

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN



ALERTA CONTRA EL RACISMO: Proceso de diseño e implementación de la plataforma digital de lucha contra la discriminación étnico-racial del Ministerio de Cultura del Perú.

MEMORIA PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

AUTORA

GABRIELA ANDREA PERONA ZEVALLOS

ASESOR

HUGO DAVID AGUIRRE CASTAÑEDA

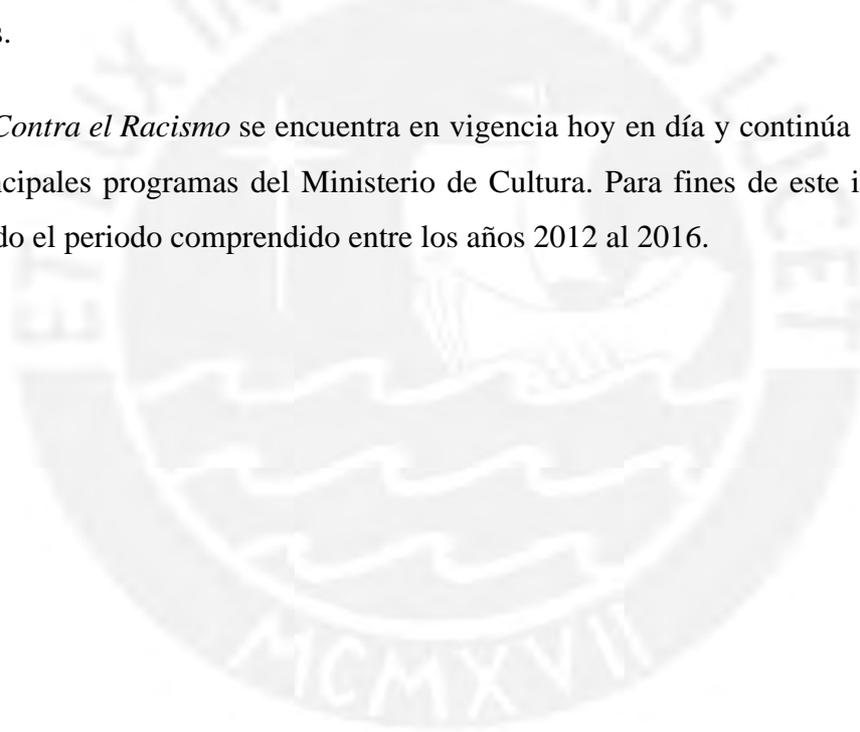
Lima, Diciembre 2017

Resumen

Alerta Contra el Racismo es un proyecto de comunicación para el desarrollo y cambio social implementado desde el Ministerio de Cultura en el año 2012 con el objetivo de ofrecer una plataforma de información y servicios para la lucha contra la discriminación étnico-racial en el Perú.

En este sentido, el presente informe describe el trabajo realizado desde su creación, implementación y desarrollo, buscando aportar en el análisis de estrategias de comunicación para el fortalecimiento de valores democráticos, así como en el uso de la comunicación en espacios gubernamentales para el posicionamiento de problemáticas sociales.

Alerta Contra el Racismo se encuentra en vigencia hoy en día y continúa siendo uno de los principales programas del Ministerio de Cultura. Para fines de este informe, se ha analizado el periodo comprendido entre los años 2012 al 2016.





Dedicado a Julio César Perona, mi referente de responsabilidad,
perseverancia y compromiso.

INDICE

I.	Información sobre la institución: el Ministerio de Cultura.....	4
II.	Fundamentación conceptual de la iniciativa.....	7
III.	Diseño del proyecto <i>Alerta Contra el Racismo</i>	12
	a) Diagnóstico del problema de comunicación.....	12
	b) Definición del problema de comunicación.....	15
	c) Objetivos de comunicación del proyecto.....	16
	d) Públicos objetivos.....	16
	e) Diseño de la estrategia.....	18
	i) Revisión de otras experiencias.....	18
	(1) Iniciativas internacionales.....	18
	(2) Iniciativas nacionales.....	19
	(3) Herramientas para la plataforma.....	20
	ii) Implementación de la estrategia: Plataforma <i>Alerta Contra el Racismo</i>	22
	(1) ¿Qué es <i>Alerta Contra el Racismo</i> ?.....	22
	(2) Definición de la identidad de la plataforma.....	24
	(3) Líneas de acción de la plataforma.....	28
	• Generación y difusión de contenidos sobre el derecho a la igualdad, el reconocimiento de la diversidad cultural y la lucha contra la discriminación.....	29
	• Creación de un servicio de reporte de casos de discriminación.....	36
	• Implementación de campañas de sensibilización e incidencia social dirigidas a públicos estratégicos.....	46
	• Desarrollo de un programa de capacitación y formación de competencias en igualdad y no discriminación.....	50
	(4) Dinamización y difusión de la plataforma.....	51
IV.	Conclusiones y recomendaciones.....	61
V.	Bibliografía.....	68

I. Información sobre la institución: el Ministerio de Cultura

El Ministerio de Cultura fue creado el 21 de julio del 2010. Hoy en día, es el organismo del Poder Ejecutivo responsable de todos los aspectos culturales del país, entre los cuales se encuentran: la protección del patrimonio cultural, el fomento de las industrias culturales, la protección y promoción de los derechos de los pueblos indígenas y afroperuanos, el reconocimiento positivo de la diversidad cultural, la transversalización del enfoque intercultural y la prevención de la discriminación étnico-racial.

Antes de la creación del Ministerio de Cultura, la institución responsable del quehacer cultural en el Perú estaba era el Instituto Nacional de Cultura (INC), fundado en 1971. Esta entidad abordó por 39 años los temas vinculados a la protección del patrimonio material e inmaterial del país y a la promoción de las industrias creativas. El reconocimiento de la diversidad y el respeto por las distintas culturas del país, a pesar de evidenciarse como importantes en la política cultural desde que el INC operaba, eran abordados de forma general y tangencial a las acciones que la institución debía atender.

Durante los años de funcionamiento del INC, los discursos políticos en relación a la problemática de la diversidad se colocaron desde una apuesta por la inclusión e integración de las apuestas culturales de los grupos históricamente excluidos, como los indígenas. Ejemplo de ello se observa en el documento de política : “Bases para la Revolución de la Cultura Peruana” documento elaborado en 1977, durante el Gobierno de Juan Velasco Alvarado, que expone en los condicionamientos históricos cómo la estructura de dominación cultural producida durante la colonia generó un escenario de desintegración y marginación que fomentó “...dominaciones internas con sus secuelas en el aislamiento regional o étnico y de priorización de unas formas y contenidos sobre otros” (INC 1977: 13) Sin embargo, en estas políticas no se desarrollaron acciones dirigidas para conocer el problema del racismo o la discriminación entre grupos culturales, mucho menos se destinaron acciones a prevenirlo¹.

A inicios de este siglo, la Comisión Nacional de Cultura presidida por Víctor Delfín,

¹ En 1975, el gobierno del presidente Francisco Morales Bermúdez publicó el documento “Política Cultural del Perú” en el que se realiza un acercamiento a lo entendido como “lo cultural” en la sociedad

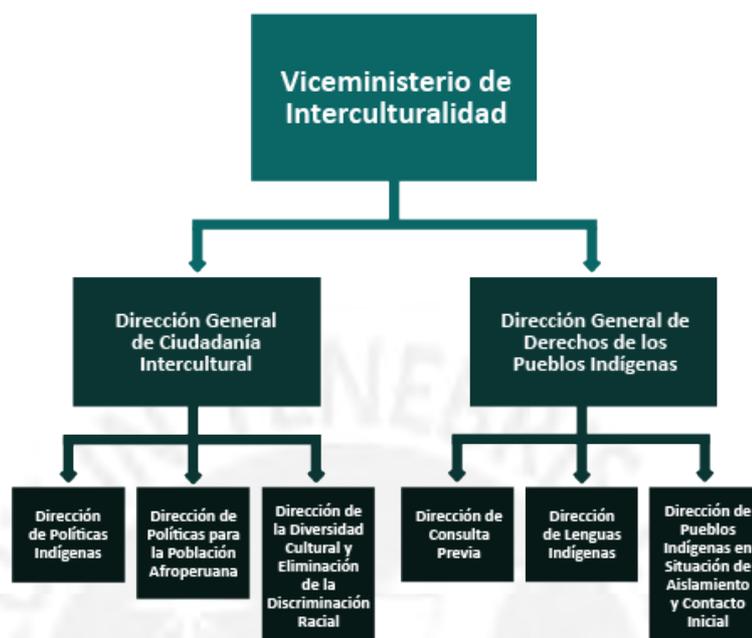
discutió acerca del rol promotor de la cultura en el desarrollo del país, incorporándose en la reflexión de las políticas culturales, la relación entre cultura y derechos humanos. Esta comisión elaboró el documento preliminar “Lineamientos de Política Cultural”, incorporándose como el Lineamiento 1: La cultura es un derecho Universal, en el que se propone “asumir el derecho a combatir la discriminación social, ideológica, racial, de género, de edad o de discapacidades físicas” (INC 2002: 14). Sin embargo, este documento no fue aprobado, como muchos otros intentos de política cultural, por la debilidad institucional cultural del Perú, elemento que continúa siendo un desafío en el sector.

Años después, se publicó el documento “Lineamientos de Política Cultural 2013-2016”, en el que ya se incorpora como lineamiento de política cultural la promoción de la ciudadanía, donde una de sus líneas principales es el combate a toda forma de exclusión social. A pesar de tampoco ser aprobado este documento, observamos que el tema de la discriminación étnico-racial se encontraba en el espectro de las políticas culturales en el Perú, al menos de manera enunciativa.

Actualmente, el Ministerio de Cultura se organiza en dos Viceministerios: el Viceministerio de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales y el Viceministerio de Interculturalidad. El primero es el órgano responsable de formular políticas, planes y proyectos orientados a la protección y puesta en valor del patrimonio cultural material e inmaterial y las industrias culturales. El segundo es responsable de formular políticas, programas y proyectos que promuevan la interculturalidad, como principio rector, para fomentar y garantizar los derechos y el desarrollo integral de los grupos culturalmente diversos del país. En el marco de estas políticas, debe generar un marco institucional y mecanismos para evitar cualquier tipo de exclusión y discriminación.

El Viceministerio de Interculturalidad (VMI) mantuvo por 3 años una estructura que no incorporaba órganos de línea cuya función estuviera orientada a la prevención de la discriminación y el fortalecimiento de la ciudadanía intercultural. De este modo, el equipo de personas que trabajó durante esa época, comenzó a evidenciar la necesidad de ocuparse de esta problemática de manera orgánica en la institución. Es en este momento en el que surge la iniciativa *Alerta Contra el Racismo*.

Gráfico N° 1: Organigrama del Viceministerio de Interculturalidad en la actualidad²



En el año 2013, se creó la Dirección de Diversidad Cultural y Eliminación de la Discriminación Racial (DEDR), posterior a la creación de *Alerta Contra el Racismo*. De acuerdo a lo establecido en el artículo N° 88 del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del Ministerio de Cultura, la Dirección tiene el encargo de “formular, implementar y supervisar (...) los programas que contribuyan a eliminar la discriminación étnico-racial y que promuevan una ciudadanía intercultural” (Ministerio de Cultura 2013: 45).

A diferencia del área de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales, el VMI no heredó la estructura organizacional del INC, lo cual significaba una ventaja para este, debido a que comenzaría a desarrollarse desde un inicio. Además, no existían conceptos ya desarrollados en la institución, ni especialistas ni estrategias previas en el tema. Sin embargo, implicaba incorporar un contenido complejo, incluso para el contexto social político del país, en una entidad pública y desarrollar la primera estrategia sobre este.

Con estos primeros años de funcionamiento en la estructura expuesta, resulta interesante

² Tomado de <http://www.cultura.gob.pe/es/interculturalidad>, elaborado por el Ministerio de Cultura.

evidenciar cómo la nueva organización permitió dirigir recursos públicos, equipo, planeamiento y proyección para atender específicamente el problema del racismo. El desafío actual lo viven los equipos, debido a que se tiende a trabajar cada tema como cajas separadas, tal y como aparece en el diagrama organizacional; cuando los fenómenos sociales y los problemas de la ciudadanía son más bien integrados y multidimensionales. El trabajo de acciones para prevenir el racismo directo y estructural requiere de una acción articulada, por ejemplo con las áreas de política, ciudadanía, también con los equipos que atienden a determinados grupos étnicos como los afropueruanos. Un abordaje integral de la problemática es una necesidad y la estructura organizacional del VMI debe permitir esa articulación programática.

II. Fundamentación conceptual de la iniciativa

- Discriminación étnico-racial y racismo

La discriminación étnico-racial significa tratar diferente, excluyente y restrictivamente a individuos basándose tanto en sus orígenes étnico-culturales (tales como hábitos, costumbres, indumentaria, símbolos, formas de vida, sentido de pertenencia, idioma y creencias), como en sus características físicas o fenotipo. El objetivo de este tipo de discriminación es invalidar o dañar el ejercicio de los derechos y libertades de cada individuo. En este sentido, “la discriminación es una acción que se deriva y se fundamenta en prejuicios y estereotipos, los cuales se reproducen continuamente en la interacción entre las personas en diversos ámbitos (Alerta Contra el Racismo 2013).

De esta manera, entendemos el racismo como la ideología que defiende la categorización de los seres humanos en razas, justificando la superioridad de una de ellas frente a las demás, teniendo como fundamento de esta clasificación, el fenotipo conectado con características intelectuales y culturales. Marvin Harris en su libro *Antropología Cultural* define que “*las causas de las semejanzas y diferencias socioculturales son de índole cultural más que biológico*” (Harris 2001: 48). El autor debate la “raciología científica” que a principios del siglo XX relacionaba la superioridad de determinados grupos étnicos a una cuestión genética, por su parte argumenta el fundamento político – sin fundamento científico- de esta afirmación y

cómo la historia de la humanidad evidencia que un *“amplio repertorio de respuestas de cualquier población humana puede ser adquirido por cualquier otra población humana mediante un proceso de aprendizaje sin el más ligero intercambio o mutación de genes”* (Harris 2001: 51)

Hoy en día tomamos como principio que las “razas humanas” no existen, dado que somos una misma especie con fenotipos distintos. De este modo, “las ‘razas’ entre seres humanos son una construcción social, no una característica biológica, pues no son entidades científicas y objetivamente identificables. Ello quiere decir que en el caso del ser humano es inadecuado utilizar el concepto de ‘raza’ pues se trata de una construcción social que tiene su origen en ideologías racistas” (Alerta contra el Racismo). Como hemos mencionado, la ideología o pensamiento racista postula que existen razas entre los seres humanos y que unas son superiores y por ende que existen diferentes categorías de seres humanos.

Como consecuencia de ello, los actos de discriminación étnico-racial se originan o fundamentan en la ideología del racismo, generando espacios donde los derechos civiles, derechos humanos y el principio de igualdad, se resquebrajan, generando conflictos y daños en la sociedad. Claro está, que este pensamiento se ha ido inoculando en las estructuras de aprendizaje social a lo largo de la historia, y si bien hoy no encontramos fácilmente expuesto el argumento base de esta ideología en los actos de discriminación; sin embargo fueron el fundamento con el cual diversas prácticas discriminatorias se naturalizaron.

Teniendo en consideración la Primera Encuesta Nacional sobre Derechos Humanos (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos 2013: 15), en la que el 81% de los peruanos cree que existe la discriminación y nadie hace nada, vemos que como desarrolla Ardito (2014) sobre la discriminación en el Perú, la negación y naturalización de esta, es su característica más resaltante. Además, como menciona el autor, la discriminación suele ser acumulada, siendo una persona discriminada por varias situaciones al mismo tiempo. Asimismo, indica que las demandas son invisibilizadas, debido a la ausencia de situaciones agresivas y sumamente violentas, a pesar de la discriminación sistémica que vivimos.

Adicionalmente, Ardito revela que la asimilación es la estrategia utilizada por los ciudadanos para enfrentar la discriminación, en vez de denunciar, protestar o rechazar el maltrato. Estas características resultaron fundamentales para pensar en un proyecto de comunicación ya que se tenía que intervenir sobre los mecanismos y aprendizajes sociales que las dinámicas racistas han generado en la interacción social de los peruanos y peruanas.

- Ciudadanía y ciudadanía intercultural

La definición clásica de ciudadanía es la condición que se le brinda al ciudadano de ser parte de una comunidad organizada. Como desarrolla Galindo (2009: 167), “es el ejercicio de los derechos y los deberes dictados, implícita o explícitamente, por la ciudad”. De esta manera, la ciudadanía será el reconocimiento de los derechos políticos y sociales del individuo, formando parte activa de la sociedad.

