecho de participar en distintos espacios locales y nacionales, así como a través de los grupos de su interés. Sin embargo, para que las personas y los colectivos tengan incidencia en los procesos que los afectan, es mejor contar con sistemas de participación ciudadana que garanticen el ejercicio de los derechos consagrados en la Constitución de la República de Ecuador y las demás leyes.

Estos dos temas se podrán trabajar utilizando la siguiente dinámica:

#### Dinámica: ¿Qué es Participación Ciudadana?

- **Objetivo:** Reconstruir un concepto de participación ciudadana definida por los participantes del taller.
- **Tiempo:** 15 minutos
- **Materiales:** Papelotes y marcadores de colores.
- **Descripción:**

Se divide a los participantes en cuatro grupos. En cada grupo se solicita que formen un acróstico con la palabra Participación.

Se dan las siguientes consignas: cada letra irá con una frase o una palabra que el grupo identifique lo que es participación.

Luego cada grupo explica lo que significa participación.

Se analiza en general y se construye un concepto general entre todos los participantes.

- **Para trabajar con personas con discapacidad visual**

Esta dinámica se la pueden realizar con las personas con discapacidad visual sin ningún limitante. En cada grupo un compañero le ayudará a la persona con discapacidad y del mismo modo participará exponiendo su criterio sobre participación.

### 2.1.3. El Sistema de Participación Ciudadana

Según el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, un sistema de participación ciudadana es un conjunto de instancias, relaciones, herramientas y mecanismos de participación que interactúan de manera articulada, para garantizar el ejercicio de los derechos de participación ciudadana, control social, rendición de cuentas, transparencia y lucha contra la corrupción. De acuerdo con la Ley Orgánica de Participación Ciudadana, en cada nivel de gobierno del Ecuador debe establecerse un sistema de participación ciudadana. Los insumos para el Sistema de participación ciudadana son las demandas de los y las ciudadanas, organizaciones sociales, colectivas, pueblos y nacionalidades. En el sistema, las demandas y propuestas se procesan en las instancias que lo conforman: asambleas, cabildos, consejos.

Los resultados del sistema son las decisiones, políticas, programas y proyectos construidos con participación de la ciudadanía.

El fin de la participación ciudadana no es tanto una participación por sí misma, sino convertirse en un mecanismo de presión y vigilancia desde las organizaciones de la sociedad civil al sector público, para lograr que todas las políticas y programas se orienten a alcanzar una mejora sostenible de las condiciones de vida de la población.

Para fines didácticos, se puede dividir a la participación ciudadana en tres campos de acción:

#### *Participación Privada*

Es la que realizan las/los ciudadanos a nivel personal, con miras a cumplir algunos deberes y responsabilidades, tales como el pago de impuestos, el respeto de las leyes, el contar con un empleo para participar de la vida económica, entre otras.

### *Participación Social*

Es la que se realiza, ya sea en el ámbito geográfico o funcional inmediato, en procura de mejorar condiciones de vida para una determinada colectividad. Ejemplo: la participación en Juntas de Vecinos, en sindicatos, en grupos ecológicos, en sociedad de padres de familia, en colegios profesionales, etc.

### *Participación Política*

Es la que se realiza cuando directamente o a través de nuestros representantes, buscamos los canales institucionales del

## Recuerde

### La Participación debe ser:

- Como un derecho. La facultad de involucrarnos en el quehacer social para influir en nuestro devenir.
- Como un deber. La responsabilidad de participar en los asuntos públicos que nos interesan.
- Como un mecanismo. El instrumento mediante el cual podemos ejercer nuestros derechos y deberes.

Estado para lograr incidir en las decisiones gubernamentales.

Así, en el ordenamiento jurídico, se pueden identificar derechos, deberes y mecanismos relacionados con la presencia ciudadana en lo público; de igual forma, en ocasiones también hallaremos restricciones expresas a esta participación.

### 2.1.4. El proceso de Participación Ciudadana

El proceso de participación se inicia con la toma de conciencia de las y los ciudadanos sobre sus derechos. El conocimiento de los derechos es la esencia del Buen Vivir, porque parte de la premisa de que las/los ciudadanos están informados de sus derechos y garantías constitucionales como: salud, educación, vivienda, seguridad, alimentación, sexualidad, entre otros. Estos derechos “se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento” (artículo, numeral 1 de la Constitución).

A decir de Tatiana Ordeñana, ex Consejera de Participación Ciudadana<sup>2</sup>, la

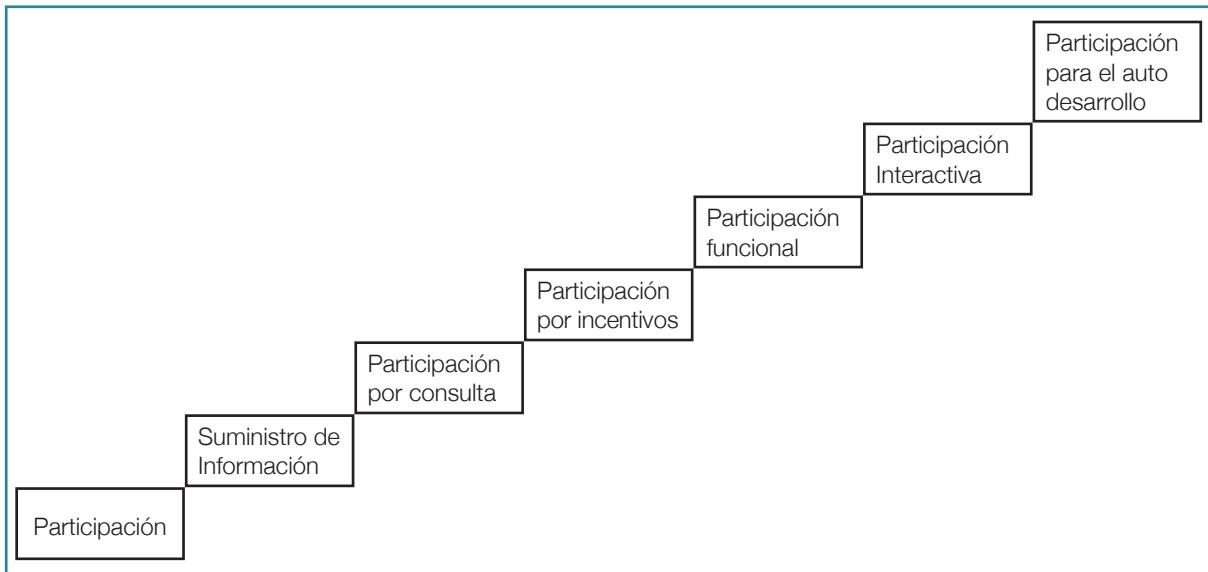
---

2. Entrevista a Tatiana Ordeñana, ex Consejera de Participación Ciudadana. Opinión desde la Academia. Mayo de 2011.

participación ciudadana es un proceso en construcción que siempre dependerá de tres factores: del conocimiento que tengan las personas sobre sus derechos, de la decisión de ejercerlos y del compromiso con su organización, su ciudad o su país.

Por ello, cuando se habla de fortalecer los procesos de mejoramiento de las capacidades de los grupos de atención prioritaria para que ejerzan sus derechos a la comunicación, es muy importante iniciar con un mejor conocimiento de estos derechos, proceso en el que pueden participar las y los Agentes de Igualdad.

La participación ciudadana puede darse de diversas formas y niveles, que van desde una participación simple o pasiva, que generalmente es conducida por agentes externos como las instituciones públicas; una participación consultiva, que se limita a responder a cuestionarios de instancias públicas, para justificar la toma de decisiones que los involucra; y, una participación proyectiva, que se da cuando las organizaciones sociales se involucran en la formulación de propuestas, plantean observaciones al sector público local o nacional y se interesan en la gestión de los asuntos que facilitan el ejercicio de los derechos de las personas y comunidades.



La tabla anterior explica visualmente la progresión de las diferentes fases de empoderamiento dentro del proceso de participación ciudadana, las cuales van desde una posición de pasividad hasta unos niveles de incidencia en la toma de decisiones sobre los asuntos públicos, mostrando un creciente nivel de adquisición de la autonomía e iniciativa de los sujetos involucrados. Los niveles de este proceso se pueden definir de la siguiente manera:

*Pasividad:* las personas presentan una actitud pasiva frente a información externa; no tienen ninguna incidencia en las decisiones y la implementación de los proyectos.

*Suministro de información:* las personas participan respondiendo a encuestas; no tienen posibilidad de influir ni si quiera en el uso que se va a dar de la información.

*Participación por consulta:* las personas son consultadas por agentes externos que escuchan su punto de vista; esto sin tener incidencia sobre las decisiones que se tomarán a raíz de dichas consultas.

*Participación por incentivos:* las personas participan proveyendo principalmente

trabajo u otros recursos, a cambio de ciertos incentivos (materiales, sociales, capacitación); el proyecto requiere su participación, sin embargo no tienen incidencia directa en las decisiones.

*Participación funcional:* las personas participan formando grupos de trabajo para responder a objetivos predeterminados por el proyecto. No tienen incidencia sobre la formulación, pero se toma en cuenta en el monitoreo y de ajuste de actividades.

*Participación interactiva:* los grupos locales organizados participan en la formulación, implementación y evaluación del proyecto; esto implica procesos de enseñanza aprendizaje sistemático y estructurado, y de la toma de control en forma progresiva del proyecto.

*La participación para el auto-desarrollo:* los grupos locales organizados toman iniciativas sin esperar intervenciones externas: las intervenciones se hacen en forma de asesoría y como socios. (T.R. Villasante, 1995)

## 2.2. Marco Legal Nacional sobre Participación

La participación ciudadana está considerada en la Constitución ecuatoriana como un derecho, una garantía y un principio. La participación ciudadana, como uno de los elementos constitutivos de la vida democrática, supone la activa inclusión de los diversas expresiones ciudadanas en la vida pública. En este marco se reconoce a la participación y se instrumenta en los siguientes articulados de la legislación vigente.

El principio de participación reconoce a los ciudadanos y ciudadanas (art. 95) a participar de manera protagónica en la toma de decisiones, control social, y planificación y gestión

La Constitución de la República del Ecuador reconoce a todas y todos los ecuatorianos como ciudadanos que gozan de «derechos» (art. 6), y consagra a la participación de la ciudadanía como un «principio fundamental», al reconocer que la soberanía radica en el pueblo y su voluntad «se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución» (art.1). Los derechos de las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos, podrán ser ejercidos,

promovidos y exigidos ante las autoridades competentes, que garantizarán su cumplimiento (art. 10 y 11). Se reconocen los derechos a participar en asuntos de interés público, a presentar proyectos de iniciativa popular normativa, a ser consultados, revocar el mandato, fiscalizar los actos del poder público, entre otros (art. 61).

Se obliga a normar los derechos que están en la Constitución; y el Estado deberá garantizar («garantías constitucionales») la participación ciudadana en la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos (art. 85). Para la Constitución, la participación ciudadana se consagra como un principio fundamental de la democracia.

### 2.2.1. Participación Ciudadana: disposiciones vigentes

Según el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, la participación ciudadana es principalmente un derecho de las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, de participar (ser parte de, incidir) de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, y en el control popular de las instituciones del Estado y la sociedad, y de

sus representantes, en un proceso permanente de construcción del poder ciudadano.

El nuevo marco constitucional y legal vigente define que todo el proceso de planificación del Estado ecuatoriano deba ser participativo, que en toda la gestión pública se pueda ejercer el control social y que toda entidad pública, o que maneje fondos públicos, deba rendir cuentas de sus actos periódicamente e interactuando con la ciudadanía. Para cumplir con estas exigencias constitucionales, el Estado deberá propiciar, promover, definir y posibilitar las condiciones para que esa participación se haga efectiva.

### 2.2.2. Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social

El Consejo de Participación Ciudadana y Control Social promueve e incentiva el ejercicio de los derechos relativos a la participación ciudadana: impulsa y establece los mecanismos de control social y la designación de las autoridades que le corresponde de acuerdo con la Constitución y la Ley.

A continuación se propone el contenido del artículo 2 de la ley, el cual eficazmente define los espacios y términos de la participación ciudadana:

Art. 2.- De los Principios Generales.- El Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, además de los principios constitucionales se regirá por los siguientes:

1. Igualdad.- Se garantiza a las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, iguales derechos, condiciones y oportunidades para participar, incidir y decidir en la vida pública del Estado y la sociedad.

2. Ética Laica.- Se garantiza el accionar sustentado en la razón, libre de toda presión o influencia preconcebida y toda creencia confesional, por parte del Estado y sus funcionarios.

3. Diversidad.- Se reconocen e incentivan los procesos de participación basados en el respeto y el reconocimiento del derecho a la diferencia, desde los distintos actores sociales, sus expresiones y formas de organización.

4. Interculturalidad.- Se valoran, respetan y reconocen las diversas identidades culturales para la construcción de la igualdad en la diversidad.

5. Deliberación Pública.- Se garantiza una relación de diálogo y debate que construya argumentos para la toma de decisiones en torno a los asuntos de interés público para la construcción del buen vivir.

6. Autonomía social.- Los ciudada-

nos y ciudadanas, en forma individual o colectiva, deciden con libertad y sin imposición del poder público, sobre sus aspiraciones, intereses y la forma de alcanzarlos; observando los derechos constitucionales.

7. Independencia.- El Consejo actuará sin influencia de los otros poderes públicos, así como de factores que afecten su credibilidad y confianza.

8. Complementariedad.- El Consejo propiciará una coordinación adecuada con otros organismos de las Funciones del Estado, los diferentes niveles de gobierno y la ciudadanía. Podrá requerir la cooperación de otras instancias para alcanzar sus fines.

9. Subsidiaridad.- El Consejo actuará en el ámbito que le corresponda en los casos que no sean de competencia exclusiva de otros órganos de la Función de Transparencia y Control Social u otras Funciones del Estado, evitando superposiciones.

10. Transparencia.- Las acciones del Consejo serán de libre acceso a la ciudadanía y estarán sujetas al escrutinio público para su análisis y revisión.

11. Publicidad.- La información que genere o posea el Consejo es pública y de libre acceso, salvo aquella que se genere y obtenga mientras se desarrollan procesos de investigación de acuerdo a la Constitución y la ley.

Fuente: Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social, 2010.

El Art. 2 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social establece los principios básicos de la participación ciudadana que se resumen en el siguiente cuadro:

## Recuerde

### Principios básicos de la participación:

- Igualdad
- Ética Laica
- Diversidad
- Interculturalidad
- Deliberación Pública
- Autonomía social
- Independencia
- Complementariedad
- Subsidiaridad
- Transparencia
- Publicidad
- Oportunidad

### Art. 2. Ley Orgánica de participación ciudadana y control social

### 2.2.3. Participación y empoderamiento de la comunidad

La participación además que un derecho constituye un verdadero beneficio para la representación democrática, la integración y la calidad de los procesos sociales. Orienta los posibles caminos para poner en práctica el accionar del Estado en los territorios, su interacción con la sociedad civil, con las organizaciones y movimientos sociales, con la ciudadanía en general, con los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) y con otras instituciones del Estado presentes en el territorio.

Efectivamente, en virtud del involucramiento de la ciudadanía en los procesos de decisión, se puede lograr un entendimiento profundo de problemas complejos que afectan directamente o indirectamente a las personas. Además, la población local puede analizar directamente los resultados y tomar

decisiones en base a las informaciones que ella misma ha producido.

En el proceso de participación ciudadana se instauran sinergias virtuosas de movilización y organización de las personas alrededor de los temas que ellas consideran relevantes para su propio desarrollo, estimulando una colaboración constructiva entre sociedad civil y mecanismos de protección social.

Otro beneficio consiste en la auto-capacitación de la comunidad respecto a procesos de identificación, análisis y resolución de conflictos y problemas. Por fin, tiene un papel determinante en el desarrollo de la auto-estima, sistematizando y revalorizando la experiencia y los conocimientos locales, además de un aumento de la integración y cohesión sociales, horizontales y verticales, las cuales disminuyen y humanizan la distancia entre comunidad y clase política dirigente.

Para finalizar el tema se sugiere realizar el siguiente foro:

### Dinámica: Experiencias sobre participación

- **Objetivo:** Participar de las experiencias positivas o negativas de los integrantes del taller e identificar las formas de participación y no participación ciudadana.
- **Tiempo:** 45 minutos

- **Descripción:**

Se da el espacio para que los/las participantes expongan sus experiencias sobre participación ciudadana en asambleas, veedurías, cabildos, etc. en las cuales han asistido, formado parte o conozcan.

- **Para trabajar con personas con discapacidad**

En esta actividad pueden participar sin dificultad las personas con discapacidad, ya que es un espacio en el que todos se expresan y no se necesita de movilidad alguna.

#### 2.2.4. Mecanismos de Participación Ciudadana

El conocimiento empodera a las personas, les otorga seguridad para exigir, cuestionar, pedir, demandar, proponer, fiscalizar, vivir. En eso radica la esencia de los derechos, en proveer a las personas certezas de cómo desarrollarse en su ciudad, de cómo actuar ante sus pares y ante el propio Estado. Ese empoderamiento nos dota de voluntad para ejercer los derechos y por tanto, cumplir un factor importante de la participación ciudadana que sólo depende del compromiso individual y colectivo con nuestras organizaciones y con nuestros entornos (ciudad o país).

El ejercicio de los derechos a la comunicación debe partir por un mejor conocimiento de los derechos tutelados en la

Ley Orgánica de Comunicación, además conocer y analizar las formas de ejercer estos derechos y los espacios para exigir su cumplimiento cuando ¿estos han sido vulnerados.

En la legislación vigente, se definen las instancias locales de participación como los espacios conformados por: autoridades electas, representantes del régimen dependiente y representantes de la sociedad en el ámbito territorial de cada nivel de gobierno.

La máxima autoridad de cada gobierno es el responsable de la convocatoria, y cuyos delegados serán designados prioritariamente por las Asambleas Ciudadanas Locales. Las instancias de participación se deben convocar cuando se requieran para cumplir sus finalidades, no menos de tres veces al año (art. 65 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana - LOPC).

Para la implementación de las instancias locales de participación se utiliza un conjunto articulado y continuo de: mecanismos, procedimientos e instrumentos. La Ley Orgánica de Participación Ciudadana – LOPC, señala como instrumentos con los que cuenta la ciudadanía, de forma individual o colectiva, para participar en la gestión pública de todos los niveles de gobiernos (art. 72 de la LOPC), entre otros, los siguientes:

- Las Audiencias Públicas (arts. 73-75 de la LOPC).
- Veedurías (arts. 78 y 84 de la LOPC).
- Observatorios (art. 79 de la LOPC).
- Consejos consultivos (art. 80 de la LOPC).
- Rendición de cuentas (art. 88 de la LOPC).

En el caso específico de la comunicación, las/los Agentes de Igualdad podrán apoyar a las personas y organizaciones a participar en los siguientes espacios:

1. Defensoría de audiencias.- en cada medio de comunicación debe existir una persona nombrada por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, que cumpla la función de receptor y atender los reclamos de las y los ciudadanos.

2. Consejos Ciudadanos.- son órganos y asesoría de los medios públicos que tienen como principales objetivos vigilar que los contenidos difundidos por dichos medios respeten y promuevan los derechos de la comunicación; además de contribuir a mejorar la oferta comunicacional que estos medios proponen.
3. Observatorios.- son espacios organizados por la ciudadanía para analizar contenidos mediáticos.

Entonces las/los Agentes de Igualdad deben promover tanto el conocimiento de los derechos a la comunicación establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, como los mecanismos y las instancias en las que las personas y organizaciones ejerzan activa y críticamente estos derechos en la sociedad, cumpliendo de esta manera los tres factores clave de la participación: conocimiento, decisión y compromiso con el ejercicio de los derechos.

## Evaluación

Para los contenidos desarrollados en este módulo, se pueden plantear las siguientes preguntas:

- a)** ¿Qué es participación ciudadana?
- b)** ¿Cuál es el proceso de participación ciudadana?
- c)** ¿Qué mecanismos de participación existen?

