



## EL PERIODISMO DE HOY

Los problemas históricos que se vienen planteando de la Prensa no se solucionan y muy por el contrario sigue habiendo abusos de poder de los dueños de los grupos de comunicación; el sensacionalismo se convirtió en la práctica habitual de los informativos; los periodistas siguen accediendo a sobornos políticos y dejándose llevar antes por su ideología que por su ética profesional... Además, al periodismo le han surgido nuevos problemas a raíz del nacimiento de la Sociedad de la Información on-line o Redes Sociales (Facebook, Twiter, etc...)



LA IMAGEN POLITICA SE DESTRUYE O SE ENALTECE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



## El Poder de los Medios de Comunicación

La Teoría de la responsabilidad social de la prensa concibe la información como uno de los derechos fundamentales de la sociedad, depositado en los medios de comunicación y en los periodistas y garantizado por ellos (...) Sin embargo, los medios de comunicación parecen jugar hoy en día un rol de organismo con una autonomía económica propia dirigida en mayor medida hacia intereses políticos y económicos, más que hacia la responsabilidad social que exige de ellos la democracia.

Esto origina que, por lo general, se genere « un proceso de convergencia discursiva entre el discurso oficial y los medios de comunicación, que reproducen la retórica del gobierno, haciéndose evidente la dependencia». En los casos en los que el periódico responde a los intereses de la oposición, se inicia un linchamiento mediático contra aquellos valores o representantes políticos que más diferencias representen con su opción.

De este modo, la opinión pública se ciñe tan sólo a lo que los medios de comunicación establecen. La realidad que perciben los ciudadanos es la realidad que transmiten los medios, que, según Pérez Peña, «tienen una posición privilegiada para crear y/o reproducir conceptos, significados, esquemas cognitivos y modelos interpretativos a través de los cuales los individuos le dan sentido a su propia existencia».

Los políticos aprovechan este privilegio para sus propios fines, de modo que los medios acaban siendo un instrumento de difusión propagandística (en la mayoría de los casos elaborada por periodistas a sueldo de políticos o empresas, lo que el profesor José Luís Dader acertadamente denomina comunicopólogos).

El ejemplo más claro es el de las campañas electorales, que terminan formando un triángulo cuyos tres vértices son los candidatos, los medios y los votantes, lo que significa que quien puede pagar por publicidad en medios o salir más veces entrevistado tiene más probabilidades de ganar una elección

Este control de los medios de comunicación no es algo nuevo, como hemos visto en el análisis de trabajos concluyentes de doctores en Comunicación social, los medios de comunicación no nacieron libres, sino sometidos al poder. Eran los reyes y los señores quienes controlaban las imprentas. (...) A través de la historia los periodistas han desempeñado su trabajo con la presión, implícita o explícita, de los gobernantes».

Ejemplo: El ex presidente español, José María Aznar, llamó a directores de medios para que difundieran la supuesta autoría de ETA en los atentados del 11 de marzo en Madrid 2001 o en Chile cuando la dictadura coayudó a montar la "aparición" de la Virgen apoyada en TVN o Canal 13 y Pablo Honorato ocultando información o bajo el gobierno de Ricardo Lagos cuando se buscó ocultar el fracaso de los trenes traídos desde España con el Chupacabras... Los ejemplos son variados y tocan a todos los gobiernos y partidos por igual, esto es de derecha centro o izquierda.

La información está cada vez más contaminada por intereses ajenos al periodismo. Sobre el periodista actúan constantemente agentes externos que tratan de obtener un resultado informativo concreto. Pero, a la vez, eso no puede ser de otro modo, puesto que estamos en la era de la información. Los medios son la "escena" en la cual "se existe" y en donde se adquiere una imagen.

La medición de las audiencias juega un papel crucial en este sentido. No sólo afecta a los ingresos por publicidad, sino que también les sirve a los políticos para averiguar hasta qué punto su imagen y mensajes son percibidos por la sociedad. «el eje de la estrategia es que lo comunicable sea aceptado por la mayoría».

Otra consecuencia de este poder de los medios de comunicación es que el periodista acaba por convertirse en una marioneta política, creyéndose las adulaciones de quienes están interesados en caer bien.

