



IDEAS EN EL AIRE

Módulo 2 – Pensándonos Nº 1: Perspectiva de Derechos

Introducción

En el primer módulo encontramos de qué queremos hablar en nuestras radios. Consensuamos los temas que nos resultaban significativos, hicimos una encuesta en la escuela para conocer la opinión de todos y decidimos un listado de lo que vamos a ir desarrollando en distintos formatos en nuestra programación.

El siguiente paso será encontrar el “cómo”. Desde esta capacitación les proponemos algunas técnicas para abordar estos temas desde un debate significativo y transformador de nuestra realidad. Queremos hablar de lo que nos gusta, nos preocupa y nos interesa, pero desde un lugar que nos sume, que nos lleve a repensarnos, nos obligue a informarnos y, en definitiva, nos movilice de alguna manera. La meta es lograr que tras desarrollar nuestro tema hayamos sido capaces de transformar nuestra perspectiva sobre el mismo y, al mismo tiempo, haber contribuido a transformar algo, por más mínimo que sea, en el tema en sí.

Con este horizonte, comenzaremos por un abordaje de derechos, transversal a la cotidianeidad en la que nos movemos. Desde la escuela y los deportes que practicamos todos los días, hasta las relaciones de familia o noviazgo, en todos lados hay en juego roles, estereotipos y situaciones de desigualdad en la que es posible identificar derechos vulnerados y actores responsables de su cumplimiento.

Marco conceptual

Adoptar una perspectiva de derechos significa, primero y principalmente, pensarnos como ciudadanos. Implica cambiar nuestra manera de mirar la realidad social y empezar a pensar cómo transformarla. Para este enfoque, la meta final del desarrollo es la realización de los derechos humanos y estos mismos principios indicarán los medios a través de los cuales dicha meta debe ser alcanzada.

“Desde el enfoque de derechos, nuestra mirada apunta a identificar las violaciones o no realizaciones de los derechos que afectan a determinados grupos, dejándolos en una relación de debilidad. Esta perspectiva se apoya en la convicción que el Estado tiene el compromiso y la obligación de brindar contextos adecuados para la realización integral de los seres humanos”¹.

¹ UNICEF. Desarrollo de capacidades para el ejercicio de la ciudadanía, Colección: Comunicación, Desarrollo y Derechos, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, Bs.As., 2006.

La producción de medios desde esta perspectiva implica un ejercicio de reflexión y acción desde muchos aspectos:

- Nos obliga a pensar un problema de manera integral y compleja. Por el principio de interrelación e interdependencia, los derechos no son nunca únicos ni aislados. Esto hace que en el debate vayan surgiendo ligazones con otros temas que podemos ir anotando para abordar en otros programas. Si hablamos del noviazgo, por ejemplo, seguramente habrá cuestiones ligadas al género, a la salud sexual, a la utilización del tiempo libre, la perspectiva de un proyecto a futuro, etc.
- Requiere que repensemos prejuicios y estereotipos que suelen estar muy arraigados en nuestro sentido común. Pensamos que son cosas que ya vienen dadas, que siempre fueron así y que siempre lo serán. Lo que debemos hacer es “desnaturalizar” estas cuestiones. La manera de lograrlo es, en primer lugar, cuestionándonos críticamente todo, para luego conocer cómo se llegó a que las cosas sean así. Verlo en contexto, con su historia y sus implicancias, y no como algo natural, dado para siempre porque sí. Por ejemplo, el hecho de que aún se acostumbre esperar que las mujeres lleven adelante las tareas domésticas mientras que el hombre vaya a trabajar, no es algo natural sino que son valores establecidos por una sociedad machista en la que el hombre es proveedor económico y cabeza de familia, mientras que la mujer tiene un rol pasivo y, encima, no es rentada por su trabajo en la casa.
- Ejercita nuestra responsabilidad como comunicadores. Requiere que estemos informados, que sepamos de qué estamos hablando y nos hagamos cargo de las implicancias de lo que decimos.

En los ejemplos recurrimos frecuentemente a la desnaturalización de roles y estereotipos de género porque en el debate con jóvenes es una de las cuestiones que más fuertemente aparece y se encuentra íntimamente ligado a un abordaje de perspectiva de derechos. Desnaturalizar roles y estereotipos ligados a lo que las mujeres y los hombres deben ser, sentir, hacer y decir es un constante ejercicio en la discusión y el desarrollo de temas que atraviesan los temas que suelen aparecer en la charla con grupos de jóvenes: el noviazgo, la amistad, el amor, la diversión, el proyecto a futuro.

Actividad:

Materiales: Afiches, hojas, marcadores, grabador y PC con programas de edición.

Formatos: Mesa de debate y spot de campaña.

Objetivo: Debatir, proponer y argumentar desde una perspectiva de derechos. Movilizarnos y movilizar a los oyentes a reclamar por sus derechos.

Productos finales: Una mesa de debate en vivo de entre quince minutos y media hora. Tres spots radiales de campaña.

Tomando uno de los temas elegidos en el módulo 1 se propondrá un debate con abordaje desde una perspectiva de derechos. Para ello se conformará un grupo de cinco jóvenes aproximadamente, con un conductor/moderador que tendrá el rol de hacer

circular la palabra y guiar la discusión buscando identificar en cada problemática que identificamos en el punto 1:

- a) ¿Qué derechos relacionados con ese tema fueron vulnerados?
- b) ¿Qué grupos de la sociedad se ven afectados por esta situación?
- c) ¿Quiénes tienen responsabilidad en hacer cumplir estos Derechos o tiene relación directa con que sea vulnerado (Estado, empresas, actores de la sociedad civil)?
- d) ¿Cuál es nuestra responsabilidad y qué podemos hacer como jóvenes para cambiar esta situación desde esta perspectiva?