## Bibliografía

- CPCCS. Ley de Participación Ciudadana – Glosario, Obtenido de sitio web [www.cpcacs.gob.ec](http://www.cpcacs.gob.ec), 19 de Mayo 2015
- CPCCS. Ley de Participación Ciudadana, Obtenido de sitio web: [www.cpcacs.gob.ec/?mod=promointer&item=2](http://www.cpcacs.gob.ec/?mod=promointer&item=2)), 19 de Mayo 2015.
- UASB. Participación Ciudadana. Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/padh/revista14/documentos/que%20es.htm>, 19 de Mayo 2015.
- T.R. Villasante, (1994), De los movimientos sociales a las metodologías participativas, (en Delgado, Gutiérrez, Métodos y Técnicas cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales. Síntesis. Madrid.)
- T.R. Villasante, (1995), Las Democracias Participativas. (HOAC. Madrid.)
- Consejo de Participación Ciudadana y Control Social 2010, Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social. Registro Oficial No. 175 del 20 abril. Quito.
- Constitución de la República del Ecuador 2008. Registro Oficial No. 306. Registro Oficial del 22 de octubre. Quito.
- SENPLADES, Zona de Planificación 4. 2010. Agenda Zonal para el Buen Vivir. Quito: Imprenta Monsalve Moreno.
- Reglamento General de Veedurías Ciudadanas, 2010. Resolución No. 014-015- 2010-CPCCS. Registro Oficial No 226, jueves 1 de julio.
- Villalobos, Joaquín, (2009), Las fortalezas del sistema democrático en procesos de cambio. Ed. Buenaventura.

# MODULO 3

## EL ROL DE LA/DEL AGENTE DE IGUALDAD EN EL ANÁLISIS CRÍTICO DE LOS MEDIOS

### Objetivo del módulo:

Formar Agentes de Igualdad para que desarrollen, consoliden y, a su vez, transmitan conocimientos y herramientas para el análisis crítico de los contenidos comunicativos mediáticos, con énfasis en el tratamiento de los grupos de atención prioritaria.

### Descripción

Este módulo presenta reflexiones teóricas y actividades prácticas que permiten la adquisición de competencias para el análisis y decodificación, aplicadas al material mediático (fotográfico, audiovisual, audio y escrito) del ámbito de la publicidad (institucional y comercial) y la información.

En particular, en el análisis crítico propuesto se promueve una vigilancia especial sobre la representación de los grupos de atención prioritaria. Esta visión se cumple inicialmente a través de una reflexión sobre el fenómeno de los estereotipos en razón de sexo, etnia, género, discapacidad y otros factores de discriminación; secundariamente se explora el potencial manipulador de los mensajes mediáticos y las técnicas utilizadas para lograr efectos de exclusión, jerarquización y segregación social. Por fin se realiza un análisis del lenguaje como herramienta de transformación social y empoderamiento.

Estos temas, lejos de ser casuales, están ordenados y diseñados para acompañar a las/los futuras/os Agentes de Igualdad en un camino que parte de una introspección, se desarrolla en una observación crítica, y culmina en un espacio creativo donde las técnicas aprendidas se implementan de forma activa y consciente para crear alternativas comunicativas empoderadas.

## Introducción

La comunicación mediática no es neutral ni, consecuentemente, puede ser imparcial la representación de la realidad

que ésta propone: detrás de sus códigos y mensajes se esconden valores y significados que son producto de una jerarquización social.

El papel de la/del Agente de Igualdad, al respecto, consiste en prevenir y corregir las representaciones estereotipadas, fomentar la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación y visibilizar el aporte de los grupos silenciados como, por ejemplo, los grupos de atención prioritaria.

En línea con esta finalidad, la/el Agente de Igualdad necesita desarrollar dos destrezas en particular: saber distinguir claramente la discriminación y los estereotipos generalmente contenidos en los medios, y facilitar recomendaciones efectivas para una comunicación incluyente y equitativa.

Este módulo se propone entregar las herramientas básicas para impulsar el desarrollo de estas destrezas, las cuales tienen aplicación transversal en muchos ámbitos donde se requiera la intervención de este perfil profesional: entre otros, la vinculación de los mensajes de una organización social con los medios, la creación de canales comunicacionales comunitarios, la observación y el monitoreo activo de la representación de los grupos de atención prioritaria en los medios de comunicación, la incidencia

social, la integración de la igualdad en la comunicación interna y externa de cualquiera organización.

## 3.1. Estereotipos en los medios y su origen social

### 3.1.1. Los estereotipos como productos y productores de desigualdad

Los estereotipos son imágenes e ideas preconcebidas que categorizan a los individuos de acuerdo con su sexo, apariencia, edad, etnia, orientación sexual, procedencia, etc.

Son concepciones simplificadas, exageradas e indiferenciadas que obstaculizan nuestra libre percepción, imponiendo expectativas positivas o negativas pre constituidas.

Los estereotipos en los medios de comunicación son expresión de una cultura hegemónica que a menudo excluye, marginaliza y denigra a las personas pertenecientes a los grupos de atención prioritaria, a través de un uso impropio del lenguaje audiovisual, fotográfico, tanto periodístico como publicitario.

Los medios de comunicación se delinean entonces como autores y reproduc-

tores de desigualdades sociales, pero principalmente como productos y resultados de dinámicas de exclusión, marginación y discriminación que provienen del ámbito social.

Teresa de Lauretis (1987) en su libro “Tecnologías de género” afirma que “la construcción del género es al mismo tiempo el producto y el proceso de su representación”: los estereotipos de género entonces, como por ejemplo la producción de identidades pre-construidas masculinas y femeninas, son representaciones que a su vez derivan de prácticas socioculturales e instituciones capaces de crear significados y valores.

Es evidente entonces que se trata de un proceso de influencia circular entre significados y significantes, y que la solución no reside en la demonización de los medios, sino en la habilidad de cada persona de auto-cuestionarse para detectar aquellas amenazas a nuestra inteligencia, percepción y habilidad de profundizar la realidad –los estereotipos- para después de-construirlos, erradicarlos o hacer que sean inofensivos.

Los estereotipos pueden tener una connotación positiva o negativa y tienen un contenido dinámico: por ejemplo, una misma etnia puede ser estereotipada por un país como exótica o como amenaza, según del contexto histórico de elaboración.

Para simplificar, podemos clasificar los estereotipos como a continuación:

### a) Estereotipos de género:

Contenido: Atribuyen características, expectativas, ambiciones y habilidades a hombres y mujeres en virtud de su sexo.

Cómo se representan: Asocian a las mujeres sensibilidad, maternidad, belleza, cuidado, dependencia, el papel de objeto sexual, frivolidad e incompatibilidad a ocupar puestos de poder o relevancia institucional; en cambio, asocian a los hombres la fuerza física y emotiva, el papel de proveedores, agresividad, libertad sexual, y habilidad de gestión de la vida pública.

### b) Estereotipos por etnia:

Contenido: Proyectan características específicas a personas por su pertenencia (o atribución) a determinadas etnias y culturas, en razón del color de su piel o lugar de origen.

Cómo se representan: Por ejemplo, con expresiones como “los árabes son terroristas”; “todos los afros saben bailar”; “las personas indígenas son salvajes”, etc.

### c) Estereotipos por clase social:

Contenido: Atribuyen características y comportamientos a las personas en razón de su nivel de ingresos.

Cómo se representan: Por ejemplo con afirmaciones cuales “las personas ricas son arrogantes”, “las personas pobres son ignorantes”.

### d) Estereotipos en base a la edad:

Contenido: Asocian intereses y comportamientos a las personas en razón de su edad.

Cómo se representan: Afirmando que todas las personas jóvenes son irrespectuosas, influenciables por la moda, sin voluntad, sin valores; y las personas ancianas son socialmente inútiles, dependientes, improductivas o sabias.

### e) Otros Estereotipos (en base a la profesión, orientación sexual o combinación de factores).

Contenido: Imputan características o acciones específicas a un grupo de personas en base a su profesión, situación civil, orientación sexual, identidad sexual, etc.

Cómo se representan: Asociando, por ejemplo, el artista a una persona deprimida, el bailarín a un homosexual, el homosexual a una conducta sexual promiscua, la actriz a una persona emotivamente variable, la madre soltera a la irresponsabilidad.

### 3.1.2. La interiorización de los estereotipos y su reproducción mediática

El origen de los estereotipos reside en la misma interacción social; en particular éstos se alimentan de algunos fenómenos específicos, como machismo, racismo, clasismo y homofobia, que se acomunan por su intento de jerarquizar culturas e identidades, y que encuentran en los estereotipos un vehículo ideal para legitimar sus discursos abusivos y violentos.

Por su naturaleza social, la interiorización de los estereotipos afecta a todos y todas, incluso a las personas discriminadas por los mismos (en este caso se habla de “interiorización” de los estereotipos), a veces limitando su autoestima, expectativas, autopercepción, y tiene origen en diferentes aspectos.

Primariamente los estereotipos, en virtud de su simplificación, ofrecen una solución más cómoda respecto a la opción deses-

tabilizante y fatigante de profundizar, comprobar y cuestionar nociones. Procuran el sedante engaño de tener el control sobre una situación que se desconoce o que en todo caso se puede conocer sólo parcialmente. Además, a menudo se presentan en formas sutiles, las cuales impiden su reconocimiento, o perversas (como el paternalismo benevolente) que los hacen aparecer inocuos y atractivos.

Desde una perspectiva de psicología cognitiva, los estereotipos se nutren de los “sesgos cognitivos” los cuales consisten en una distorsión de la percepción debida a un prejuicio: la información se procesa de forma alterada, filtrada, en virtud de nuestros prejuicios o experiencias anteriores (directas o indirectas) y en línea con esta “inclinación” condiciona nuestro aprendizaje.

Por fin, desde una perspectiva de las ciencias sociales, el factor realmente determinante que permite que los estereotipos sean absorbidos por grupos extensos de personas, condicionando por siglos sus percepciones y comportamientos, es su relación estrecha con el poder. Es intuitivo que la difusión de mensajes sea una prerrogativa de aquellos grupos que tienen el acceso y control de la información y de la comunicación; la consecuencia directa de este aspecto, aunque menos intuitiva, es el uso político de los

estereotipos como herramienta legitimadora de consensos, poder y a menudo violencia.

En las palabras de Susan Dente Ross (2011):

En cierta medida, en vez que expandir el mercado de las ideas o la diversidad de voces que se contienden la esfera pública, los medios siguen desproporcionadamente a reproducir, redistribuir y magnificar los mensajes potentes y las imágenes de las muy pocas personas que controlan los gastos de los grandes conglomerados mediáticos. (Traducción propia del inglés).

Así el poder mediático se expresa en su misma disimulación: los estereotipos en los medios resultan potentes e influyentes porque esconden su relación con el poder y crean la ilusión del arbitrio, de la variedad de perspectivas y de libertad, así que los consumidores y consumidoras de mensajes no advierten los intereses de poder detrás de su fascinación.

Un ejemplo de disimulación (y al mismo tiempo afirmación) de las jerarquías de poder, operado por los medios, es el lenguaje publicitario, el cual –para conseguir la persuasión– se apela a dos tipos de solicitud: racional y emotivo. Esta técnica ha sido utilizada ampliamente en el marketing porque se conecta profundamente con la polaridad radica-

da en el pensamiento occidental desde Platón fundando el dualismo del mundo masculino y femenino, blanco y negro, civil y salvaje, mente y cuerpo, público y privado. Los dos términos del dualismo, sin embargo, no tienen el mismo valor: uno es positivo y el otro negativo, lo que refuerza una jerarquización, la cual es la misma que está a la base de fenómenos sociales como el imperialismo, el racismo, el androcen-trismo, la heteronormatividad, etc.

En los próximos apartados se profundizará cómo reconocer la manipulación de los estereotipos en los medios y cómo activar nuestros conocimientos para invertir estas dinámicas abusivas hacia mecanismos simbólicos virtuosos, constructores de igualdad.

## METODOLOGÍA

Para el desarrollo metodológico de este tema se elige dar prioridad a la práctica, la emotividad y la interacción de las personas, y solo en una segunda fase es recomendable pasar a la conceptualización, para permitir que los ejercicios sean llevados con espontaneidad y se perciba la naturaleza social de la construcción de los estereotipos y su interiorización. A continuación se propone el orden que se sugiere utilizar para una capacitación grupal.

## Dinámica: “Frases y Dichos”

- **Objetivo:** explorar la radicación social de los estereotipos y reconocer su arbitrariedad.
- **Tiempo:** 40 minutos
- **Materiales:** computadora, proyector, tarjetas “ni ricos ni machotes ni frágiles princesas”<sup>2</sup>, tarjetas de color, pizarra, marcadores, cinta adhesiva.
- **Descripción:**

La dinámica consiste en dos partes consecutivas. La primera se centra en los estereotipos de género y la segunda se extiende a otros factores de discriminación, cuales etnia, edad y discapacidad.

Primera parte: Se divide en grupos de 4 o 5 personas. A cada grupo se le entregan diez tarjetas “ni ricos machotes ni frágiles princesas” y se le solicita que clasifiquen las frases con las que están de acuerdo, en desacuerdo y aquellas para que no hubo consenso.

Se socializan las respuestas en plenaria y se pegan las tarjetas en el pizarrón divididas por categoría de hombres y mujeres.

Segunda parte: Las personas ahora se dividen en grupos de dos o tres y a cada uno se le asigna un grupo de atención prioritaria u otra categoría social: personas indígenas, afrodescendientes, personas discapacitadas, madre soltera, personas mayores, personas adolescentes, personas montubias. Cada pareja o grupo tendrá que escribir en las tarjetas de color algunas frases, intereses o representaciones estereotipadas sobre el grupo asignado.

Desde la facilitación se pegan las tarjetas en el pizarrón ordenadas por categoría; al final se propone mover las tarjetas de una categoría a otra para demostrar la arbitrariedad cultural de estos estereotipos: las características socialmente asignadas a hombres pueden también pertenecer a mujeres y viceversa; lo mismo puede aplicarse para las demás categorías.

Se solicita el debate con las siguientes preguntas:

¿Qué pasa si muevo esta característica a otra categoría?

---

2. Las tarjetas “ni ricos ni machotes ni frágiles princesas” forman parte del material de capacitación en Género y Desarrollo elaborado por Catholic Relief Services – CRS.

- ¿Las personas mayores pueden tener esta característica de una persona joven?
- ¿Los hombres pueden ser sensibles?
- ¿Y las mujeres agresivas?
- ¿Cuántas cosas más pueden hacer/ser las personas afrodescendientes/indígenas?
- ¿De dónde llegan estas atribuciones?

- **Para trabajar con personas con discapacidad visual**

Las personas con discapacidad visual pueden igualmente participar de la actividad simplemente con la ayuda de un/a compañero/a de grupo que puede escribir y leer las tarjetas por su parte. En caso de que haya personas con discapacidad visual es necesario que la facilitación sea muy explícita en cada momento que se refiere a un mensaje escrito, el cual tiene que ser leído en voz alta.

## Dinámica: “Experiencias mediáticas”

- **Objetivo:** investigar la afectación que producen los estereotipos mediáticos
- **Tiempo:** 20 minutos
- **Materiales:** hojas, marcadores, pizarra.
- **Descripción:**

Individualmente se describe en una cartulina la experiencia de sentirse afectado/a por un estereotipo mediático y en plenaria se reflexiona sobre la misma como indicado a continuación. La persona que facilita el taller divide el pizarrón en tres partes recogiendo cada experiencia para visibilizar: el tipo de medio, el contenido y los sentimientos que describen la afectación individual.

En plenaria se analizan los elementos emergidos.

- **Para trabajar con personas con discapacidad visual**

Las personas con discapacidad visual pueden participar de la actividad simplemente con la ayuda de un/a compañero/a de grupo que puede escribir y leer las tarjetas por su parte.

Después de las primeras dos dinámicas se sugiere realizar la **exposición sobre el tema 3.1. Estereotipos en los medios y su origen social**, para conceptualizar los siguientes aspectos:

- Definición de los estereotipos
- Contenido y connotaciones
- Clasificación

- Los medios como reproductores de desigualdad social
- Las razones detrás de la interiorización de los estereotipos, evidenciando la relación con el poder.

Se cierra la exposición con las proyecciones audiovisuales indicadas a continuación.

## Proyección audiovisual

- **Material:** Computadora, proyector
- **Objetivo:** Los videos propuestos tienen como finalidad respectiva explorar el fenómeno de la interiorización de los estereotipos, el efecto cómico provocado de la ruptura de estereotipos, y por fin el uso activo de los estereotipos como estrategia para crear concientización social.

- **Descripción:**

### 1) Discriminación en México

**Dirección web:** <https://www.youtube.com/watch?v=2QabixjMJhg>

**Duración:** 4'

**Facilitación:** Se solicita el debate a través de estas preguntas: “¿Qué piensan de este experimento? ¿Es una comunicación eficaz? ¿Hay límites en esta idea comunicativas?”. La facilitación debe guiar el grupo hacia las fortalezas y limitaciones de esta idea comunicativa: por una parte el mérito de sensibilizar sobre el racismo y la interiorización de estereotipos; por otra parte la elección de proponer un dualismo blanco-negro sin alternativas y la falta de informaciones más detalladas sobre el entorno social de los niños y niñas protagonistas del experimento.

**Para trabajar con personas con discapacidad visual:** Antes de proyectar el video la facilitadora/el facilitador presenta el tema, después de la proyección realiza un breve resumen para que todas las personas puedan participar al debate.

## **2) Hombres Viejos Bailando**

**Dirección web:** <https://www.youtube.com/watch?v=q7nZ4FkKhmU>

**Duración:** 4'

**Facilitación:** A partir de este video lúdico se recoge las reacciones de las personas y reflexiona entorno a sus criterios.

Para trabajar con personas con discapacidad visual o auditiva: Este video es opcional y puede ser evitado en caso que haya personas con discapacidad visual o auditiva.

## **3) Charlas TED - Maysoon Zayid: Tengo 99 problemas y la parálisis cerebral es solo uno de ellos.**

**Dirección Web:** <https://www.youtube.com/watch?v=O0yeZ3gP2Do&list=PLdEwDffdaW-GkOcNGvHOTI9XtDdpOCEiXe>

**Duración:** 15' (no es necesario ver todo el video: los primeros 5 minutos son suficiente para empezar un debate)

**Facilitación:** se recogen impresiones e ideas de las personas participantes y se estimula el debate sobre la función de la ironía como vehículo de comunicación de un tema difícil.

**Para trabajar con personas con discapacidad visual:** Siendo un video en idioma inglés con subtítulos en español, se recomienda que la persona facilitadora sienta al lado de la persona con discapacidad y lea los subtítulos para ésta.

## 3.2. Las lecturas múltiples de los mensajes: el potencial manipulador de la comunicación

Los mensajes son conceptos fluidos, dinámicos, que conllevan múltiples niveles de lectura e interpretación.

La lectura de un mismo mensaje varía según el aspecto donde pongamos nuestra atención en cuanto destinatarias y destinatarios del mismo. Donde caiga nuestra atención no es un proceso casual, sino el resultado de muchos elementos objetivos y subjetivos. Distinguir estos elementos es crucial para poder entender el potencial manipulador que los mensajes conllevan.

En el análisis de cualquier mensaje (imagen, texto, audio) podemos distinguir un nivel denotativo y connotativo:

- el nivel denotativo se basa en las evidencias, se expresa en la descripción objetiva de signos, elementos visuales y auditivos. En un análisis denotativo se incluye el estudio de los varios elementos que componen el mensaje desde un punto de vista exclusivamente sensorial o perceptivo.

- el nivel connotativo es una lectura subjetiva del documento que incorpora las asociaciones y valoraciones de la persona que la analiza. Nos remite a valores estéticos, emotivos y culturales.

A continuación se indicarán como aplicar estos dos niveles de lectura a mensajes mediáticos visuales, escritos y auditivos.

### Metodología:

La metodología utilizada para el segundo tema del módulo es altamente participativa. El rol de la facilitación consiste en explicar los elementos de análisis críticas de imágenes, textos y audios, con el soporte de material mediático actualizado, estimulando constantemente la reflexión.

#### 3.2.1. Análisis denotativo y connotativo de una imagen mediática

En el análisis denotativo se consideran los elementos visuales desde el punto de vista de su percepción: forma, color, luz, posición, relación.

En el análisis connotativo se analizan los siguientes aspectos:

### 1) El medio utilizado:

- Tipología: periódico, cartel publicitario, televisión, internet, radio, etc.
- Código: escritura, imagen, audio, video, combinación de códigos.
- Características del canal: tendencias políticas o religiosas, afiliación con otros intereses, concepto comunicativo del canal, estilo del canal.