Los periodistas pese a su formación académica corren el riesgo de venderse al mejor postor, pasa en Chile, América y Europa

La otra consecuencia del poder de los medios es el sensacionalismo. La información acaba vendiéndose al mejor postor (en este caso, la publicidad) y, por lo tanto, se olvida el deber constitucional de los ciudadanos a estar informados en beneficio del entretenimiento, el chismorreo y la banalidad. Los informativos, sobre todo en el medio televisivo, acaban reduciendo el espacio dedicado a información política y ampliando noticias absurdas con intereses comerciales. Un ejemplo diario es el informativo de TVN, MEGA Y CANAL 13, que introducen encuestas sobre temas intrascendentes realizadas por empresas privadas, (cada año sale la encuesta sobre la vida sexual de los chilenos realizada por CONDONES Dúrex, sobre la felicidad de los ciudadanos impulsada desde Coca-Cola, etc.). Así, la publicidad trasciende sus espacios para introducirse en el periodismo (el informativo de TVN es, según el Estudio General de Medios, el de mayor audiencia).

## ORATORIA POLITICA



La oratoria se entiende como la capacidad de hablar en público con elocuencia y con el objetivo de convencer.

Se puede tener buena o mala oratoria, lo que en la actividad política es casi imperdonable.

### Técnicas para una mejor oratoria

1. Lenguaje Corporal
2. Dominio del tema
3. Punto de referencia visual
4. Gestos, (manos, boca, brazos, etc....)
5. Seguridad

6. Lenguaje Simple
7. Simpatía
8. Cordialidad

Hablar en público es considerado el segundo miedo más popular de las personas después del miedo a la muerte. Sin embargo hacer frente al temor de hablar en público es clave para el éxito en cualquier actividad especialmente política.

Vencer nuestros temores y crecer en nuestra capacidad de comunicarnos, dirigir con voz de mando o con persuasión, expresarnos con asertividad o simplemente ser capaces de captar la atención de las personas gracias a la palabra comúnmente será la diferencia entre el éxito o el fracaso de nuestros planes o deseos.



Saber expresarnos amplia nuestra visión del mundo puesto que el buen orador construye nuevos mundos y vive nuevas realidades gracias al correcto uso de la palabra.

Con el poder de la expresión oral, crecemos en la autoestima, afirmamos nuestra personalidad y aprendemos a valorarnos. Hablar en público es también, un camino para conocer a los demás, aceptarlos y poder colaborar con ellos.

Este curso está dirigido a líderes políticos y todos aquellos que necesitan comunicar sus ideas y proyectos con efectividad y entusiasmo ante un grupo de personas.



## **EL DISCURSO**

Los discursos aparecen en ámbitos muy diversos. Estos mensajes son una parte esencial de la actividad política, ya que los candidatos en un proceso electoral, los dirigentes y los funcionarios suelen comunicarse con la población a través de discursos. Supongamos que un país está a punto de elegir un nuevo presidente: todos los candidatos pronunciarán diversos discursos durante la campaña para comunicar sus propuestas y seducir a los votantes.

### **Técnicas discursivas**

- 1 Lenguaje claro
- 2 Discurso Breve
- 3 Sin historias que se tornen “lateras”
- 4 Nunca hablar en plural
- 5 Sin dudas
- 6 Pirámide Invertida

## **COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN POLITICA**

A menudo podemos ver líderes políticos electos o participantes en procesos electorales que se aventuran a desarrollar sus campañas políticas sin contar necesariamente con el componente estratégico de comunicación que ayude a consolidar objetivos. Son múltiples los elementos que entran en juego a la hora de enfrentar una candidatura. El candidato debe tener en cuenta que junto a sus capacidades deben existir otros profesionales que puedan ayudar a potenciar sus atributos y mejorar sus defectos.

Ejemplo, un buen comunicador ayudará en lograr los objetivos, una buena organización social que respalde inicialmente al candidato, colores acordes con lo que se desea comunicar, etc....

## HERMENEUTICA POLITICA



Identificación Simbólica de logos y personajes que de forma instantánea nos indica a qué corriente pertenecen.

