

Política, 'liderazgo' y juventud

A propósito de las elecciones regionales y municipales 2014, este año será recordado nuevamente (al igual que la década de los '80) como la oportunidad que tuvo la clase política joven para emprender una 'verdadera política'; sin embargo, lo que deben tener presente la juventud y las siguientes generaciones es comprender que no es necesario formar parte de la clase política para aportar y contribuir al desarrollo humano, social y sostenible... Sencillamente basta ejercer la ciudadanía, la Responsabilidad social y vivir el valor del Liderazgo, y no esperar ejercer un 'liderazgo por designación o nombramiento'.

El Líder por designación o nombramiento.- Generalmente es aquella persona 'que ha esperado la designación o nombramiento' para asumir la obligación de velar por los intereses del grupo e institución que lo ha promovido, y en muchos casos, sacar provecho

personal e institucional; es decir, es un oportunista.

El Líder por principios.- Es aquella persona que vive el valor del Liderazgo, en consecuencia, tiene el compromiso y la responsabilidad de velar por la superación personal, profesional y espiritual de las personas que lo rodean y por el desarrollo humano, bienestar social y sostenible de la comunidad. No necesita de la designación o nombramiento de un grupo o instituciones. Es decir, es una persona con principios y valores

Asimismo, el líder por principios es aquella persona que sobresale por su vocación de servicio, muestras de desprendimiento, iniciativa y capacidad de generar espacios de diálogo para gestionar los disensos y consensuar los aportes de las personas para promover el desarrollo humano, bienestar social y sostenible de la comunidad, distrito, provincia o región, incluso del país.

Y sobre todas las cosas... son personas que viven en principios y valores (Justicia, paz, alegría, aprender, bondad, carácter, coherencia, compasión, compromiso, comunicación, confianza, decencia, desprendimiento, el valor de la familia, empatía, experiencia, fidelidad, flexibilidad, generosidad, gratitud, honestidad, sana diversión, liderazgo, magnanimidad, optimismo, orden, paciencia, perdón, perseverancia, prudencia, puntualidad, responsabilidad social, sacrificio, sencillez, sensibilidad humana, sinceridad, solidaridad, superación, servicio, valentía, voluntad, etc.), respetuosos de los Derechos Humanos y la Naturaleza, respetuosos de la libre determinación de los pueblos, entre otras cualidades humanas.

Estas personas con principios y valores, entre ellos el liderazgo, despiertan en la sociedad en general admiración, reconocimiento, gratitud y respeto... a seguir por las siguientes generaciones.

Conflictos CRÓNICAS anunciados

(*) Jackeline
Velarde Castillo



“Los medios en el Perú parecen están acostumbrados a mostrar los conflictos cuando la bomba ha explotado, cuando no hay nada más por hacer. Se encargan de satanizar y endiosar actores, más allá de generar un análisis del conflicto en toda su complejidad. Porque es, precisamente, ese material periodístico el que “vende”.

La tarde del jueves 25 de octubre del 2012, el televisor estaba prendido y mostraba imágenes que parecían sacadas de una serie de ciencia ficción. Hombres con el rostro cubierto lanzando piedras, portando armas de gran tamaño, había fuego en La Parada.

El conflicto no se generó en un día. Para entenderlo debemos identificar a los diversos actores involucrados: los comerciantes, los estibadores, los transportistas manuales, los mayoristas y minoristas, además de los concesionarios que tienen contratos con la Empresa Municipal de Mercados. Por otro lado, inmiscuidos y enredados en el desorden y la desorganización de la zona; los delincuentes y hampones. Esta permanente coexistencia de intereses, sumada a la fuerza de la ley y el orden lista para intervenir,

generó lo que sucedió esa trágica tarde, en la que dos personas y un animal perdieron la vida.

Al respecto no se hizo mucho, la Municipalidad de Lima brilló por su ausencia durante décadas, haciéndose de la vista gorda, gestión tras gestión, ignorando la problemática. El Centro de Análisis y Resolución de Conflictos elaboró un estudio el 2011, con resultados alarmantes. Fabián Pérez, responsable del Área de Consultoría de dicha institución comentó en una entrevista:

“El lugar ya había quedado totalmente pequeño para la actividad que se realizaba, todos los comerciantes reconocían que tenían problemas en cuanto al espacio para el manejo de los productos, para facilitar el acceso de los camiones, la gran inseguridad, la preocupante

(*) Bachillera en Ciencias y Artes de la Comunicación con mención en Comunicación para el Desarrollo por la PUCP.

tugurización y la falta de limpieza, que por más que se esforzaban por mantenerla se hacía difícil. Definitivamente, todos los comerciantes reconocían que el mercado había colapsado y que se necesitaba un cambio, la incógnita era saber cómo se realizaría.”

No es cierto que los comerciantes ubicados en la Parada no hayan sido conscientes de la problemática que les quejaba, de las condiciones de su centro de trabajo, del futuro incierto que les deparaba el quedarse en ese lugar; ni es cierto que todos hayan estado en contra de la reubicación.

Lo que la Municipalidad de Lima no hizo, más allá de comunicar numerosas veces que el desalojo era inminente, fue comunicar la manera en que se haría, cómo se trasladarían los productos, qué pasaría con los puestos, a quiénes sí y a quiénes no se reubicaría.