### 2) El público de referencia:

- Composición sociodemográficas: edad, sexo, estudios, etnia, etc.
- Composición socioeconómica: clase social, nivel cultural, nivel formativo, etc.
- Composición psicológica: actitudes, conductas, intereses, estilos de vida, etc.

### 3) El mensaje:

- Finalidad: persuadir, informar, llamar la atención, emocionar, evocar;

- Registro: formal, informal, irónico, sensual, etc.
- Slogan y el texto secundario: en qué forma influencia la lectura de la imagen;
- Función de tonos y colores: evaluar si y como se asignan determinadas gamas de colores y tonos a cada sexo, grupos sociales, ideologías, sentimientos, etc.;
- Función de la dirección de la imagen: analizar si la imagen está enfocada desde arriba o abajo, si se muestra el cuerpo entero o un detalle, si se le asocia el estado o el movimiento. A cada una de estas elecciones corresponde una intencionalidad de minimizar, esconder, atribuir pasividad o acción.
- Elementos de impacto positivo o negativo: se utilizan para provocar bienestar o contraste en el receptor, a menudo de forma subliminal.
- Personajes estereotipados o modelos de admiración: cuestionar si las personas representadas incitan admiración, posesión o rechazo, refuerzan jerarquías y roles u ofrecen alternativas.

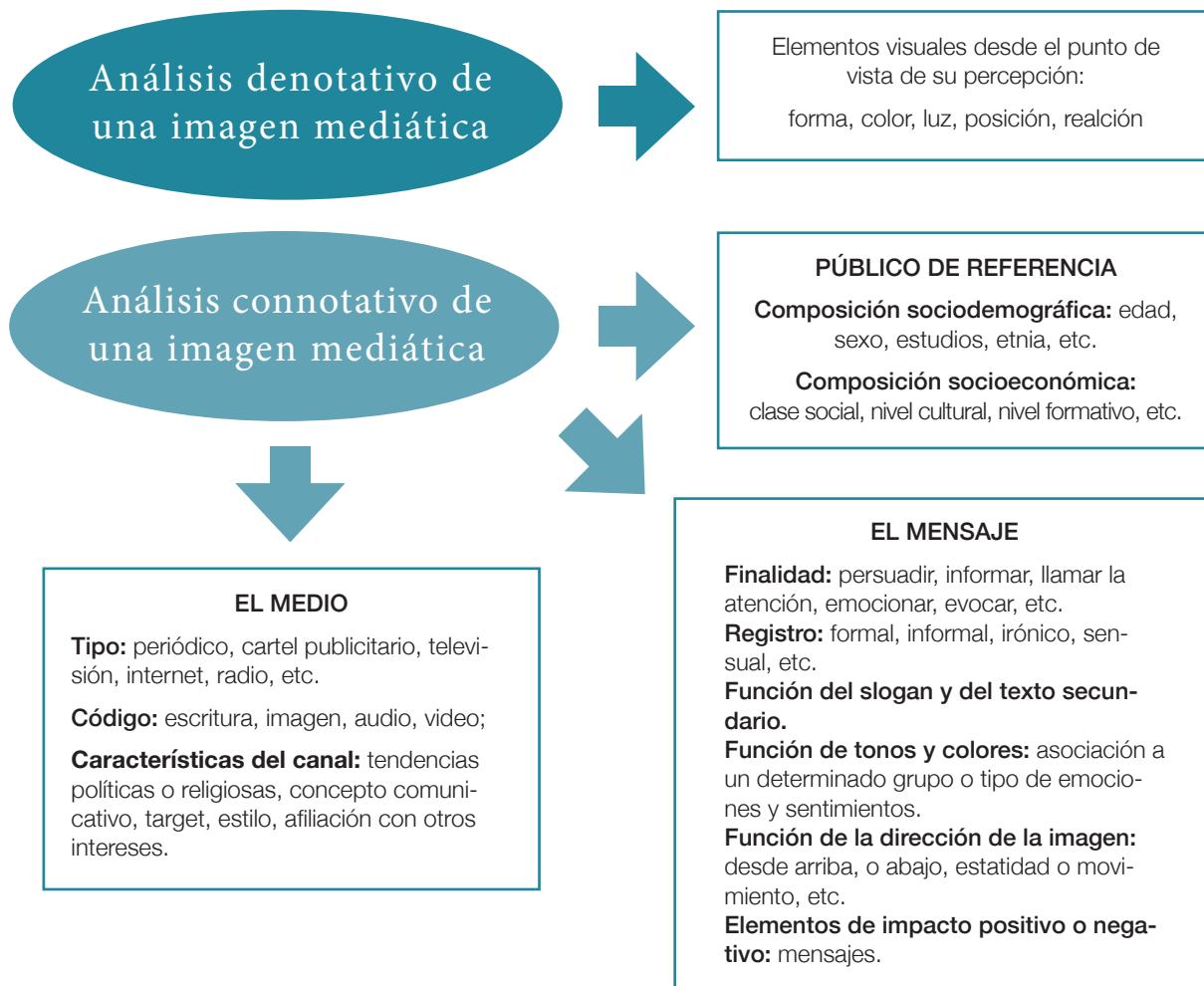
## Dinámica: “Análisis de imágenes mediáticas”

- **Objetivo:** Realizar el análisis denotativo y connotativo de una imagen mediática.
- **Tiempo:** 20 minutos
- **Materiales:** Computadora, proyector.
- **Descripción:**  
Análisis denotativo y connotativo de imágenes mediáticas, guiado desde la facilitación.
- **Para trabajar con personas con discapacidad visual:**  
Al ser éste un ejercicio visual, se recomienda que desde la facilitación se haga explícita una descripción de las imágenes propuestas, para que todas las personas tengan igual acceso a todos los elementos que sirvan de base para su análisis.

Véase a continuación el desarrollo de la dinámica:

## 1. Análisis denotativo y connotativo de una imagen mediática

Analice la tabla siguiente:



## 2. El público de referencia de los mensajes

**Objetivo específico:** Educar al grupo para que reconozca los elementos de las imágenes las cuales revelan el perfil del público destinatario del mensaje.

Para conseguir este objetivo es necesario que la facilitación evidencie que las personas destinatarias del mensaje no siempre están representadas explícitamente: en su lugar, a menudo se representan objetos, estilos, colores u otros elementos.



Fuente: [www.caser.es](http://www.caser.es)



Fuente: [www.androforall.com](http://www.androforall.com)



Fuente: [www.fitnessports.es](http://www.fitnessports.es)

Reconozcan y describan los públicos de los mensajes, contemplando los siguientes aspectos:

- Análisis sociodemográfico
- Composición socioeconómica
- Composición psicológica.

### 3. El papel del texto de acompañamiento

**Objetivo específico:** Sensibilizar a las audiencias sobre la función orientativa que tiene el texto en la lectura de la imagen, para formular opciones alternativas e incluyentes.



Fuente: [www.msssi.gob.es](http://www.msssi.gob.es)

Conteste a las preguntas:

1. ¿Qué rol desempeña el texto para la interpretación del mensaje?
2. ¿El mensaje cumple con su función social?
3. Analice la diferencia entre “ridículo” y “vulnerable”.
4. ¿Qué cambios introduciría en esta comunicación?

## 4. Los elementos de impacto

**Objetivo específico:** Orientar al grupo para que desarrolle una lectura profunda del texto, que no se limite a los protagonistas y la acción principal sino que se extienda a todos los elementos de contexto, el uso de colores y símbolos, los mensajes subliminales, la inducción de sensaciones y el fortalecimiento de estereotipos.



Fuente: facebook.com/maximuscle



Fuente: fmacys.com/materialgirl

Conteste a las preguntas:

1. ¿Qué hay detrás de este uso del color?
2. ¿En qué forma distinta se usa el cuerpo del hombre y de la mujer?
3. ¿Puede reconocer elementos que sugieren libertad en una imagen y sumisión en la otra?
4. Reflexione sobre el uso del adjetivo “real” para el hombre y “material” para la mujer.

## 5. Estereotipos en los mensajes

**Objetivo específico:** Entrenar la habilidad de análisis de los varios roles presentes en los mensajes mediáticos. Es necesario que los y las agentes de Igualdad sepan distinguir el uso de estereotipos también en la comunicación que pretende ser políticamente correcta. Para desarrollar esta destreza es oportuno cuestionar cada rol representado en los mensajes, su función activa o pasiva, su participación en relaciones de subordinación y dominación, y su capacidad de ofrecer una alternativa transformadora para el imaginario colectivo.



Fuente: [www.mtas.es](http://www.mtas.es)

### Tips de facilitación

Guiar en la lectura del papel de los personajes: visibilizando su posible origen, su función, ayudando a identificar los roles de responsabilidad omitidos (por ejemplo: los hombres nunca parecen practicar las actividades de cuidado).

Conteste a las preguntas:

1. ¿Puede individualar algunos estereotipos?
2. En este mensaje, ¿de quiénes son responsabilidad los cuidados?
3. ¿La persona anciana representada tiene un rol activo o pasivo?

### 3.2.2. Análisis denotativo y connotativo de un texto mediático

El análisis denotativo de un texto se refiere al idioma utilizado, el signo, la composición textual, y los aspectos gramaticales, lógicos y fonéticos.

El análisis connotativo de textos mediáticos tiene muchos elementos en común con los mencionados para las imágenes, además de otros aspectos exclusivos de la escritura.

Según la manipulación de los elementos de un texto, se pueden originar diferentes efectos para reproducir dinámicas sociales de exclusión y desigualdad. A continuación se presentan algunas de las técnicas más utilizadas:

**I. Omisión:** Pasa cuando se omite deliberadamente la presencia, la perspectiva o el aporte de una persona en una determinada situación. Un ejemplo periodístico de esta técnica es la casi total omisión de historias con protagonistas mujeres en las portadas de los periódicos. La consecuencia de esta práctica es su exclusión simbólica de la vida pública, el desconocimiento de su aporte en la sociedad, junto a la desvalorización de su trabajo de cuidado.

**II. Segregación:** Se expresa en la asociación de un grupo a un determinado campo semántico, tema, características, tipo de acciones, colores, tonos, con el resultado de relegarlo a una identidad pre confeccionada, fortaleciendo estereotipos, jerarquías y roles sociales.

La asociación de las personas mayores a asuntos de cuidado y dependencia son ejemplos de este fenómeno.

**III. Metonimia:** Es una figura retórica que puede tener varios contenidos. El primer tipo de metonimia es la utilización de “la parte para indicar el todo”: un ejemplo puede ser un título periodístico como “Sillas de rueda en las pasarelas” donde las sillas de ruedas sustituyen a las personas con discapacidad. Este uso del lenguaje tiene como consecuencia la re-victimización de un grupo históricamente discriminado porque limita su representación a la discapacidad.

Otro tipo de metonimia es “indicar el todo por la parte”: es el caso de un título periodístico que afirme “jóvenes ensucian paredes”: en este caso el efecto es generalizar la acción de un grupo (la parte) para reforzar estereotipos sobre las personas jóvenes (el todo).

Indicar “la causa para el efecto” es también un tipo de metonimia: es frecuente

leer artículos periodísticos sobre casos de femicidios donde se enfatizan las razones que han provocado la ira del asesino para justificar o normalizar el acto.

“El efecto para la causa”, por fin, pasa cuando por ejemplo se pone el acento sobre las repercusiones negativas que una manifestación ciudadana ha provocado al tráfico de la ciudad, omitiendo o citando solo débilmente las razones de la protesta.

Es evidente como la aplicación de la metonimia en la elaboración de mensajes que pretenden ser informativos, desvela claras intenciones manipuladoras de la información que se pretende difundir.

**IV. Hipérbole:** Consiste en la exageración de una información, una perspectiva, una cualidad, con el efecto de disminuir otras. Pasa cuando en la descripción de un fenómeno se amplifica o sobre-representa el aporte o punto de vista de una persona o grupo, así que las demás resultan menos relevantes o silenciadas.

**V. Minimización:** Técnica opuesta a la hipérbole que consiste en disminuir o normalizar un fenómeno para que no sea cuestionado o no llame la atención. Un ejemplo es la débil representación en los medios

de las necesidades y aportes de las personas mayores, en virtud de las lógicas de productividad económica, globalización y nuevas tecnologías.

**VI. Re-victimización:** Es una técnica sutil y se puede confundir con la empatía. Se expresa con la representación de la persona víctima (por ejemplo de violencia o maltrato), exclusivamente evidenciando su rol de víctima, con el efecto de fortalecer estereotipos. Esto pasa a menudo con la espectacularización de los casos de violencia de género que alimentan la idea de mujer como pasiva.

Es evidente que muchas de estas figuras retóricas y técnicas (por ejemplo hipérbole, minimización, metonimia) se pueden aplicar indistintamente en un mensaje visual, escrito y en un audio.

Por fin, es imperativo subrayar que las técnicas mencionadas en un mismo mensaje pueden presentarse simultáneamente, de tal manera que la misma figura retórica de la hipérbole puede ser una técnica cuando aparece individualmente, o un resultado cuando por ejemplo se utiliza la metonimia de la “causa por el efecto”. Efec-

tivamente, la metonimia aparece como la “hiperbolización” de la causa para “minimizar” el efecto. Similarmente, la segregación y la re-victimización pueden también interpretarse como resultados de la aplicación de otras técnicas.

Lo importante es saber reconocer y argumentar la construcción de la desigualdad en los mensajes mediáticos, distinguiendo un proceso dinámico de técnicas y concatenación de efectos discriminatorios.

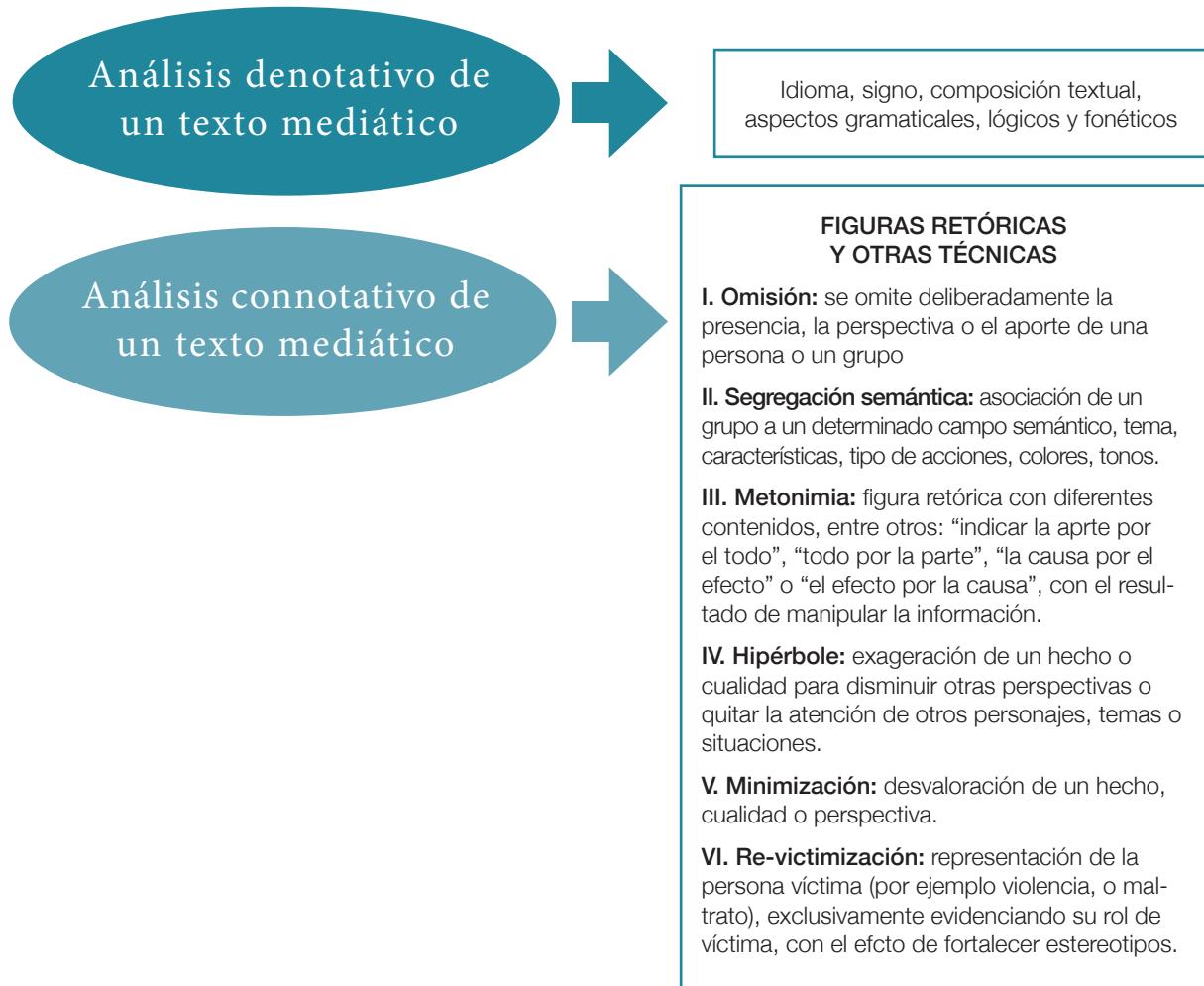
## Dinámica: “Análisis de textos mediáticos”

- **Objetivo:** Realizar un análisis denotativo y connotativo de un texto mediático.
- **Tiempo:** 20 minutos
- **Materiales:** Computadora, proyector.
- **Descripción:**  
Análisis denotativo y connotativo de textos mediáticos, guiado desde la facilitación.
- **Para trabajar con personas con discapacidad visual:**  
Las personas con discapacidad visual no están limitadas para la realización de esta actividad: la facilitadora /el facilitador lee en voz alta el texto antes de facilitar el debate.

Véase a continuación el desarrollo de la dinámica:

## 1. Análisis denotativo y connotativo de un texto mediático

Analice la tabla siguiente:



## 2. “Omisión” en un título periodístico

**Objetivo específico:** Afinar la lectura de títulos periodísticos, desarrollando la habilidad de “leer entre las líneas”, interpretando los “silencios” del texto y su función. Un texto omitido condiciona ampliamente la lectura de la parte explícita, por eso es necesario detectar esta técnica y saber visibilizar la parte omitida y su función.

### 2 millones de mujeres que conocen de métodos anticonceptivos, no los usan



Fuente: Este contenido ha sido publicado originalmente por Diario EL COMERCIO en la dirección: <http://www.elcomercio.com/datos/mamas-salud-medicina-cancer-inec.htmrcio.com/datos/mamas-salud-medicina-cancer-inec.html>.

Conteste a las preguntas:

1. ¿Qué/quienes faltan en este título?
2. ¿Qué implicaciones tiene omitir una parte de las personas responsables para una adecuada información sobre los derechos reproductivos?
3. ¿Estamos frente a un título sexista?
4. ¿Cómo se debería reescribir este título?

### 3. “Segregación” en un texto

**Objetivo específico:** Entrenar a los y las Agentes de Igualdad para que sepan reconocer la reproducción de segregación social por parte de los medios. Esta consiste en la asociación repetida, explícita o implícita, de un grupo a la misma serie de tareas, características, funciones y campos semánticos. Ejemplo típico de segregación es la relegación de las mujeres al ámbito doméstico y familiar, los hombres afrodescendientes al ámbito deportivo o a casos de delincuencia, y las personas homosexuales al tema de la enfermedad.

#### 3. a. Analice esta publicidad:



Fuente: <http://issuu.com/catalogopromociones.com/docs/aldi-folleto-26noviembre-2diciembre>

Conteste a las preguntas:

1. En esta publicidad, ¿Qué tareas, características y funciones se relega a la mujer?
2. ¿Cómo afecta este mensaje a las mujeres que no se identifican en este perfil?
3. ¿En qué forma se moldea la percepción del rol maternal por parte de la sociedad?