### EJERCICIOS A CONCEJALES PRESENTES

- 1 Identifique una falencia que usted considera que debe mejorar para que su discurso llegue de mejor forma
- 2 ¿Qué rol le asigna usted a los Medios de Comunicación?
3. ¿Cuáles son sus Medios de Comunicación preferidos o en los que más confía y por qué?

FRASE PARA EJERCITAR : “El Ministro viajó hacia su ciudad”





## **GRANDES DUDAS SOBRE HECHOS QUE SE INFORMAN**

### **LLEGADA DEL HOMBRE A LA LUNA 1969**

Se cree que una de las grandes conspiraciones del siglo XX es el alunizaje realizado por la NASA. En 1969, el Apolo 11 llegó a la luna y Neil Armstrong se convirtió en el primer ser humano en pisarla.

De acuerdo con [dmae.upm.es](http://dmae.upm.es), el 11 por ciento de los estadounidenses cree que ese viaje fue falso. Cifra que se ha extendido por todo el mundo.

Aunque para muchos no se trató más que de un montaje y una gran conspiración realizada por los Estados Unidos.

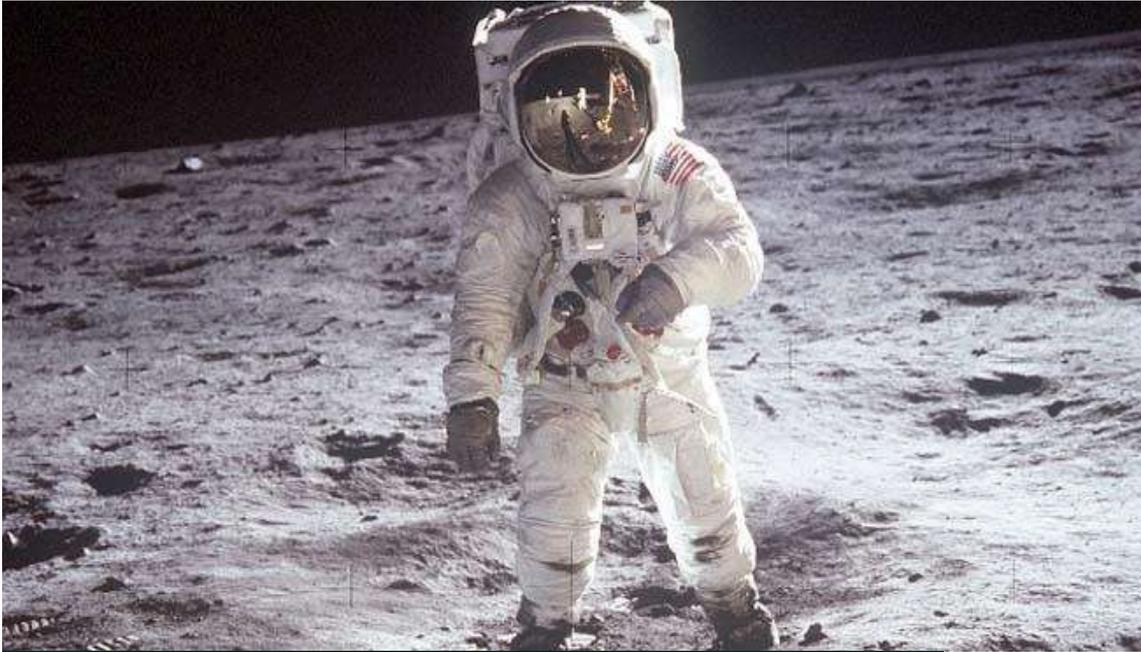
Todo el suceso fue televisado, así que el mundo entero fue testigo de lo que estaba pasando. En aquel tiempo, los equipos de grabación de la NASA no eran compatibles con los de la televisión por lo que las imágenes tuvieron que ser reproducidas en un monitor que a su vez fue filmado por las cámaras de televisión, explica el diario El País. Desde ese entonces, los rumores de que todo había sido un engaño empezaron a rondar.

Existen varias pruebas que desmienten dicho alunizaje, como que las fotografías mostradas tenían incongruencias.