Lo que la Municipalidad de Lima no hizo, más allá de comunicar numerosas veces que el desalojo era inminente, fue comunicar la manera en que se haría, cómo se trasladarían los productos, qué pasaría con los puestos, a quiénes sí y a quiénes no se reubicaría. Muchas dudas quedaron en el aire, si le sumamos a esto la negativa rotunda de una parte de los comerciantes, al primer intento de reubicación la reacción fue la peor.

¿Qué mostraron la TV y los periódicos?

Sangre, violencia e imágenes morbosas repetidas cuantas veces se pudo, portadas escandalosas y gente herida. Los medios de comunicación masivos de nuestro país, una vez más, no dieron la talla.

Los medios en el Perú parecen estar acostumbrados a mostrar los conflictos cuando la bomba ha explotado, cuando no hay nada más por hacer. Se encargan de satanizar y endiosar actores, más allá de generar un análisis del conflicto en toda su complejidad. Porque es, precisamente, ese material periodístico el que “vende”.



Está en las manos de los comunicadores para el desarrollo, intentar ejercer una comunicación efectiva y responsable.

(...) generar procesos comunicativos que abarquen la complejidad de la sociedad.



Los ciudadanos limeños cayeron en cuenta de lo que ocurría en La Parada mientras veían la batalla campal por la TV. Al igual que el brote del terrorismo en el Perú, que el conflicto en Bagua y que el más reciente proyecto Conga, el país ha reaccionado al ver las imágenes de violencia, de enfrentamiento, y las problemáticas no estuvieron en

agenda cuando se podían solucionar las cosas utilizando las vías de comunicación necesarias. Lo que genera esto en el imaginario de la gente es una idea mal formada de constantes conflictos y enfrentamientos, de culpables y víctimas; y no, de diálogo y soluciones.

Está en las manos de los comunicadores para el desarrollo, intentar ejercer una comunicación efectiva y responsable. Lograr que, así existan -porque seguirán existiendo- medios amarillistas, hayan también canales y vías alternativas en los que se presente información limpia y transparente, sin contaminación sensacionalista ni intereses personales, políticos, sociales o económicos de por medio.

A puertas de una nueva elección municipal, es nuestra responsabilidad generar procesos comunicativos que abarquen la complejidad de la sociedad, tanto interna (a nivel de organizaciones, autoridades y ciudadanos), como externamente (a nivel de medios de comunicación y audiencia). Es nuestra responsabilidad sentarnos a discutir cómo lograrlo.

Al igual que Bolivia y Guatemala, el Perú es el tercer país con mayor población indígena de América Latina y uno de los países más diversos culturalmente si se consideran a otros grupos culturales como los afroperuanos o los descendientes de

inmigrantes europeos y asiáticos.

En una segunda parte del artículo se abordó la importancia de la Interculturalidad y se definió como competencia personal y profesional. En esta tercera parte se abordará la Interculturalidad como propuesta

política.

Para la Organización Panamericana de la Salud (OPS) la interculturalidad está basada en el diálogo “(...) donde ambas partes se escuchan, donde ambas partes se dicen y cada una toma lo que puede ser tomado de la

Intercultural ^(III)

enfoque

Cynthia
Ayala Aybar



gestionar la diversidad cultural en el marco de los Derechos Humanos.

regional como a nivel del país.

otra, o sencillamente respeta sus particularidades e individualidades. No se trata de imponer, de avasallar, sino de concertar...”, citado por la Dirección General de Planeación y Desarrollo en Salud de México (2010).

“No se trata de imponer, de avasallar, sino de concertar...”, por lo tanto, se necesitan políticas públicas a nivel nacional y regional –para el tema de educación, salud, etc. – que permita

La Interculturalidad como una propuesta política está orientada a la construcción de una sociedad intercultural, respetuoso de la plena vigencia de la dignidad humana y derecho a la libre determinación de los pueblos; es decir, la Interculturalidad es un fin y un medio para contrarrestar las relaciones de poder, discriminación, exclusión, etc. en el ámbito social, económico, político y cultural, tanto a nivel

Enfoque Intercultural

Para El Programa de Buen Gobierno y Reforma del Estado (2013) de la Cooperación Alemana para el Desarrollo, el enfoque Intercultural es una herramienta de gestión que permite analizar las relaciones entre los grupos culturales que cohabitan en un mismo espacio, desde dos dimensiones “a) Distribución del poder en la toma de decisiones sobre sus propias prioridades de desarrollo y control de sus vidas, b) El nivel de



reconocimiento de sus diferencias culturales, sin que ello sea motivo de

resultados en la implementación de las políticas públicas y la sostenibilidad de los proyectos de desarrollo humano conducentes al bienestar social.

“ La Interculturalidad como una propuesta política está orientada a la construcción de una sociedad intercultural, respetuoso de la plena vigencia de la dignidad humana y derecho a la libre determinación de los pueblos. ”

Con enfoques de mediados del s. XX

PREDOMINAN CAMPAÑAS DIFUSIONISTAS EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y ONG's

7

“Por lo general, los comunicadores agrupan sus actividades en torno a su medio preferido... Los estrategas de la comunicación [...] comienzan con una pregunta típica: ¿qué puedo hacer con la radio? ¿Cómo puedo usar la televisión para divulgar mi mensaje?”.
Cortés S. Carlos Eduardo (1997).

César Mariano
Beltrán Gutiérrez



A cinco décadas de su práctica e implementación por las empresas comerciales, en la actualidad, algunos(as) profesionales de la comunicación insisten en la aplicación de los principios del mercado social de mediados del siglo XX en las instituciones públicas y organismos no gubernamentales (ONG's) como si el

derecho a la salud se tratase de un producto, una bebida gaseosa, cigarrillos, autos de moda, etc.