### 3. b. Analice estos textos periodísticos:

“Los negros por su estructura física, talla, peso y masa muscular, sobresalen más en los deportes, especialmente en el fútbol, atletismo y boxeo”  
(Hoy, 4 de octubre de 2003)

El presidente de la Asociación Provincial de fútbol amateur de Esmeraldas explica que: “los chicos no tienen que hacer y se dedican a patear el balón en las calles. Además es de raza. Dios le ha dado ese don al esmeraldeño.”  
(El Comercio, 30 de mayo del 2000)

Conteste a las preguntas:

1. ¿Qué repercusión tiene representar mediáticamente a un grupo solamente por algunos aspectos?
2. ¿Qué implica representar a los negros casi exclusivamente por su fuerza física y por el deporte para el imaginario colectivo?
3. ¿Puede alimentar sesgos para su acceso a algunas profesiones?

#### 4. Metonimia en un título periodístico: indicar “la parte por el todo”

**Objetivo específico:** Saber reconocer el uso de esta técnica y su función manipuladora. Indicar un grupo para representar una totalidad puede ser utilizado para discriminar, categorizar y tipificar denigratoriamente el mismo. Esta técnica es a veces muy sutil, el cual hace difícil su reconocimiento.

4.a. Analicen la función de texto e imagen en este artículo periodístico:

### Se incrementa la drogadicción y pandillaje en escolares de Tingo María



Fuente: <http://archivo.larepublica.pe/03-06-2010/se-incrementa-la-drogadiccion-y-pandillaje-en-escolares-de-tingo-maria>

Conteste a las preguntas:

1. ¿Es correcto representar solamente a un grupo para indicar toda la problemática de la drogadicción y el pandillaje en escolares?
2. ¿Qué implicaciones tiene para el imaginario colectivo en relación al único grupo representado?

#### 4. b. Analice el título periodístico:

“Las faldas en el Gobierno”  
(ABC Color- 17 de mayo 2015)

Conteste a las preguntas:

1. ¿A quiénes se refieren, respectivamente, las palabras “faldas”?
2. ¿Por qué este lenguaje conlleva un riesgo de fortalecer estereotipos sobre las personas involucradas?

## 5. Metonimia en un título periodístico: indicar “la causa por el efecto”

**Objetivo específico:** Detectar el uso de esta técnica y su función específica dentro del texto. En los casos a continuación se elige dar relevancia a la causa con una intención de de-responsabilizar el sujeto respecto al acto de violencia o responsabilizar a la misma víctima.

“En ataque de ira mata a su esposa de 12 puñaladas”  
([www.eldia.com.bo](http://www.eldia.com.bo))

“Honduras: Hombre cegado por los celos  
mata a su mujer embarazada”  
(<http://www.laprensa.hn>)

“Por celos, mata a su ex esposa;  
Leonor era voluntaria en el PTA de Palomar Elementary School”  
([www.ellatinoonline.com](http://www.ellatinoonline.com))

Conteste a las preguntas:

1. ¿Qué implica enfatizar “la causa” en el título de una noticia de violencia de género y femicidio?

## 6. Metonimia en un texto periodístico: indicar “el efecto por la causa”

**Objetivo específico:** Reconocer el uso de la metonimia relativa al “efecto en lugar de la causa” con el fin de saber argumentar sus implicaciones.

Analice estas expresiones

«Polémica homosexual»

«Feministas fanáticas protestan»

«Mujeres furiosas se oponen»

Conteste a las preguntas:

1. ¿Han encontrado este tipo de expresiones en títulos periodísticos?
2. ¿Qué efecto produce enfatizar “el efecto”, sobre todo si se trata de una reacción emocional negativa?
3. ¿Qué dicen las palabras “polémica, fanatismo e ira” sobre el contenido de las reivindicaciones de estos grupos? ¿Emiten un juicio de valor?

## 7. Re-victimización en un artículo periodístico

**Objetivo específico:** Reconocer la técnica de la re-victimización mediática como herramienta de fortalecimiento de estereotipos y jerarquías sociales. Esta técnica consiste en describir o representar a la víctima de una violencia o persecución solamente en su papel de víctima, en un rol unidimensional y estático que impide su transformación social. Esta técnica puede ser confundida con la empatía y por esto conlleva el riesgo de pasar inobservada.

### Pueblos indígenas bajo persecución en Bangladesh



Fuente: <http://www.ipsnoticias.net/>

### Mujeres indígenas se organizan para enfrentar la crisis climática



Fuente: <http://www.inforegion.pe/>

Conteste a las preguntas:

1. ¿Cuál de los dos artículos re-victimiza a un grupo de atención prioritaria?
2. ¿En qué forma alimenta el uso de estereotipos para identificar a estos grupos?
3. Compare el rol del pueblo indígena en el primero y el segundo artículo.

### 3.2.3. Análisis denotativo y connotativo de un audio mediático

El audio tampoco está exento de diferentes lecturas. “La tonalidad de las voces tampoco está libre de intencionalidad. Las personas que narran el anuncio no se limitan a ofrecer una información: la tonalidad en que lo hagan servirá como otro elemento de persuasión” (Instituto Andaluz de la Mujer, 2009).

Su análisis denotativo se enfoca en el sonido, el timbre, la profundidad y otras características relativas a su percepción. En cambio, su análisis connotativo, evidencia otros aspectos y técnicas como por ejemplo la utilización manipuladora de voces femeninas o masculinas, jóvenes o ancianas, así como el

uso de determinados acentos o la asociación de intencionalidad agresiva o conciliadora a determinados grupos de personas, y por fin la elección de la música de fondo.

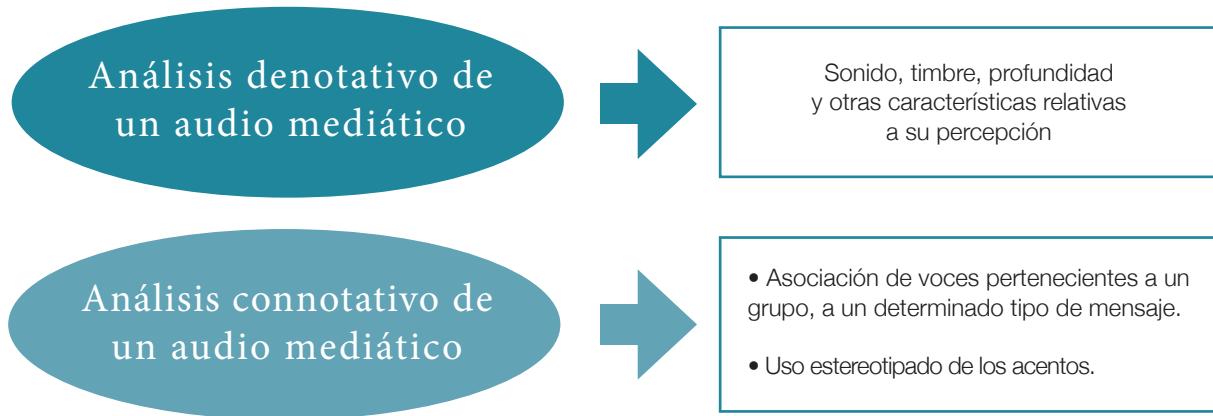
Para finalizar, es importante evidenciar que a todos los elementos mencionados para la lectura de un mensaje visual, escrito y sonoro, se suman otros aspectos subjetivos: como el contexto de recepción del mensaje, el estado emotivo y la memoria personal de cada individuo y sus propias experiencias. A este propósito es fundamental recordar que estas dimensiones, a su vez, pueden ser inducidas por los mensajes mismos: en su auto-referencialidad los medios construyen y alimentan experiencias compartidas, identidades y subculturas.

## Dinámica: “Análisis de audios mediáticos”

- **Objetivo:** Análisis denotativo y connotativo de audios mediáticos, guiado desde la facilitación.
- **Tiempo:** 5 minutos
- **Materiales:** Computadora, proyector.
- **Descripción:**  
Análisis denotativo y connotativo de textos mediáticos, guiado desde la facilitación.
- **Para trabajar con personas con discapacidad visual:**  
Esta actividad no tiene restricciones para las personas con discapacidad visual en cuanto la función del audio puede ser analizada sin el soporte de las imágenes.  
Véase a continuación el desarrollo de la dinámica:

## 1. Análisis denotativo y connotativo de un audio mediático

Analice la tabla siguiente:



## 2. Escuche la campaña publicitaria “¿Se lo vas a dar todo?” (Gobierno de España)

Dirección web: <https://www.youtube.com/watch?v=oHgowYCaF14>

1. ¿Qué función tienen aquí la voz femenina y la masculina?
2. ¿A qué estereotipo de género se inspira este uso de la voz femenina?
3. ¿A qué imaginario religioso hace referencia?

### 3.3. Lenguaje inclusivo: cómo construir igualdad y paz con la gramática<sup>3</sup>

El lenguaje es la herramienta más eficaz para comunicar nuestra realidad. Saber utilizar el lenguaje es aún más importante cuando no se quiere simplemente describir la realidad sino se busca un cambio o un desarrollo.

Sin embargo, todos los lenguajes son un producto de las normas y los valores culturales de su contexto, por eso la subordinación de las mujeres por muchos siglos se ha traducido en una subordinación gramatical del género femenino al masculino.

El ejemplo típico de esta subordinación es la utilización del género masculino para indicar el plural neutro. Por ejemplo, decir “todos los hombres son iguales ante la ley”, para decir “todas las personas son iguales ante la ley”. La consecuencia más grave de esta práctica es que esconde totalmente a las mujeres; y esto no solo daña su estatus social sino constituye un sesgo para los datos estadísticos y la investigación científica.

---

3. El contenido de este tema se fundamenta en el video Insensibles realizado por Melania Siriu para Oxfam Italia.

Como seres humanos, ciudadanas y ciudadanos, y especialmente como actoras y actores de un cambio cultural, político y social, tenemos la responsabilidad directa hacia nuestro lenguaje. Es un *deber* utilizarlo de manera consciente y adecuada.

Aquí siguen unas reglas muy simples pero muy importantes para lograr equidad de género utilizando el lenguaje, las cuales pueden aplicarse, en gran medida, a los grupos de atención prioritaria.

#### 1) No esconder a las mujeres

Hombres no es un sinónimo de mujeres, niños no es un sinónimo de niñas, por esta razón, para hablar de manera neutral se necesita necesariamente nombrar las dos partes, por ejemplo: los/las estudiantes, los líderes/las lideresas, los directores/las directoras. Haciendo esto se entrega un mensaje positivo en promover igualdad de género y se previenen malinterpretaciones. Esta regla puede aplicarse por lo general a todos los grupos infrarrepresentados en los discursos: por ejemplo, para publicitar un evento que no tenga límites de edad se recomendaría hacer explícito que las personas jóvenes, adultas y mayores son bienvenidas.

## 2) Usar barras y paréntesis para incluir el femenino.

Un texto con barras y paréntesis aunque pueda parecerlo pesado, desarrolla un papel importante en promover la igualdad. Para entender su valor es suficiente pensar en un contenido que hable de las personas beneficiarias de un derecho: no utilizar las barras para cumplir con una preferencia estética tiene el resultado de excluir a las mujeres y provocar malinterpretaciones. En cambio, para las mujeres, ver el femenino mencionados en cualquier texto quiere decir “Soy parte de eso. Soy partícipe.”

## 3) Utilizar plurales colectivos

En vez de decir mujeres y hombres - a según del contexto- se puede utilizar “las personas, la humanidad, los seres humanos, la civilización, la gente, la sociedad”... Estas palabras son válidas alternativas al uso de barras y paréntesis, tienen una connotación neutra y no comportan exclusión.

## 4) Cuando sea posible, enfatizar la parte femenina

Por ejemplo: “se han financiado proyectos de desarrollo de empresa, incluyendo

20 proyectos empresariales ideados y gestionados por mujeres”. Esta frase visibiliza el aporte femenino, no lo omite, le confiere valor y reconocimiento. Al mismo modo, es recomendable enfatizar el aporte de otras partes infrarrepresentadas dentro del discurso mediático.

## 5) Cuando se habla de mujeres elijamos verbos o frases activas

Por ejemplo: en vez de decir “En Ecuador se dio el derecho de votar a las mujeres en 1924”, elijamos “las mujeres ecuatorianas conquistaron el derecho de votar en 1924”. Esto vale también para los grupos infrarrepresentados en los medios de comunicación u los que históricamente aparecen como cuidados, dependientes u improductivos: la elección de verbos activos les califica como sujetos contrastando activamente los estereotipos sociales sobre los mismos.

## 6) Utilizar citas

Nuestros mensajes tienen más autoridad si están acompañados de una fuente respetada. Por ejemplo:

“Hay una fuerte preocupación sobre el rol de la mujer como objeto sexual en la te-

levisión italiana, esta representación daña su estatus social y promueve estereotipos” (Sex-ta declaración de CEDAW -Convención para la eliminación de la discriminación contra las mujeres- 2011.)” Citar la fuente cuando reclamamos la igualdad, confiere credibilidad, impacto y resonancia a nuestro mensaje.

### 7) Expresar interés para la igualdad de género:

Todas las veces que se escribe un texto, un documento, un artículo, es importante buscar una manera elegante de comunicar nuestra atención personal o corporativa para el tema de género y de igualdad. Por ejemplo escribiendo “todas las actividades propuestas dedican una atención explícita a los aspectos de género”. Este tipo de mensaje involucra al público en un compromiso social, estimulando una reflexión.

### 8) Evitar expresiones machistas:

Por ejemplo: “Una mujer con atributos”. Esta expresión da un mensaje completamente equivocado: que el coraje es una cualidad del hombre. Aunque se pueda pensar que es una frase irónica e inocua, en realidad el lenguaje machista tiene el poder de poblar nuestra

imaginación con estereotipos y asociaciones mentales, que tienen un potencial negativo enorme para nuestros niños y niñas, aunque se utilicen sólo en un contexto familiar o informal.

### 9) Nunca quitarse las gafas de la igualdad:

Cuando se escuchan los medios de comunicación, o los discursos por la calle, cuando se lee un periódico, una circular, un boletín, es importante no dejar de ser sensibles y receptivos sobre el lenguaje, y participar activamente para cambiarlo.

Estas reglas, lejos de ser completamente exhaustivas, son guías de sensibilización que pueden ser aplicadas para muchos grupos típicamente invisibilizados por la comunicación mediática, en particular los grupos de atención prioritaria.

Trasformar activamente el lenguaje y la comunicación es en el poder de todas las personas y se traduce en transformación activa de las desigualdades, y una incidencia directa para un cambio social.

Para concluir, a continuación se propone una cita del Programa de formación en alfabetización mediática e informacional destinado a los docentes del UNESCO, donde se afirma que:

[...] en una sociedad de la información inclusiva y basada en el conocimiento:

- La alfabetización mediática e informacional es muy importante para la plena realización y la participación de los ciudadanos.
- Los medios de comunicación y la información son medulares en el proceso democrático y de desarrollo.
- Cada vez hay más contenidos elaborados por los propios usuarios y del mismo modo, aumentan la utilización de los espacios virtuales, los reportajes realizados por los ciudadanos, lo que requiere conocimientos sólidos sobre los medios y los dispositivos de información

Es necesario entonces implementar estrategias formativas para

[...] promover sociedades capaces de utilizar debidamente los medios de comunicación y la información y fomentar el acceso universal a la información y al conocimiento, así como el desarrollo de medios de comunicación libres, independientes y pluralistas (UNESCO, s/f).

En línea con estas afirmaciones, los y las Agentes de Igualdad no solamente tienen que ser capaces de reconocer la reproducción mediática de las desigualdades

sociales, sino saber sensibilizar su entorno social, fomentando el acceso material e intelectual del mismo para la recepción y distribución de contenidos comunicativos.

El objetivo último de la intervención del agente de igualdad es promover una corrección de las manipulaciones discriminatorias para producir contenidos alternativos y poderosos en el conseguimiento de la igualdad.

Con la finalidad de entrenar a futuras/os Agentes de Igualdad, en este documento se promueve una comunicación inclusiva, participativa y pluricultural, que supere divisiones dicotómicas y jerarquías de valor y que sepa reaccionar adecuadamente ante los estereotipos, promoviendo identidades alternativas y libres, en un clima de respeto y entusiasmo para las diferencias.

## Metodología:

En este apartado se elige el uso del audiovisual y de algunos ejercicios de grupo con la finalidad de aplicar lo aprendido en el módulo. Los ejercicios grupales son alternativos: el facilitador o la facilitadora puede elegir el uno u el otro según la dimensión y el nivel del grupo de trabajo, como indicado en cada ejercicio.

## Proyección audiovisual

- **Objetivo:** Visionar y comentar un ejemplo de comunicación incluyente positiva.
- **Material:** Computadora, proyector.
- **Duración:** 5 min.
- **Descripción:** Se proyecta el video y se comenta en plenaria.

### **Video: INSENSIBLES**

**Dirección Web:** <https://www.youtube.com/watch?v=e-Fs0TzHE5>

**Tema:** Lenguaje no sexista en nueve reglas.

Para trabajar con personas con discapacidad visual:

Esta actividad no tiene restricciones para las personas con discapacidad visual en cuanto la función del audio es igualmente eficaz sin el soporte de las imágenes

### **Video: Reacciona Ecuador, el machismo es violencia. (guantes)**

**Dirección Web:** <https://www.youtube.com/watch?v=NTxUWQ2IE6s>

**Tema:** La construcción de los géneros masculinos y femeninos.

Para trabajar con personas con discapacidad visual:

Se recomienda evitar el uso de este video si hay personas con discapacidad visual.

### **Video: Reacciona Ecuador, el machismo es violencia. Y qué – hombres.**

**Dirección web:** [https://www.youtube.com/watch?v=rUEy\\_\\_RsOPg](https://www.youtube.com/watch?v=rUEy__RsOPg)

**Tema:** identidades alternativas a los géneros masculinos y femeninos socialmente construidos.

- **Para trabajar con personas con discapacidad visual:**

Esta actividad no tiene mayores restricciones para las personas con discapacidad visual: la persona facilitadora deberá introducir el video anunciando que se van a escuchar afirmaciones de hombres ecuatorianos diversos.

## Dinámica: “Corrigiendo desigualdades” N°1

- **Objetivo:** detectar las técnicas comunicacionales en los mensajes mediáticos.
- **Tiempo:** 15 minutos
- **Materiales:** Texto comunicativo a analizar; bolígrafos, pizarra, marcadores.
- **Descripción:**

Divididos en grupo, las personas leen el texto y contestan a las preguntas, las cuales se comparten en plenaria.

- **Para trabajar con personas con discapacidad visual:**

Se recomienda que los /las compañeros/as de grupo de las personas con discapacidad visual les asistan leyendo el texto y escribiendo sus respuestas.

ATENCIÓN: Se recomienda el uso de este ejercicio con grupos de nivel medio-bajo de concientización, de grande o pequeña dimensión.

Véase a continuación el desarrollo de la dinámica:

### Artículo:

#### Los hombres sueñan en sexo y las mujeres en emociones

Los sueños nos llevan a tierras inimaginables y nos hacen vivir aventuras únicas. Pero estos también están definidos por el género y la edad. El sexo es uno de los tópicos más recurrentes, especialmente en los hombres.

El Dr. Mark Blagrove, de la Universidad Swansea (Gales, Reino Unido), analizó los sueños de más de 100 000 personas y encontró que los temas más frecuentes en que los hombres soñaban eran: carros, armas, violencia y sexo con compañeras desconocidas. En cambio, las mujeres tenían sueños que se centraban en emociones, en personas que conocían y en situaciones familiares como el hogar y el trabajo. Asimismo, la mayoría de los sueños de las mujeres se desarrollaban en escenarios interiores, mientras que los de los hombres eran al aire libre.

Los sueños sobre sexo marcan una de las grandes diferencias entre los dos géneros: para los hombres, este tópico es más frecuente y lo sueñan de una forma más intensa, y en grupos u orgías, según un estudio realizado por la psicóloga Jennie Parker, de la Universidad de West of England. Las mujeres, de su lado, se enfocan en el romanticismo, los besos o la fantasía con alguien conocido. Ellas miran los detalles, las expresiones de los protagonistas de sus historias y hasta la vestimenta.

Pero, ¿por qué la diferencia entre géneros? La propia naturaleza biológica define la forma en que sus cerebros funcionan y sueñan. Los altos niveles de testosterona de los hombres producen una tendencia natural hacia sueños sexuales y rudos. “Hay factores medioambientales que influyen en la forma en que viven los sueños cada uno. Desde el día a día, las experiencias de la vida, los mensajes que recibe de los medios, el lugar donde trabajan, lo que comen... todo los diferencia, porque los estímulos que recibe el cerebro son distintos”, señaló Parker. Los sueños de las mujeres son más tranquilos, pacíficos y relajados. Sin embargo, las mujeres son más susceptibles a tener pesadillas o malos sueños.