Sin embargo, como desarrolla Alfaro (2008), dicha definición necesita ser replanteada, debido a que no ofrece herramientas para elaborar discursos ni desarrollar políticas orientadas a gestionar la diversidad cultural de las sociedades actuales. De este modo y hasta el momento, su objetivo ha sido garantizar las libertades civiles políticas y sociales.

No obstante, la necesidad del reconocimiento del otro y de la diversidad cultural son necesarias. En este sentido, Alfaro (2008) indica que la ciudadanía intercultural plantea generar otros valores, derechos y pautas de convivencia. De esta manera, la ciudadanía intercultural es una propuesta política sobre el respeto y reconocimiento a la diversidad cultural, en la que se desarrolla un proceso de diálogo abierto y respetuoso entre culturas, reconociéndose como tales en el ejercicio de sus derechos y deberes. Además, el objetivo de esta será producir un tránsito de relaciones interculturales negativas a positivas, para establecer como consecuencia, sociedades en las que sus miembros puedan formular proyectos de vida, participar de los beneficios y de las oportunidades sociales, sin ser excluidos por su identidad, religión o cualquier rasgo cultural. Este tránsito nos debería llevar a eliminar de nuestras relaciones de convivencia las prácticas discriminatorias, la políticas vinculadas a generar una ciudadanía intercultural buscan

eliminar relaciones interculturales negativas o conflictivas como el racismo.

- Ciudadanía digital

Teniendo en cuenta y siguiendo a Galindo (2009), la ciudad digital se origina como el espacio donde los ciudadanos utilizan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para relacionarse entre sí. Con el avance tecnológico y las oportunidades desarrolladas por el universo digital, las opciones cada día son mayores y las interacciones de hoy se dan también con los actores políticos, empresas privadas, movimientos sociales, et. de manera inmediata y acelerada. Asimismo, la ciudadanía digital es el ejercicio de derechos y deberes a través de la utilización de las TIC, en “una comunidad que se construye entre todos, comporta el placer de compartir, es de carácter horizontal, fomenta el *crowdsourcing* y la ética *hacker*” (citado en Galindo 2009: 170). De este modo, la ciudadanía digital será el ejercicio de derechos y deberes, utilizando las TIC con el fin de crear un sentido de comunidad.

- Comunicación para el desarrollo y el cambio social

Dominique Wolton plantea en su libro “*Informar no es comunicar*” la importante diferencia entre la información y la comunicación; introduce que si bien no es posible hablar de comunicación sin información, la primera nos invita a pensar necesariamente en la “relación” es decir en la existencia del “otro” y por lo tanto que el desafío está en que frente a la producción de información debemos construir procesos de comunicación. (Wolton 2010) Esta perspectiva nos invita a salir del mensaje y el medio para pensar en el individuo, la sociedad y los puentes de interlocución que se tienden por sus construcciones culturales y comunicativas. Wolton defiende una teoría que tiene como principio que la comunicación es inherente al ser humano, comunicamos para compartir, “poner en común”. Introduce el concepto de la comprensión como un resultado de la comunicación y resalta su vínculo con la convivencia: “*la comunicación es una problemática de la convivencia y del vínculo social, contemporánea de una sociedad de movimiento, de interactividad, de velocidad, de libertad y de igualdad*” (Wolton 2010: 10) Destaco de esta propuesta la perspectiva y apuesta por el poder de

los procesos de comunicación para la reconstrucción de los vínculos sociales fragmentados.

Por su parte, Gumucio (2009), plantea la comunicación para el cambio social como base del diálogo horizontal, respetando la cultura, tradiciones y diferencias. Además, en esta es fundamental la participación de la ciudadanía, en la cual se apropian de las tecnologías, organizando a su propio modo sus historias, narrativas y discursos. Asimismo, la comunicación para el cambio social, se basa en las experiencias obtenidas de los proyectos que se ponen en práctica. En resumen, “es un enfoque basado en ciertos principios éticos y prácticos que permiten aproximarse a las comunidades y ser facilitadores de un proceso que les pertenece a ellas, no a los comunicadores” (Gumucio 2009: 283).

- Comunicación gubernamental

De acuerdo con Riorda (2011), la comunicación gubernamental es aquella acción comunicativa que cumple un rol fundamental en la construcción de la cultura política, además de generar condiciones institucionales para poder gobernar. La gobernabilidad es una de las condiciones que una buena comunicación gubernamental puede generar, pues permite reducir las tensiones entre la demanda de los ciudadanos y las soluciones que el gobierno está planteando para ellas. No obstante, uno de los conceptos más interesantes que introduce Riorda es el de “consenso”. En este sentido, la comunicación gubernamental tiene como objetivo principal la generación de consensos:

“El consenso es entonces la búsqueda de acuerdos políticamente operantes centrados en la idea de que, si bien puede haber (y de hecho probablemente siempre existan) grupos en los márgenes del consenso, o bien fuera de este, las políticas de un gobierno deben ser aceptadas socialmente por la mayor cantidad de personas. Definido el consenso, se define entonces la tarea, esencialmente como acción directa, de la comunicación gubernamental.” (Riorda 2011: 98).

III. Diseño del proyecto *Alerta Contra el Racismo*

a) Diagnóstico del problema de comunicación

En el año 2012, recibí el encargo por parte de la entonces Directora General de Conocimientos Ancestrales³, de diseñar una campaña nacional de lucha contra la discriminación étnico-racial, con un presupuesto bastante reducido. En ese momento, las entidades públicas que tenían la responsabilidad de atender el tema de la discriminación eran débiles, la ciudadanía no las conocía y los impactos de sus acciones eran nulos. Además, acerca de la problemática del racismo, no existía ninguna entidad del Poder Ejecutivo que la atiende directamente, se trataba principalmente del accionar de la Defensoría del Pueblo y de otras acciones desde la sociedad civil.

De este modo, la fase de diagnóstico del proyecto se estructuró en cuatro partes: revisión de fuentes oficiales del Estado, análisis de estudios e investigaciones, entrevistas a especialistas y activistas, y análisis de estrategias que se venían implementando en otros países. Luego de un trabajo de dos meses de investigación, se diseñó el árbol de problemas del proyecto, identificando cuatro causas sobre las cuales se debía generar impactos: la reproducción de discursos racistas; el desconocimiento y la negación de la problemática por parte de la ciudadanía; la desvalorización de la diversidad cultural del país; y una política estatal indiferente al problema. Asimismo, se identificaron siete sub-causas sobre las cuales se diseñarían las intervenciones:

1. Reproducción de prácticas discriminatorias en medios de comunicación

Uno de los espacios donde se validan discursos discriminatorios son los medios de comunicación nacionales. A través de programas periodísticos, de entretenimiento y ficción, se reproducen prejuicios y estereotipos raciales sobre determinados grupos étnico-culturales, particularmente indígenas y afroperuanos. Adicionalmente, la publicidad desarrolla modelos aspiracionales basados en criterios étnicos, otorgando valores de éxito a determinados grupos, discurso que refuerza la generación de estigmas y prejuicios raciales.

³ Esta Dirección se convirtió en el 2013 en la Dirección de Ciudadanía Intercultural.

2. Reproducción de prácticas discriminatorias en espacios formativos

En la escuela, las universidades y otros espacios de formación, se reportan casos de discriminación hacia los alumnos y alumnas. En estos casos, se evidencia que las prácticas discriminatorias se generan tanto desde los compañeros de aula, como desde los docentes o desde la misma institución. Adicionalmente, se observó que las prácticas discriminatorias no eran sancionadas y que la ciudadanía no contaba con información sobre cómo enfrentar estas situaciones.

3. Reproducción de prácticas discriminatorias en instituciones públicas y privadas

Las empresas privadas, lugares de consumo y espacios públicos, como la calle, son también espacios en los que se reportan casos de discriminación. Numerosos de estos casos son abordados desde los medios de comunicación, debido a que muchas de las empresas que cometían actos de discriminación eran lugares conocidos por la ciudadanía⁴. Adicionalmente, el Informe Defensorial N°008-2013-DP/ADHPD, denominado “La Lucha Contra la Discriminación: Avances y Desafíos”, reportó casos de discriminación en instituciones públicas por parte de los funcionarios del Estado, reportándose principalmente en regiones andinas y amazónicas.

4. Discursos homogeneizadores sobre la diversidad cultural del país

Tanto desde los discursos oficiales como desde las prácticas cotidianas, el reconocimiento positivo de la diversidad cultural del Perú ha sido débil. Esto ha contribuido a afianzar los discursos de estigma y los prejuicios sobre las diversas culturas del país. Asimismo, se identificó desconocimiento sobre la realidad y cultura de los grupos que conforman el país a nivel nacional.

5. Autoridades indiferentes

No se contaba como una postura oficial sobre el problema del racismo, mucho menos con políticas, estrategias y campañas desde el Poder Ejecutivo dirigidas a combatir esta

⁴ En mayo del 2011 el INDECOPI clausuró una concurrida discoteca llamada Café del Mar por discriminar sistemáticamente el ingreso de personas con rasgos mestizos o andinos.

problemática.

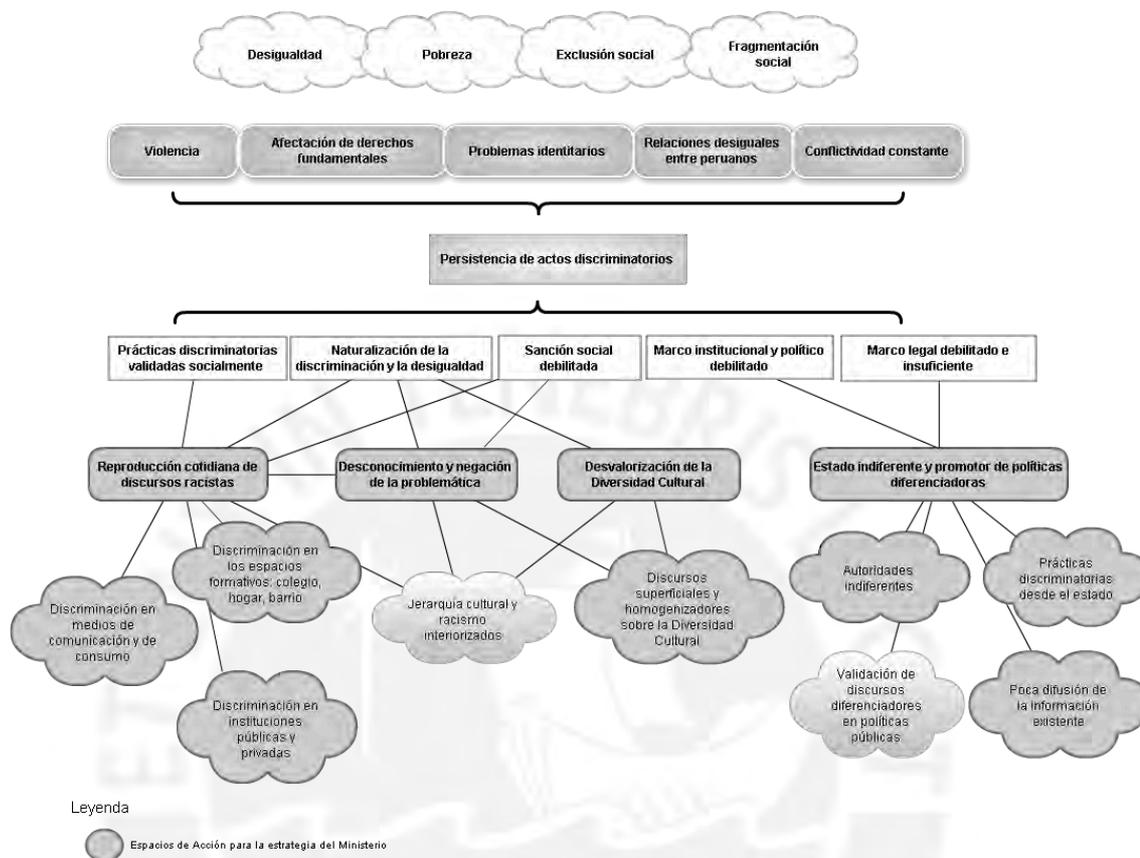
6. Ciudadanía desinformada

Los ciudadanos no conocían ni reflexionaban sobre la problemática que reconocían como una de las taras para el desarrollo del país. Las encuestas de percepción, realizadas durante los últimos años, evidencian que la población es consciente de la existencia del problema del racismo en el Perú. Sin embargo, las evidencias de incidencia de denuncias y la poca información por parte del Estado, muestran un problema de agencia y capacidad de denuncia. Por otra parte, se encuentra una ciudadanía que naturaliza las prácticas discriminatorias, entendiendo que es algo común en nuestra sociedad, con muy poca capacidad de cuestionamiento y, mucho menos, de reaccionar frente a un acto de discriminación.

7. Reproducción de prácticas discriminatorias desde el Estado

Finalmente, se encontró una estructura estatal que validaba las prácticas discriminatorias existentes a través de los discursos de las autoridades de más alto nivel, la inacción frente a los actos de discriminación y la incidencia de denuncias de casos de racismo en el tratamiento a los ciudadanos en instituciones públicas.

Gráfico N° 2: Árbol de problemas⁵



b) Definición del problema de comunicación

Luego del análisis de estos factores, se determinó que el problema de comunicación del proyecto era el siguiente: *La ciudadanía se encuentra apática y desinformada frente al problema de discriminación étnico-racial en el Perú.*

⁵ Elaborado como parte del diagnóstico del proyecto.

c) Objetivos de comunicación del proyecto

- Ofrecer a la ciudadanía información sobre sus derechos y la problemática de la discriminación étnico-racial.
- Crear un sistema simple y útil para la canalización de denuncias por casos de discriminación étnico-racial brindando un servicio accesible, rápido y eficaz.
- Promover una acción articulada del Estado para atender la problemática de la discriminación racial.
- Crear un espacio de comunicación para la discusión y formulación de propuestas ciudadanas en el marco del fomento de una movilización social en contra de la discriminación étnica racial.

Adicionalmente, al tratarse de un problema que el Estado no había atendido previamente, resultaba necesario establecer objetivos vinculados al posicionamiento del gobierno frente a esta problemática. Para ello, se estableció como objetivo, generar un mecanismo de medición y reporte de la discriminación étnico-racial en el Perú, con el fin de evidenciar la necesidad de desarrollar políticas públicas dirigidas para atender la problemática.

Al establecer estos objetivos, también se evidenció la necesidad de trabajar con dos grandes públicos. Por un lado, la ciudadanía y, por otro, los funcionarios públicos y autoridades que también requerían información y sensibilización para el desarrollo de mejores políticas y soluciones frente a la discriminación étnico-racial.

d) Públicos objetivos

Un primer público objetivo son los **jóvenes entre 18 y 35 años de zonas urbanas que acceden a Internet y utilizan redes sociales a nivel nacional**. Si bien el problema de la discriminación abarca también a diferentes grupos etarios, la estrategia buscaba captar la atención de los jóvenes, que acceden y consumen tecnología, para promover un movimiento digital en contra el racismo y que genere un cambio de actitud frente al problema. El objetivo de trabajar con este público, fue el de fortalecer su capacidad de denuncia y condena social frente a actos de discriminación. Para ello, fue necesario

trabajar con las instituciones públicas que tienen la competencia para investigar y sancionar casos de discriminación étnico-racial.

De este modo, se decidió que el segundo público con el que la plataforma debía trabajar eran las **instituciones públicas y los funcionarios de entidades con competencia para investigar y sancionar actos de discriminación**. En el Perú, las instituciones con competencia administrativa para sancionar un acto de discriminación son principalmente: el INDECOPI, la SUNAFIL, el Ministerio de Educación a través de las UGELES y la SUSALUD. Dado que la discriminación racial en el Perú también es un delito establecido en el Código Penal (Art. 323), las comisarías y el Ministerio Público también cumplen un rol punitivo. Además, es competencia de los Gobiernos Regionales y Locales la implementación de ordenanzas que sancionen actos de discriminación en sus jurisdicciones. En este sentido, todas estas instituciones conformaron el segundo público objetivo al que se dirige la plataforma.

Finalmente, teniendo en cuenta que el 69% de peruanos señala que “muchos medios de comunicación (como la TV) promueven la discriminación” (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos 2013: 16), el tercer público de la plataforma fueron los **medios de comunicación masivos y los líderes de opinión**. Con este público, se buscó fomentar en la difusión de contenidos de los principales medios masivos de comunicación, una cultura pública de condena y sanción frente a actos de discriminación, así como también fomentar la reducción de los niveles de validación social de discursos de odio racial y promoción de estereotipos, además de los prejuicios sobre determinados grupos étnicos.