Modelo neoliberal

Según Carlos E. Cortés probablemente el mercadeo social sea la estrategia comunicacional más coherente con el modelo neoliberal desde la década de 1980, la misma que consiste en la publicidad y promoción a través de los medios masivos, programas de capacitación y eventos colectivos, como los pasacalles, “que parecen tener éxito en la superficie pero que no producen un cambio sostenido en las prácticas [sociales] (Van Crower 1990, Rasmusoh y otros 1988, citado por Cortés, 1997).

Prácticas comunes de los ministerios, ONGs, etc.

Sin embargo, pese a la detección del sesgo, acusación y bajos resultados del

componente comunicacional, a diario la ciudadanía es testigo de spots radiales y televisivos, pasacalles, charlas, etc. de los ministerios y direcciones regionales de salud, educación, etc. que intentan –aunque más parece rutina e inercia de los comunicadores y comunicadoras sociales– alcanzar los resultados de las estrategias de mercadeo comercial de las corporaciones multinacionales en perjuicio de la postergación de atención de la calidad de vida de las personas y del bajo presupuesto asignado para promover estilos de vida saludables, por sus altos costos de producción y difusión en medios masivos de menor preferencia.

Base teórica: psicología conductista

Entre los modelos de cambio de comportamiento, usados generalmente por los programas de comunicación en salud, se tiene a las creencias en salud,

Con enfoques de mediados del s. XX

CAMPAÑAS DIFUSIONISTAS PREDOMINAN EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y ONG'S

difusión de innovaciones y el marketing social (Glancy Rimer, 1995; citado por Airhihenbuwa y Obregón, 2000).

Al respecto, Rosa María Alfaro (2005), citado por César Beltrán (2008), señala que uno de los problemas en la Comunicación en Salud es “haber reducido su definición y aporte exclusivamente al campo instrumental, identificándola como un quehacer básicamente técnico, normativo y distante de la reflexión y el análisis”, incluso los profesionales y autoridades de la salud buscan comunicadores sólo para la producción de programas, materiales o ilustraciones, operadores de aparato o redactores de prensa.

Mercadeo social que tiene como base teórica a la psicología conductista y que suponen que las personas aprenden y usan productos y servicios por repetición de actos, percepción de necesidades, deseos de pertenencia, etc. y basado en la transmisión de información a través de los medios masivos.

Cambios de comportamiento que se centran en cambios individuales y que minimizan la necesidad de generar transformaciones políticas que afectan la calidad de vida de las personas.

La salud es un derecho

La salud como estado de bienestar físico, mental y social es un derecho humano, por el cual las personas tienen el derecho y el deber de participar individual y colectivamente en la toma de decisiones para la planificación e implementación de su atención en salud, y uno de los lineamientos de las Políticas en Salud que facilita esta participación es la Promoción de la Salud que tiene como componente decisivo para su ejecución a la comunicación (Beltrán, 2008).

Asimismo, generar y fomentar políticas públicas saludables, promover estilos de vida y entornos saludables con participación social para desarrollar una cultura de la salud y el bienestar de la persona, la familia y la comunidad amerita concepciones de la

comunicación que reconozcan a la persona como sujeto de comunicación, es decir, de encuentro y diálogo, de intercambio de conocimientos y experiencias en el marco de la reflexión y análisis.

COMDES

Desde la comunicación para el desarrollo (COMDES), el mercadeo social podría ser una estrategia integral en los programas y proyectos de desarrollo para promover cambios de comportamiento específicos mediante etapas de diseño, implementación y evaluación participativa, conocimiento de la realidad local y/o regional, etc.

Donde la comunicación debería intervenir como eje transversal en los procesos educativos de un proyecto de desarrollo. No obstante, muchas veces el componente comunicacional es tomado sólo para acciones específicas. Por ejemplo, para muestra un botón. Muchas veces el embarazo no deseado es abordado con campañas puntuales de

Con enfoques de mediados del s. XX

CAMPAÑAS DIFUSIONISTAS PREDOMINAN EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y ONG'S

información educativa para el uso del preservativo; sin embargo, de qué sirve adolescentes bien informados sobre el uso de preservativos y establecimientos de salud si estos establecimientos no cuentan con el lote de preservativos de distribución gratuita, son administrados por personal de salud que maltratan a los usuarios, horarios de atención inadecuados, etc. o adolescentes que no cuentan con los recursos económicos para una consulta o adquirir el producto correspondiente.

Esto es una muestra de que el problema del embarazo no deseado en los adolescentes no sólo se resuelve con campañas específicas y cambios de comportamiento individual basado en la transmisión de información a través de los medios masivos, sino, atendiendo los determinantes sociales, económicos y culturales.

Mientras que para el mercadeo social basado en el paradigma dominante la comunicación contribuye al cambio del

comportamiento individual; para el paradigma participativo el mercadeo social debería contribuir a la transformación de las condiciones sociales.

Para revertir esta práctica, primero se debe conocer las diferentes perspectivas teóricas de la comunicación y el desarrollo humano; segundo, desaprender la tendencia de pensar que la comunicación es la producción o distribución de materiales educativos, así como producción y difusión de spots radiales o televisivos educativos, y que las personas y/o comunidades son objetos de manipulación.