Es probable que en un principio este rol facilitador sea ejercido por el referente, promoviendo preguntas que tracen un camino por estos diferentes puntos. Sin embargo, con los debates y con el pasar de los temas es de esperar que los jóvenes vayan adquiriendo este ejercicio. Ellos mismos irán adoptando esta manera de ver la realidad, llevando estas preguntas a los distintos temas que aborden en el debate. A medida que esto vaya sucediendo, el referente puede ir disminuyendo sus intervenciones al aire, siempre desde el acompañamiento tanto en la guía como en la apoyatura de algunos temas con información o datos precisos. El nivel en que se vaya alcanzando esta autonomía en el grupo de debate marcará la medida en que los jóvenes van adquiriendo este abordaje significativo desde una perspectiva de derechos.

Es recomendable ejercitar el debate con una reunión de producción previa para que los jóvenes puedan ir al aire con mayor soltura, con pautas para buscar información y con una mayor elaboración de las ideas que tienen sobre el tema. También en esta instancia se pueden consensuar algunas reglas para el debate interno como, por ejemplo:

- “No vale el porque si”: Todas las opiniones tienen que ser argumentadas y tener un fundamento. Con esta pauta obligamos a repensar nuestras ideas desde posiciones más sólidas para el debate.

- “De a uno, nos entendemos mejor”. Será importante, cuando salgamos al aire, tener aceitado el lenguaje de señas para no pisarnos y poder hacernos entender. En esto el conductor tendrá un rol importante, pero también requerirá del consenso grupal y la determinación de algunas pautas como levantar la mano, prestar atención a lo que dice el otro, esperar el turno de cada uno, etc.

- “Todas las voces”. Siempre que respeten los puntos anteriores, las opiniones de todos son dignas de ser escuchadas. En todos los temas, sobre todo en los que nos movilizan a opinar, es probable que surjan cuestiones ligadas a creencias personales, religiosas familiares o políticas con las que podemos no estar de acuerdo pero es importante que podamos respetar. Debemos escucharnos, argumentar y debatir, pero siempre desde el respeto del otro.

Cierre: Producción de un audio de campaña

Ya que hablamos de movilizarnos para transformar nuestras realidades desde una perspectiva de derechos, qué mejor idea que cerrar este debate produciendo una serie de spots de campaña sobre el tema que hemos desarrollado. Con todo lo que nos hemos informado, aprendido y desnaturalizado, la idea es crear al menos tres audios cortos con

un mensaje que promueva los derechos de los que hablamos. La idea es generar un audio en el que podamos advertir la vulnerabilidad de un grupo con respecto a un derecho, y que movilizemos al oyente a conocer y hacer algo para cambiarlo. Los spots tienen que ser cortos, claros y creativos. Si bien abordamos temas importantes, no es necesario ponerse solemnes, podemos apelar a frases y situaciones graciosas, siempre que sean respetuosas con quienes pueden sentirse afectados directamente por la temática. El desafío es llamar la atención del oyente, por eso una frase ingeniosa o una situación irónica puede ser un buen gancho para empezar. Les recomendamos una estructura que puede tener el audio, de entre muchas que pueden aplicarse:

- a) **Introducción dramatizada:** Presentamos la situación en la que encontramos un derecho vulnerado, para desarrollarlo y darle visibilidad. Armamos un guión breve, le actuamos, le ponemos efectos especiales y la musicalizamos. Debe ser creíble. Por ejemplo, puede ser una charla entre una pareja que no tiene información sobre cómo cuidarse en su primera relación sexual.
- b) **Desarrollo de la problemática.** Aportamos información y datos concretos a la situación que pintamos recién. Se puede utilizar alguna cifra o dato estadístico, y utilizar la pregunta retórica para interpelar al oyente. Por ejemplo: “¿sabías que en tu barrio dos de cada tres chicos no saben cómo cuidarse en una relación sexual?”
- c) **Aporte y movilizamos.** Habiendo planteado la problemática, tenemos que brindar sino una solución, al menos una vía para que quien se sienta interpelado pueda hacer algo. Puede ser datos de contacto para conocer más sobre el tema que desarrollemos en el mismo spot o que enlacemos a alguna página web o institución (siguiendo el ejemplo: “si querés informarte, entrá a www.yoelijocuidarme.org.ar”). También en esta parte, dependiendo del objetivo de nuestra campaña, se puede sumar una movilización para exigir por el derecho que desarrollamos. Una convocatoria a una plaza, una adhesión virtual a un grupo de una red social. En fin, esto ya dependerá de la complejidad de nuestra campaña, pero la idea es sumar una manera en que el oyente pueda ser parte y se movilice para cambiar las cosas.
- d) **Firma.** Cerramos el audio contando brevemente quiénes somos los que lo produjimos. Esto es importante para hacerse cargo de lo que uno dijo, pero también para poder pasar los audios en distintos lugares y que no pierda la identidad: en la tanda (de nuestra radio y de otras), en radio abierta, subirlo a Internet, etc.