A diferencia de otras estrategias que el Ministerio venía implementando, *Alerta Contra el Racismo* (ACR) se dirigía a la ciudadanía para interpelarla, para llamarla a la acción. Asimismo, las demás estrategias del Ministerio no trabajaban con jóvenes, por lo que cambiar el lenguaje de la institución para los productos de comunicación de la plataforma, resultaba necesario. En ese sentido, se trabajó para que el público identifique a la plataforma como un interlocutor válido que los escucharía.

Según Quiroz (2008), en un estudio realizado a estudiantes de I° a V° de secundaria en Iquitos, Cusco y Chiclayo en el 2005, la generación de niños y jóvenes socializados en

una cultura audiovisual, particularmente con la televisión, tienen como un espacio de entretenimiento al *Internet*; siendo este un espacio distinto y más libre, en el cual se relacionan y comunican. De este modo y según el Informe Técnico N° 1 de marzo del 2014 del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) “Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares”, el 44,3% de los hogares de Lima Metropolitana tiene Internet, del Resto urbano el 18,0% y de los hogares del área rural el 0,8%. Sobre el uso de este, el 39,2% de la población de 6 y más años de edad accede a Internet. En Lima Metropolitana, el 64,1% de la población usa Internet, en el Resto Urbano el 39,7% y en el área rural el 11,9%. Específicamente sobre la población objetivo del proyecto, el Informe menciona que los adolescentes y jóvenes acceden más a Internet: 63,5% y el 65,8% de la población entre 12 a 18 años y 19 a 24 años de edad respectivamente, siendo así los mayores usuarios de Internet. Sobre el uso de Internet del público objetivo, obtenemos que el 94,6% de jóvenes de 25 años a más, la usa para obtener información y el 83,4% de los mismos, la utilizan para comunicarse.

e) Diseño de la estrategia

iii) Revisión de otras experiencias

Para el diseño de la intervención se revisaron las estrategias utilizadas por otras entidades, tanto internacionales como nacionales. En cuanto a las internacionales, se revisaron las experiencias de uso de herramientas de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para la activación de la ciudadanía frente a delitos o problemas sociales; y en cuanto a las nacionales, se analizaron tanto desde el sector público, como del privado.

(1) Iniciativas internacionales

Una de las plataformas que sirvió como referencia, fue *Take Back the Tech*/Dominemos la tecnología, un proyecto de campaña global de carácter colaborativo que busca poner en agenda el problema de la violencia contra la mujer. Este es una plataforma informativa sobre la violencia de género que permite reportar casos de violencia a nivel

mundial. De esta iniciativa, se valoró el uso de los sistemas de reporte para generar data especializada sobre una problemática, la posibilidad de las ciudadanas de emitir una denuncia y adicionalmente, la creación de una red como mecanismo para empoderar un movimiento activista.

Además, se investigaron los modelos de plataformas *web* utilizadas por entidades gubernamentales de países de la latinoamericanos (México, Colombia y Argentina) para atender el tema de la discriminación. Una de las experiencias que contribuyó al diseño de las estrategias para la plataforma *Alerta Contra el Racismo* fue la del Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) de Argentina, particularmente el proyecto “Observatorio por una Internet sin discriminación” que fue presentado en el año 2010. Tal y como especifica el INADI, el objetivo es que las personas puedan denunciar la reproducción de discursos discriminatorios y sepan cómo hacerlo. Para ello, gestiona casos recibidos de los ciudadanos, realiza acciones de prevención mediante materiales específicos, trabaja en alianzas con organismos especializados y realiza acciones públicas y comunitarias para la prevención. Años más tarde, el INADI ha puesto en práctica dos proyectos más, el “Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión” y el “Observatorio de la Discriminación en el Deporte”. Asimismo, durante el diseño de la plataforma *Alerta Contra el Racismo*, tomamos contacto con el INADI para recoger su experiencia en el diseño de esta plataforma.

(2) Iniciativas nacionales

Además, se investigaron iniciativas nacionales que las organizaciones de la sociedad civil en el Perú trabajaron para atender esta problemática. Para ese entonces, se desarrollaron campañas de comunicación como: “Basta de Racismo”, impulsada por la Asociación Pro Derechos Humanos (APRODEH) en el 2004, que buscaba sensibilizar a la opinión pública y a las autoridades sobre el problema de la discriminación racial. Esta iniciativa buscó recolectar firmas ciudadanas para hacer un llamado de atención a las autoridades. Como resultado, se logró recolectar más de 16,000 firmas y se activaron vigiliyas y marchas en diferentes espacios públicos del país.

En el año 2010, la organización LUNDU – Centro de Estudios y Promoción Afroperuanos, impulsó la campaña “Apúntate contra el Racismo”. Esta iniciativa también tenía como objetivo colocar en la agenda pública la vigencia de prácticas racistas en la sociedad peruana y en los medios de comunicación. De este modo, el objetivo era recolectar testimonios sobre el racismo en un cuaderno que luego sería entregado a las autoridades. Asimismo, se hicieron diversas actividades en las calles, involucrándose la presencia de artistas, deportistas y líderes de opinión a nivel nacional.

Por otra lado, en el 2012, existían dos iniciativas que utilizaban TIC para atender temas sociales: *Datea.pe* y *Quenoteroben.pe*⁶. La primera de ellas es una plataforma para que los ciudadanos georeferencien datos importantes sobre la ciudad y que a través de herramientas digitales se desarrollen soluciones de forma colaborativa, como por ejemplo sobre el tráfico o la inseguridad ciudadana. Asimismo, *Quenoteroben.pe* fue una iniciativa ciudadana para georeferenciar casos de robo o delitos similares en la ciudad. Los usuarios podían encontrar información sobre zonas peligrosas en Lima, medidas preventivas y teléfonos de ayuda.

Si hacemos una comparación entre el tipo de acciones que venían desarrollándose en Argentina con el INADI, o también en México a través de la CONAPRED⁷ con lo que se venía trabajando en Perú la diferencia está en que en otros países se contaba con mecanismos de tipo: observatorios, plataformas informativas, campañas para la ciudadanía mientras que en el país las lógicas de acción se orientaban al activismo. El factor diferencial es que las experiencias analizadas en otros países eran propuestas y asumidas por instituciones gubernamentales y en Perú por la sociedad civil. Esto marcó una pauta para el proyecto.

(3) Herramientas para la plataforma

Luego de la recopilación de estas experiencias, se diseñó la propuesta de plataforma sobre discriminación *Alerta Contra el Racismo*. El sistema de georeferenciación de

⁶ Actualmente esta plataforma ya no se encuentra vigente.

⁷ La CONAPRED es la institución gubernamental de México para atender temas de discriminación. (<http://www.conapred.org.mx>)

casos sería una estrategia para mapear la incidencia de situaciones de discriminación, frecuencia y ámbitos, lo cual permitiría activar un movimiento ciudadano de denuncia y conectar a las víctimas con las instituciones del Estado responsables de atender sus casos. Adicionalmente, esta información georeferenciada podía generar evidencia concreta para la generación de políticas públicas locales y nacionales.

Para la elaboración del sistema de reportes, se trabajó con la herramienta *Ushahidi*. Se trata de una plataforma de cartografía interactiva creada en Kenia en el 2008 para mapear información en zonas de conflicto. Esta herramienta permite a los usuarios crear contenido de forma colaborativa y anónima mediante mensajes de texto, mensajes multimedia, redes sociales y *web*. *Ushahidi* ha sido utilizado por diferentes proyectos a nivel mundial para el registro de información en desastres naturales, conflictos sociales, iniciativas agrícolas de campesinos, violencia de género, inseguridad social, entre otros.

Gráfico N° 3: Plataforma Ushahidi



Como se ha mencionado, uno de los objetivos de la plataforma *Alerta Contra el Racismo* fue generar una activación social para que los diversos públicos, desde sus propios espacios y roles, tomen acciones contra el racismo en el Perú. Por ello, se optó por una estrategia transmedia desde la cual los actores vinculados al proyecto recibirían los servicios, información, herramientas y mensajes clave desde múltiples medios y

plataformas como redes sociales, medios de comunicación masiva, *mailing*, etc. que les permitirían tener un rol activo, participar y generar contenidos sobre la materia.

iv) Implementación de la estrategia: Plataforma *Alerta Contra el Racismo*

(1) ¿Qué es *Alerta Contra el Racismo*?

De acuerdo a la definición que se brinda en la plataforma, *Alerta Contra el Racismo* es “una plataforma de información e interacción con la ciudadanía para enfrentar la discriminación étnico-racial en el Perú. En esta web podrás encontrar toda la información sobre discriminación racial y diferentes herramientas para activar un movimiento ciudadano frente a esta problemática”⁸.

En noviembre del 2015, la plataforma *Alerta Contra el Racismo* se oficializa a través de la RM N° 431-2015-MC. En dicha norma se establece como su finalidad y objetivos, lo siguiente:

La Plataforma “Alerta Contra el Racismo” tiene por finalidad fomentar una ciudadanía informada y participe de la lucha contra la discriminación étnico-racial en el país, en atención a los siguientes objetivos específicos:

- Simplificar el acceso de la ciudadanía a los mecanismos del Estado para denunciar un acto de discriminación étnico-racial.
- Orientar e informar a los ciudadanos y ciudadanas sobre su derecho a la igualdad y no discriminación.
- Sensibilizar a diferentes actores sociales en la lucha contra la discriminación étnico-racial, a través de diversas estrategias.
- Generar información actualizada sobre la problemática de la discriminación étnico-racial en el país.
- Documentar las diversas prácticas de discriminación étnico-racial para la formulación de recomendaciones y propuestas que contribuyan a

⁸ <http://www.alertacontraelracismo.pe>

fortalecer la lucha contra la discriminación étnico-racial en el país.

- Actuar como instancia permanente de recolección de información sobre discriminación étnico-racial.
- Suministrar los insumos para la formulación de la política pública para combatir la discriminación étnico-racial a la Dirección de Diversidad Cultural y Eliminación de la Discriminación Racial⁹.

Como podemos observar, a diferencia de lo que identificamos como parte de la formulación de un proyecto de comunicación, cuando se oficializa la plataforma Alerta contra el Racismo no se colocan en los objetivos el público objetivo. Esto sucedió debido que el proceso de oficialización del mecanismo buscó hacer una presentación formal del proyecto dirigido hacia toda la ciudadanía, es decir se trata de un mensaje asociado a una estrategia de comunicación gubernamental, más que a mostrar la estrategia del proyecto.

Luego de delimitar el problema, identificamos la necesidad trabajar en la movilización social frente a este desde dos líneas de acción: a) sensibilización e información a la ciudadanía y b) promover la acción por parte de los ciudadanos y las entidades públicas frente a actos de discriminación. Así, se determinó que la estrategia comunicacional para el abordaje del problema, sería crear una plataforma de acción frente a la discriminación racial, que por un lado brinde información, genere campañas interpeladoras y por otro, genere los mecanismos adecuados, accesibles y eficientes para la denuncia de actos discriminatorios de carácter étnico-racial.

Asimismo, se decidió trabajar desde una metodología CAP (Conocimientos, Actitudes y Prácticas). Inicialmente, se buscó generar conocimiento en la población objetivo sobre el problema de la discriminación, desde una perspectiva conceptual, histórica, sociológica y normativa; luego, la estrategia apuntaba a generar una actitud distinta frente al racismo: pasar de la indiferencia a la acción; finalmente, el resultado de la acción comunicativa apuntaba a generar prácticas de no discriminación, así como no tolerancia y denuncia frente a actos de discriminación étnico-racial.

⁹ Ídem.

Gráfico N° 4: Estrategia ¹⁰



De este modo, la plataforma Alerta contra el Racismo buscaba ser una ventana para visibilizar la problemática y constituirse como referente de información sobre temas de discriminación en el Perú. Teníamos que empezar por hablar del problema y enunciarlo tal y como es, comprenderlo y discutirlo públicamente.

(2) Definición de la identidad de la plataforma

El diseño de la identidad de la plataforma presentaba retos importantes. Por un lado, el tema del racismo y discriminación implicaba un abordaje comunicacional directo, frontal, pues el mensaje que se buscaba era visibilizar lo dañino que resultaba este problema para el desarrollo de una sociedad democrática. Diversas campañas de comunicación vinculadas a problemas sociales, violencia, afectaciones de derechos humanos, etc., han utilizado mensajes y lenguaje que buscaban confrontar para comunicar estos problemas en sus productos comunicacionales¹¹. En el caso de la plataforma, se eligió trabajar con un tono comunicacional directo, pero también que convoque, que llame a la acción ciudadana en contra de la discriminación étnico-racial.

¹⁰ Elaboración propia.

¹¹ En el 2013, la agencia brasilera de modelos Star Models lanzó una impactante campaña en contra de la anorexia mostrando a modelos extremadamente delgadas con el lema : “No eres un Boceto” la campaña mostraba imágenes muy impactantes para el espectador que despertaban sentimientos de angustia y preocupación frente a la realidad. Ver : <http://www.lavanguardia.com/se-leva/20130419/54372579106/campana-contr-a-anorexia-tu-no-eres-boceto.html>.

Al determinar estos puntos, se trabajó con el concepto: Alerta contra la discriminación. La palabra *Alerta* invocaba a un llamado de atención frente a un problema, una alarma; mientras que la *discriminación* nos colocaba frente al objeto sobre el cual actuar. El concepto cambió y en lugar de usar *discriminación* se utilizó el término *Racismo*, esto debido a que el objeto de trabajo no sería la discriminación como problemática general, sino aquella vinculada a características raciales. Por otro lado, la palabra racismo era bastante más directa y fuerte, resultaba incómoda mencionarla, incluso para las mismas autoridades del Ministerio, y justamente a eso apuntaba el proyecto: hablar de un tema que a todos nos resultaba incómodo.

Para este punto, resultaba fundamental tener una propuesta sólida de por qué se utilizaba la palabra “racismo” y no “discriminación” y no justificarlo solo con la sonoridad de la palabra y el impacto al escucharla, elementos muy importantes en un proyecto de comunicación. Como se ha mencionado en el marco conceptual, la discusión teórica sobre el concepto de racismo se enfoca en la negación de las categorías raciales y la persistencia de actos discriminatorios en las sociedades actuales, por ello todo el marco legal y el andamiaje institucional para la protección de derechos habla de la discriminación como el elemento que hay que combatir. Sin embargo, en el equipo evaluamos que era importante posicionar una discusión sobre el fundamento de estos actos, es decir ir a la raíz del problema: la ideología racista que ha instalado naturalmente en las formas de convivencia de los peruanos.

Luego de esta definición, se trabajó en los mensajes que estaban detrás del nombre para poder perfilar la identidad de la plataforma. De acuerdo a lo establecido en el documento de trabajo *Plan de difusión de la plataforma Alerta Contra el Racismo*¹² de diciembre del 2012, los mensajes a posicionar serían los siguientes:

- *Alerta Contra el Racismo* es una plataforma para la defensa del ciudadano y la promoción de los derechos de no discriminación.
- *Alerta Contra el Racismo* es un espacio donde encontrará herramientas útiles en caso de discriminación racial.

¹² Documento interno de trabajo

- *Alerta Contra el Racismo* es un espacio donde encontrará información sistematizada y clara sobre la discriminación racial en el Perú.
- La discriminación racial es un problema que se combate abiertamente.
- *Alerta Contra el Racismo* es el Estado promoviendo la lucha contra la discriminación racial.

Destaca de esta construcción la definición de Alerta Contra el Racismo como plataforma y espacio al mismo tiempo. Por un lado, es “plataforma” porque ofrece herramientas e instrumentos para la acción del usuario, por otro lado es un “espacio” en tanto crea una propuesta discursiva, por parte de un actor como el gobierno, sobre una problemática específica.

Posteriormente, se trabajó en la identidad gráfica de la plataforma. La estrategia implicaba el posicionamiento de la marca: *Alerta Contra el Racismo*. Para ello, se diseñó una identidad gráfica amigable, que posicione, convoque y movilice.

- Concepto a posicionar: Idea de vigilancia y la sanción a la discriminación racial.
- Colores: Identidad gráfica marcada por los colores rojo y amarillo, siendo ambos colores bastante eficaces para llamar la atención.

A continuación, se presentan las primeras piezas gráficas del proyecto:

Gráfico N° 5: Logotipo

Gráfico N° 6: Tarjetas



Gráfico N° 7: Tríptico Informativo



¿Qué es Alerta Contra el Racismo?