Importancia de un Comunicador(a) para el desarrollo

“De allí que sea importante apostar a un comunicador pensante del desarrollo, capaz de generar diálogos y conversaciones sobre intervenciones y sentidos que van emergiendo de las prácticas y las problemáticas de nuestras sociedad” (Alfaro, 2003).

Bibliografía citada

Cortés S. Carlos Eduardo (1997). La comunicación al ritmo del péndulo: medio siglo del desarrollo.

Collins I. Airhihenbuwa y Rafael Obregón (2000). Una evaluación crítica de las teorías/modelos utilizados en la comunicación en salud para el VIH/SIDA.

Alfaro Moreno, Rosa María (2003). Conferencia magistral publicada en la revista Comunifé No. 3. Universidad Femenina del Sagrado Corazón. Lima.

Beltrán Gutiérrez, César Mariano (2008). La comunicación en la promoción de la salud en la Dirección Regional de Salud Ayacucho, periodo 2005-2006. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Para quienes hemos prestado servicios, tanto en una institución pública o privada, somos testigos de excepción de la estructura clásica de una organización tradicional, que lamentablemente se encuentra vigente en muchas organizaciones, especialmente en

César Mariano
Beltrán Gutiérrez



TENDENCIAS DEL MANAGEMENT ACTUAL Y DEL DIRCOM

algunas instancias del Estado.

Perspectiva histórica

Una organización vertical y autoritaria de la época de la industrialización que ha impregnado su carácter a las comunicaciones -según ellos comunicación-, y que ha sido validada por los enfoques teóricos de los Mass media a partir de la Segunda Guerra Mundial, para mejorar la organización del trabajo, la coordinación de tareas, las 'relaciones interpersonales', la

eficiencia, etc. a partir de una comunicación vertical, el control y la toma de decisiones en función de reglas, recompensas, entre otros, hacia una mayor productividad a favor de los dueños del capital.

A un siglo del nacimiento de la Teoría Humanística (1930), enfocado en las relaciones humanas interpersonales de los miembros de una organización y medio siglo de la Teoría Contingente y la Teoría de Sistemas Abiertos, centrado en las respuestas y la adaptación y la interdependencia con el entorno, son pocas las organizaciones –las administraciones– que reconocen el valor de la comunicación interna y externa, y que la vienen implementando tímidamente para no perder la 'autoridad' del pensamiento clásico. Algunas se han animado a contar con una Unidad de Comunicación, que reconoce la importancia de la comunicación en la cultura de una organización.

No basta una placa de DIRCOM

Sin embargo, no basta entender y practicar la comunicación como proceso de diálogo, horizontal y participativo por parte de los miembros de la organización y directivos, colocar una placa en la puerta de “Dirección de

Comunicación Institucional o Corporativa”, atender las necesidades y motivaciones, la identidad y la pertenencia, y demás necesidades sociales, sino de cambios significativos en la organización.

DIRCOM en acción

El primer paso le corresponde al DIRCOM. Exponer al directivo principal o directorio de la organización un plan preliminar de acciones oportunas y pertinentes que contribuirán al liderazgo en el rubro de la organización.

Aprobada la propuesta, iniciar con los siguientes pasos. Realizar un diagnóstico participativo, analizar aquellos factores que favorecen y obstaculizan el funcionamiento de la organización, intervenciones y posibilidades de cambio en el funcionamiento, estructura, cultura y comportamiento organizacional para promover una política de administración participativa y democrática.

El proceso implica realizar un estudio de la estructura de la organización: organigrama, procedimientos, flujos de información, condiciones de trabajo y seguridad, etc. Un estudio de las estrategias de la organización para determinar la pertinencia y coherencia, conocimiento de las políticas y

directrices generales por los miembros de la organización, etc. Estudios de la cultura organizacional de la organización, historia, sistema de valores, costumbres, estilos de administración, etc. Y un estudio de los comportamientos individuales y colectivos, relaciones interpersonales, grado de desempeño y compromiso de los miembros y directivos de la organización.

Responsabilidades y compromisos

Culminado esta etapa los miembros y directivos de la organización deben asumir responsabilidades y compromisos para renovar la naturaleza de la cultura organizacional, orientado al logro de los objetivos de la organización.

Por lo tanto, esto será posible gestionando y evaluando con pertinencia y propiedad los procesos de la comunicación y la administración en una organización.

“ (...) no basta entender y practicar la comunicación como proceso de diálogo (...) sino de cambios significativos en la organización.

Consideraciones a tomar en cuenta en los proyectos de Comunicación para el desarrollo

La pobreza y su relación con el desarrollo en regiones en pobreza y pobreza extrema

Cynthia Ayala Aybar



“La erradicación o al menos la reducción de la pobreza yace en el corazón de la economía del desarrollo. Aunque el desarrollo busca beneficiar a todos los miembros de la sociedad, los pobres demandan nuestra especial atención”.

RAVI KANBUR Y LYN SQUIRE

12

En el presente artículo se analiza LA EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO SOBRE LA POBREZA: EXPLORANDO LAS INTERACCIONES de Ravi Kanbur y Lyn Squire, contenido en el texto FRONTERAS DE LA ECONOMÍA DEL DESARROLLO, EL FUTURO EN PERSPECTIVA (2001), editado por Gerald M. Meier y Joseph E. Stiglitz; estudio que explora la evolución de la pobreza y su relación con la economía de desarrollo en regiones en pobreza y pobreza extrema, aspectos a tomar en cuenta en los programas y proyectos de Comunicación para el desarrollo.