Fuente: <http://www.elcomercio.com/tendencias/hombres-suenos-sexo-mujeres-emociones.html>. Si está pensando en hacer uso del mismo, por favor, cite la fuente y haga un enlace hacia la nota original de donde usted ha tomado este contenido ElComercio.com

1. Enliste las palabras referidas a los hombres y a las mujeres, completando el listado a continuación.

### HOMBRES

Sexo  
Violencia

---



---

### MUJERES

Romanticismo  
Sueños pacíficos

---



---

2. ¿Lo que se defiende en este artículo le parece correcto? ¿Por qué?

---

---

---

3. En su opinión, ¿un texto así fortalece los estereotipos de género? ¿Por qué?

---

---

---

4. ¿Qué pasa cuando los estereotipos provienen de una fuente científica?

---

---

---

## Dinámica: “Corrigiendo desigualdades” N°2

- **Objetivo:** detectar las técnicas comunicacionales en los mensajes mediáticos.
- **Tiempo:** 15 minutos
- **Materiales:** Texto comunicativo a analizar; bolígrafos, pizarra, marcadores.
- **Descripción:**

Divididos en grupo, las personas leen el texto y contestan a las preguntas, las cuales se comparten en plenaria.

- **Para trabajar con personas con discapacidad visual:**

Se recomienda que los /las compañeros/as de grupo de las personas con discapacidad visual les asistan leyendo el texto y escribiendo sus respuestas

ATENCIÓN: Este ejercicio puede ser implementado eficazmente con cualquier grupo, de grande o pequeña dimensión

### Artículo:

#### Lorenzo Córdova ofrece disculpas por ‘desafortunados’ comentarios

El presidente del INE\*, Lorenzo Córdova, ofreció una disculpa por los comentarios que hizo en una conversación que mantuvo el 24 de abril, en la que se refirió de “manera desafortunada y poco respetuosa” a líderes indígenas.

“Quiero aprovechar este espacio para ofrecer una disculpa franca y sin rodeos a quienes se hayan sentido ofendidos por mis comentarios, ilegalmente obtenidos”, dijo al emitir un pronunciamiento a los medios de comunicación.

Esta tarde se filtró un audio en el que se escucha una conversación telefónica que sostuvo Córdova con el secretario Ejecutivo del INE, Edmundo Jacobo Molina, en la que de manera irónica se refiere a comunidades indígenas con las que se reunió en abril.

En particular, Córdova se ríe del líder indígena Hipólito Arriaga Pote. “Te voy a decir cómo hablaba este ca\*\*\*”, se ríe Córdova. “Yo jefe, gran nación Chichimeca, vengo Guanajuato. Yo decir a ti, o diputados para nosotros, o yo no permitir tus elecciones”

El consejero presidente puntualizó que este medio día “se presentó una denuncia ante la PGR en contra de quien resulte responsable de obtener ilegalmente la llamada que mantuve de manera privada el 24 de Abril”.

Córdova lamentó que a unos días de celebrarse la jornada electoral se intente desprestigiar al INE.

\*Instituto Nacional de Elecciones de Méjico

Fuente: <http://www.grupocronicasrevista.org/2015/05/19/lorenzo-cordova-ofrece-disculpas-por-desafortunados-comentarios/>

- **Facilitación:**

Especificar que el análisis de este artículo no se centra tanto en la fuente de la información cuanto en el lenguaje utilizado para realizar una disculpa pública y las técnicas implementadas.

1. Indiquen cómo en este artículo se utiliza la técnica de la” minimización” señalando partes específicas de texto en caso de existir
2. ¿Qué efectos implica el uso de esta técnica?
3. Las afirmaciones sobre el uso del idioma español por parte del líder indígena en el párrafo cuatro:  
¿Qué fenómeno discriminatorio esconden?  
¿Cuáles verdades históricas omite?
4. ¿Qué implicaciones sociales tienen afirmaciones de este tipo cuando provienen de una autoridad a través del uso de un medio?
5. Siendo Agentes de Igualdad, ¿cómo podemos actuar para defender los derechos del grupo ofendido frente a un caso parecido?

## Actividad: “Desarrollo de una idea para una campaña de comunicación”

- **Objetivo:** implementar activamente las técnicas aprendidas y valorar la construcción de alianzas entre organizaciones como estrategia comunicacional que aumenta la resonancia de los mensajes.
- **Tiempo:** 25 minutos
- **Materiales:** hojas, marcadores, se acepta el uso de computadoras por los grupos que tengan el equipo.
- **Para trabajar con personas con discapacidad visual:**  
Esta actividad no tiene restricciones para las personas con discapacidad visual las cuales pueden participar activamente al debate y a la formulación de ideas.  
ATENCIÓN: Se recomienda el uso de este ejercicio con grupos de pequeña dimensión y un nivel de concientización medio-alto
- **Descripción:** Imaginando una alianza entre organizaciones presentes, divididos en grupos se tendrá que diseñar una campaña comunicacional. El trabajo de cada grupo tiene que explicitar de forma escrita y argumentar los siguientes elementos:
  - Objetivo de la campaña
  - Público de referencia
  - Medio/s utilizado/s
  - Mensaje o Slogan
  - Registro del lenguaje
  - Imágenes, colores, tonos (si hay)
  - Música (si hay)

Al final, cada grupo presenta su trabajo.

## Bibliografía

Instituto Andaluz de la Mujer. CONSEJERIA PARA LA IGUALDAD Y EL BIENESTAR SOCIAL, 2009. Publicidad Institucional No Sexista.

De Lauretis, Teresa. 1987. Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction. Bloomington: Indiana University Press.

Dente Ross, Susan y Paul Martin Lester, 2011. Images that Injure: Pictorial Stereotypes in the Media. ABC-CLIO.

UNESCO. S/f Programa de formación en alfabetización mediática e informacional destinado a los docentes. [www.unesco.org](http://www.unesco.org)

Video: Discriminación en México. <https://www.youtube.com/watch?v=2QabixjMJhg>

Video: Hombres Viejos Bailando. <https://www.youtube.com/watch?v=q7nZ4FkKhmU>

Video: Charlas TED - Maysoon Zayid: Tengo 99 problemas y la parálisis cerebral es solo uno de ellos. <https://www.youtube.com/watch?v=O0yeZ3gP2Do&list=PLdEwDffdaWGkOcnG-vHOTI9XtDdpOCEiXe>

Video: ¿Se lo vas a dar todo? (Gobierno de España). <https://www.youtube.com/watch?v=oH-gowYCaF14>

Video: Insensibles (Lenguaje incluyente y sensible al género en 9 reglas). <https://www.youtube.com/watch?v=e-Fs0TzHE5A>

Video: Reacciona Ecuador, el machismo es violencia (Guantes). <https://www.youtube.com/watch?v=NTxUWQ2IE6s>

Video: Reacciona Ecuador, el machismo es violencia. Y qué (hombres). [https://www.youtube.com/watch?v=rUEy\\_\\_RsOPg](https://www.youtube.com/watch?v=rUEy__RsOPg)

# MÓDULO 4

## HERRAMIENTAS DE FACILITACIÓN Y ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL

### Objetivo del módulo

Brindar recursos teóricos y prácticos que faciliten el manejo y la animación de diferentes audiencias, con el fin que estos puedan ser utilizados por las y los Agentes de Igualdad en su rol de defensa y ejercicio de los derechos a la comunicación y la información.

### Descripción

El módulo está orientado al desarrollo de competencias de animación sociocultural, que permita, a las/los Agentes de Igualdad, facilitar procesos de reflexión, diálogo y toma de decisiones al interior de sus grupos y organizaciones. Para conseguir esto el mó-

dulo expone, en primer lugar, un acercamiento conceptual a lo que implica la animación sociocultural, y los criterios y principios que ayudan en la facilitación y el liderazgo en el grupo. En segundo lugar, el módulo ofrece una serie de técnicas de animación sociocultural, las cuáles están clasificadas en tres grupos: técnicas de integración y presentación, técnicas organización grupal y planificación, y técnicas de análisis de contexto. Las técnicas aquí presentadas son herramientas metodológicas que pueden ser implementadas por las/los Agentes de Igualdad, en los procesos de animación sociocultural junto a sus grupos y organizaciones.

## Contenidos

### 4.1 El rol de las/los Agentes de igualdad como animadoras/es socioculturales

El tema que a continuación se presenta, pretende comprender al Agente de Igualdad como una lideresa o líder comunitario, que puede generar procesos de concientización en su comunidad. Para esto, este tema se desarrolla en dos fases: primero, una reflexión sobre lo que significa la animación

sociocultural; y segundo, el desarrollo de una propuesta de comprensión del liderazgo.

#### 4.1.1 Conceptos y principios de la animación sociocultural

Para comprender el concepto de ‘animación sociocultural’, se puede tomar como referencia el significado de cada uno de estos términos, y así, al ponerlos en relación, analizar sus alcances y funciones.

En primer lugar, resulta útil señalar que animación proviene de dos palabras latinas, a saber: anima y animus, las cuáles, de acuerdo con Soler Masó (2012: 16-17), hacen referencia a dos modos de comprender los procesos de animación. El anima enfatiza la dimensión de actuar sobre alguien o algo, con el fin de comunicar vitalidad, dinamismo, o infundir sentido. La consecuencia de esto es que la animación se comprende como un proceso vertical, que se origina de arriba hacia abajo, y en el cual, el animador o la animadora, se considera un elemento externo al grupo que además, busca de manera intencionada, conducir al grupo hacia objetivos previamente establecidos.

Por otro lado, el término animus enfatiza la idea de poner en relación, es decir, la manera cómo un grupo puede fortalecer sus

relaciones, organizarse, movilizarse y participar en la construcción de objetivos comunes. El animador o la animadora, en esta perspectiva, se consideran como parte del grupo y busca facilitar la acción de un colectivo social.

Si bien es cierto, no hay unos modelos puros de animación, en el sentido que estos sean completamente verticales u horizontales, es importante tomar en cuenta que estos modelos forman parte de la animación de grupos, y según los objetivos que se persigan, se puede enfatizar alguna de las dimensiones antes señaladas.

En todo caso, es importante indicar que la animación es parte de la vida de una comunidad o un colectivo, especialmente, cuando estos se enfrentan ante situaciones que demandan solución. Es decir, hay un tipo de animación que surge de manera espontánea, y está condicionada a las exigencias del contexto.

Sin embargo, el tipo de animación que ejercen las y los Agentes de Igualdad, tiene un carácter intencionado, profesional, ético y busca, entre otras cosas, el fortalecimiento de las organizaciones y demás instituciones sociales, con el fin de resolver los conflictos que surgen en el terreno de la comunicación social, por ende, cuando en la sociedad circula contenido mediático de carácter discriminatorio.

En segundo lugar, por ‘sociocultural’ se puede entender el espacio de relación y expresión de un grupo humano, en el cual intervienen elementos como: formas de organización, participación, intereses de la población, tradiciones, costumbres, y en general, todas aquellas expresiones que poseen significado para un grupo de personas. A este respecto, Soler Masó señala que lo sociocultural es aquel “sector o ámbito a partir del cual se trabaja de forma explícita la dimensión social de la cultura, para fomentar la participación comunitaria en un proyecto colectivo de mejora y/o transformación tanto individual como comunitaria.” (2012: 21).

La cultura, en este caso, es un aspecto constitutivo de todas las actividades humanas, y de todas las esferas de la sociedad, sean estas de tipo económico o político. Esto, porque en todos los ámbitos de la vida humana, hay procesos de construcción y comunicación de significados.

Sobre esto, Margulis define la cultura del siguiente modo: “las significaciones compartidas y el caudal simbólico que se manifiestan en los mensajes y en la acción, por medio de los cuales los miembros de un grupo social piensan y se representan a sí mismos, su contexto social y el mundo que los rodea” (2009: 30-31). Este orden simbóli-

co no tiene que ser asociado como un espacio exento de conflicto, pues, hay relaciones de poder que se manifiestan y se reproducen por medio de la cultura. Por tal motivo, la animación sociocultural permite situar históricamente los procesos sociales, y analizar las formas cómo la sociedad se ha organizado, y cómo se han estructurado las relaciones de poder vigentes.

Es importante advertir que, desde esta visión de lo sociocultural, se evita reducir ésta a una cuestión de “erudición”, como cuando erróneamente se asocia una persona culta con alguien que posee determinados conocimientos; tampoco lo sociocultural tiene que ver exclusivamente con la expresión estética, aunque ciertamente podría estar vinculada a ésta. Lo sociocultural tiene que ver con las formas cómo los seres humanos se comunican, y otorgan sentido a sus acciones, de ahí que exista una dimensión política a la cual hay que prestar atención.

De acuerdo con Grimson (2014: 10-11), la importancia que tiene el trabajo sobre lo cultural, es que éste tiene una íntima relación con el desarrollo de una sociedad, puesto que la cultura es condición, medio y fin del desarrollo. Es condición porque es una de las variables que influyen en el funcionamiento de la economía y de la política, ya

que influye en la forma cómo los individuos se relacionan con las instituciones sociales, y cómo se insertan en los procesos productivos. La cultura es un medio para el desarrollo porque la generación de programas socioculturales es una forma de luchar contra la desigualdad y la exclusión. Y la cultura es el fin del desarrollo porque este último no puede limitarse a una cuestión económica; sino que el desarrollo de una sociedad debe contribuir a que los individuos crezcan en libertad, autonomía, conciencia de derechos, y en un mayor reconocimiento de sus procesos sociales.

La dimensión sociocultural implica, como se puede observar, asegurar la participación de la gente, fomentar espacios de formación, expresión cultural y organización comunitaria, y además, empoderar a las personas en los procesos de toma de decisiones, y en la elaboración de planes y programas de resolución de problemas.

Con estas consideraciones, se puede comprender de mejor manera lo que significa la animación sociocultural. Por ésta se entiende al proceso que busca, fundamentalmente, la organización de las personas para llevar a cabo proyectos e iniciativas de desarrollo social y cultural. De este modo, los individuos se pueden empoderar para que sean

agentes activos de los procesos de transformación de sus localidades. Jaume Trilla aporta la siguiente definición:

El conjunto de acciones realizadas por individuos, grupos o instituciones sobre una comunidad (o un sector de la misma) y en el marco de un territorio concreto, con el propósito principal de promover en sus miembros una actitud de participación en el proceso de su propio desarrollo tanto social como cultural. (2004: 22)

## Recuerde

“Los elementos que forman parte de la animación sociocultural son:

- a.** La acción. La actividad u objetivo que la comunidad ejecuta.
- b.** La técnica. Conjunto de instrumentos o habilidades que sirven para la ejecución de la acción.
- c.** La metodología. Manera de intervenir y de desarrollar la acción.
- d.** La actitud. Capacidad de liderazgo para conseguir el empoderamiento de la gente.

La animación sociocultural busca la participación activa de las personas para promover el desarrollo y la transformación de sus comunidades. De este modo, como señala Cerdá (2005), ésta cumple con algunas funciones, entre las cuales destacan:

- a. Socialización.** Busca la integración de las personas y los grupos sociales, dentro de las complejas realidades que los atraviesan.
- b. Recreación.** El goce y disfrute del tiempo libre y ocio, como un momento para el crecimiento personal y grupal.
- c. Educación y desarrollo cultural.** La animación sociocultural fomenta procesos educativos de carácter no formal, para generar aprendizajes que sean significativos para los grupos y contribuyan a su expresión y crecimiento cultural.
- d. Participación democrática.** Se busca habilitar espacios para la discusión, diálogo, debate y participación de los miembros de la comunidad, para analizar y resolver sus problemáticas.

**e. Innovación y crítica.** Desde la animación sociocultural se busca propiciar espacios de análisis de la realidad, identificación de situaciones de injusticia y desigualdad, con el fin que los grupos sociales salgan de la pasividad y se sitúen como agentes activos de su desarrollo.

La animación sociocultural abarca un abanico diverso de programas, ya que los modos de llevar adelante las funciones antes indicadas, son variados, y responderán a necesidades sociales específicas. Así, se pueden señalar algunos tipos de programas que se ejecutan en la animación sociocultural:

- **Desarrollo social:** Programas que enfatizan el trabajo social, las relaciones sociales y crecimiento grupal, como por ejemplo, programas de participación ciudadana, de atención a grupos prioritarios, planes de cooperación para el desarrollo, programas de voluntariado, entre otros.
- **Desarrollo cultural:** Programas que trabajan con bienes, productos, expresiones culturales de la comunidad, como por ejemplo, museos, teatros, bibliotecas, centros culturales, eventos culturales, etc.

- **Trabajo socioeducativo:** Programas que fomentan procesos de aprendizaje, refuerzo escolar y capacitación profesional. Dentro de este grupo se pueden ubicar a programas de educación no formal para niñez y juventud, de capacitación para jóvenes o adultos, programas de alfabetización, de recreación infantil, etc.

Las y los Agentes de Igualdad, en cuanto animadoras/es socioculturales, cumplen una función de desarrollo social, ya que están capacitados para generar, al interior de sus organizaciones, procesos de participación ciudadana en el ejercicio de los derechos de la comunicación. Por tanto, las acciones que ellas y ellos despliegan, se inscriben dentro de programas que están destinados a mejorar el modo de vida de su comunidad, con énfasis, en los grupos de atención prioritaria en el ejercicio de una comunicación que respete los derechos de las ciudadanas y ciudadanos.

Una vez señalados los elementos, funciones y tipos de actividades que se desprenden de la animación sociocultural, es importante también indicar, los principios sobre los cuales ésta se sostiene. Los principios hacen referencia a los elementos dinamizadores

de la animación sociocultural, los cuales no pueden faltar en ningún proceso de organización social, ya que éstos permiten asegurar, como se verá más adelante, un adecuado ejercicio del liderazgo. Estos principios son:

- a.** Transformación de la realidad: Es importante que los objetivos que persigue la animación sociocultural estén orientados a la construcción de una sociedad más justa e inclusiva. Para el caso de las/los Agentes de Igualdad, se trata de incidir en el campo comunicativo para conseguir una comunicación social que respete los derechos de las personas, especialmente, de los grupos de atención prioritaria.
- b.** Participación: La animación sociocultural debe propiciar que se escuchen todas las voces presentes en la comunidad, y buscar que todos formen parte del proceso de toma de decisiones. Se debe garantizar, además, la libertad de expresión al interior del grupo. En ese sentido, una tarea importante que tienen las/los Agentes de Igualdad, es la socialización de los derechos de la comunicación, esto con el fin que las personas de sus organizaciones y comunidades, tengan más elementos para el ejercicio de la ciudadanía.
- c.** Empoderamiento. Son los grupos y organizaciones los que deben llevar adelante los procesos, tanto en la planificación como en su ejecución. La animadora o el animador son facilitadores de estos procesos, ya que el protagonismo lo debe llevar adelante la comunidad. Para el caso de las/los Agentes de Igualdad, es importante que sus iniciativas estén respaldadas y fortalecidas por los grupos y organizaciones, ya que no se trata de un trabajo en solitario, sino que surge de la reflexión colectiva sobre los derechos de la comunicación.
- d.** Concienciación: Para los individuos que están organizados es importante tomar conciencia sobre las problemáticas de su comunidad, aportando con puntos de vista críticos y constructivos para la búsqueda de soluciones. En ese sentido, para las/los Agentes de Igualdad, en cuanto animadores socioculturales, es importante generar los espacios para debatir con otras personas temas referidos a contenidos mediáticos, o participación en los medios de comunicación, ya que es importante que la ciudadanía conozca sus derechos y las posibilidades de acción ciudadana presentes en la Ley Orgánica

de Comunicación.

Con el fin de desarrollar los contenidos hasta ahora mencionados, se sugiere realizar la siguiente actividad, la cual, está orien-

tada a reflexionar dos cosas: primero, cómo se ejerce la animación ante situaciones problemáticas; segundo, introducir los elementos del liderazgo transformador, como un elemento constitutivo de la animación sociocultural.