Alerta contra el Racismo es una plataforma web de información e interacción con la ciudadanía donde podrás encontrar toda la información sobre discriminación racial y diferentes herramientas para activar un movimiento ciudadano frente a esta problemática.

Se trata de una iniciativa del **Ministerio de Cultura** que tiene como objetivo ofrecer y generar información sobre la discriminación étnico-racial en el Perú y sus efectos. Buscamos con ella fomentar la acción articulada entre el Estado y la sociedad para enfrentar el racismo y la discriminación en nuestro país.

Poner **ALTO** a la discriminación está en tus manos!!!



Reporte de casos

El servicio de reporte de casos permite que todo ciudadano que es testigo o víctima de un acto de discriminación pueda generar un reporte georeferenciado.

El mapeo de casos nos permite visibilizar la magnitud y características del problema, así como generar alertas ciudadanas para hacer seguimiento a los incidentes reportados.



Otros servicios de Alerta

Infórmate: Descarga investigaciones, estudios, estadísticas, sentencias e información en general sobre esta problemática en el país.

Ponte Alerta: Encuentra noticias, artículos de opinión, videos y campañas.

Contáctanos: Solicita orientación sobre algún caso de discriminación en el Perú.

Participa: Comparte, comenta y difunde los contenidos de la plataforma.

Conforme fue avanzando la implementación del proyecto, las piezas comunicacionales fueron perfilando mejor el tono de comunicación que la plataforma requería. Al día de hoy, se observan piezas más creativas, con un formato menos institucional y más juvenil. Cabe mencionar que determinadas piezas juegan un rol de mayor interpelación, como en el caso del gráfico N° 7, que tiene por objetivo promover la denuncia de casos. En este ejemplo, vemos un uso de colores y mensajes más fuertes que busca confrontar al ciudadano. Por otro lado, en el gráfico N° 8 vemos una gráfica relajada, incluso celebrativa, que invita a ser parte, a sumarse. En este proceso, se han mantenido las características principales en el logo y en el uso de los colores rojo y amarillo como colores referentes a la plataforma.

Gráfico N° 8: Campaña de afiches



Gráfico N° 9: Campaña en redes por día conmemorativo



(3) Líneas de acción de la plataforma

La primera acción fue diseñar la plataforma digital *Alerta Contra el Racismo*: www.alertacontraelracismo.pe. Esta debía ofrecer espacios informativos y también participativos, por ello, se diseñaron las siguientes acciones:

Tabla N° 1¹³

Líneas estratégicas de ACR	Generación y difusión de contenidos sobre el derecho a la igualdad, el reconocimiento de la diversidad cultural y la lucha contra la discriminación.
	Creación de un servicio de reporte de casos de discriminación.
	Implementación de campañas de sensibilización e incidencia dirigidas a públicos estratégicos.
	Desarrollo de un programa de capacitación y formación de competencias en igualdad y no discriminación.

¹³ Elaboración propia.

A continuación, se desarrolla cada uno de los componentes de la estrategia: Generación y difusión de contenidos sobre el derecho a la igualdad, el reconocimiento de la diversidad cultural y la lucha contra la discriminación; Creación de un servicio de reporte de casos de discriminación; Implementación de campañas de sensibilización e incidencia dirigidas a públicos estratégicos; y Desarrollo de un programa de capacitación y formación de competencias en igualdad y no discriminación.

- **Generación y difusión de contenidos sobre el derecho a la igualdad, el reconocimiento de la diversidad cultural y la lucha contra la discriminación:**

Las reflexiones del equipo nos llevaron a plantear que la estrategia de generación de contenidos no solo podía delimitarse al tema del racismo como problema. Por un lado, sería necesario posicionar el problema, caracterizarlo, hablar sobre las implicancias legales, sociales y culturales de la discriminación, pero por otro, se debía fortalecer la otra cara de la moneda: **el reconocimiento y valoración de nuestra diversidad como una estrategia para combatir el racismo**. Por ello, se estableció una línea de contenidos sobre la cual el equipo debía preparar los productos: estudios, entrevistas, artículos y videos.

- Discriminación étnico-racial y el derecho a la igualdad

Los contenidos vinculados al tema de discriminación debían permitir a los usuarios entender las causas históricas y estructurales de la discriminación étnico-racial en el Perú. Estos contenidos debían proponer un marco de análisis completo sobre el problema y sus efectos en el ejercicio de derechos, pero debía ser contenido de fácil comprensión y con carácter pedagógico.

En el proceso de sistematización de contenidos disponibles antes del proyecto, se observó que la información que analizaba el problema del racismo en el Perú era de carácter académico y de poco acceso a una gran cantidad de peruanos. También debía generarse información que permita ver los efectos de la discriminación en las víctimas, por ello, se priorizó buscar información sobre los efectos del racismo en el acceso a servicios, como de salud y de educación, trabajo, deporte y otros espacios públicos.

Finalmente, se debía generar una mayor y mejor información sobre el marco normativo e institucional que protege a los ciudadanos frente a situaciones de discriminación racial.

- Interculturalidad y diversidad cultural

Esta línea buscaba generar contenidos que se acercan a una visión positiva sobre la actitud que debíamos promover en la ciudadanía para enfrentar la discriminación. Así, se trabajó en contenidos vinculados al diálogo intercultural y a la promoción de la diversidad de culturas, pueblos y grupos étnicos como una riqueza y no un motivo de conflicto. De esta manera, también se dio soporte a las estrategias que se venían impulsando desde otras áreas del Viceministerio de Interculturalidad, como por ejemplo el tema de la diversidad lingüística. Esto también fortaleció las alianzas internas del proyecto con otras iniciativas, por lo que el mensaje del Ministerio se entendía de forma integral: para luchar contra la discriminación étnico-racial sería promover políticas de ciudadanía intercultural.

Trabajar los contenidos vinculados a interculturalidad desde la plataforma no fue tarea fácil. Como hemos explicado en las primeras páginas de este informe, el VMI se encontraba en formación, así también sus bases conceptuales. Un elemento importante es que la Dirección de Diversidad Cultural y Eliminación de la Discriminación Racial, desde sus otras líneas de acción, comenzó a generar documentos y propuestas de política que definían estos conceptos; ejemplo de ello fue la Política Nacional de Transversalización del Enfoque Intercultural, en la que se define la interculturalidad de la siguiente manera:

“Paradigma ético-político parte del reconocimiento de las diferencias culturales como uno de los pilares de la construcción de una sociedad democrática, fundamentada en el establecimiento de relaciones de equidad e igualdad de oportunidades y derechos.

El Enfoque Intercultural implica que el Estado valore e incorpore las diferentes visiones culturales, concepciones de bienestar y desarrollo de los diversos grupos étnico-culturales para la generación de servicios con

pertinencia cultural, la promoción de una ciudadanía intercultural basada en el diálogo y la atención diferenciada a los pueblos indígenas y la población afroperuana¹⁴". (MINCU 2015)

- Pueblos indígenas y población afroperuana

Otra de las líneas de acción que la plataforma tenía que destacar era la realidad social, política y económica en la que se encontraban los pueblos indígenas y la población afroperuana del país. Como consecuencia de las formas históricas de exclusión y como efecto de una sociedad estructuralmente discriminadora y desigual, ambos grupos étnicos se encuentran hoy en día en situación de vulnerabilidad en lo que se refiere a goce y ejercicio de derechos. De acuerdo a la Comisión de la Verdad y Reconciliación (2004), el 75% de las víctimas del Conflicto Armado Interno fue indígena. El mismo informe revela, en el acápite de conclusiones, que la tragedia que vivió esta población durante los años de violencia fue también producto del racismo y del desprecio que subsiste en la sociedad peruana hacia ellos.

Por su parte, la comunidad afroperuana ha sido históricamente víctima de discriminación racial. El Estudio Especializado sobre Población Afroperuana, realizado por el Ministerio de Cultura y el Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE) en el 2015, revela que el 20% de jefes de hogares afroperuanos ha sido discriminado por su "raza" en la calle, 15% en su centro de estudios y 15% al postular a un trabajo. El mismo estudio determinó que el 57% de jefes de hogares afroperuanos considera que la discriminación es una de las causas de la pobreza en sus comunidades. Frente a ello, la plataforma debía generar contenidos que pongan en la agenda la urgencia de atender los efectos de la discriminación estructural en el país, a través de políticas afirmativas y de reducción de brechas.

- Características transversales a la producción de contenido de la plataforma

¹⁴ Política Nacional para la Transversalización del Enfoque Intercultural. Disponible en : <http://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/noticia/tablaarchivos/politicanacional1.pdf>.

- a. Comunicación gubernamental: Al ser una iniciativa del Ministerio de Cultura, los contenidos tenían que tener un lenguaje institucional. Fue muy importante marcar y delimitar las líneas de contenido para la producción de información de la plataforma, permitiendo entonces trabajar con las autoridades del Ministerio con libertad y transparencia sobre lo que la plataforma mostraría al público. Sin duda, el estilo de la producción de material siempre debía responder a una comunicación gubernamental, por lo que en reiteradas ocasiones costó migrar de un lenguaje activista a una comunicación más institucional, que además permitiera sentir la rectoría del ministerio sobre el tema.
- b. Comunicación con perspectiva política: Como se ha mencionado anteriormente, la propuesta de la plataforma en sí ya constituía colocar una perspectiva política sobre el problema de la discriminación en el Perú. En este sentido, la producción del material debía estar caracterizada por proponer la igualdad, la eliminación de desigualdades entre los diferentes grupos étnicos y la construcción de una sociedad intercultural. Como menciona Gumucio (2009), el diálogo horizontal donde existe el respeto a las tradiciones, culturas y voces, resulta fundamental. De esta forma, los valores descritos líneas arriba han marcado el abordaje de los contenidos propuestos en la plataforma y la definen también como un proyecto de comunicación para el desarrollo, dado que el componente político de la comunicación es parte constitutiva de la naturaleza del proyecto.
- c. Recoge la voz de los grupos históricamente excluidos y/o víctimas de discriminación: Otra de las características que diferencian esta iniciativa como un proyecto de comunicación para el desarrollo o cambio social es que buscaba dar voz en el escenario público a quienes no la tenían. Por ello, se priorizó que los contenidos trabajados incluyan las posiciones, perspectivas y vivencias de los grupos históricamente excluidos, a través de sus representantes y dirigentes.
- d. Promueve el diálogo y la participación de la ciudadanía: Al ser una propuesta de comunicación, el espacio que la plataforma iba a generar debía propiciar el diálogo y la discusión sobre los temas propuestos. Todos los materiales y eventos desarrollados debían tener un espacio para la participación y discusión con los usuarios de la plataforma, lo cual implicó generar pautas de moderación y conducción del debate.

Asimismo, la plataforma *Alerta Contra el Racismo* desarrolló estrategias para recopilar, sistematizar y difundir, en un lenguaje dinámico, la mayor cantidad de material existente sobre la discriminación racial en el Perú. Una primera etapa sirvió para la recopilación y sistematización de la información encontrada. Hasta ese momento, el Estado no contaba con un sistema de información similar sobre el derecho a la igualdad y la no discriminación al alcance de la ciudadanía, por lo que la plataforma sistematizó, generó y ordenó en distintos buscadores, información en las siguientes categorías:

- Estudios e investigaciones

Se recopiló y se puso a disposición más de 40 estudios académicos sobre la discriminación étnico-racial en el Perú.

Referencia: <http://alertacontraelracismo.pe/informate/investigaciones>

- Normatividad y jurisprudencia a nivel internacional, nacional, regional y local

Se recopilaron más de 90 normas nacionales vinculadas a la protección del derecho a la igualdad y a la no discriminación. Adicionalmente, se sistematizaron dos sentencias para que personas involucradas en la defensa legal de casos sobre discriminación o que hayan sufrido actos discriminatorios, puedan utilizar sentencias emitidas anteriormente como jurisprudencia.

Referencia: <http://alertacontraelracismo.pe/sobre-alerta/normas>

- Ordenanzas regionales y locales para proteger el derecho a la no discriminación

Se recopilaron más de 100 ordenanzas regionales y locales que generan mecanismos de protección al ciudadano frente a actos de discriminación, así como acciones de prevención.

Referencia: <http://alertacontraelracismo.pe/mapa-ordenanzas>

- Procedimientos y mecanismos para denunciar un caso de discriminación en el Estado

La plataforma sistematizó y ordenó cada uno de los procesos posibles que la ciudadanía puede activar en el ámbito administrativo, penal, constitucional y en medios de comunicación frente a un caso de discriminación. Estos procesos se colocaron de manera ordenada y accesible en la plataforma, acompañándose de un sistema de reporte georeferenciado.

Los procedimientos para activar una denuncia administrativa sobre discriminación serían:

- ✓ He sido víctima de discriminación étnico-racial como consumidor.
- ✓ He sido víctima de discriminación étnico-racial en el trabajo.
- ✓ He sido víctima de discriminación étnico-racial en un centro de salud.
- ✓ He sido víctima de discriminación étnico-racial en un centro educativo.
- ✓ He sido víctima de discriminación étnico-racial por un funcionario o servidor público.
- ✓ Qué hacer en casos de discriminación en redes sociales.

Para todos estos casos, se mapeó con las instituciones responsables los pasos a seguir, publicándose en la plataforma las herramientas y contactos necesarios para que la población pueda contar con toda la data existente.

Asimismo, se colocaron los procedimientos para interponer una denuncia penal y se colocó un modelo de denuncia para facilitar el desarrollo de la misma, en caso el ciudadano desee activar el procedimiento.

Si bien el esfuerzo que se estaba realizando para sistematizar todos los procedimientos era importante, considero que la sensación que dejó el trabajo era la urgencia de simplificar los mecanismos para el usuario. No solo es necesario colocar toda la información a disposición de los ciudadanos, hacerla usable es fundamental y aquí el equipo tuvo muchas dificultades para incidir en un cambio en el manejo de las denuncias de discriminación, pues nosotros apostábamos por unificar el procedimiento

en una sola entidad y esto resultaba legalmente complicado pues implicaba reformular competencias, sin voluntad para ello no se pudo avanzar y el resultado se evidencia en la poca cantidad de denuncias sobre racismo que se reportan formalmente.

- Noticias: artículos, noticias, entrevistas y pronunciamientos

En este espacio informativo, se creó un kiosko virtual en el que se muestra el contenido producido por la plataforma *Alerta Contra el Racismo*. Hasta julio del 2016, se contaba con 277 notas elaboradas en la sección: Ponte Alerta.

- Guías, materiales y manuales

Se elaboraron diferentes materiales para la capacitación de diferentes públicos en materia de discriminación étnico-racial.

Tabla N° 2: Materiales de sensibilización¹⁵

Tipo de material	Público	Objetivo del recurso
Trípticos informativos sobre la plataforma Alerta Contra el Racismo	<ul style="list-style-type: none"> • Ciudadanos y ciudadanas víctimas o testigos de un caso de discriminación étnico-racial. 	Informar sobre los servicios que brinda la plataforma Alerta Contra el Racismo
Cartilla informativa: El racismo en el fútbol	<ul style="list-style-type: none"> • Comisarios y árbitros de fútbol. • Futbolistas profesionales de fútbol. • Asistentes a los partidos de fútbol profesional. 	Informar a la afición y a las autoridades del fútbol sobre el reglamento existente en la FPF sobre situaciones de discriminación étnico-racial.
Cartilla informativa: La prohibición de la discriminación en el ordenamiento jurídico	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionarios capacitados por el Ministerio de Cultura. 	Informar a los funcionarios sobre el marco normativo existente sobre la prohibición de la discriminación.
Cartilla informativa: Usa tu lengua, ejerce tu derecho a no ser discriminado	<ul style="list-style-type: none"> • Personas que hablan una lengua distinta al castellano. La cartilla ha sido traducida en 5 lenguas indígenas: <ul style="list-style-type: none"> ○ Quechua ○ Aymara ○ Shipibo ○ Asháninka ○ Awajún 	Informar sobre su derecho a la no discriminación lingüística.
Cartilla informativa: ¿Discriminación en el	<ul style="list-style-type: none"> • Padres de familia que tengan a sus hijos en etapa escolar. 	Informar sobre los mecanismos de denuncia existentes ante un caso

¹⁵ Elaborado como parte de un informe interno de evaluación de ACR en 2015.

colegio? Preguntas (y respuestas) frecuentes.	<ul style="list-style-type: none"> • Apoderados de niños y adolescentes en etapa escolar. 	de discriminación étnico-racial en un centro educativo.
Manual de capacitación para docentes	<ul style="list-style-type: none"> • Docentes de educación básica regular (secundaria) y docentes universitarios 	Ofrecer material académico para el trabajo del tema de racismo desde el aula.
Diversidad cultural, racismo y discriminación racial en el Perú		
Cartilla informativa: ¿Qué hacer en una situación de discriminación en el consumo?	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionarios del INDECOPI. • Consumidores de bienes y servicios. 	Informar sobre los mecanismos de denuncia existentes ante el INDECOPI, y cuáles serían las situaciones típicas de discriminación en el consumo.
Guía: Comunicación que no discrimina	<ul style="list-style-type: none"> • Recurso dirigido a periodistas y comunicadores 	Brindar orientaciones y herramientas para generar prácticas comunicacionales libres de discriminación étnico-racial.
Cuadernos de trabajo sobre Discriminación étnico-racial (fútbol y consumo)	<ul style="list-style-type: none"> • Entidades con competencia para investigar y sancionar actos de discriminación 	Investigar la forma en cómo opera la discriminación étnico-racial en distintos ámbitos, y analizar la efectividad de los mecanismos legales existentes para sancionar este tipo de actos.