Por ejemplo, un cielo oscuro sin estrellas, que no había un cráter considerable bajo el motor de la nave o que simplemente la NASA no contaba con la tecnología suficiente en aquella década para llegar a la Luna.

Tales argumentos han sido justificados, pero hay algo más que ponen en duda lo que cuenta la historia: recientemente se anunció que la NASA perdió todas las grabaciones originales del alunizaje.

Sí, suena increíble, pero según anunció [madridpress](http://madridpress) dichas imágenes desaparecieron. Se traspapelaron 700 cajas con las transmisiones originales del Apolo 11, material sobre todo lo que supuestamente pasó.



POSIBLE FRAUDE TELEVISIVO

---





**Se denomina incidente OVNI de Roswell al relato sobre el choque de una presunta nave extraterrestre en Roswell (Nuevo México, Estados Unidos) el 7 de julio de 1947.**

**Algunos especialistas en ufología y gran parte del público se han interesado en los acontecimientos de Roswell. Se han escrito muchos libros y rodado películas sobre los presuntos sucesos, tanto novelas de ficción como informes serios y elaborados.**

**Recientemente a través de su página oficial el FBI reveló, en documentos desclasificados, que uno de sus agentes tomó nota constatando que un ciudadano anónimo afirmó haber hallado extraterrestres en el interior de platillos volantes encontrados en el suelo en Nuevo México.**

**Según informes posteriores y filmaciones de investigadores se determinó que los supuestos alienígenos eran muñecos de goma.**

## **PARETO Y SU TEORIA SOBRE LO POCO QUE DECIMOS Y LO MUCHO QUE HABLAMOS**

El Principio de Pareto fue formulado inicialmente por Wilfredo Pareto (polémico economista, sociólogo y filósofo de fines del siglo 19 y principios del siglo 20).

Su punto de partida fue la observación de que en la sociedad tendían a formarse 2 grupos en cuanto a la posesión de diversos atributos. Un grupo formado por el 20 % de la sociedad ostentaba el 80 % de un atributo dado, mientras que el otro grupo formado por el 80 % de la sociedad solo presentaba el 20 % del mismo atributo.

Ahí nace la regla del 80-20 y comienza a aplicarse a diversas realidades.

Por ejemplo:

El 20 % de tu trabajo es el que produce el 80 % de tus resultados

El 20 % de tus clientes es el que genera el 80 % de tus ingresos

El 20 % de tu tiempo es el que provoca el 80 % de tus logros

El 20 % de las causas produce el 80 % de las consecuencias

El 20 % de las personas que conoces te brindan el 80 % del apoyo emocional que necesitas

El 20 % de los libros que lees te da el 80 % de los beneficios que la lectura te da

Claro que no son cifras exactas sino aproximaciones que marcan una tendencia y que puedes aplicar a los más diversos ámbitos.

### **80 % de lo que hablamos es descartable**

Hablamos demasiado. Todos. Solo el 20 % de lo que decimos es mejor que el silencio. Y el 80 % restante o es irrelevante o es superficial o simplemente nos mete en problemas.

Ya sabes que somos dueños de nuestros silencios pero esclavos de nuestras palabras.

Todo esto vale para los políticos.

Muy especialmente para ellos.

¿Por qué?

Porque es muy fácil que el político se enamore de sus propias palabras. Es muy fácil que se autodeslumbre con su forma de hablar, con su estilo, con sus frases, esto es porque los políticos le dan a la palabra hablada un estatuto especial, una significación que la ubica en un lugar jerárquico.

Entonces tiende a hablar mucho.

Mucho.

Y donde dice 'mucho' debe decir 'demasiado'.

El político cree, en general, que si habla más convence más. Desconoce la regla del 80-20. Desconoce que con solo el 20 % de sus palabras es que logra el 80 % de su fuerza de persuasión. Y que entre el 80 % restante de sus palabras están aquellas que van a arruinarlo.

La política y la ecuación de las palabras

Se puede aprender mucho de episodios como el de Pepe Mujica y de principios como el de Pareto.

Por ejemplo algunos consejos simples y breves que valen para cualquier político:

Nunca creas que las cámaras y los micrófonos están apagados.