## Dinámica: El fin del mundo<sup>4</sup>

- **Objetivo:** Iniciar un proceso de reflexión colectiva sobre algunas de las características que facilitan la animación sociocultural, y el rol del liderazgo ante situaciones problemáticas. .
- **Tiempo:** 45 minutos
- **Materiales:** Tarjetas con roles, hojas con preguntas, hojas en blanco, bolígrafos.
- **Descripción:**

La facilitadora o el facilitador inician contando una historia sobre una inminente catástrofe que va a destruir el mundo, en la cual, el grupo ahí reunido, tendrá una importante tarea ante esta situación, pues serán los encargados de elegir personas destinadas a reconstruir la sociedad. Una vez contada la historia, y generado el ambiente para el desarrollo de esta dinámica, se forman 2 grupos, y a cada participante se le asigna un rol, entregando para esto, de manera individual, un personaje escrito en una tarjeta. Los roles pueden ser: ingeniero, médico, abogado, padre de familia, madre soltera, pintor, poeta, joven estudiante, piloto, matemático, sacerdote. Tantos según el número de participantes.

Luego, se menciona la siguiente consigna: *el grupo debe elegir de forma **consensuada** cuatro personas que se van a salvar y tendrán la tarea de reconstruir el mundo.*

Se deja un espacio para la discusión grupal, y la toma de decisiones. Posterior a esto se socializan las respuestas.

---

4. Esta dinámica es una adaptación de *Construir rompiendo el silencio. El liderazgo en derechos humanos como tarea de construcción y participación*, elaborada por Jorge Vásquez. Versión impresa facilitada por el autor.

Una vez concluida esta parte, desde la facilitación se indica el propósito de la dinámica anterior, a saber: conocer cuáles son las distintas actitudes y formas de ejercer el liderazgo y la animación dentro de un grupo. Y cómo estas actitudes pueden contribuir al Agente de Igualdad. Después, se procede al siguiente momento que consiste en un trabajo individual. Para esto, se invita a cada participante a responder por escrito las siguientes preguntas:

- ¿Cuál fue mi actitud durante el trabajo en grupo? (Acogida a la tarea, interés, concentración, participación)
- ¿Cómo fue mi participación dentro del grupo? (Di mis opiniones, contribuí a la argumentación, tuve iniciativa en proponer)
- ¿Cómo fue mi relación con los otros? (Valoración de las ideas de los otros, invitación a los demás a participar, buscar que el diálogo se genere.)
- ¿Qué criterios contribuyeron a encontrar soluciones? (participación democrática, consensos, solidaridad, cooperación etc.)
- ¿Cuáles de las características mencionadas debe practicar un agente de igualdad?

Se deja un espacio de tiempo para que los/as participantes puedan responder estas preguntas. Concluido esto, se invita a cada participante a compartir, en plenaria, sus respuestas. Para finalizar esta dinámica, se realiza una retroalimentación, en la cual se puedan enfatizar aquellas respuestas de los participantes que señalan aquellas actitudes que facilitan la animación sociocultural. Además, la facilitadora o el facilitador pueden retomar algunos de los elementos observados durante el desarrollo de la dinámica, para indicar aquellas cosas que en determinado momento ayudaron a la realización del ejercicio. La dinámica tiene que servir para señalar los principios de la animación sociocultural; además, para introducir el tema del liderazgo.

- **Para trabajar con personas con discapacidad visual**

La dinámica puede desarrollarse, según el esquema, hasta el momento del trabajo personal. Para esta actividad se puede sugerir que se trabaje en parejas, y en lugar de escribir las respuestas, compartir de manera oral cada una de éstas.

## Tips de facilitación

Para un mejor desarrollo de la dinámica, hay que tomar en cuenta lo siguiente:

- Observar todo cuanto ocurre al interior de los grupos, al momento que estos buscan encontrar las personas que se van a “salvar”. Es importante prestar atención a los modos cómo se otorga la palabra, cómo se lleva la discusión, si hay tensiones, participación, indiferencia. Todas estas actitudes tendrán que ser incorporadas al momento de la exposición que viene más adelante.
- Al finalizar la actividad hay que recordar al grupo que no existe una única solución para resolver el ejercicio; sino que cualquier respuesta es posible. Esto es importante indicar en caso de que se hallan producido rencillas al interior del grupo.

### 4.1.2 El liderazgo en la animación sociocultural

La exposición que viene a continuación, pretende desarrollar conceptualmente el rol las y los Agentes de Igualdad, en cuanto son líderes sociales y comunitarios. Para esto, se presenta una tipología del liderazgo, y la propuesta de construcción de un *liderazgo transformador*. Esta presentación pretende, también, desarrollar conceptualmente lo que se trabajó con la dinámica anterior.

Para empezar, hay que indicar que el rol de las y los Agentes de Igualdad tiene un énfasis especial en los grupos de atención

prioritaria, ya que junto a ellas y ellos se busca promover el ejercicio de los derechos de la comunicación e información, tal como están definidos en la Ley Orgánica de Comunicación. En este sentido, las y los Agentes de Igualdad cumplen una función de liderazgo dentro de sus grupos y organizaciones, ya que estarían capacitados para suscitar espacios de organización, reflexión y acción en sus localidades, siempre en el tema de los derechos de la comunicación. Por tal motivo, es importante señalar algunos elementos de la dimensión de liderazgo presente en las y los Agentes de Igualdad.

Para el desarrollo de este punto, resulta pertinente retomar el análisis que hace

Max Weber (1964) con respecto a los modos cómo se construye la autoridad en las sociedades modernas. Weber identifica tres modelos de autoridad, y por ende, formas de comprender la función del liderazgo. La primera de ellas enfatiza la dimensión **legal** de las sociedades, cuya forma de expresión más evidente son los procesos burocráticos establecidos para el ejercicio de los derechos. Esta perspectiva plantea que “[s]e obedece, no a la persona en virtud de su derecho propio sino a la *regla* estatuida, la cual establece el propio tiempo a quién y en qué medida se deba obedecer.” (Weber, 1964: 707). Por tanto, el liderazgo se comprende como una función administrativa que se ejerce dentro de lo establecido por las normativas definidas, y busca el fortalecimiento de las estructuras institucionales.

El diálogo con las demás personas del grupo, organización y de la colectividad se lo hace tomando como referencia lo legal. Las personas que asumen la función de liderar, se encargan de conducir a los demás por los procesos burocráticos para el ejercicio de sus derechos. Incluso, la mediación que hacen las lideresas y los líderes tiene un contenido profesional, ya que estos estarían capacitados en el conocimiento de la ley y las formas de aplicación. Como se puede entrever, la función del liderazgo está limitada a un grupo específico de

personas y se ejerce conforme a unas reglas establecidas, y por tanto, no cualquiera puede ser una lideresa o un líder.

El segundo tipo de liderazgo que identifica Weber es de tipo tradicional, que se funda en las costumbres y en las formas pre-existentes de ejercer la autoridad.

Se obedece a la persona en virtud de su dignidad propia, santificada por la tradición: por fidelidad. El contenido de las órdenes está ligado por la tradición, cuya violación desconsiderada por parte del señor pondría en entredicho la legitimidad de su propio dominio, basado exclusivamente en la santidad de aquéllas. (Weber, 1964: 708-709)

Este liderazgo, como se puede observar, parte del reconocimiento de un orden social que ha existido “desde siempre”, y por tanto, busca la reproducción de ese orden, lo cual dificulta a las organizaciones, y en general a cualquier grupo humano, para abrirse a formas nuevas de acción social. La tradición se convierte en un limitante para la acción del grupo, ya que ésta se eleva a norma imperativa que hay que seguir, con el agravante que en este proceso reproduce aquellas formas de desigualdad que se han naturalizado en los grupos.

Las lideresas y los líderes, en este caso, son personas que ejercen sus funciones, como

si poseyesen una “dignidad” propia, y les correspondiera dicha función por derecho propio, excluyendo, de esta forma, a otros individuos que puedan ejercer estas funciones. Además, el modo de resolver las situaciones conflictivas es apelando a la tradición, y a las costumbres del grupo, sin el reconocimiento de que éstas tienen un origen histórico y se han construido bajo determinadas condiciones sociales.

Por último, el tercer tipo de liderazgo que se desprende del análisis weberiano, es el que se denomina **carismático**, en razón que se ejerce “en virtud de devoción afectiva a la persona del señor y a sus dotes sobrenaturales (*carisma*) y, en particular: facultades mágicas, revelaciones o heroísmo, poder intelectual u oratorio.” (Weber, 1964: 711). La lideresa y el líder procuran mostrarse ante los demás siempre en situaciones novedosas, extraordinarias y con una actitud de entrega afectiva hacia los demás.

Todas estas actitudes son concebidas como “dones” que una persona en particular ha recibido, y son estos, los que otorgan legitimidad a la lideresa y al líder. Por tanto, este liderazgo funciona en la medida que el grupo percibe que estas personas *poseen* el carisma, o dicho de otro modo, una “bendición” que les habilita a tener una autoridad autoreferencial. Es decir, mientras poseen

el carisma, las lideresas y los líderes pueden tener la palabra definitiva al interior de los grupos y organizaciones, pero cuando este carisma les *abandona*, decae su *fuerza heroica*, y el liderazgo se vuelve menos efectivo.

La lideresa y el líder asumen el rol de *caudillos* de los grupos, y por tanto, se representan a sí mismos, como aquellos que estarían dispuestos a sacrificar su vida para el bienestar del grupo. Pero, todas estas decisiones son tomadas por *motu proprio*, ya que no hay igualdad de condiciones para hablar con el resto de personas del grupo. Incluso, estas son vistas como una suerte de “apóstoles” que siguen a las/los líderes por motivos emocionales, y no tanto por convicciones racionales, o por proyectos colectivos.

En esta tipología del liderazgo se puede apreciar que el liderazgo es visto como una cuestión que pone en relación a unas *lideresas* o *líderes* y a unos *seguidores*. Comprendiéndose así que el liderazgo se lo hace de manera individual o en su defecto, corresponde a unas determinadas personas ejercer esta función. En otras palabras, esta representación del liderazgo tiene un carácter instrumental y funcionalista, ya que se sostiene en el “argumento del poder”, y en las orientaciones que un sujeto, en solitario, puede hacer y las acciones que éste ejecuta sobre los demás.

Así, los criterios de verdad o de éxito del liderazgo se miden por los resultados obtenidos, con independencia del proceso de toma de decisiones, por eso, estos liderazgos comparten la idea de la búsqueda de la mayor eficiencia y rendimiento del grupo o de la organización. Esto tiene serias dificultades para la vida social y política de una organización, ya que no todo puede ser medido desde el rendimiento final de una acción; sino desde los procesos dialógicos que intervienen en la construcción de la acción social. Por tal motivo, más importante que el éxito de una acción, son las condiciones desde las cuáles ésta ha sido planificada y ejecutada.

Desde un enfoque crítico del liderazgo, se subraya la idea que hay que tomar en cuenta los aspectos **comunicativos** y **contextuales** en los cuales el liderazgo aparece.

Al respecto, Habermas (2008) propone que una forma para salir de los procesos instrumentalistas y eficientistas que predominan en las sociedades modernas, lo es por medio del potencial crítico de la comunicación, ya que todo acto racional, crítico es un acto comunicativo. Dice, en relación a esto:

Por ‘racionalidad’ entendemos ante todo la disposición de los sujetos capaces de lenguaje y acción para adquirir y

utilizar conocimiento falible. [...] en cuanto entendemos el saber como algo comunicativamente mediado, la racionalidad encuentra su medida en la capacidad que participantes en la interacción capaces de dar razón de sus actos tienen de orientarse por pretensiones de validez dirigidas a ser intersubjetivamente reconocidas. (Habermas, 2008: 340-341)

Por tanto, un enfoque crítico del liderazgo tiene que pasar del “argumento del poder” –tal como se lo había indicado antes- al “poder del argumento”, con lo cual, se busca dar énfasis a los procesos democráticos, participativos, y de interacción social que intervienen al momento de buscar resolver conflictos o ejecutar proyectos.

Desde esta perspectiva, se puede hablar de un **liderazgo transformador** (Blejmar, Nirenberg, & Perrone, 1998: 17-22), el cual señala que el liderazgo, y por ende, la animación como Agentes de Igualdad, se realiza según circunstancias, actitudes y capacidades que, incluso, pueden ser rotativas o esporádicas, según sea la situación o la dinámica de los grupos u organizaciones.

En esta concepción del liderazgo, hay que resaltar dos elementos. Por una parte, el liderazgo emerge en el **contexto** o situación problemática, de tal modo que hay personas que pueden ejercer el rol de la ani-

mación y liderazgo en algunos ámbitos y no en otros, o en algunas situaciones más que en otras. Es decir, el contexto y las situaciones problemáticas son las que reclaman ciertos tipos de liderazgo.

Por otra parte, el liderazgo transformador comprende que la función del liderazgo no es asunto de una sola persona, sino que depende y está en relación, con lo que acontece en los grupos. En este caso, son los grupos los que otorgan y legitiman la condición de liderazgo, y por ende, las lideresas, los líderes, y las/los Agentes de Igualdad, no pueden ejercer su función por fuera de la legitimidad que les otorgue el grupo u organización.

Hay que señalar, por tanto, que la autoridad del Agente de Igualdad no radica en la persona en sí misma, sino en la propuesta, es decir, en la forma cómo se puede conseguir una comunicación que respete los derechos de todas las personas, especialmente de los grupos de atención prioritaria. Además, el ejercicio de estos derechos, no es a título personal de las/los Agentes de Igualdad, sino que responde a la necesidad de construir una sociedad más justa, participativa y democrática.

La autoridad de las/los Agentes de Igualdad se fundamenta en el **servicio** que prestan a la comunidad: animando la participación, la comunicación y **orientando** los intereses de

las personas (y los suyos propios) al ejercicio de los derechos de la información y comunicación.

El rol de las/los Agentes de Igualdad es una tarea que puede irse asumiendo a través de la toma de conciencia, progresiva, de la responsabilidad que se tiene en el ejercicio de los derechos a la comunicación.

## Recuerde

Características del liderazgo y la facilitación sociocultural:

- buscar la construcción de consensos,
- promover la participación de todos los actores,
- tener flexibilidad para adaptarse a los procesos grupales,
- querer servir a la comunidad,
- saber escuchar y comunicar,
- mirar con criticidad la realidad y enfrentar los problemas,
- moverse por principios éticos y ciudadanos,
- orientar al grupo en el ejercicio de los derechos de la información y comunicación, conociendo los elementos fundamentales de la Ley Orgánica de Comunicación, además, de los procesos de los grupos y organizaciones.

Ahora bien, como señalan Carreras, Leaveron y Sureda (2009), es importante diferenciar el liderazgo de la gestión social. Mientras que el primero, como se ha insistido, tiene un componente político de organización social para la transformación de la realidad; la gestión se relaciona más con los procesos administrativos que buscan generar resultados predecibles.

Las/los gestores se ocupan del *cómo* deben hacerse las cosas, para obtener eficiencia en los resultados, se destacan, además, por su capacidad para resolver problemas de organización y suelen tomar decisiones a partir de datos, de diagnósticos y análisis sistemáticos.

Las lideresas y los líderes, en cambio, tienen un interés de acción social que va a largo plazo, pues aunque se ocupan de los aspectos organizativos del grupo y de sus necesidades concretas, se plantean objetivos de mayor alcance. Como por ejemplo, las/los Agentes de Igualdad tiene como horizonte la construcción de una comunicación inclusiva, diversa, participativa, intercultural y democrática. Elementos que, ciertamente, precisan de mayores períodos de tiempo para su fortalecimiento.

Justamente por esta visión a largo plazo, es que el liderazgo transformador es

más flexible y abierto al cambio, en relación a las/los gestores que, al enfatizar los resultados, procuran controlar los cambios. El liderazgo emerge en los contextos en los cuales están inscritos los grupos, lo que hace que, por un lado, se adapte a los procesos cambiantes de la sociedad, y por otro, incida activamente en el cambio social.

Por todo esto, el liderazgo transformador que buscan ejercer las/los Agentes de Igualdad, está orientado, también, a crear alianzas con otros grupos y organizaciones sociales, ya que en la sociedad existen múltiples formas de organización civil, y cuánto mayores sean estas alianzas, mayores serán los logros a nivel de derechos a la comunicación.

Al momento que diferentes grupos sienten que hay una necesidad insatisfecha, surgida de un tratamiento comunicativo discriminatorio, pueden crear lazos de acción colectiva en base a una causa común: la restitución de derechos. El rol de las/los Agentes de Igualdad es doble: por un lado, al interior de sus organizaciones y comunidades buscan propiciar espacios de concientización y acción sobre los derechos a la comunicación; y por otro lado, están abiertos a trabajar de manera colaborativa con otras organizaciones, y así, generar procesos de participación ciudadana más firmes, y políticamente relevantes.

## 4.2 Técnicas de animación sociocultural

Esta sección del módulo desarrolla, en primer lugar, una reflexión pedagógica sobre lo que significan los procesos de aprendizaje, desde una perspectiva crítica. Y en segundo lugar, se realiza una exposición de algunos tipos de técnicas de animación sociocultural, y la utilidad que tienen estas al momento de trabajar con grupos y organizaciones.

### 4.2.1. Concepto de técnicas de animación sociocultural

Las técnicas de animación sociocultural constituyen elementos pedagógicos y didácticos al servicio de los grupos y organizaciones, los cuales están destinados al fortalecimiento de su acción. Para el caso de las/los Agentes de Igualdad, son herramientas que facilitan el trabajo social con diversas audiencias. La referencia a lo pedagógico, en el marco de la acción de las/los Agentes de Igualdad, permite señalar que en dicha acción intervienen elementos como: construcción de aprendizajes, mediación de conocimientos, formas de interactuar con las audiencias, entre otros.

Es importante recalcar que las técnicas de animación sociocultural no son elementos recreativos destinados a “hacer más fácil” determinados contenidos. Es decir, no se aplican las técnicas como un “pretexto” para que los grupos encuentren “divertida” una reunión, y así, asegurar la participación. Y tampoco, estas técnicas son un conjunto de herramientas destinadas a depositar un saber sobre una audiencia, bajo el modelo de transmisión bancaria de la información (Freire, 2005). Esto, ciertamente es una desviación y mala comprensión del proceso pedagógico que interviene en la forma de animar grupos sociales.

A diferencia de lo que plantean ciertas pedagogías, donde se sostiene que el centro de la acción educativa es el conocimiento que se busca transmitir o construir, la educación popular y las pedagogías críticas plantean que aquello que conduce la acción educativa es la problematización de la realidad. Es decir, no se trata de aplicar una serie de técnicas de animación para que los grupos se “preparen para la vida”, como si ésta fuera una dimensión externa a la animación sociocultural; sino para transformar esa vida.

Por tanto, las técnicas de animación sociocultural se mueven dentro del horizonte de una pedagogía de la pregunta, y

de una pedagogía del conflicto, ya que están orientadas a generar espacios de discusión, reflexión, análisis, y escucha, para, dicho de algún modo, cuestionar las prácticas cotidianas de vida y de interacción social.

La acción pedagógica es una acción política, puesto que habilita procesos de construcción de saberes a favor de ciertos proyectos sociales, y a su vez, en contra de la desigualdad, la injusticia o la violación de derechos. Ningún saber es políticamente neutro, por lo cual, los modelos críticos de educación procuran orientar estos saberes hacia la emancipación social.

Además, es importante indicar, lo pedagógico no es asunto exclusivo de la enseñanza formal, como tampoco, la educación se reduce a la institución escolar; sino que lo pedagógico es un elemento de la vida social:

Las luchas sociales también son escenarios pedagógicos donde los participantes ejercen sus pedagogías de aprendizaje, desaprendizaje, reaprendizaje, reflexión y acción. [...] Las pedagogías, en ese sentido, son las prácticas, estrategias y metodologías que se entretajan con y se construyen tanto en la resistencia y la oposición, como en la insurgencia, el cimarronaje, la afirmación la re-existencia y la re-humanización. (Walsh, 2013)

A partir de estas referencias, es cómo mejor se pueden comprender las técnicas de animación sociocultural, para así dejar de miraras como un elemento de entretenimiento –aunque tengan elementos lúdicos–, y descubrir en ésta unas herramientas de problematización de la realidad y de construcción de la acción colectiva.

En todas estas técnicas, un elemento en común, es su punto de partida: la experiencia cotidiana de los individuos, pues, en algunos casos, procuran hacer explícito el lugar de enunciación de los sujetos, es decir, los saberes previos que poseen, y las imágenes interiorizadas que traen de la realidad. A partir de estos elementos, es que la animación sociocultural busca generar mediaciones para el aprendizaje y el desaprendizaje.