- **Creación de un servicio de reporte de casos de discriminación:**

Al momento de elaborar el diagnóstico del problema de comunicación, se identificó que la ciudadanía desconoce qué hacer en caso de discriminación. Muy pocas personas saben que la discriminación es un delito y que está tipificado en el Código Penal, mucho menos se conocen los canales formales para presentar una denuncia de este tipo. Sin embargo, esta situación no se encuentra únicamente relacionada al problema de la discriminación étnico-racial. El limitado conocimiento sobre derechos y la capacidad reducida de presentar una denuncia o exigir el respeto de un derecho, se presentan también en la violencia de género, la corrupción, la explotación laboral, entre otros fenómenos actuales.

Por otro lado, cuando hablamos de discriminación étnico-racial en el Perú, resulta muy difícil que las personas se sientan empoderadas para denunciar que han sido víctimas de racismo; muy por el contrario, es común ocultarlo o negarlo. En un país donde la discriminación se ha naturalizado tanto, las víctimas de racismo no lo denuncian, pues de alguna manera refuerzan el estereotipo sobre el cual se les discriminó. Como explica

Ardito (2014: 5), “la estrategia más extendida de las víctimas de discriminación en el Perú no ha sido denunciar, protestar o rechazar el maltrato, sino procurar asimilarse con el discriminador”.

De este modo, la línea de trabajo de la plataforma relacionada a la denuncia tenía dos objetivos: en primer lugar, informar a las personas acerca de los mecanismos para realizar una denuncia si se reconocían como víctimas o eran testigos de un caso de discriminación. En segundo lugar, fomentar que las personas denuncien la discriminación. Así, se diseñó el servicio informativo para difundir información accesible sobre cómo proceder frente a un caso de discriminación y los mecanismos para hacer una denuncia ante las entidades competentes, cumpliendo así con un propósito educativo.

Luego, se diseñó un servicio para que los ciudadanos reporten casos de discriminación en la plataforma. Bajo este sistema, los casos de discriminación pueden ser reportados, brindándosele la asistencia técnica necesaria para atenderlo. Ello llevó al equipo a trabajar con abogados especializados y con las entidades con competencia sancionadora acerca de la definición de lo que la plataforma publicaría como un caso de discriminación étnico-racial, sumándole los criterios que se evaluarían para confirmarlos. La base de trabajo tomada fue la definición que la Defensoría del Pueblo había desarrollado sobre el concepto de discriminación en el Informe Defensorial N°008-2013-DP/ADHPD. Los presentes esfuerzos tuvieron un papel clave, dado que existía bastante confusión en lo que implicaba un acto de discriminación sancionable. Cabe resaltar que numerosos casos en los que se evidencia un trato diferenciado, no necesariamente constituyen un caso de discriminación, como por ejemplo cuando en los bancos separan las filas de atención a sus clientes.

En este sentido, al abrir un canal informativo, resulta crucial cumplir con las demandas de información de calidad y, en este caso, ello implicaba tener ciertos criterios para ofrecer asistencia que ayude al análisis de los casos y se puedan operativizar. Al crear este sistema de reporte, el Ministerio abriría las puertas a la ciudadanía para denunciar, por lo que resultaba muy importante tener protocolos de respuesta y criterios compartidos por todo el equipo de trabajo.

De este modo, para delimitar un caso de discriminación étnico-racial, se siguen ciertos criterios, basándose en lo especificado por la plataforma:

Discriminación étnico-racial es todo trato diferenciado, excluyente o restrictivo basado en el origen étnico-cultural (hábitos, costumbres, indumentaria, símbolos, formas de vida, sentido de pertenencia, idioma y creencias de un grupo social determinado) y/o en las características físicas de las personas (como el color de piel, facciones, estatura, color de cabello, etc.) que tenga como objetivo o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos y libertades fundamentales de las personas en la esfera política, económica, social y cultural.

¿Cómo identificar si se trata o no de un caso de discriminación étnico-racial?

Existen tres criterios para identificar si un hecho es o no un caso de discriminación étnico-racial:

1) Trato diferenciado: Es necesario identificar que la conducta discriminatoria ha generado un trato diferenciado o desigual hacia una persona o grupo de personas. El acto de discriminar empieza con una distinción o preferencia. No se trata de una diferenciación cualquiera sino particular y específica que debe entenderse en sentido peyorativo en contra de la persona discriminada.

2) Motivo de distinción racial o étnica: La normatividad peruana prohíbe y sanciona la discriminación por raza u origen étnico. El criterio racial como elemento de diferenciación se funda en que se rechaza a un grupo humano basándose en sus características físicas; por ejemplo: color de piel, facciones, estatura, color de cabello, entre otras.

El criterio étnico supone la desvalorización de la cultura, la cual es el conjunto de hábitos, costumbres, indumentaria, símbolos, formas de vida, sentido de pertenencia, idioma y creencias de un grupo social determinado.

3) Anulación o menoscabo en el reconocimiento, ejercicio y/o goce de un derecho: Finalmente, hay que observar si la diferenciación en el trato hacia una persona o grupo de personas es afectado en el ejercicio de sus derechos.

Cabe destacar que el Estado peruano aún no contaba con una definición específica de *discriminación étnico-racial*. La Constitución Política del Perú y la Defensoría del Pueblo definen la discriminación tomando en cuenta todos los factores prohibidos por el

ordenamiento jurídico y no únicamente lo étnico y lo racial. Además, de acuerdo al artículo 2, inciso 2 de la Constitución Política del Perú (1993), “Nadie debe ser discriminado por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquiera otra índole.”. De este modo, resulta positivo lo expuesto en la Constitución porque debemos entender la discriminación como un fenómeno integral y acumulativo, es decir, que existen víctimas de discriminación las cuales no son discriminadas únicamente por una sola razón. Sin embargo, para el caso de la plataforma, resultaba necesario definir la especificidad de lo étnico-racial. ¿Qué significa ser discriminado por raza?, ¿es solo el color de piel?, ¿qué significa ser discriminado por origen?, cuando me discriminan por mi atuendo ¿a qué está relacionado?, ¿la raza, el origen y la lengua se relacionan o se mezclan en un caso de discriminación? Todas estas preguntas surgen cuando colocamos un caso de discriminación cotidiano frente a la definición de la Constitución Política del Perú o a la de la tipificación del delito en el Código Penal, que menciona lo siguiente:

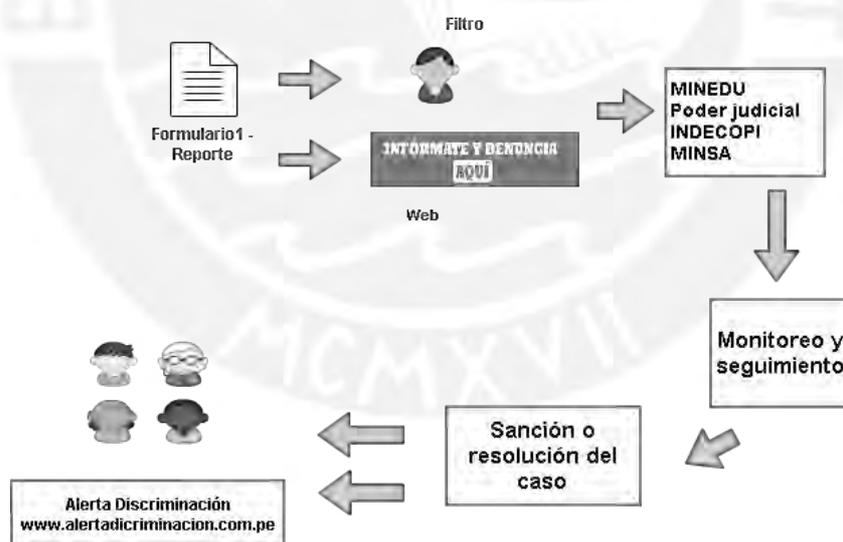
Artículo 323 – Discriminación: El que, por sí o mediante terceros, discrimina a una o más personas o grupo de personas, o incita o promueve en forma pública actos discriminatorios, por motivo racial, religioso, sexual, de factor genético, filiación, edad, discapacidad, idioma, identidad étnica y cultural, indumentaria, opinión política o de cualquier índole, o condición económica, con el objeto de anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos de la persona.

Explorar las definiciones relacionadas, agruparlas y colocar una definición sobre ellas, ayudó bastante en el proceso de divulgación de la información. Cabe destacar que al colocar esta definición, y siendo la plataforma un espacio oficial del Ministerio de Cultura, el Estado se encontraba, por primera vez enunciando públicamente el concepto de racismo, el mismo que ha servido posteriormente para fines pedagógicos, administrativos, académicos y jurídicos. Un caso de ello es el “Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en las Entidades de la Administración Pública” a cargo de la Secretaría de Gestión Pública de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM- SGP) y la Cooperación Alemana al Desarrollo (GIZ) en el 2015. Este documento toma la definición elaborada por el equipo del Ministerio de Cultura para entender la problemática de la discriminación étnico-racial en el acceso a los servicios públicos por parte de la ciudadanía.

De este modo, la finalidad de crear el sistema de reportes era conectarlo con las entidades sancionadoras para que los reportes que los ciudadanos ingresen, se conviertan automáticamente en actos administrativos, es decir, en denuncias que luego cada entidad debía darle el procedimiento que corresponda. Sin embargo, no pudo lograrse este cometido, dado que al trabajar con los sectores responsables, se evidenció un problema de interoperabilidad de las plataformas¹⁶. A la fecha, se continúa buscando el mecanismo para conectar los sistemas, pero el poco uso de las TIC en las entidades estatales, la burocracia y desconfianza en la seguridad de las herramientas digitales, han sido limitantes. Para superar este obstáculo, se optó por diligenciar los casos a través de oficios a las entidades competentes. No obstante, tampoco funcionó esta estrategia, debido a que se generaba burocracia, siendo contraproducente para la plataforma que buscaba simplificar el proceso al ciudadano sin generar un aparato burocrático para ello.

A continuación, se evidencia el flujo original del sistema de reportes:

Gráfico N° 10: Diseño del flujo original para el sistema de reportes¹⁷



- 1) La persona reportaba un caso de discriminación a través de un formulario que encontraba en la plataforma.

¹⁶ Entiéndase como “la habilidad de dos o más sistemas o componentes de intercambiar información, para posteriormente interpretar y utilizar la información intercambiada” (Fundación Telefónica 2006: 134).

¹⁷ Elaborado por el equipo de ACR de 2012.

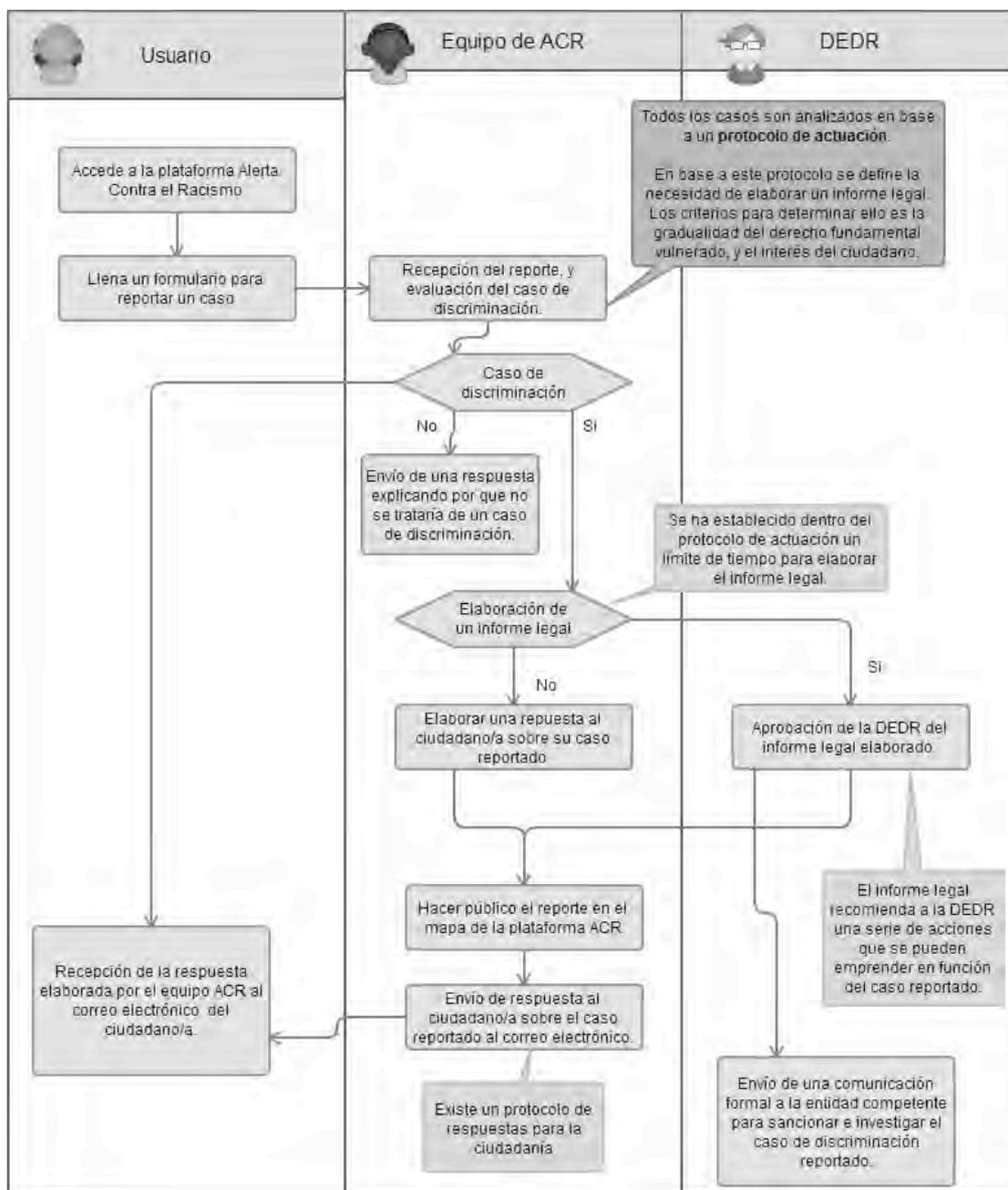
- 2) El contenido era filtrado por un especialista legal del equipo y este calificaba si cumplía con los criterios para ser un presunto acto de discriminación.
- 3) El sistema derivaba a la entidad responsable de la investigación y sanción.
- 4) La entidad aplicaba su procedimiento interno para investigar y sancionar el caso.
- 5) A través de la plataforma, el resultado se reportaba al ciudadano.

En las pruebas piloto de este primer diseño, se encontraron algunas deficiencias. En primer lugar, las entidades con competencia para investigar y sancionar no contaban con un sistema digitalizado para el trámite de sus expedientes, es decir, todos los casos denunciados por la ciudadanía se manejaban con registros físicos, generando abundancia de papeles, desorden y un deficiente manejo y análisis de la información. En aquellas entidades que sí se contaba con un sistema digital, este tenía muy pocas condiciones de interoperabilidad. En ese contexto, se decidió dejar para una segunda fase del proyecto la conexión del sistema de reportes de la plataforma con otras entidades del Estado.

Otro problema identificado, fue el manejo de la información hacia el público. Al dejar de contar con el componente de derivación de la denuncia, el sistema de reporte cumpliría únicamente con el objetivo de sistematizar, contabilizar y ofrecer al ciudadano un análisis legal con la información correspondiente para una posible denuncia por canales regulares. Para resolver estas debilidades, se creó un flujo de atención de reportes que implicaría el desarrollo de informes legales sustentatorios para cada caso y derivación de casos a las entidades correspondientes por las vías regulares.