El artículo inicia con unas interrogantes y respuestas generales sobre la pobreza, seguido del proceso de evolución del pensamiento sobre la pobreza, la Comunicación para el desarrollo como elemento central de los programas y proyectos sociales, finalmente las conclusiones y recomendaciones.

Este análisis se complementa con la revisión de artículos referente a la reciente visita (Lima, 3 de Julio de 2013) del presidente del Grupo Banco Mundial, Dr. Jim Yong Kim, y su presentación televisiva en circuito cerrado en la Pontificia Universidad Católica del Perú; artículos y entrevistas que refieren sobre la lucha contra la pobreza.

¿Quiénes son aquellos pobres que demandan una especial atención?

Son aquellas personas que viven “en condiciones intolerables, donde el hambre es una amenaza constante, la enfermedad una compañía familiar, y la opresión un hecho de vida”. Esta definición es una descripción de lo que vienen viviendo en estos momentos cientos de miles de familias de los departamentos con los niveles más altos de pobreza a nivel nacional: Apurímac (55.5%), Cajamarca

(54.2%), Ayacucho (52.6%), Huancavelica (49.5%), entre otras regiones; es decir, según el último reporte del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2011) se está hablando de 7 millones 800 mil peruanos que se encuentran en situación de pobreza. ¿Serán sólo 8 millones de peruanos pobres? ¿Cómo se determina quién es pobre, a través de la definición o a través de la medición de la pobreza?

¿Cómo debería ser definida y medida la pobreza? ¿Qué políticas públicas y estrategias permitirían reducir la pobreza?

La revisión del compendio propone dos conclusiones generales. Primero, la definición de pobreza no determina quién es pobre, pero si permiten una mejor caracterización de la pobreza y de las adversidades que rodean a los pobres. Segundo, la definición de pobreza cambia la concepción y el pensamiento sobre las estrategias para reducir la pobreza.

Esta definición y las estrategias facilitan la comprensión para diseñar e implementar políticas públicas, programas y proyectos para ayudar a las personas a ‘escapar’ de la pobreza.



Por lo tanto, es necesario definir la pobreza y describir el proceso de medición de la pobreza.

Enfoque de ingreso y consumo

Según el enfoque de ingreso y consumo, la pobreza es la carencia de dinero, posesiones materiales y reconocimiento social; asimismo, la carencia de habilidades para acceder, adquirir o comprar bienes y/o servicios.

Esta definición difiere en el tiempo y el espacio. Por ejemplo la definición ha sido distinta antes o después de la Segunda Guerra Mundial, e igualmente, es relativo en los Estados Unidos (EEUU) o en la India. Para el caso peruano regiones como Huancavelica, Apurímac y Ayacucho difieren con respecto a las



regiones del norte, más aún con la región de Lima (capital del Perú); e igualmente difiere al interior de las regiones, entre las zonas urbanas y rurales.

Un primer intento de medir la pobreza, propuesto por Benjamín Seebohm Rowntree, es a través del ingreso, como línea de pobreza.

¿Qué es la línea de pobreza?

La línea de pobreza es el

presupuesto mínimo para subsistir (PMS), aplicado a los ingresos o gastos en alimentos. Por ejemplo si el PMS era 500 dólares antes de la Primera Guerra Mundial, la mayoría de la población obtenía sólo 100 dólares, por lo tanto eran pobres. Más aún, con 100 dólares no había lugar para aparatos eléctricos, automóviles, radios, etc. cuya posesión significa modelo de bienestar.

Asimismo, la línea de pobreza es un medio para medir o monitorear los cambios en el tiempo, y como un medio para diseñar acciones orientadas hacia los pobres. Por ejemplo: El Dólar al día, costo de vida, canasta básica alimenticia, etc. Sin embargo, es relativo teniendo que usar más de una línea de pobreza por existir pobres y extremadamente pobres en otras regiones y en el tiempo.

Importancia de la medición de la pobreza

La medición de la pobreza es importante durante el diseño de acciones específicas para la reducción de la pobreza, tanto en el campo como en la ciudad; asimismo, en el tránsito (migración) del campo a la ciudad, lo cual amerita un ajuste a la medición.

Además, se debe tomar en cuenta el acceso diferencial y las engañosas valoraciones de la pobreza; asimismo, las diferencias en el tamaño y composición del hogar.

¿Cómo aliviar la pobreza crónica?

Incrementando los ingresos económicos y posesión de materiales; asimismo, a través del fortalecimiento de capacidades.

¿Cómo aliviar la pobreza transitoria?

Promoviendo esquemas de seguro (red efectiva de seguridad social) y estabilizando el ingreso (acceso a créditos).

¿Es igual el tratamiento de la pobreza?

No. El tratamiento de la pobreza depende de cómo distribuyen los hogares el ingreso o el alimento a sus miembros. Para ello se necesita datos de ingesta de calorías, gestión de ingresos, impacto del ingreso laboral, peso por altura de niños, etc.

Como se puede observar es complejo medir la pobreza con líneas convencionales; sin embargo, facilita la disponibilidad de encuesta de hogares para el conocimiento de la

pobreza.

Crecimiento, desigualdad y pobreza

Para quienes definen la pobreza como una falta de ingresos o de bienes sugieren incrementar el ingreso per cápita –a través del crecimiento económico– como una estrategia potencial para reducir la pobreza. Sin embargo, la realidad peruana demuestra lo contrario, al pobre lo hace más pobre; es decir, existe una relación negativa entre el crecimiento económico y desigualdad en el ingreso.