Por último, para un mejor aprovechamiento de las técnicas de animación sociocultural, es importante saber ubicarlas en los momentos y espacios adecuados, para así, no caer en un abuso de técnicas, o en su defecto, una ausencia de mediaciones pedagógicas que convertirían a la animación sociocultural en un asunto de reproducción mecánica de contenidos.

Con estas consideraciones se pueden identificar algunos tipos de técnicas de

animación sociocultural<sup>5</sup> que pueden ser utilizadas, por las/los Agentes de Igualdad, en su trabajo con las organizaciones y comunidades.

#### 4.2.2 Técnicas de presentación e integración

Este tipo de técnicas buscan crear un ambiente de confianza, previo al inicio de la jornada de trabajo con un grupo. Para empezar toda actividad con grupos sociales, especialmente si estos no se conocen, hay que asegurar un espacio de integración de las/los participantes, ya que esto permitirá que más adelante los mismos tengan la total confianza para compartir sus opiniones.

Asimismo, estas técnicas son útiles después de momentos intensos de trabajo intelectual, ya que permite a las/los participantes retomar energías para continuar con las actividades.

Hay que tomar en cuenta que, el abuso en las dinámicas de animación puede afectar a la seriedad de la jornada, por lo cual las/los Agentes de Igualdad deben tener siempre claro el objetivo de su utilización.

---

5. Revisar el documento anexo en el cual se describe, en detalle, las técnicas de animación sociocultural.

#### 4.2.3 Técnicas de organización grupal y planificación

En estas técnicas la colaboración y la comunicación entre las/los participantes es un elemento esencial. Este tipo de técnicas buscan crear un clima distendido y favorable a la cooperación en el grupo y a la planificación de actividades. Aunque en algunas ocasiones se dan bajo la modalidad de un juego, esto no quiere decir que estas técnicas, necesariamente, se limiten a lo anecdótico o competitivo, sino que, fundamentalmente, buscan construir un espacio de cooperación creativa, en el cual, el juego actúa como una mediación pedagógica.

Las técnicas que a continuación se señalan, tratan que todas/os tengan posibilidades de participar, y así, asegurar que el grupo pueda escuchar las voces de las/los participantes, especialmente, al momento de discutir un tema o una problemática relevante para la vida del grupo o de la comunidad.

Estas dinámicas resultan de mucha utilidad cuando se busca crear un ambiente para la planificación de proyectos o la discusión de temas que demandan atención y niveles de concentración.

#### 4.2.4 Técnicas de análisis de contexto

Estas técnicas son de utilidad cuando se busca analizar una realidad que al grupo le interese profundizar, ya que estas técnicas permiten la visibilización de los conflictos sociales, y además, están orientadas a generar un ambiente de discusión grupal, escucha, debate y opinión.

Un elemento a tomar en cuenta, por partes de las/los Agentes de Igualdad, es el estar atentas/os al modo cómo estas se ejecutan, pues, hay que evitar que al interior del

grupo se reproduzcan prejuicios, o formas de exclusión que impedirían que todas/os puedan participar activamente.

Algunas de estas técnicas están orientadas a generar situaciones problemáticas, por lo cual, las/los Agentes de Igualdad deben encontrar modos de mediar los conflictos, para que estos no se encasillen en cuestiones personales; sino que sirvan para el análisis de conflictos políticos, a mayor escala, es decir, como reflejo de lo que acontece en la sociedad.

Para analizar los tipos y utilidades de las técnicas de animación, se sugiere realizar la siguiente actividad:

### Dinámica: Análisis de dinámicas

- **Objetivo:** Realizar una reflexión grupal sobre las funciones que tienen las técnicas de animación grupal, con el fin de observar su utilidad al momento de trabajar con grupos u organizaciones.
- **Tiempo:** 20 minutos
- **Materiales:** Pizarra, marcadores, hojas con preguntas.
- **Descripción:**

Se invita a los participantes a recordar cuáles fueron las dinámicas utilizadas a lo largo de los talleres. Para esto se realiza una lluvia de ideas, en la que cada participante dice su respuesta, y éstas se escriben en el pizarrón.

Cuando ya se hayan agotado las respuestas, se divide en grupos de 4-5 personas, y cada uno de estos se asigna una dinámica para que pueda ser analizada. Para realizar este análisis

se entrega una hoja con preguntas, las cuales tendrán que ser respondidas en grupo. Las preguntas son las siguientes:

- ¿Qué pasos se siguieron para realizar esta dinámica?
- ¿Para qué sirvió esa dinámica? ¿Qué tipo de reflexión permitió hacer esa dinámica?
- ¿Con qué grupos podría ser aplicada?
- ¿Qué otras utilidades le podemos encontrar? ¿Cómo la podríamos aplicar en nuestro trabajo de agentes de igualdad?

Se deja un espacio de tiempo para la reflexión, y después se socializan las respuestas.

Finalmente, el facilitador/a retroalimenta las respuestas, enfatizando en los elementos pedagógicos que tienen las técnicas de animación sociocultural.

- **Para trabajar con personas con alguna discapacidad**

Todas las actividades de esta dinámica se pueden realizar con la total participación de personas con discapacidad. En caso de estar presente alguna persona con discapacidad, al momento de analizar las dinámicas, se le puede invitar a compartir cómo fue su experiencia durante la realización de dicha dinámica, y cómo se la puede mejorar para que se adapte a diferentes audiencias.

Para finalizar la exposición de este tema, se puede entregar a cada participante el anexo: “Técnicas de animación sociocultural”, que incluye un listado de técnicas de animación que pueden ser utilizadas para

distintos momentos, audiencias e intencionalidades.

Una vez entregado este material se puede dejar un espacio para su lectura personal y para resolver inquietudes.

## Evaluación

Para los contenidos desarrollados en este módulo, se pueden plantear las siguientes preguntas:

- a)** ¿Por qué las/los Agentes de Igualdad son considerados como animadoras/es socioculturales?
- b)** ¿Cuál es la utilidad de las técnicas de animación sociocultural?
- c)** ¿Qué criterios hay que tomar en cuenta para utilizar alguna técnica o herramienta metodológica?

## Bibliografía

- Blejmar, B., Nirenberg, O., & Perrone, N. 1998. La juventud y el liderazgo transformador. Conceptos y estrategias en mundos inciertos y turbulentos. Buenos Aires: Organización Panamericana de la Salud/ Organización Mundial de la Salud / Fundación K.W. Kellogg.
- Carreras, I., Leaverton, A., & Sureda, M. 2009. Líderes para el cambio social. Características y competencias del liderazgo en las ONG. Barcelona: Instituto de Innovación Social de ESADE.
- Cerdá, R., Cerdá, P., & Cerdá, M. 2005. Animación cultural. Servicios socioculturales y a la comunidad. Barcelona: Altamar.
- FAD-CEPAM 2011. Manual de desarrollo de competencias en animación social para grupos juveniles. Quito: CEPAM.
- Freire, P. 2005. Pedagogía del oprimido. México: Siglo XXI.
- Habermas, J. 2008. El discurso filosófico de la modernidad. Madrid: Katz.
- Grimson, A., & (comp). 2014. Culturas políticas y políticas culturales. Buenos Aires: Fundación de Altos Estudios Sociales.
- Londoño Álvarez, J. A. 2009. Técnicas de animación sociocultural con jóvenes. Medellín: Mónica Sepúlveda - Escuela de Animación Juvenil.
- Margulis, M. 2009. Sociología de la cultura. Conceptos y problemas. Buenos Aires: Biblos.

Soler Masó, P. 2012. Concepto y sentido de la ASC. En P. Soler Masó (Ed.), La animación sociocultural. Una estrategia para el desarrollo y el empoderamiento de comunidades (págs. 15-68). Barcelona: Editorial UOC.

Trilla, J. 2004. Animación sociocultural. Teorías, programas y ámbitos. Barcelona: Ariel.

Walsh, C. (Ed.). 2013. Pedagogías decoloniales. Prácticas insurgentes de resistir, (re)existir y (re)vivir. Quito: Abya-Yala.

Weber, M. 1964. Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

La animación sociocultural. Recursos para animación sociocultural, gestión de grupos y liderazgo grupal. (11 de enero de 2007). Recuperado el 21 de mayo de 2015, de <https://animacion-sociocultural.wordpress.com/category/tecnicas-de-animacion/>

# ANEXO

## TÉCNICAS DE ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL

### 1. Técnicas de presentación e integración

El objetivo de las técnicas de animación es desarrollar la participación al máximo y crear un ambiente de confianza, previo al inicio de las actividades de trabajo. Estas técnicas se pueden utilizar ya sea al inicio de la jornada de trabajo, para permitir la integración de los participantes, o después de momentos intensos y de cansancio para integrar y hacer descansar a los participantes.

El abuso en las dinámicas de animación puede afectar a la seriedad de la jornada de trabajo, por lo que el o la Agente de Igualdad debe tener siempre claro el objetivo para el cual utiliza estas técnicas.

#### El bum

**Objetivo:** Despertar la atención de los/as participantes previo al desarrollo de una temática. Esta dinámica favorece la concentración y la integración grupal.

**Descripción:** Todos los participantes se sientan en círculo, se dice que vamos a numerarnos en voz alta y que todos a los que les toque un múltiplo de tres (3-6-9-12, etc.) o un número que termina en tres (13-23-33, etc.) debe decir ¡BUM! en lugar del número; el que sigue debe continuar la numeración.

Pierde el juego el que no dice BUM o el que se equivoca con el número siguiente. La numeración debe irse diciendo rápidamente; si un compañero tarda mucho también queda descalificado. Quién se equivoca queda eliminado, y el juego continúa hasta que queden dos personas.

**Ejemplo:** se empieza, UNO, el siguiente DOS, al que le corresponde decir TRES dice BUM, el siguiente dice CUATRO, etc.

## El alambre pelado

**Objetivo:** Favorecer un espacio lúdico de integración para que los/as participantes puedan conocerse, por medio de la generación de un ambiente de confianza.

**Descripción:** Se pide a una o tres persona que salgan del grupo y vaya a un lugar donde no pueda ni escuchar, ni ver las indicaciones que se van a dar a continuación.

El resto de jugadores forma un círculo de pie y se agarran del brazo. Se les explica que el círculo es un circuito eléctrico, dentro del cual hay un cable pelado, y se le pedirá al compañero/a que está fuera que lo destruya. Para esto debe tocar las cabezas de los que están en el círculo, para encontrar cuál es el 'cable pelado'.

Previo a esto, los que están en el círculo deben ponerse de acuerdo para elegir a una persona como 'cable pelado'. Cuando la persona toque la cabeza del cable pelado, todos al mismo tiempo y con toda la fuerza posible pegarán un grito.

Se llama al compañero/a que estaba fuera, se le explica sólo lo referente al circuito eléctrico y se le pide que descubra el cable pelado.

Para conseguir un mayor impacto con esta dinámica, hay que generar un am-

biente de concentración.

## Cuento vivo

**Objetivo:** Desarrollar la creatividad del grupo y favorecer un espacio para la integración y el entretenimiento.

**Descripción:** Todos los participantes están sentados en círculo. El animador/a empieza a contar un relato sobre cualquier cosa, donde incorpore personajes y animales en determinadas actitudes y acciones. Se explica que cuando el coordinador/a señale a cualquier persona, éste debe actuar como el animal o persona sobre la se está haciendo referencia en el relato.

**Ejemplo:** Paseando por el parque vi a un niño jugando fútbol (señala a alguien) Estaba muy cansado. En eso llega su mamá (señala a otra persona), y le regaña de por qué no ha llegado a casa. El niño se pone a llorar y luego sale un perro (señala a otra persona) y le consuela al niño.

En esta dinámica se puede invitar a que otras personas continúen con el relato.

## Los animales

**Objetivo:** Desarrollar la creatividad del grupo y favorecer un espacio para la inte-

gración, por medio de la expresión corporal.

**Descripción:** En los papelitos se escriben nombres de animales (macho y hembra). Por ejemplo: gato en un papelito, y en otro gata (tantos papeles como participantes).

Después se distribuyen los papelitos y se dice que, durante máximo 5 minutos, sin hacer sonidos deben actuar como el animal que les tocó y buscar a su pareja. Cuando creen que la han encontrado, se cogen del brazo y se quedan en silencio alrededor del grupo; no puede decir a su pareja qué animal es.

Una vez que todos tienen su pareja, dice que animal estaba representando cada uno, para ver si acertaron.

**Materiales:** Papeles pequeños con nombres de animales.

## ¡Cola de vaca!

**Objetivo:** Propiciar un espacio de integración grupal y entretenimiento lúdico.

**Descripción:** Sentados en círculo, el animador/a se queda en el centro y empieza a hacer preguntas a cualquiera de los participantes, la respuesta debe ser siempre “La cola de vaca”, todo el grupo puede reírse, menos el que está respondiendo, si se ríe

pasa al centro y hace una penitencia.

**Ejemplo:** ¿Qué es lo que más te gusta de ti? ¡LA COLA DE VACA!

## Una persona de principios

**Objetivo:** Desarrollar la creatividad y la concentración del grupo.

**Descripción:** Todos los participantes se sientan en círculo quién dirige la actividad está en el centro e inicia el juego narrando cualquier historia donde todo debe empezar con una letra determinada. Por ejemplo: Tengo un tío que es un hombre de principios muy sólidos, para él todo debe empezar con la letra P. Así, su esposa que se llama..... PATRICIA. A ella le gusta mucho comer..... ¡PAPA!, etc. Cada persona del círculo debe ir completando la historia, según indique él o la animadora.

El que se equivoca o tarda más de cuatro segundos en responder pasa al centro y hace una penitencia.

## ¡Levántese y siéntese!

**Objetivo:** Favorecer un ambiente de relajación y entretenimiento, previo al desarrollo de actividades que demanden mayor

concentración.

**Descripción:** El/la animador/a empieza contando cualquier historia inventada. Cuando dentro del relato se menciona alguna fruta todos se deben levantar, y cuando dice la palabra “no”, todos deben sentarse. Cuando alguien no se levanta o no se sienta en el momento en que se dice “quien” o “no”, sale del juego o da una prenda.

La historia puede ser iniciada o continuada por cualquier participante. Quien narra la historia, debe hacerlo rápidamente para darle agilidad, si no lo hace, también pierde.

## Prisioneros y guardianes

**Objetivo:** Buscar la integración grupal y el entretenimiento lúdico.

**Descripción:** Se dividen a los participantes en dos grupos, pero el segundo grupo debe tener un participante más.

El primer grupo representa a los “prisioneros”, los cuales están sentados en las sillas. Hay una silla que queda vacía. El segundo grupo representa a los “guardianes” que deberán estar de pie, atrás de cada silla. La silla vacía tiene un “guardián”. Este guardián debe guiñarle el ojo a cualquiera de los prisioneros, el cual tiene que salir rápidamente

de su silla a ocupar la silla vacía sin ser tocado por su “guardián”. Si es tocado debe permanecer en su lugar. Si el prisionero logra salir, el guardián que se quede con la silla vacía es al que le toca guiñar el ojo a otro prisionero.

## Se Murió Chicho

**Objetivo:** Crear un espacio de animación y entretenimiento grupal.

**Descripción:** Todos los participantes están sentados en círculo. El/la animador/a inicia la ronda diciendo al que tiene a su derecha “Se murió Chicho”, pero llorando y haciendo gestos exagerados. El de la derecha le debe responder lo que se le ocurra, pero siempre llorando y con gestos de dolor. Luego, deberá continuar pasando la “noticia” de que Chicho se murió, llorando igualmente, y así hasta que termine la rueda. Puede iniciarse otra rueda pero cambiando la actitud. Por ejemplo: risa, susto, nervios, etc. El que recibe la noticia deberá asumir la misma actitud que el que la dice.

Una variante puede constituir en que cada uno, después de recibir la noticia y asumir la actitud del que se la dijo, cambia de actitud al pasar la noticia al que sigue.

## Círculos concéntricos

**Objetivo:** Conocer algunos aspectos de la vida, intereses, opiniones de las personas del grupo.

**Descripción:** El animador/a invita a los/as participantes a ponerse de pie y a crear dos círculos concéntricos con igual número de personas; los/as participantes del círculo interior mirarán hacia afuera y los del exterior hacia adentro, de esta manera se conformarán parejas.

Luego, el/la animador/a explica al grupo que hará una pregunta que cada participante deberá responder a su pareja y que después de un tiempo prudencial (1 o 2 minutos) indicará con una señal (un pito o una palmada) que el círculo de afuera deberá moverse un paso hacia su derecha conformando otras parejas y responder a otra pregunta, y así cuantas veces se desee, esto con el ánimo de intercambiar conocimientos, percepciones, información personal con más personas.

Algunas preguntas que se pueden formular son: ¿Cuál es tu nombre? ¿Cuál fue el último libro que leíste? ¿Cuál es tu música preferida? ¿Cuál es el recuerdo más bonito que tienes? ¿Es importante para ti la política? ¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre? etc.

## Construyendo el ambiente de trabajo

**Objetivo:** Definir normas, criterios, actitudes que pueden ayudar al grupo durante la jornada de trabajo, o para la ejecución de sus proyectos.

**Descripción:** Los/as participantes se numeran y distribuyen en dos grupos; al primero le corresponde expresar aquello que les haría sentir cómodos y al segundo, aquello que les generaría incomodidad. Toda la información debe estar escrita en papel a la vista de todos/as.

Luego, se invita a incluir otros aspectos no visibilizados y se da lugar a la conversación. El/la animador/a modera la discusión y facilita que el grupo logre el acuerdo sobre las normas que les orientarán y que facilitarán el bienestar colectivo.

## Entrevistas mutuas

**Objetivo:** Crear un espacio para que todas las personas del grupo tengan la oportunidad de conocerse y compartir algo de su vida. Esta dinámica es útil para iniciar una reunión en la cual hay personas que no se conocen.

**Descripción:** Se forman parejas y cada una de estas debe ubicarse en un lugar

del salón en el cual no tenga contacto con las demás. Se debe procurar formar parejas que no se conozcan mucho. Las parejas conversan durante 7-10 minutos, y cada uno/a dice al otro/a la idea que tiene de sí mismo, a fin de crear un mundo en común. Luego, en plenaria, se invita al grupo a compartir cómo se sintieron.

## Cambiar de punto de vista

**Objetivo:** Reconocer distintos puntos de vista presentes en una organización, o entre diferentes organizaciones, con el fin de favorecer el diálogo y la escucha. Esta técnica puede ser útil cuando se juntan grupos de varias organizaciones.

**Descripción:** Se comienza dividiendo en grupos, según sean las organizaciones, y luego se pide que respondan las siguientes preguntas:

EL YO: ¿Qué es importante para mí? ¿Qué es lo que me hace único? ¿Cuáles son mis puntos fuertes y débiles? ¿Quién y qué han hecho de mí lo que soy?

EL YO Y LOS OTROS: ¿Cuáles son mis amistades preferentes (individuos o grupos)? ¿Quiénes son mis héroes, mis modelos? ¿Qué tipo de diferencia tengo y con quién? ¿Cómo se arreglan estas diferencias?

EL YO Y LA SOCIEDAD: ¿Cuál es mi papel en la sociedad hoy y mañana? ¿Qué influencia podría ejercer en ella? ¿En qué medida depende mi existencia de la sociedad?

Estas preguntas se pueden responder de manera personal, o modificarlas para que se respondan de manera grupal.

Los participantes primero responden como creen que responderían los del otro grupo. Después responden a las preguntas desde su punto de vista. La primera serie de repuestas (las de “en lugar de los otros”), se remiten al otro grupo que envía sus reacciones después de la lectura.

Al final, en plenaria, se analiza la diferencia entre las reacciones prejuizadas y las reales. Consecuencias de nuestros prejuicios. Visión actual en nuestro grupo y el cambio experimentado.

## La telaraña

**Objetivo:** Permite el conocimiento interpersonal, especialmente en grupos que no se conocen demasiado, y así crear un ambiente propicio para el trabajo grupal.