Tampoco creas que los políticos (y mucho menos los gobernantes) tienen conversaciones estrictamente privadas. Te pagan, entre otras cosas, para que tengas una vida distinta a la de los demás. Con mucha menos privacidad, claro que sí. Son las reglas de juego.

No te engañes creyendo que lo que dices no va a trascender. Estamos en el siglo 21: hablas en un pequeño pueblito y tus palabras pueden llegar a ser conocidas por millones de personas en todo el mundo.

No digas nada que no quieras ver mañana en las portadas de todos los periódicos.

No digas todo lo que te viene a la cabeza y así como te viene. Eso no es franqueza ni frontalidad. Eso es falta de elaboración, falta de reflexión, falta de procesamiento de la información.

Aprende a convivir con el mundo de palabras que brotan en tu interior. Tienes que cuidarlas, que medirlas, que reflexionarlas, que vivirlas dentro tuyo. No las expulses primitivamente, no las arrojes brutalmente hacia afuera.

Habla menos. Mucho menos. Recorta el 80 % de tus palabras. Seguramente son inútiles e improductivas.

Descubre el valor del silencio. Ese silencio que no te impide ni pensar ni sentir ni actuar. Ese silencio que puede ser cálido y productivo. Ese silencio que comunica.

Habla mejor. Descubre el 20 % más valioso de tus palabras. Y cultiva con esmero ese 20 %.

Lo dice una canción de Silvio Rodríguez:

“No he estado en los mercados grandes de la palabra,  
pero he dicho lo mío,

a tiempo y sonriente.”

Lo tuyo, lo de cada uno, es ese 20 % que aporta valor. Ese 20 % de todas las palabras que pueden brotar en tu interior. No el 80 % brutal y primitivo que suele hacer daño y también dañarte. Sino ese 20 % pleno, verdadero, cultivado interiormente.

Tienes que decirlo a tiempo y sonriendo y en el momento exacto.

---

### Libertad de Expresión

La libertad de expresión es la capacidad o facultad que posee toda persona para manifestar, comunicar o difundir a los demás lo que su mente posee ( pensamientos, ideas y opiniones), en forma libre y sin que nada ni nadie pueda interferir en ello. Es decir, sin que exista coacción, presión o censura alguna.

Sabemos que la persona humana es libre. Que es dueña de sí misma y que tiene, por ende, la capacidad de autodeterminarse. Esta capacidad se ve reflejada en una infinidad de actos que ejecuta como artífice y responsable, pues son de su completa propiedad. Dentro de esta capacidad se encuentra la libertad de expresión, aglutinada en la esfera de las demás libertades. Por lo mismo, la persona también puede determinar lo que quiere y no quiere expresar.

Nuestro ordenamiento jurídico garantiza esta libertad natural. Respetar que se pueda expresar todo lo que se quiera. Más aún, la Constitución Política, en el mismo artículo 19 n° 12 citado, garantiza "La libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio...".

Sin embargo, sabemos que esta libertad, al igual que las otras (de culto, de movilización, de enseñanza, etc.), tiene un correlativo deber, que también es natural, y que refiere al simple hecho de que en su ejercicio no se puede abusar. Pongamos el siguiente ejemplo: A, en el ejercicio de su libertad de movilización (la libertad física de trasladarse de un lugar a otro) puede entrar en morada o casa ajena, sin permiso del dueño. Sería enteramente irracional, y aún contra la naturaleza, legitimar lo que con toda evidencia es el abuso de un derecho. Sin embargo, parece haber una contradicción. ¿Cómo se explica que el hombre sea dueño de su libertad y no pueda hacer con ella lo que se le dé la gana? El ejemplo nos permite extraer una primera conclusión, que es esencial: la libertad, tanto en general como en concreto, no es absoluta. Es relativa pues posee límites.

### **La censura**

La censura aparece en la historia de la humanidad con la invención de la imprenta. Surgió como necesidad ante la difusión masiva y amplia de escritos, y la insuficiencia de medidas judiciales que sólo intervenían cuando el daño estaba causado. Así, y desde su nacimiento, la censura se considera una medida de control previo. O dicho

de otra manera, el control a posterior de la difusión de ideas no es censura.