Estas conclusiones sugieren identificar políticas redistributivas que incrementen el crecimiento económico y además generar un beneficio a los pobres.

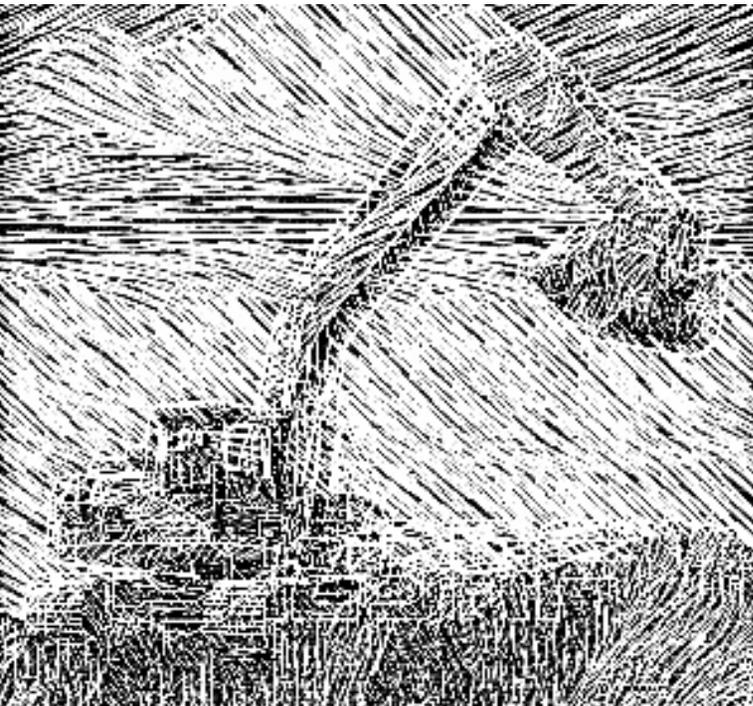
Desde las relaciones mecánicas, el crecimiento económico y la desigualdad son resultados de políticas económicas, capacidad institucional y factores externos (tendencias, shocks, crisis financieras, etc.); sin embargo, los analistas ignoran un tratamiento integral del problema, tratando los vínculos mecánicos y el papel de la política por separado.

El político debe hacer que la política influya tanto al crecimiento como

a la desigualdad. Es decir, cómo incrementar el crecimiento y mejorar la igualdad al mismo tiempo o mitigar el crecimiento generador de desigualdad.

Comunicación para el desarrollo

El comunicador(a) social debe comprender y evaluar los modelos de desarrollo, la evolución de la pobreza, etc., para tomarlos en cuenta en el diseño, implementación y evaluación de los programas y proyectos de educación, salud, etc. a favor del desarrollo humano, social y sostenible de las regiones en pobreza y pobreza extrema.



De piedras, palos y botellas

Aportes de la Comunicación para el Desarrollo en la resolución de conflictos mineros en el país

(*) Evelyn Rosario
Loayza Vargas



Estimado lector: tómese un momento y observe a su alrededor. Tal vez tenga un electrodoméstico al lado, una lámpara, un escritorio o inclusive algo tan pequeño pero útil como un lapicero. Ahora bien, ¿por qué haríamos un ejercicio tan fútil como el propuesto? Lo haríamos no sólo para descansar la vista o para darnos cuenta que lo escrito puede llevarnos más allá del texto, aquí sería útil para darnos cuenta que existen muy pocas probabilidades, quizás nulas en el mundo urbano, en las cuales nuestras actividades no dependan del uso y disfrute de algún objeto que sea de metal. Es debido a esta demanda mundial que las historias de todas las civilizaciones no pueden ser entendidas sin el aprovechamiento y la gestión de los minerales.

Ahora bien, ya no nos encontramos dentro de la edad de bronce o en la

revolución industrial, ello implica que frente a dicha necesidad se nos presentan nuevos desafíos para el aprovechamiento de dicho recurso. Uno de dichos desafíos es lidiar con todo un mercado financiero y bursátil relacionado a la producción de minerales. La variación mínima de costos de minerales como el oro, plata, aluminio, zinc, entre otros puede generar convulsión social y perspectivas macroeconómicas negativas en una u otra parte de nuestro país, continente, o inclusive en el mundo.

Esto hace que el manejo de los recursos naturales, con especial mención en los minerales, sea un tema complejo en países productores de esta, más aún si consideramos que los espacios de producción de minerales a nivel mundial generalmente están constituidos en territorios rurales, no necesariamente occidentalizados, donde muchas veces la población posee bajos niveles

(*) Estudiante de 10mo. ciclo (último año) de Comunicación para el Desarrollo de la PUCP. La autora agradece la valiosa colaboración de Gustavo Adolfo Álvarez Gutiérrez, sin cuyo aporte no hubiera sido posible elaborar este artículo.

“ Es debido a esta demanda mundial que las historias de todas las civilizaciones no pueden ser entendidas sin el aprovechamiento y la **gestión de los minerales**”.

educativos y bajos índices de desarrollo humano. Es por ello que, considerando que dicha problemática es compleja, las soluciones no se realizarán mediante esquemas sencillos y disgregados de conocimientos.