Actualmente el flujo de atención de reportes funciona de la siguiente manera:

Gráfico N° 11: Protocolo de atención de reportes de la plataforma ACR¹⁸



Para gestionar este servicio, se diseñaron una serie de protocolos que buscaban ordenar los procedimientos internos para la gestión de los reportes y dar un servicio eficiente al

¹⁸ Elaborado por el equipo de ACR de 2014.

ciudadano. Adicionalmente, se estableció una ruta de atención, la cual se detalla de la siguiente manera:

1. Recepción del Reporte: Los ciudadanos pueden reportar un caso de discriminación étnico-racial en la plataforma a través de:

Tabla N° 3

Medio	Ubicación	Año de activación del mecanismo
Página web	www.alertacontraelracismo.pe	2013
Facebook	www.facebook.com/acr.pe	2013
Teléfono	511-618-9393 - Opción 3	2013
Aplicación móvil (APP)	Google Play Store (Android) y iTunes Store (IOS)	2015
Twitter	www.twitter.com/alertaracismo	2013
Página web: Reporte en idioma Quechua y Aymara	www.alertacontraelracismo.pe	2016

2. El equipo de *Alerta Contra el Racismo* analiza y elabora una respuesta en la que informa al usuario que el equipo legal revisará su caso o, en su defecto, le informa que el reporte no será atendido, debido a que no existen indicios de un acto de discriminación étnico-racial.
3. Según el Protocolo de seguimiento de casos¹⁹, se establece la elaboración de un informe legal. Sin embargo, éste se lleva a cabo cuando el ciudadano desee orientación específica sobre el caso y demande, a su vez, la intervención del Ministerio de Cultura.
4. Con la aprobación y validación de la Dirección de Diversidad Cultural y

¹⁹ Documento interno de trabajo (2015)

Eliminación de la Discriminación Racial (DEDR), el informe legal es utilizado para responder al ciudadano en base a las conclusiones y recomendaciones señaladas.

5. Según el Protocolo, antes de dar respuesta, se aprueba la publicación del caso en el mapa de reportes de la plataforma *Alerta Contra el Racismo*, aunque sin mencionar los nombres de la víctima ni del victimario, debido a que el objetivo de este espacio es visibilizar la problemática y no emitir ningún juicio sobre el caso.
6. Se responde de acuerdo al Protocolo de respuestas a los casos reportados²⁰ en la plataforma *Alerta Contra el Racismo*, que establece la forma y los criterios a utilizar para responder a los reportantes, vía correo electrónico.
7. En caso de que no se haya elaborado un informe legal, debido a la naturaleza del reporte, se llevan a cabo los pasos 5 y 6.
8. Envío de una comunicación formal a las entidades con competencia para investigar y sancionar el caso recibido.

Como se mencionó en el paso 5, la plataforma cuenta con un mapa de reportes, el cual es una herramienta gráfica que permite analizar desde una perspectiva geográfica, los reportes que han sido ingresados por los ciudadanos en la plataforma. Esta herramienta se diseñó con el objetivo de dar visibilidad a los casos de discriminación reportados, para que los ciudadanos pudieran leerlos, aprender de los casos expuestos y discutir sobre la problemática que representaban. Adicionalmente, la herramienta de mapeo georreferenciado, buscaba identificar la incidencia de discriminación por tipo y por región con el fin de incidir, con evidencia focalizada, en las políticas regionales, locales y nacionales.

²⁰ Documento interno de trabajo.

Gráfico N° 12: Mapa de reportes en web



Gráfico N° 13: Listado de reportes en web organizados por categorías



Gráfico N° 14: Ejemplo de descripción de caso reportado



- **Implementación de campañas de sensibilización e incidencia social dirigidas a públicos estratégicos:**

La tercera línea de trabajo que se implementó, fue la generación de campañas de incidencia en la ciudadanía. Estas se planificaron con el objetivo de sensibilizar a la ciudadanía sobre las formas e impactos de la discriminación en diferentes espacios. Así, se comenzó con: *Ponte Alerta Contra el Racismo en el fútbol*, *Alerta Contra el Racismo en las playas*, *Alerta Contra el Racismo en la escuela*, *Alerta Contra el Racismo en redes sociales* y campañas a favor del reconocimiento positivo de la diversidad cultural. Todas estas fueron implementadas a raíz de casos emblemáticos y/o mediáticos de racismo; por ejemplo la campaña en los ámbitos deportivos empezó a raíz de un caso de barras racistas contra el jugador de fútbol Edgar Villamarín²¹. Todas estas acciones se realizaron con alianzas público-privadas, activaciones en espacios públicos y a través del uso de medios masivos y redes sociales.

- *Goles Contra el Racismo*

La naturalización de las prácticas racistas por parte de los aficionados y asistentes a los

²¹ En el año 2013 el jugador de Fútbol Edgard Villamarín fue ofendido con insultos racistas en un partido del campeonato local. Ver noticia disponible en : <http://archivo.elcomercio.pe/deporte-total/futbol-peruano/defensa-alianza-edgar-villamarin-denuncio-insultos-racistas-cajamarca-noticia-1535455>

partidos de fútbol profesional, además de la atención que genera este deporte por parte de los medios de comunicación y la afición en general, nos llevó a producir una campaña de incidencia social para promover la sanción, también social, a los insultos racistas en los espectáculos deportivos.

La campaña se realizó en alianza con la Federación Peruana de Fútbol (FPF), la Asociación Deportiva de Fútbol Profesional (ADFP) y los principales clubes deportivos a nivel nacional. Esta actividad fue un ejemplo de cómo la plataforma comenzó a trasladarse al “mundo real”. Si bien las acciones de movilización digital se originan en un entorno *web* o de redes sociales, estas terminan volcándose en acciones tangibles: el racismo es experimentado por la ciudadanía en los espacios públicos. El mensaje de la plataforma debía llegar precisamente a estos espacios, por lo que fue momento de utilizar la identidad creada, generar una asociación que los ciudadanos puedan hacer y convocar a través de la reputación ya obtenida de la plataforma.

Acciones de campaña:

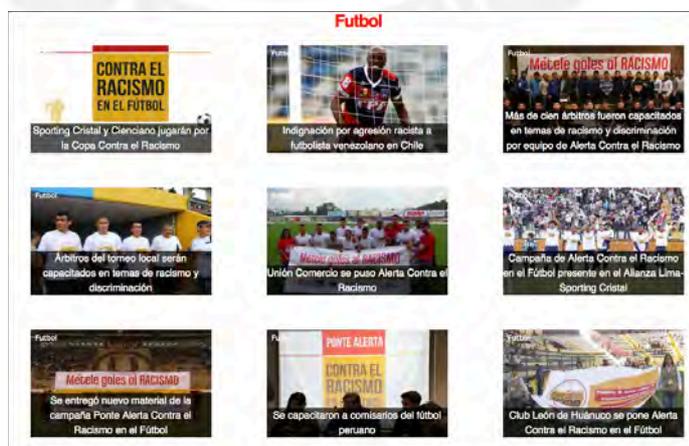
- Activaciones con mensajes contra el racismo en los partidos de fútbol como repartir tarjetas Rojas contra el Racismo, instalación de banderolas, videos informativos, monigotes, etc.
- Capacitaciones a autoridades deportivas para la mejora de los mecanismos de sanción al interior del sistema de la FPF y la ADFP.
- Elaboración de *spots* radiales y en video con la participación de los jugadores de fútbol.
- Capacitación a árbitros en temas de discriminación racial.

Las tres ediciones de esta campaña han permitido colocar en la agenda mediática la problemática de los insultos y burlas racistas de la que son víctimas los futbolistas profesionales. Del 2013 al 2015, los medios de comunicación, futbolistas y árbitros, denunciaron 17 casos de racismo durante los partidos de fútbol, 8 de ellos terminaron con una sentencia sancionatoria por parte de la ADFP. Estas cifras son un resultado del trabajo de incidencia realizado por la plataforma *Alerta Contra el Racismo*, así por primera vez, el país sancionaba efectivamente el racismo en los estadios con multas a

los equipos, juegos a puertas cerradas o pronunciamientos públicos. Esta situación motivó a que en el 2015, el Ministerio de Cultura fuera invitado por *Football Against Racism in Europe* (FARE), una red de lucha en contra de todo tipo de discriminación en el fútbol europeo que trabaja de la mano con la *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA) y la *Union des Associations Européennes de Football* (UEFA) en la campaña: “*Say no to Racism*”. Tuve la oportunidad de representar al Perú con la plataforma *Alerta Contra el Racismo* y uno de los puntos en los que nuestro país destacaba, era que la campaña fuera impulsada desde el Estado en alianza con el sector privado del fútbol.

Gráficos N° 15 y 16:

Imágenes de la *web* de campaña ACR en el Fútbol



- *21 de marzo: Día Internacional de la Eliminación de la Discriminación Racial*

Otra campaña que la plataforma impulsa, se da una vez al año cada 21 de marzo, por el Día Internacional de la Eliminación de la Discriminación Racial. Esta busca posicionar el tema de la plataforma en los principales medios de comunicación y redes sociales con mensajes dirigidos a la ciudadanía referentes a prácticas cotidianas de discriminación.

Las principales acciones de la campaña son:

- Difusión de *spots* en video distribuidos en circuitos cerrados.
- Difusión en redes sociales.
- Activaciones en espacios públicos.
- Conferencias y conversatorios.

Estas campañas son diseñadas seleccionando un tema por año y usando el *hashtag* #21mnoalracismo. Por ejemplo, en el año 2013, la campaña estuvo dirigida a promocionar la plataforma, debido a que se trataba del año del lanzamiento de esta. En el año 2014, la campaña se orientó a fomentar la denuncia con el lema *Tu silencio también discrimina, denuncia el racismo*. Este mismo año, se empezaron las intervenciones públicas por el 21 de marzo, por ejemplo a través de activaciones en el Ministerio de Cultura con todo el personal, en los paraderos de transporte público, ferias informativas en las plazas públicas, entre otras. En el año 2015, esta estuvo orientada hacia la construcción futura de un país sin racismo, por ello se utilizó el emblema *Yo quiero vivir en un país sin racismo*, protagonizada por niños y niñas. Finalmente, la del 2016 focalizó los mensajes en la discriminación en espacios públicos: discotecas, estadios y la calle.

Al igual que estas dos campañas, *Goles Contra el Racismo* y la del 21 de marzo, se han realizado pequeñas acciones vinculadas a la discriminación en las playas y en las escuelas. La dinámica de producción de contenidos de la plataforma para estos espacios, ha sido constante durante el periodo del 2013 al 2015, y en reiteradas oportunidades, hechos de discriminación que se han vuelto mediáticos, han provocado el diseño de campañas más específicas, como cuando en el verano del 2015 se denunció

públicamente que se cometían actos de discriminación en la playa Ancón, se activó la campaña: *Playas libres de discriminación*.

- **Desarrollo de un programa de capacitación y formación de competencias en igualdad y no discriminación:**

Otra estrategia de la plataforma fue la generación de capacidades en la ciudadanía, principalmente en los ciudadanos. Si bien las líneas de información y sensibilización cumplen con los objetivos relacionados al conocimiento y la movilización, sería necesario generar capacidades, competencias y cambios de comportamiento en determinados grupos objetivo para prevenir la continuidad de actos discriminatorios. Sin embargo, la poca continuidad de las estrategias de capacitación no permitieron migrar de la fase sensibilizadora e informativa.

De acuerdo a la Defensoría del Pueblo (2013), una gran cantidad de casos de discriminación se da en las instituciones públicas, siendo finalmente los medios de comunicación un espacio de reproducción de discursos racistas, los cuales era necesario trabajar con las nuevas generaciones de periodistas.

En ese sentido, se elaboró una priorización de públicos, tomando en cuenta a periodistas y comunicadores, funcionarios públicos y escolares, implementándose así un programa de capacitación. Durante el 2014, se desarrollaron talleres de capacitación para alrededor de 500 funcionarios públicos a nivel nacional, más de 200 escolares de Lima y 250 con comunicadores y periodistas de Piura, Cusco y Huánuco. La priorización de públicos para la estrategia de capacitación se pensó tomando en cuenta una estrategia preventiva, por ello era importante empezar a formar escolares e introducir en las escuelas el tema.

Para este momento, el equipo dedicado a la plataforma ya había crecido a 5 personas y contábamos con nuevos perfiles profesionales que pudieran encargarse de la elaboración de contenidos, formación e investigación. Este crecimiento fue muy importante, pues permitió la expansión de actividades e impacto de la plataforma, pero también evidenció la necesidad de crear la dirección de Diversidad Cultural y

Eliminación de la Discriminación Étnico-Racial, como consecuencia de las demandas de atención desde una perspectiva de políticas públicas. De este modo, uno de los grandes impactos positivos de *Alerta Contra el Racismo* fue fortalecer la institucionalidad de la lucha contra el racismo en el Perú.

(4) Dinamización y difusión de la plataforma

Para la difusión de la plataforma se utilizaron las redes sociales *Facebook* y *Twitter* principalmente. Adicionalmente, se enviaba un boletín informativo con las actualizaciones a todo el personal del Ministerio, así como a un *mailing* a suscriptores, siendo un alrededor de 2,000 personas. El rebote en medios de comunicación masiva fue generado por los propios contenidos o pronunciamientos de la plataforma.

A continuación se presentan cuadros comparativos que dan cuenta del uso de la plataforma por parte de los usuarios de forma anual, durante el periodo de análisis del presente informe. La plataforma *Alerta Contra el Racismo* ha venido utilizando el servicio de *Google Analytics* para desarrollar una evaluación constante del uso de contenidos.

Tabla N° 4: Cantidad de visitas únicas recibidas en la plataforma ACR

Año	2013	2014	2015	2016 ²²	Total
Visitas	73 722	173 478	222 606	132.544	602 350

Se puede observar que el uso de la plataforma ha tenido un aumento de usuarios desde el año 2013. El promedio de permanencia de los usuarios en la página, desde el 2013 al 2016, ha sido de 1 minuto con 59 segundos. Sin embargo, el porcentaje de rebote es de alrededor 79%, un número alto, teniendo en cuenta que este nos indica la cantidad de usuarios que entran a la página y se retiran sin interactuar con ella. Por otro lado, de acuerdo a la tabla N° 5, observamos que el índice de descargas de documentos (normas, investigaciones, artículos) en la plataforma ha ido en aumento, teniendo hasta el final del 2015, 11,646 descargas.

²² El periodo 2016 analizado es enero-julio.

Tabla N° 5: Cantidad de descargas de documentos alojados en la plataforma ACR

Año	2013	2014	2015	Total
Descarga de documentos	2650	4613	4383	11 646

Tabla N° 6: Páginas más visitadas de la plataforma ACR en orden de prioridad por los usuarios

2013	2014	2015
Discriminación en el Perú	¿Qué es la discriminación étnico-racial?	¿Qué es la discriminación étnico-racial?
¿Qué es la discriminación étnico-racial?	Discriminación en el Perú	Discriminación en el Perú
Mapa de reportes de casos de discriminación	¿Discriminación en el colegio? Preguntas y respuestas.	La lucha contra el racismo en los colegios
¿Qué hacer si eres víctima de discriminación étnico-racial?	¿Qué hacer si eres víctima de discriminación étnico-racial?	¿Qué hacer si eres víctima de discriminación étnico-racial?
Artículo: Somos o no somos racistas los peruanos por Nestor Valdivia	La lucha contra el racismo en los colegios	Campaña contra la discriminación en México
Noticia: Campaña contra la discriminación en México	Sección Artículos	Artículo: Racismo, exclusión y discriminación algunos aportes recientes
Sección Investigaciones	Sección Investigaciones	Sección Tus Derechos
Sección artículo	Racismo en redes sociales	Sección Investigaciones
Campañas contra la discriminación en el mundo	Sección Reportes	Sección Artículos

En cuanto a los grupos etarios que consumen los contenidos de la plataforma, se observa que el 43% de los usuarios tiene entre 18 y 24 años y el 34,25% entre 25 y 34 años. El 79% de los usuarios accede a la página desde una computadora de escritorio y el 17,8% desde su móvil²³. Asimismo, la distribución por género es similar, el 47% de los usuarios es hombre, mientras que el 53% es mujer.

²³ Cabe destacar que en el año 2015 se lanzó la aplicación móvil de *Alerta Contra el Racismo*. Esta cifra solo toma en cuenta el uso de la *web* móvil.