Así, la censura se define como la forma de control previo a la difusión de ideas, opiniones, informaciones y, en general, de todo mensaje que sea emitido a través de un medio de comunicación masivo o social. Persigue que el mensaje no pueda ser producido por su emisor o fuente, impidiendo su revelación. Inicialmente sólo se aplicó a la imprenta; pero, poco a poco fue extendiendo sus efectos a otras formas de comunicación que el hombre fue desarrollando como medios aptos para transmitir mensajes.

Por ejemplo, la autoridad estatal utilizó la censura como un medio eficaz para controlar y manipular tanto las ideas como la información. Entre algunos de los efectos de esta intervención se pueden mencionar: la configuración de monopolios sobre los medios (noticiarios y películas) y la estipulación de criterios discriminatorios para reglamentar a los profesionales de la comunicación.

Estatuto o límites de la libertad de expresión

Los límites a la libertad de expresión se encuentran asociados al término "abuso". Abusar es usar mal o con exceso de alguna cosa.

Respecto a la libertad de expresión, el abuso implica que el agente –a quien podemos llamar "emisor", es decir, aquel sujeto que expresa o difunde sus ideas–, haciendo uso de una facultad que le ha sido dada por la misma naturaleza (humana), la utiliza más allá de sus límites naturales, impidiendo su perfección, denigrándose él mismo y también a otros, e incluso haciendo daño, faltando así a la justicia.

Precisemos, brevemente, algunos de estos límites.

Existen bienes humanos, como la honra y la fama, que pueden ser lesionados en el ejercicio de la libertad de expresión. Así por ejemplo, quien imputa una injuria (descrédito o menoscabo en la honra o fama) o una calumnia (imputación de un delito).

Los derechos humanos que hemos señalado son los más próximos al núcleo de la personalidad (honor, intimidad e imagen), y que no sólo son debidos a las personas vivas, sino también a las que han muerto. En efecto, otro límite a la libertad de expresión es la memoria de las personas difuntas. Resguardar dicha memoria implica respetar su fama "la opinión pública que se tiene de la excelencia de quien está ausente" y proteger su imposibilidad de defensa ante un injusto agresor. El bien común puede representar otro límite. Razones de seguridad (guerras, estados de excepción, etc.) podrían justificar prohibir la circulación de ciertas noticias o informaciones.

Finalmente, podemos agregar el secreto profesional. Quizás pocas veces se le trate como algo que también restringe, naturalmente, la libertad que nos ocupa. Hay trabajos que, por su naturaleza o el marco en el que se sitúan "o la información que les atañe "obligan" a que las personas que los ejercen guarden cierto secreto. Es más, hay profesiones en las que especial y derechamente sus titulares están impedidas de revelar lo que han oído o recibido en encargo por quienes han recurrido a su asistencia o servicios, como es el caso de los médicos, matronas, psicólogos, abogados, etc. Con todo, la reserva de lo conocido confidencialmente en razón del trabajo es un principio ético que obliga a toda persona.

## **EJERCICIOS**

1 Elabore un breve discurso

2 Juego de convencimiento

3 Postura corporal

4 Valóricos

=====

### **Discursos Improvisados**

SEGURIDAD CIUDADANA....Gloria Padilla, Toltén... (Un poco dudosa y miró al principio al piso, sin embargo su discurso fue interesante)

TURISMO.....Valerie Coffin. Licantén : (Excelente, se impuso muy bien e hizo una muy buena utilización del lenguaje. Se destacó de entrada por la forma que asumió al pararse en frente de la gente.)

TRABAJADORES...Luis Barriga. (Excelente el discurso,solo debe mejorar los gestos. Estuvo rígido al principio)

TALLERES LABORALES...María España Barra... (Dudó,pero tiene un muy lindo timbre de voz, su postura corporal estuvo bien, debe mejorar la duda y se excedió en el tiempo.)

PESCA ARTESANAL...Erwin Navarro... (Excelente el discurso, la voz salió con fuerza, debe mejorar el movimiento de manos y no pasarse en los minutos.)