**Descripción:** Se hace un círculo entre todos los participantes. Quien tiene la madeja de lana comienza diciendo su nombre,

profesión, hobbies, etc., cuando termina lanza la madeja de lana a cualquier otro participante sosteniendo la punta de ésta, el que recoge la madeja dice también su nombre, aficiones, etc., y del mismo modo, sosteniendo la lana, lanza el ovillo a otro participante, así hasta que todos han dicho su nombre y demás.

Para retomar el ovillo, se irá diciendo el nombre y todo lo que ha dicho la persona que anteriormente te ha lanzado la madeja, y se le lanzará ahora a él, así hasta que el ovillo queda recogido.

**Materiales:** Una madeja de hilo o lana.

## Autobiografía

**Objetivo:** Compartir en grupo la información que cada uno/a considere más significativa de sí mismo.

**Desarrollo:** Para empezar, cada jugador/a escribe en una cartulina, durante un tiempo determinado (ejm: cinco minutos) los datos más significativos de su vida. Luego, se juntan todas las fichas, se barajan y después el grupo debe adivinar a quien pertenece cada ficha, en las que NO debe figurar el nombre.

## 2. Técnicas de organización grupal y planificación

En estas técnicas la colaboración y la comunicación entre los/as participantes es un elemento esencial. Buscan crear un clima distendido y favorable a la cooperación en el grupo y la planificación de actividades. Aunque en algunas ocasiones se dan bajo la modalidad de un juego, esto no quiere decir que éste se limite a lo anecdótico o competitivo, sino a construir un espacio de cooperación creativa, en el que el juego es una experiencia lúdica.

Las técnicas que a continuación se señalan, tratan que todos/as tengan posibilidades de participar, y así buscar que el grupo pueda escuchar las voces de todos los participantes, al momento de discutir un tema o una problemática. Estas dinámicas son útiles cuando se busca crear un ambiente para la planificación de proyectos o la discusión de temas dentro de los grupos u organizaciones.

### Concentración

**Objetivo:** Crear un espacio de reflexión para la discusión a profundidad de una temática. Esta actividad puede favorecer una reflexión sobre la precisión del lenguaje y la objetividad de nuestras observaciones.

**Descripción:** En esta técnica se trata de describir algo que ha sido visto durante un tiempo. Para esto, se señala un objeto y se da tiempo para observarlo con calma.

Luego, por parejas, debe describirse: aspecto, características, finalidad.

Para el caso de los Agentes de Igualdad, los objetos que se analicen puede ser

material fotográfico, audiovisual, entre otros. Lo importante es que por medio de esta técnica se crea un ambiente de concentración y discusión profunda de temáticas específicas.

### Portavoces

**Objetivo:** Esta técnica permite analizar las dificultades para llegar al consenso y favorecer su consecución; además, busca generar un ambiente para tomar una decisión de manera colectiva.

**Descripción:** Para empezar, se forman grupos que representen diferentes posturas o intereses y de cada uno de estos, se

eligen portavoces. Sólo estas personas pueden hablar para que todo el mundo las oiga.

El grupo que va a discutir, los portavoces, se colocan en el centro y el resto a su alrededor. Comienza la discusión entre las personas que están en el centro. Para esto, el animador/a tendrá que haber definido una problemática, o un tema a tratar.

El grupo de afuera tiene como misión observar y analizar los roles que se están dando, las posturas que están bloqueando el consenso, las dificultades de comunicación que haya, etc. Eventualmente se puede plantear la posibilidad (en el caso de utilizarlo para toma una decisión entre grupos) de que el grupo de detrás pueda pasar algún (2 o 3) mensaje por escrito y que ante una propuesta muy novedosa que no estuviera discutida en el grupo se pueda plantear la posibilidad de dar uno o dos minutos para que todas la personas que están de portavoces consulten con su grupo. Si no se está intentando tomar una decisión, el grupo de afuera sólo anotará tomando su papel en la evaluación.

Finalmente, en plenaria se puede discutir las siguientes cuestiones: ¿Cómo se sintieron? ¿Todo el mundo puede aceptar la decisión tomada? ¿Se sintieron bien representados? ¿Qué dinámica se dio, qué roles, qué favoreció y dificultó el consenso?

## Toma de decisiones rápidas

**Objetivo:** Se trata de una técnica que permite, en pequeños grupos, tomar decisiones de forma rápida. Esto con el fin de favorecer la concentración en lo esencial a la hora de tomar decisiones; además, permite desarrollar la creatividad a la hora de buscar soluciones rápidamente, en situaciones difíciles.

**Desarrollo:** Para empezar se divide en grupos de 3 o 4 personas. El animador/a va planteando situaciones, dando un tiempo para que los grupos escriban sus soluciones. Se continúa, de igual forma, con el resto de situaciones (unas 4-5). A continuación, se vuelve a leer a una de las situaciones, escuchando todas las soluciones escritas por los grupos y evaluándolas, antes de pasar a la siguiente situación.

Al finalizar se discute sobre las diferentes soluciones planteadas. Se puede intentar sacar otras nuevas que salgan de escuchar las planteadas.

## Jerarquización

**Objetivo:** Con esta técnica se puede trabajar las prioridades dentro de un grupo, al momento de planificar una acción.

**Desarrollo:** Se forman grupos de 5-6 personas, y cada uno de estos recibe una lista con ya sea, las cosas que el grupo busca realizar, una lista de acciones, o cosas que hayan surgido dentro de la planificación del grupo o la organización.

Después de esto se deja de 10 a 15 minutos para clasificar la lista en orden de importancia. Luego cada grupo comparte los resultados obtenidos.

Para finalizar, se evalúan los resultados. ¿Se ha mejorado el grupo? ¿Qué te ha aportado la discusión en el grupo? ¿Ha sido fácil tomar la decisión grupal? ¿Cómo se ha dado?

## Lluvia de ideas

**Objetivo:** Por medio de esta técnica, se puede crear un ambiente favorable para la libre exposición de ideas. De este modo, se puede potenciar la creatividad grupal y favorecer la participación de todos los/as participantes.

**Desarrollo:** Al iniciar es importante indicar al grupo que no se puede rebatir a nadie, ni entrar en discusiones. Toda idea es admitida, por más fantástica que parezca.

Luego el animador/a plantea una pregunta clara. Las personas participantes

deben dar tantas ideas como se les ocurran. Todas ellas se van apuntado en una pizarra. Si el objetivo es analizar los diferentes aspectos de un problema es importante ir anotando las ideas con cierto orden.

Para finalizar, se examinan las respuestas obtenidas.

Una variante de esta técnica, es que en la primera fase de la lluvia de ideas se haga por escrito. Es decir, cada persona escribe sus ideas, una por papel. Luego se recogen todos los papeles y se van colocando en la pizarra. Si una vez colocados a alguien se le ocurre una nueva idea, también se la puede incluir.

## Diálogo

**Objetivo:** Esta técnica permite el desarrollo de una conversación con ciertas premias. Permite aprender a dialogar y favorece una comunicación verbal afectiva y el consenso.

**Desarrollo:** Para empezar esta técnica, el animador/a presenta un tema conflictivo, y después se forman pequeños grupos con posiciones diferentes. Se da un espacio para que cada grupo discuta, y luego se siguen los siguientes pasos:

1. Presentación de posiciones.
2. Los grupos formulan preguntas entre sí.
3. Diálogos sobre los puntos en común, y los desacuerdos.
4. Diálogo sobre las cuestiones pendientes que pueden ser analizadas de manera conjunta o separadamente, para resolver algunas de sus diferencias.

Para finalizar, se puede preguntar al grupo ¿Cómo se han sentido? ¿Cómo se ha desarrollado el proceso? ¿Se han escuchado las posiciones? ¿Ha habido acercamientos?

## Afirmaciones en grupo

**Objetivo:** Conocer las distintas valoraciones que sobre una problemática, tie-

nen los/as participantes del grupo y además, se puede aprender a respetar las posturas de los/as demás. Por medio de esta técnica se trata de conocer los puntos de acuerdo y desacuerdo sobre distintos temas de opinión.

**Desarrollo:** Al inicio el animador/a plantea un tema concreto para opinar sobre él. Cada participante escribe en una tarjeta sus ideas. Posteriormente se hace una puesta en común, escribiendo en la pizarra las afirmaciones sobre las que hay acuerdo y en las que hay desacuerdo. Luego se entabla el debate.

Para finalizar se puede conversar sobre estas preguntas: ¿En qué consisten las diferencias? ¿Cómo se actúa cuando hay desacuerdos? ¿Se respeta la opinión de los/las compañeros?

### 3. Técnicas de análisis de contexto

Estas técnicas crean un ambiente propicio para analizar una realidad que al grupo le interese profundizar. Por medio de estas técnicas, se buscan hacer visibles los conflictos sociales, y además, están orientadas a generar un ambiente de discusión grupal, escucha, debate y opinión. Por lo cual, el facilitador/a tiene que estar muy atento al modo cómo estas se ejecutan, pues, hay que evitar que al interior del grupo se reproduzcan prejuicios, o formas de exclusión que impedirían alcanzar los objetivos de estas técnicas.

#### Juego de roles

**Objetivo:** Esta técnica lo que busca es que los/as participantes puedan proyectarse en los papeles planteados, comprenderlos, percibir emociones. Además permite desarrollar cohesión y confianza en el grupo, así como también desarrollar la creatividad y mejorar soluciones de problemas o acciones planteadas.

**Desarrollo:** La organización de esta actividad depende de los objetivos, de dónde se ponga el énfasis. El realismo es importante, hay que evitar el tomárselo a broma. El animador/a, durante el desarrollo de la actividad, puede congelar el juego mediante un ¡alto! y una palmada, esto con el fin que los/as participantes vean su propia imagen y sientan sus emociones. Puede hacerse sólo al final (lo habitual) o en otros momentos de la dinámica.

Para la realización de esta actividad, se pueden seguir los siguientes pasos:

- a) Precisión de detalles (acción, escenario, tiempo, circunstancias)
- b) Enumeración y explicación de los roles y de la función de observadores/as.
- c) Asignación de los roles a personas y elección de observadores/as
- d) Tiempo de preparación a los actores/as para meterse en su rol. Consignas a las/os observadoras /es.
- e) Señal de inicio. La/el animador/a velará a partir de entonces por el exceso de realismo, los “accidentes”, la teatralización.
- f) ¡Alto! Evaluación.
- g) Volver a jugar si se quiere y, si es necesario, modificar los roles.

Para finalizar esta dinámica, se pide a las/los observadores/as y participantes que narren lo que vieron, cómo se sintieron, y la manera cómo se trató y se resolvieron los conflictos escenificados. Es importante enfatizar en los elementos problemáticos y cómo éstos afectaron el desarrollo de la situación.

## Cintas de prejuicios

**Objetivo:** Analizar cómo influyen los estereotipos sociales en la comunicación interpersonal.

**Desarrollo:** Para iniciar la/el animador/a coloca en la cabeza de los participantes, sin que éstos vean, un rótulo con un estereotipo social.

Una vez que todas las personas tengan estos rótulos, se propone un tema a discutir. Cada cual tratará a las demás personas, durante la discusión, en base a lo que para ella significa el estereotipo que le ve en la frente. No hay que decir abiertamente lo que pone, sino tratar a esa persona con la idea que se tiene de una persona que respondiera a esa “etiqueta”.

Al finalizar se pueden realizar las siguientes preguntas: ¿Cómo afecta a la comunicación la primera imagen que te formas

de alguien? ¿o la que te dan? ¿Cómo se sintieron? ¿Se valora del mismo modo la palabra de todos?

## Collage

**Objetivo:** Esta técnica permite la expresión de múltiples ideas, por medio de la estética y la creatividad.

**Desarrollo:** Para empezar esta dinámica, se plantea al grupo una situación problemática que se quiere discutir, y luego se forman pequeños grupos de 3-4 personas. Cada grupo recibe materiales como revistas, periódicos, hojas de colores, pinturas. Además, se entrega una cartulina que sobre la cual van a realizar la actividad.

La consigna de trabajo es que por medio de imágenes, sin palabras, expresen todo lo que sienten y piensan sobre la problemática planteada.

Una vez realizado este trabajo, cada grupo comparte su collage y después se buscan elementos comunes y se extraen conclusiones.

## El partido

**Objetivo:** Analizar la discriminación de género y aquellos estereotipos que producen exclusión o segregación.

**Desarrollo:** Para iniciar se divide el grupo en tríos: uno hará de observador/a, otro de niño y otro de niña.

Después de esto, se plantea el siguiente escenario: Hay una niña pide al capitán entrar en el equipo de fútbol, que hasta ahora siempre ha sido sólo de niños. A partir de aquí el juego continuará desde las consignas propias de cada rol:

- Capitán: Sabe que ella juega bien, pero piensa que el fútbol de los chicos no es igual al de las chicas. Ella no tendría la fuerza necesaria para jugar como los otros. Además, ¿qué te dirían los demás chicos de tu equipo y de otros equipos si dejaras que ella entrara?
- Chica: lleva tiempo jugando al fútbol con las chicas, pero piensa que no tiene porque seguir habiendo equipos de chicas o chicos, que pueden ser mixtos. En tu barrio ya has jugado muchas veces con los chicos y siempre lo ha hecho muy bien. No está dispuesta a permitir que no te dejen entrar al equipo por el hecho de ser

chica, en lugar de por su capacidad de jugar al fútbol.

Después de 5-10 minutos se puede invitar a cambiar los roles y comenzar de nuevo. Sí otra vez hasta que todos/as hayan pasado por los tres roles.

Para finalizar se pueden plantear las siguientes preguntas: ¿Cómo nos hemos sentido? ¿Sabes que sentía el/la otro/a? ¿Cómo te sentirías si te niegan hacer aquello que quieres por el hecho ser mujer, hombre, blanco, negro? ¿Cómo esto se manifiesta en los medios de comunicación?

## Autoevaluación

**Objetivo:** La siguiente actividad permite analizar cómo, desde las acciones cotidianas, se puede contribuir o no, a la reproducción de estereotipos o de relaciones de discriminación.

**Desarrollo:** Para el desarrollo de esta técnica, se sugieren seguir los siguientes pasos:

1. Invitar a las/os participantes a escribir una lista de acciones violentas que se pueden realizar con su propio cuerpo, acciones

que entrañen violencia en alguno de sus niveles. Haga un recorrido por las diversas partes del cuerpo: manos, brazos, piernas, pies, cabeza, etc. Luego se invita a escribir una lista de acciones no-violentas que puede realizar con esas mismas partes del cuerpo.

2. Otra opción es hacer una lista de todas las cosas positivas, encaminadas a la justicia y al ejercicio de del derecho de la información y comunicación, que se ha conseguido a lo largo del año. Se puede dar mayor importancia a aquellas que se realizan con el cuerpo y suponen una especial habilidad corporal.
3. También se puede hacer una lista que incluya a todas las personas con las que se suele tratar en un día normal. Al lado de cada nombre, señalar la actitud con la que se dirige a esa persona. Analizar si el comportamiento y trato es amable, cortés, frío, agresivo, despreciativo, etc.
4. Nuestra vida está entrelazada de situaciones positivas y negativas. Enumerar y explicar tres situaciones en las que siempre actúa de forma pacífica, tolerante y comprensiva. A continuación, hacer lo mismo con tres situaciones que en las que se considera no ser justo ni pacífico.

## Cambiando los papeles familiares

**Objetivo:** Analizar el entorno familiar como un espacio, en el cual, también se pueden ejercer los derechos, especialmente de la información y comunicación.

**Desarrollo:** Divididos en pequeños grupos, se elaboran un cierto número de normas que todos los miembros de la familia deberían respetar para convivir de forma no violenta, inclusiva y comunicativa.

Se pone en común lo elaborado por todos los grupos y, con las aportaciones de todos y todas, se diseña un “reglamento común” para el ejercicio de los derechos en la familia.

Finalmente se puede discutir sobre los siguientes aspectos:

- ¿Qué les parece el reglamento?
- ¿Se podrían poner en práctica algunas normas?
- ¿Qué normas son inviables?
- ¿Esto nos ayuda a ejercer el derecho a la comunicación?

## Cartografía

**Objetivo:** Esta técnica permite el análisis de la realidad en la cuál se inscriben los grupos y organizaciones.

**Desarrollo:** Divididos en grupos de 4-5 personas, se dibuja en el papel el grupo u organización (se lo representa con un símbolo) y alrededor se representa mediante algún símbolo, lo siguiente:

- Situaciones de injusticia
- Situaciones de justicia
- Lugares/grupos/situaciones de esperanza
- Lugares de vida, de disfrute.
- Lugares de muerte, que nos hacen sentir mal.

Una vez realizado esto, se procede con los siguientes pasos:

### a) Introspección

En grupos se conversa sobre estas consignas:

- ¿Todas y todos tenían las mismas percepciones sobre el territorio? ¿Algún compañera/o nos aportó información nueva sobre nuestro territorio?
- ¿Estuvimos siempre de acuerdo? En el caso de que no, ¿qué puntos generaron desacuerdo?

- ¿Qué sensaciones nos quedan luego de haber construido nuestro mapa?
- ¿Qué conclusiones/ideas /propuestas podemos sacar a partir de la tarea de armar nuestro mapa? Designamos una/un secretaria/o del grupo para que registre las conclusiones.

### b) Aplicación

Se propone iniciar una conversación sobre las siguientes preguntas: ¿Hay algo de lo que hace el grupo/ organización que ayuda a transformar las realidades que no nos gustan? ¿Hay algo de lo que hacemos que contribuye a reproducir lo que no nos gusta del mapa? Lo escribimos en las hojas y lo pegamos sobre el mapa.

### c) Se socializan los mapas

### d) Conclusiones

Para terminar este momento se conversa sobre algunas de estas preguntas

- ¿Qué está ausente en nuestros mapas y nos gustaría que esté?
- La propuesta de nuestro grupo/organización ¿tienen algo que ver con la política? ¿puede contribuir a la transformación de alguna realidad?

- ¿Qué esperan las personas de nosotras/os?
- Se agregan frases a los mapas que resuman lo reflexionado

## La televisión

**Objetivo:** Esta técnica permite realizar un acercamiento a los modos cómo son utilizados los medios de comunicación, en este caso la TV, y el tipo de mensajes que se promueven desde estos.

**Desarrollo:** Para la ejecución de esta técnica se sugieren los siguientes pasos:

1. Responder individualmente a un cuestionario como el siguiente:
  - a. ¿Dónde está colocado el televisor o televisores en mi casa?  
¿Cuántas horas de televisión veo cada día?  
¿Cuáles son mis programas favoritos?  
¿Qué tipo de películas prefiero?
  - b. ¿Cuáles son mis programas favoritos de televisión?  
¿Qué es lo que más me gusta de esos programas de televisión? ¿Ocurren situaciones violentas en esos programas?

Elaborar un cuadro para clasificar las situaciones violentas que presenta cada programa (física, verbal, leve, grave, por personajes, frecuencia de situaciones violentas, etc)

¿Qué sentimientos, deseos, inquietudes o sensaciones me producen las escenas violentas de esos programas?

¿Me identifico con algunos personajes violentos?

c. Cuando por algún motivo no puedo ver TV, ¿qué hago?

Nota. Estas son preguntas orientativas, se pueden seleccionar algunas o incluir las que sean más relevantes para el análisis.

2. Análisis a la luz de los datos obtenidos
  - a. ¿Qué tipo de actitudes promueven los programas violentos en las/los televidentes?
  - b. ¿He sabido de personas que cometen actos violentos por influencia de la televisión?
  - c. ¿Cómo podemos controlar la influencia de la televisión en nuestro comportamiento?

La Guía Metodológica constituye una herramienta de apoyo para la realización de los talleres que el CORDICOM lleva a cabo, con el objetivo de entrenar a sus técnicos, a lideresas y líderes provenientes de los grupos de atención prioritaria, interesados en promover y difundir los derechos a la comunicación e información establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación - LOC.

Esta guía ofrece un marco teórico y práctico para la sensibilización y entrenamiento de las y los Agentes de Igualdad, en el marco de la difusión de los derechos a la comunicación, con énfasis en los grupos de atención prioritaria.

En este trabajo, las lideresas y los líderes de los grupos de atención prioritaria son destinatarios directos e indirectos ya que, por un lado son las personas a quienes se dirige la capacitación; y, al mismo, tiempo son las personas a las que se quiere beneficiar y visibilizar en su rol de Agentes de Igualdad, que están entrenados en el uso de herramientas que les permita construir una comunicación incluyente, intercultural, diversa y participativa.