Es así que las diversas disciplinas que constituyen los ámbitos académico-profesionales deben repensarse para aportar desde sus ámbitos de conocimiento a la solución de dicha problemática. Dichos aportes toman relevancia en temas tan complejos como las transformaciones de conflictos, el desarrollo de las personas o en el bienestar de los futuros ciudadanos y ciudadanas. Por todo ello afirmo que uno de los campos de estudio que tiene relevancia en la cuestión del manejo, uso y recurso de los minerales, así como el desarrollo de los pobladores, es la comunicación para el desarrollo.

Así pues, me propongo mencionar, someramente, la importancia que tiene la comunicación para el desarrollo en contextos productores de minerales. Ya que dicha tarea sería titánica reduciré el espacio de interés al ámbito peruano, ámbito que se caracteriza fundamentalmente por estar marcado por la constante conflictividad social, por ser productor de materias primas, tener marcadas desigualdades económicas, pertenecer a un mundo globalizado pero

con un escaso desarrollo en el reconocimiento de su diversidad cultural. Intentaré por ello señalar los aportes fundamentales que la comunicación para el desarrollo puede otorgar al conocimiento de la problemática y al

1. Está complicada la cosa: Minería y Conflictos

Para poder entender la dimensión de la complejidad de la minería en nuestro país es necesario conocer el cambio revolucionario (Arellano: 2011) llevado a



manejo, sobre todo del conflicto del ámbito de industrias extractivas, con énfasis en el sector minero en el Perú. Esto no implica que dicha tarea no pueda ser de utilidad en perspectiva comparada, ni mucho menos que idealizaré a la comunicación para el desarrollo como la “receta mágica” para todos los problemas, sino que si deseamos realmente una solución adecuada, consensuada y con vocación de permanencia los comunicadores tenemos algo que decir.

(...) uno de los campos de estudio que tiene relevancia en la cuestión del manejo, uso y recurso de los minerales, así como el desarrollo de los pobladores, es la **comunicación para el desarrollo**”.

cabo a nivel mundial durante la segunda mitad del siglo XX en relación a la minería. En el ámbito laboral se desarrollaron dos factores. Un primer factor que propició este cambio fue el perfeccionamiento de los sindicatos de trabajadores, permitiendo que ellos tengan un cierto grado de conciencia sobre sus derechos; un segundo factor fue la aparición de regulaciones laborales nacionales e internacionales que ocasionaron un aumento en los presupuestos de las empresas mineras. Ambos factores, sumados al descenso en los precios de los metales hicieron que la minería tradicional sea un negocio complicado.

Fue este contexto que propició un cambio de dirección. Este consistió en el impulso de una industria minera moderna cuyo objetivo era conseguir la mayor cantidad de minerales posible a cambio de un uso mínimo de mano de obra. Entonces empezó a aparecer la minería de tajo abierto. Este tipo de minería demandaba mayores cantidades de agua y tierra lo que a su vez ocasionaba que el relave generado contaminara los recursos hídricos de las comunidades. Ello hacía que la minería no solo perjudicara a las comunidades a través de una disminución de oferta laboral sino que, a su vez, empezó a afectar a un mayor número de personas dentro de sus zonas

de intervención. Es en este punto que los conflictos entre empresas mineras y las poblaciones se posicionaron con mayor énfasis.

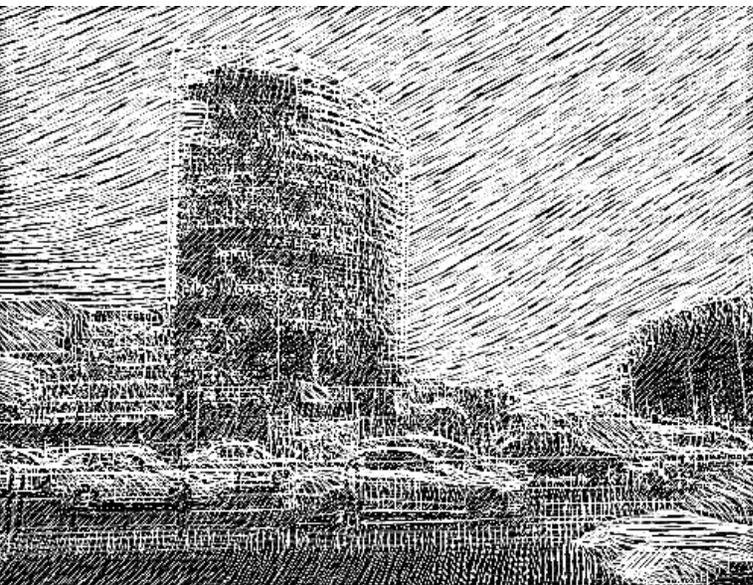
Como mencioné al inicio nuestro país goza de grandes cantidades de recursos minerales, es por ello que no somos ajenos a la conflictividad de la minería ocasionada por el fenómeno mundial del “cambio revolucionario”. Frente a dicha situación se configuraron dos perspectivas.

Ello hacía que la minería no solo perjudicara a las comunidades a través de una disminución de oferta laboral sino que, a su vez, empezó a afectar a un mayor número de personas dentro de sus zonas de intervención. Es en este punto que **los conflictos entre empresas mineras y las poblaciones se posicionaron con mayor énfasis”**.



(...) la segunda es la percepción de la población, consistente en asegurar que los gobiernos y la élite económica son los únicos beneficiarios de la explotación de los recursos minerales excluyendo así a los pobladores del desarrollo y condenándolos a la miseria”.