Gráfico N° 17: Edad de los usuarios de ACR

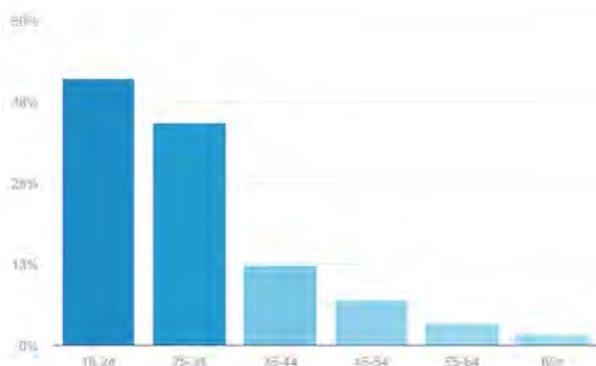
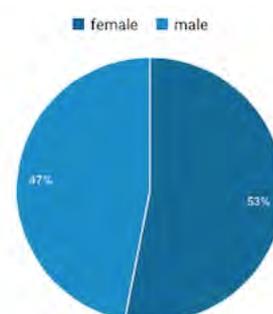


Gráfico N° 18 Sexo de los usuarios de ACR



De acuerdo a la tabla N° 7, los principales usuarios de la plataforma se conectan desde Perú, sin embargo, existen usuarios de México, Colombia y Argentina. Ello se debe principalmente a que instituciones como el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED de México) y el INADI (Argentina), son aliados en la región con los cuales se han desarrollado algunas actividades en conjunto en la marco de la cooperación para el desarrollo de políticas públicas al respecto. Por su parte, en un análisis sobre el consumo a nivel nacional, observamos en la tabla N° 8 que el gran porcentaje de usuarios durante el 2016, se encuentra en la región Lima: 41,6%, mientras que en segundo lugar, se encuentra la ciudad del Cusco con un 8,6%. Estas cifras son el resultado de que las estrategias y acciones de la plataforma estuvieron focalizadas principalmente en la capital del país y el alcance de esta ha sido limitado a nivel nacional, repercutiendo en el uso de la misma en otras ciudades. Este es un aspecto que se analizará más adelante como parte de las lecciones aprendidas.

Tabla N° 7: Usuarios que visitan la plataforma ACR

	2013	2014	2015	2016
Perú	69%	Perú 60%	Perú 58%	Perú 96,7
México	8%	México 11%	México 12%	México 19,6
Colombia	3%	Colombia 5%	Colombia 6%	Colombia 9,1
Argentina	3%	Argentina 3%	Argentina 4%	Ecuador 4,4
E.E.U.U.	2%	Ecuador 3%	Ecuador 3%	Argentina 4,2

Tabla N° 8: Principales regiones del Perú de donde proceden los usuarios de ACR

2013		2014		2015		2016	
Lima	69%	Lima	48%	Lima	36%	Lima	41,6%
Cusco	11%	Cusco	7%	Cusco	7%	Cusco	8,6%
Arequipa	4%	Junín	8%	Junín	7%	Lambayeque	5,5%
La Libertad	3%	Arequipa	4%	Arequipa	5%	Junín	5,5%
Lambayeque	2%	La Libertad	4%	La Libertad	4%	La Libertad	4,9%

- Redes sociales: *Facebook* y *Twitter*

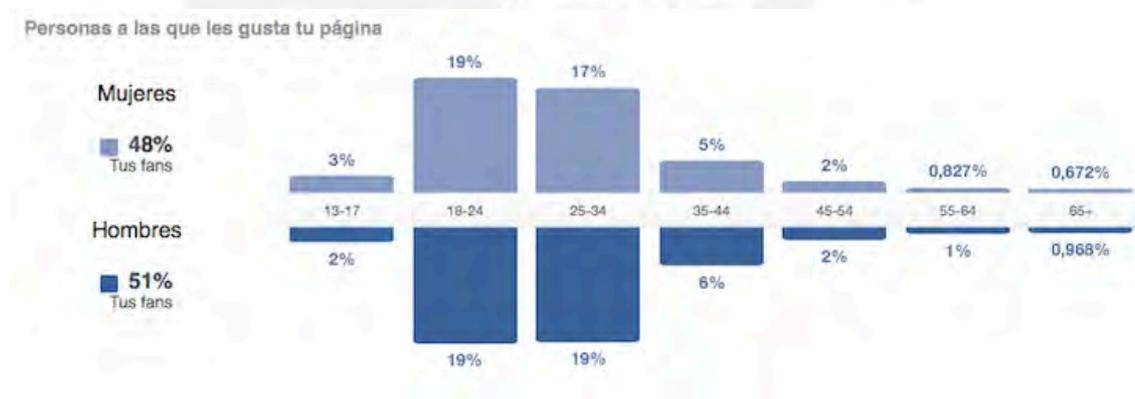
Dado que el público objetivo de la plataforma es usuario de redes sociales, una de las estrategias para llevar contenidos a nuestro público y conseguir una mayor cantidad de usuarios, serían precisamente las redes sociales. En un inicio fue complicado explicarle a las áreas del Ministerio, específicamente la de Comunicación e Imagen Institucional, que la plataforma debía tener páginas de *Facebook* y *Twitter* distintas a las del Ministerio. Como las instituciones públicas cuidan celosamente la producción y difusión de contenidos desde las redes sociales, resultaba comprensible la necesidad de controlar los contenidos de *Alerta Contra el Racismo* en redes. Frente a ello, el equipo planteó una estrategia de aprobación de contenidos: se dividieron las publicaciones en categorías de acuerdo a su nivel de impacto en los usuarios y sus posibilidades de volverse virales. Así, las publicaciones de mensajes sobre contenidos de la plataforma no requerían aprobación, pero la publicación de un pronunciamiento sobre un caso, sí. De este modo, poco a poco el área de Comunicaciones e Imagen Institucional fue confiando más en el manejo de contenidos que venía llevando el equipo. Paralelamente, las redes sociales de *Alerta Contra el Racismo* estaban tomando mucha fuerza.

Una de las estrategias que permitió crecer en popularidad en las redes sociales, fue conectarnos con las páginas de *Facebook* de otras entidades públicas: Presidencia del Consejo de Ministros, Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, Defensoría del Pueblo, entre otras. Este trabajo fue posible a través de redes de contacto y *mailing*.

Dentro del período de análisis, la cuenta en *Facebook* de *Alerta Contra el Racismo* contaba con 13,541 seguidores. De los cuales 51% son hombres y el 48 % son mujeres. Al igual que en el consumo de la plataforma *web*, se observó que la mayor cantidad de usuarios se encuentra entre los 18 y los 34 años de edad. Asimismo, la cuenta en *Twitter* de *Alerta Contra el Racismo* contaba con 2,234 seguidores y en el canal de *YouTube* se han colocado 44 videos producidos por la plataforma.

Asimismo, a través del *Facebook* se difunden los principales eventos y capacitaciones organizados por *Alerta Contra el Racismo*, utilizando videos e imágenes de campaña, fotografías de eventos y todas las noticias de la *web*. La generación del contenido se ha dado de forma fluida, ocasionando que el tráfico de información en redes sociales, sea bastante superior al de la *web*. En un inicio, se consideró que todas las cuentas de redes sociales de *Alerta Contra el Racismo* permitieran dar mayor difusión a la información que se encontraba en la *web* y que a través de estos medios los usuarios llegaran a la información

Gráfico N° 19: Porcentajes de seguidores de la página de *Facebook* de ACR²⁴



que se colgaba en esta. No obstante, se observó que el movimiento de contenidos y la participación de los usuarios han sido mayor en estas redes que en la plataforma *web*.

Así, la cuenta de *Twitter* y el canal de *YouTube*, fueron diseñados como redes que complementaban la estrategia que se venía implementando en *Facebook*. Se utilizó *Twitter* para compartir la información de la plataforma y etiquetar a los principales

²⁴ Información obtenida el mes de diciembre de 2016.

líderes de opinión y canales oficiales de otros Ministerios, mientras que se utilizó *YouTube* para difundir mensajes de campañas y entrevistas a especialistas en el tema.

Gráfico N° 20: Tipo de contenido difundido en *Facebook*: Eventos de la plataforma ACR



La persona responsable de contenidos en la plataforma organizó una matriz de publicaciones para evitar que se repitiera la información en el mismo día y que todos los contenidos de la *web* se estén difundiendo. Esta información se organizaba diariamente en dos horarios de publicación automática: 10:00 am y 4:00 pm. Al ser un servicio de una entidad pública, era muy importante contestar de manera rápida a los ciudadanos que interactuaban con la página. Dado que era un equipo bastante reducido, inicialmente dos personas y luego tres, fue importante que todos cuenten con un documento de preguntas frecuentes para que puedan responder a los usuarios que interactúan con la plataforma. Así, conforme fue avanzando la implementación del proyecto, solo una persona se dedicaba al manejo de las redes sociales.

En esta etapa de implementación, se logró perfilar con mayor claridad el tono y lenguaje comunicacional del proyecto. Esto fue posible gracias a la interacción con los ciudadanos, identificando estilos de redacción y formas comunicacionales para dirigirse a la ciudadanía, generándose entonces un tono cordial, moderno y energético. Hoy en día el tono comunicacional de la plataforma es mucho más juvenil que en sus inicios.

Asimismo, en los últimos meses, en las redes sociales el uso de imágenes en movimiento como *GIF* y de *Thinglink*, así como videos siguiendo el estilo de la

plataforma *PlayGround*²⁵, se ha vuelto muy común. En esa misma lógica, *Alerta Contra el Racismo* ha ido adaptando contenidos a estos formatos, facilitando que estos puedan ser consumidos y compartidos por los usuarios.

Gráfico N° 21: Mensaje de ACR creado con *Thinglink*



Gráfico N° 22: Mensaje de ACR en *Facebook* por movimiento contra la violencia contra la mujer:

#NiUnaMenos



²⁵ <http://www.playgroundmag.net/>

Además, dado el tipo de contenido que busca posicionar la plataforma, se identificó que la generación de estos que aporten a otras causas o movimientos relacionados, resulta beneficioso para ambos. Un ejemplo de ello es la campaña contra la violencia a la mujer *#Niunamenos*. Al tener la plataforma una identidad reconocida por sus usuarios, ésta es demandada a responder con coherencia frente a las distintas exigencias que la movilización social coloca en agenda. El tema de violencia de género, que además es una forma de discriminación que se intersecciona con el racismo, fue uno de los temas que la plataforma también tocó.

De los contenidos más consumidos a través de las redes sociales, se puede observar que los pronunciamientos sobre casos de discriminación, sobre todo si son mediáticos, son los que tienen mayor alcance. Por ejemplo, en el periodo de enero a julio de 2016, se observó que el 20 de enero, el comunicado de la plataforma acerca de un artículo con contenido racista de un periodista local, tuvo un alcance de más de 25,000 personas de forma orgánica, es decir, no pagado. Al día siguiente de su publicación, la plataforma había aumentado en 1,110 seguidores. Estos contenidos son rebotados por los principales medios de comunicación locales y los usuarios que los leen, rebotan en la plataforma.

- Prensa

Como se mencionó anteriormente, *Alerta Contra el Racismo* nació como una iniciativa que tenía muy bajo presupuesto. Por ello, no era posible colocar publicidad en medios masivos, *spots* o pagar cobertura, requería posicionarse en el medio con contenidos y constituirse como un referente oficial sobre el tema de discriminación étnico-racial. La estrategia de posicionamiento utilizada estaba vinculada al objetivo de la plataforma: colocar en los medios de comunicación masivos la discusión sobre la problemática del racismo y cómo enfrentarlo.

Esta estrategia se focalizó en medios digitales, buscando que los principales diarios reboten los contenidos de la plataforma y nos permitan llegar a más usuarios. Si bien el tema en particular y que un Ministerio sea quien enuncie es poderoso y atrae cierta prensa masiva, el manejo de contenidos debía estar diseñado para que esta lo vea, lo tome y lo rebote. Evidentemente, los casos polémicos son los que más prensa atraen, por ello podemos encontrar una amplia cobertura en situaciones de discriminación propiciadas por personas de la farándula, periodistas o políticos. Uno de los retos más importantes para el equipo fue lograr que los contenidos que se difundían sobre la plataforma trasciendan al caso polémico y coloquen la discusión de fondo en la agenda pública. Para ello, fue clave entrenar con un servicio de *media training* a un equipo de voceros de la plataforma, desde la Directora del área, que en este periodo era yo, hasta la Alta Dirección del Ministerio (Ministra y Viceministros).

Gráficos N° 23 y 24: Imágenes de diarios locales sobre casos de discriminación denunciados por ACR



Para fortalecer esta estrategia, se trabajó en la difusión de notas de prensa sobre los pronunciamientos y eventos, conferencias de prensa, entrevistas en medios y declaraciones de autoridades del Ministerio, artistas y líderes de opinión. El abordaje de la prensa ha estado siempre dirigido a difundir la parte punitiva de la estrategia de lucha contra el racismo y ha sido más difícil abordar temas vinculados al reconocimiento positivo de la diversidad cultural. Otro de los retos más grandes para el equipo fue trabajar con los medios en la reproducción de discursos racistas en la televisión.

Particularmente, en el año 2014, la polémica del programa televisivo “La Paisana Jacinta²⁶” colocó el tema de la discriminación en medios de comunicación en el Perú, incluso a nivel internacional.



²⁶ Programa humorístico que cuenta la historia de un personaje femenino que caracteriza a una mujer andina basándose en estereotipos y prejuicios racistas sobre este grupo étnico.

IV. Conclusiones y recomendaciones

1. Resultados del proyecto

Alerta Contra el Racismo está por cumplir 5 años de existencia y continúa siendo uno de los principales programas del Ministerio de Cultura. Varios de los elementos desarrollados en este informe dan cuenta de las acciones que han permitido que la iniciativa perdure en el tiempo. Desde una dimensión comunicacional, un primer elemento que ha garantizado la continuidad de la plataforma es su planificación con una estrategia digital, la cual permitió un despliegue masivo de los mensajes, obteniendo una amplia audiencia desde su lanzamiento. El éxito mediático de la plataforma la legitimó hacia adentro del Ministerio y con ello se logró tener espacio para crecer.

El nivel de validación externa que la plataforma obtuvo, permitió que el proyecto resalte como un logro del Ministerio de Cultura, siendo sumamente importante el trabajo de los mensajes y la identidad de la plataforma. Estos no podían ser identificados como un producto asociado a una autoridad, sino a una institución pública. Los trabajadores del Ministerio también colaboraron con ello, lográndose identificación con el producto: llevan *stickers* en sus cuadernos, oficinas y autos; además, fueron convocados y partícipes de los videos de campañas bajo el slogan “Estamos alertas”. La creación de esa mística sobre el personal de la institución fue un trabajo de comunicación interna, el cual ha generado una apropiación importante de la iniciativa hacia el interior de la institución.

Por otro lado, los reconocimientos que el proyecto ha logrado durante su existencia también han contribuido a su validación. *Alerta Contra el Racismo* fue calificada como “Buena Práctica en Gestión Pública” por la entidad *Ciudadanos al Día* en dos años consecutivos (2014 y 2015), ha sido reconocida por el Comité para la Eliminación de la Discriminación Racial (CERD) de la ONU como uno de los avances del Estado peruano en esta materia y ha sido reconocida por *Democracia Digital* en el 2017.

La identidad e imagen del proyecto permitió responder a la urgencia, capitalizar la indignación ciudadana frente al racismo con una voz pública que condena y persigue la sanción abiertamente, pero además que convoca. *Alerta Contra el Racismo* logró

convocar a la población, los medios de comunicación, los políticos y autoridades alrededor de una causa. *Alerta Contra el Racismo* ha logrado ser la voz referente para la ciudadanía y también para el Estado frente a este problema. En este aspecto, podemos decir que el proyecto cumplió con el objetivo de comunicación planteado: *ser una ventana para visibilizar la problemática y constituirse como referente de información sobre temas de discriminación en el Perú.*

Otro resultado importante de este proyecto, que además no se encontraba dentro de lo que en un inicio esperábamos, fue la enorme contribución que su ejecución tuvo en la decisión de tener una Dirección de línea encargada de ver el tema de lucha contra la discriminación étnico-racial. Sin duda, muchos factores fueron tomados en cuenta para ello, pero el trabajo que venía realizando el equipo de la plataforma evidenció y determinó la necesidad de contar con un diseño institucional que nos permita comenzar a trabajar en políticas, normas y otras estrategias que excedían los propósitos de la plataforma pero que resultaban indispensables para conseguir resultados. En ese sentido, desde el momento en que la plataforma nace y plantea una definición específica sobre la problemática, genera que el Ministerio de Cultura sea la entidad pública que se haría cargo de ello y comience a formar una institucionalidad sobre el racismo en el Perú, que hasta esa fecha era ausente o gaseosa. Algo que confirmo con esta experiencia, es que los proyectos de comunicación no están lejos ni son accesorios a la generación de institucionalidad, mucho menos del diseño de las políticas públicas, como algunas veces se suele pensar; todo lo contrario, en oportunidades son su génesis.