19



La primera se despliega a través de la élite económica, empresas mineras y gobierno central que consideran que las comunidades no son capaces de beneficiarse de la riqueza en minerales que tiene el país; a su vez, culpan de la pobreza y del descontento social a la falta de inversión en explotación de recursos naturales. Según esta visión, la solución vendría dada por la creación de condiciones adecuadas para convertir al país en un lugar atractivo para las inversiones privadas en el sector extractivo y así poder hacerle frente al “retraso” del Perú rural.

La segunda es la percepción de la población, consistente en asegurar que los gobiernos y la élite económica son los únicos beneficiarios de la explotación de los recursos minerales excluyendo así a los pobladores del desarrollo y condenándolos a la miseria. Para ellos, el canon minero no compensa de forma alguna los problemas generados por las actividades de la minería ni la cantidad de minerales extraídos de sus tierras.

Es interesante observar que cada actor que se involucra en las actividades de la minería no mantiene una percepción diferente de esta, sino, más bien, se agrupan entre así. También cabe resaltar la coincidencia de ¿intereses? del Estado y la empresa minera en cuanto a

considerar a la población como incapaz de aprovechar sus recursos.

Es con respecto al Estado que me gustaría hacer algunas precisiones.

Que sí, que no, que nunca te decides...

Quisiera establecer la paradoja del Estado Peruano en cuanto a su relación con los conflictos sociales. Por un lado tenemos a la PCM y la Defensoría del Pueblo, quienes tienen un papel de mediadores y veedores de los procesos de los conflictos sociales y quienes también, a paso lento, vienen intentando establecer procesos de dialogo como solución de los conflictos. Por el otro lado se encuentra el Ministerio de Economía y sus ya conocidas medidas de promoción de la inversión privada. No debemos olvidar además que una de sus últimas intervenciones, la llamada “paquetazo Castilla”, se caracterizó por promover una reducción tributaria a aquellas empresas que tienen deuda de hasta 20 millones de soles al fisco, medida aplicable a varias mineras;

Ahora bien, el Ministerio de Economía no es el único órgano estatal generador de perjuicios en los ciudadanos. Basta mencionar la tenue participación del Ministerio del Trabajo en la reducción del proceso de liberalización de los contratos

de trabajo que perjudican a los trabajadores de las empresas puesto que a muchos se les impediría acceder a un contrato con todos los beneficios que esto implica, o la disminución de poderes al Ministerio del Medio Ambiente y la reducción de las multas impuestas por la OEFA.

Todas estas medidas tienen un impacto directo en las empresas mineras pues las beneficia (económicamente y disminuyendo su regulación), mientras que deja aún más desprotegidos a los ciudadanos y ciudadanas que viven en las zonas de intervención de estas empresas. Entonces se nos plantea una paradoja en cuanto a los modelos de desarrollo que el Estado Peruano presenta: Un lado modelo puramente economicista (con la primacía del análisis costo beneficio) y un modelo que aplica cierta veeduría por parte del Estado. Tal vez por esta duplicidad de maneras de abordar los conflictos sociales es que, según reportes de la Defensoría del Pueblo del año 2013, contamos con 216 conflictos sociales cuyos 170 están en condición de activos y 46 de latentes y donde los conflictos socio ambientales constituyen un 65%.

De modo que somos un país con conflictos sociales desprendidos de las actividades mineras que se deben, en

líneas generales, tanto a las percepciones distintas entre los actores frente a la actividad extractiva como a las discrepancias internas en la visión del desarrollo. Por ello cabe recalcar la importancia del papel del Estado frente a estas dos causas de conflictos, ya que este debería ser el primer llamado a configurarse como regulador y principal mediador. Por consiguiente, sus percepciones y visiones no deberían estar totalmente ligadas al de las empresas mineras, sino, más bien, debería buscar incorporar las percepciones y visiones del desarrollo de las poblaciones a los que en última instancia responden.

2. Los comunicadores para el desarrollo: ¿Qué son?

Ahora bien, todo el análisis previo me lleva a plantear la siguiente pregunta: ¿Qué es la comunicación para el desarrollo? Calma mi estimado lector, debo responder a dicha pregunta si quiero llegar a ver cuán bueno o malo puede ser la aplicación de dicha materia en el entorno anteriormente descrito. Como estudiante de comunicación para el desarrollo estoy expuesta cotidianamente a responder esta pregunta y casi siempre no doy con la respuesta más acertada, por lo que esta vez intentaré realizarla adecuadamente.

CONTINUARÁ ... Boletín Comunicare No. 4/Año 2: "De piedras, palos y botellas (II)".

Bibliografía:

Alfaro, R. M. (2006). Sin comunicación no hay desarrollo. Lima: Asociación de comunicadores sociales Calandria.

F.Jaminas, J. (1975). Extracto de la filosofía de la comunicación para el desarrollo. Compendio de Comunicación para el Cambio Social.

Jayyaweera, N. (1987). Replantear la Comunicación para el desarrollo: una perspectiva holística. Compendio de Comunicación para el cambio social. Yaguas, J. A. (2011). ¿Minería sin fronteras?: Conflictos y desarrollo en regiones mineras del Perú. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

<http://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/que-consiste-paquete-medidas-reactivacion-economica-n144049>, visitado el 2 de Setiembre del 2014 a las 1:00 a.m.

<http://www.muqui.org/index.php/introduccion-2013>, visitado el 2 de Setiembre del 2014 a las 2:00 a.m.

ASOCIACIÓN DE
COMUNICADORES
SOCIALES



communicare

Comunicación para el desarrollo humano y social