2. Sostenibilidad

Estos logros han dado resultados importantes para su sostenibilidad en los cambios de gestión gubernamental, dado que las nuevas administraciones lejos de quitarle importancia o cerrarlo, han buscado fortalecer la plataforma. En la administración pública esto es muy importante pues una de las amenazas recurrentes es que las nuevas autoridades buscan “quitar las luces” sobre productos que no fueron realizados en su gestión, más aún si su alcance comunicacional es grande.

Para lograr una continuidad del proyecto, se trabajó mucho en la reputación e identidad

de la plataforma, a pesar de que en muchas ocasiones fue complicado sostener principios y tonos comunicacionales de los pronunciamientos ante las autoridades de turno. Esto tiene relación con la naturaleza de la plataforma, ya que incluso por su misma existencia, los casos de racismo rebotaban y se convierten en denuncias masivas a través de las redes sociales con mucha rapidez. En estos tiempos, en los que los Ministros y autoridades son etiquetados e interpelados públicamente en sus redes sociales, el nivel de presión sobre la plataforma es mayor y ello implica tener un equipo con habilidades políticas.

Algo positivo de esta experiencia ha sido identificar la importancia de generar protocolos de acción claros y vocerías dentro del equipo frente a casos públicos. Ello ha permitido que en medio de la presión mediática, el orden y los roles de cada uno en el equipo, se neutralicen riesgos del proyecto. Sin embargo, también surgieron situaciones en las que, por ejemplo, condenar el acto racista de un líder de opinión requirió del equipo habilidades de manejo político tanto hacia adentro del Ministerio como hacia fuera, así como del respaldo de las autoridades inmediatas; ello también debe formarse en los equipos de comunicación.

Un riesgo adicional que se corre en el proyecto es la no renovación. Si la plataforma no se adapta a las exigencias de los ciudadanos y pierde el dinamismo en sus contenidos y servicios, los usuarios migrarán o demandarán cambios, por lo tanto, el respaldo ciudadano a la iniciativa decaerá. Como se ha descrito en el informe, *Alerta Contra el Racismo* ha ido generando bastante contenido y se ha convertido en un referente en estos temas. Su principal logro ha sido colocar la problemática en agenda pública, pero si no se acompaña la acción comunicacional con resultados efectivos en la reducción de incidencia de casos de discriminación, las expectativas de la población usuaria bajarán y se generarán sentimientos de frustración o desconfianza frente a la plataforma. Es decir, si el mismo equipo de un proyecto de comunicación no enfoca como uno de sus objetivos sensibilizar a quien corresponda para generar medidas y políticas que sustenten cambios en la problemática planteada, pronto las estrategias de comunicación dirigidas a sensibilizar a la ciudadanía serán insuficientes e incluso pueden ser contraproducentes. Estas acciones no están vinculadas directamente a la plataforma, son acciones de política pública que están depositadas en otras funciones que tiene hoy la dirección de Diversidad Cultural y Eliminación de la Discriminación Racial. Asimismo, resulta importante revelar

que la herramienta creada también puede ser un instrumento de información y gestión de conocimiento para obtener data relevante para el diseño de políticas públicas efectivas contra el racismo, en ese caso, se debió identificar este potencial y diseñar los mecanismos para generar evidencia para políticas públicas.

Sumando a ello, también es necesario fortalecer las alianzas estratégicas con las instituciones que tienen competencias para generar medidas frente al tema. Al momento de diseñar la estrategia de comunicación es importante tener en claro el objetivo de las alianzas; por ejemplo, algunas deben estar orientadas a generar visibilidad sobre la causa que persigue el proyecto y otras a potenciar resultados.

3. Diversificación y mejora de los servicios

Más allá de conseguir nuevos usuarios, tarea en la que sin duda se debe continuar en el proyecto, el diseño de plataformas digitales debe incorporar la renovación constante de la oferta de información y servicios. Cuando se decidió iniciar con la fase de campañas, se priorizó ingresar presencialmente, es decir, invertir en *brochures*, *stands*, juegos, trípticos informativos; y si bien existía una evaluación de lo importante que resultaba dar el “salto” a lo presencial, físico y tangible; al no estar acompañado de una estrategia de evaluación y monitoreo, resulta muy difícil probar la efectividad o el impacto en los ciudadanos sobre estos mensajes.

Con algunos años de distancia, al momento en el que se diseñó e implementó la plataforma, considero que la inversión en material impreso tuvo un impacto menor que muchas de las acciones que se generaban desde la estrategia digital. Esta afirmación no busca concluir que un formato es mejor que el otro, pues tienen objetivos distintos; pero desde un análisis costo-beneficio, análisis indispensable para el uso de recursos en un proyecto, el impacto de invertir en nuevos estudios, investigaciones y productos novedosos pudo ser mayor y se hubiera orientado a diversificar contenidos. Actualmente, la plataforma casi no ha incluido investigaciones, estudios o información adicional a la que fue sistematizada en el momento de su lanzamiento y para esos fines, está perdiendo vigencia.

Por otro lado, como muestran los reportes de usuarios de la plataforma, podemos

observar que el impacto que esta ha tenido se encuentra focalizado principalmente en la ciudad de Lima. Aun cuando la plataforma fue presentada en más de 13 regiones diferentes del país, resulta evidente la necesidad de trabajar una estrategia comunicacional distinta en otras regiones del Perú, pensando en las formas de comunicación, redes y medios que se utilizan con mayor frecuencia en otras ciudades del país, así como el trabajo con líderes políticos, como alcaldes, y líderes de opinión, como medios de comunicación regionales y locales.

Una de las innovaciones de esta propuesta era la incorporación de las TICS y herramientas de georeferenciación para el servicio de reportes. Tuvimos que adaptar el servicio, dado que no existían condiciones técnicas en el resto de instituciones para trabajar en sistemas compartidos. Esta situación ha ido cambiando con los años y con el avance de la política de gobierno electrónico, siendo una idea que considero debe impulsarse; pero en ese momento se tomó la decisión de usar el servicio de reportes para visibilizar la problemática y usar la información para generar incidencia. En primer lugar, es muy importante trabajar con los ingenieros informáticos de la institución desde el inicio del proyecto. En las instituciones públicas, cada área tiene responsabilidades distintas y en proyectos como este, se requiere incorporar al equipo a todas las áreas involucradas de la concepción de la iniciativa para que puedan entender la lógica del servicio que se busca y ayudar a encontrar alternativas frente a las dificultades que aún encontramos para el uso de TICS en el sector público. Por otro lado, se deben fortalecer las alianzas con las instancias que deben sancionar los casos y que estas instituciones puedan encontrar un beneficio para su gestión en contar con un sistema compartido; finalmente, hay un trabajo importante que continuar haciendo con la ciudadanía para fomentar una cultura de denuncia frente a casos de discriminación y potenciar el uso de la información obtenida en estos reportes.

5. Monitoreo y evaluación.

Como se ha podido observar en el informe, no se implementó un sistema de evaluación y monitoreo de los resultados del proyecto. En los proyectos de comunicación para el desarrollo, este componente resulta fundamental, pero suele dejarse de lado o se convierte en un análisis superficial sin relevar la importancia que tiene para el cumplimiento de los

objetivos. Por ejemplo, en el caso de *Alerta Contra el Racismo*, la evaluación se restringió a un monitoreo semestral o anual de los indicadores de uso de la plataforma, ofrecido por los instrumentos gratuitos de análisis de *Google* o *Facebook*. Al cierre de este informe, en el último año, la plataforma ha duplicado sus seguidores en redes sociales. En *Facebook* son 24,874 seguidores y en *Twitter* 2,642 seguidores.

Todo proyecto de comunicación debe elaborar, de forma contenida en el diseño de la estrategia, los indicadores intermedios y de resultado que va a monitorear, además del sistema de evaluación. En el caso de *Alerta Contra el Racismo*, esto se ha convertido en una debilidad para el proyecto porque sin esa medición, resulta difícil plantear mejoras, conocer la percepción de los usuarios y hacer incidencia sobre la relevancia o impacto del proyecto.

6. Condiciones para el desarrollo de un proyecto como *Alerta Contra el Racismo*

En una oportunidad la Revista *Caretas* se acercó al equipo para hacernos una entrevista sobre el trabajo que hacíamos, recuerdo que invité a pasar a la periodista a la oficina y esta me comentó “¿Y dónde funciona el sistema de alerta?” y le respondí: “Aquí, esto es”. Se sorprendió porque literalmente se imaginaba un espacio lleno de personas trabajando como en los *call-center*. El equipo de *Alerta Contra el Racismo* era de 3 personas: un coordinador(a), un creador de contenidos y un abogado; luego, este equipo se vio soportado por la Dirección y el equipo se incrementó a 9 personas, que por momentos también colaboraban con algunas actividades. Lo menciono como un logro importante, debido a que sin el compromiso de ese equipo, por pequeño que fuera, el proyecto no hubiera sido posible y creo que esa es una de las características de los proyectos de comunicación para el desarrollo. Decidir intervenir en una realidad no es únicamente un encargo, es una responsabilidad social, ética y política de cada miembro del equipo; hay que creérselo, estar comprometido con la causa y eso fue un factor de éxito de este equipo. Sin embargo muchas veces se cae en el error de pensar los proyectos de comunicación, sobre todo cuando son digitales, como de bajo costo, o que incluso no requieren de más personal que el mínimo.

Alerta Contra el Racismo necesita seguir creciendo, generar contenido propio y

especializado, hacer incidencia, fortalecer alianzas en el Perú y el exterior, renovar su estilo de comunicación y hacer una mejor segmentación de públicos, volver a colocarse en medios con novedades y resultados, etc.. Para ello requiere no solo un equipo adicional, si no también presupuesto y respaldo político. Muy aparte de las mejoras que se puedan implementar en el proyecto, quedan diversos temas sobre este caso para nuevas investigaciones y estudios desde la comunicación.



V. Bibliografía

ALERTA CONTRA EL RACISMO

Alerta Contra el Racismo. Consultas: 13 de noviembre del 2017.

<http://alertacontraelracismo.pe/>

<https://www.facebook.com/acr.pe>

<https://twitter.com/AlertaRacismo>

<https://www.youtube.com/user/alertaracismo>

ALFARO, Santiago

2008 “Diferencia para igualdad: repensando la ciudadanía y la interculturalidad en el Perú”. En ALFARO, Santiago; ANSIÓN, Juan y Fidel TUBINO (editores). *Ciudadanía Intercultural. Conceptos y pedagogías desde América Latina*. Lima: Fondo Editorial PUCP, pp. 191-215.

ARDITO, Wilfredo

2014 “Patrones de la Discriminación en el Perú”. En *IDEHPUCP. INSTITUTO DE DEMOCRACIA Y DERECHOS HUMANOS*. Consulta: 27 de octubre del 2017.

<http://idehpucp.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/2014/09/Patrones-sobre-la-discriminaci%C3%B3n-en-el-Per%C3%BA-Wilfredo-Ardito.pdf>

BUSTAMANTE, Javier

2007 “Cooperación en el Ciberespacio: Bases para una ciudadanía digital”. *Revista Argumentos de Razón Técnica*. Sevilla, número 10, pp. 305-328. Consulta: 20 de octubre del 2017.

<https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/21741>

CANO, José Carlos

2007 *Ciudadanía, participemos activamente*. México D.F.: SEP- INEA.

COMISIÓN DE LA VERDAD Y RECONCILIACIÓN

2004 *Hatun Willakuy. Versión abreviada del Informe Final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación.* Lima.

CONGRESO CONSTITUYENTE DEMOCRÁTICO

1993 *Constitución Política del Perú.*

CORREA, Norma

2011 “Interculturalidad y Políticas Públicas: una agenda al 2016”. *Economía y Sociedad. Revista de Investigación.* Lima, número 77, pp. 53-58. Consulta: 26 de octubre del 2017.

<http://cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/interculturalidaddocumento.pdf>

DEFENSORÍA DEL PUEBLO

2013 *La Lucha Contra la Discriminación: Avances y Desafíos. Serie Informes de Adjuntía – Informe N° 008-2013-DP/ADHPD.* Lima. Consulta: 2 de setiembre del 2017.

http://www4.congreso.gob.pe/dgp/didp/boletines/01_2014/imagenes/constitucional/9.informe_008_2013_DP_ADHP.pdf

FUNDACIÓN TELEFÓNICA

2006 *Las TIC en la sanidad del futuro.* Cuaderno 1. Colección Fundación Telefónica. S/L. Consulta: 2 de noviembre del 2017.

<https://www.fundaciontelefonica.com/artecultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/39/>

GALINDO, Jairo

2009 “Ciudadanía digital”. *Signo y Pensamiento.* Bogotá, vol. XXVIII, número 54, pp. 164-173.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86011409011>

GARCÍA, Miriam y Alfonso DIESTRO

2013 “Ciudadanía e Interculturalidad. Elementos claves en la construcción de la identidad europea”. *Revista – Journal Interacções*. Lisboa, número 23, pp. 2-29.

<http://revistas.rcaap.pt/interaccoes/article/view/2816/2321>

GONZÁLVEZ, Vicent y Paloma CONTRERAS-PULIDO

2014 “Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación”. *Revista Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*. Huelva, volumen, número 42, pp. 129-136. Consulta: 15 de octubre del 2017.

<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=42&articulo=42-2014-12>

GRIMSON, Alejandro

2000 *Interculturalidad y Comunicación*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

GUMUCIO, Alfonso

2009 “Comunicar para el cambio social: una comunicación ética y política. Entrevista con Alfonso Gumucio Dagron”. *Signo y Pensamiento*. Bogotá, volumen XXVIII, pp. 278-290.

HARRIS, Marvin

2001 *Antropología cultural*. Madrid: Alianza Editorial.

INSTITUTO NACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACIÓN, LA XENOFobia Y EL RACISMO (INADI)

Observatorio por una Internet sin discriminación. Consulta: 28 de octubre del 2017.

<http://www.inadi.gob.ar/politicas/observatorios-discriminacion/plataforma-internet/>

INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA (INC)

- 1977 *Política cultural del Perú*. París: Unesco. Consulta: 26 de diciembre de 2016 <https://politicanacional.cultura.gob.pe/doc/linea-tiempo/1977-Antecedentes-Politica-Peru-PNC.pdf>
- 2002 *Lineamiento y Programas de Política Cultural del Perú. Documento de trabajo presentado al primer pleno del Consejo Nacional de Cultura*. Consulta: 1 de noviembre del 2017.
<https://politicanacional.cultura.gob.pe/doc/linea-tiempo/2002-Politicasculturalesperu.pdf>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI)

- 2014 *Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Informe Técnico N° 1 de marzo del 2014*. Consulta: 27 de octubre del 2017.
<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-en-los-hogares-oct-dic-2013.pdf>

MARTÍN-BARBERO, Jesús

- 2010 “Comunicación, espacio público y ciudadanía”. *Folios. Revista de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquía*. Antioquía, número 23b, pp. 37-51.

MARTÍN SERRANO, Manuel

- 1986 “La producción social de la comunicación”. *Signo y Pensamiento*. Bogotá, volumen 5, número 9, pp.47-58.

MINISTERIO DE CULTURA

Ministerio de Cultura. Consulta: 16 de noviembre del 2017.

<http://www.cultura.gob.pe>

- 2012 *Lineamientos de Política Cultural 2013-2016, versión preliminar*. Lima: Ministerio de Cultura. Consulta: 1 de noviembre del 2017.

<https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/pagbasica/tablaarchivos/11/lineamientomc.pdf>

2013 *Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Cultura*. Lima, 19 de junio. Consulta: 26 de octubre del 2017.

<https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/archivosadjuntos/2013/07/rof2013.pdf>

2015 *Resolución Ministerial N° 431-2015-MC: Declárese como plataforma oficial del Ministerio de Cultura a la Plataforma de Acción contra la Discriminación Étnico y/o Racial "Alerta contra el Racismo"*. Lima, 23 de noviembre. Consulta: 30 de octubre del 2017.

<http://transparencia.cultura.gob.pe/sites/default/files/transparencia/2015/11/resoluciones-ministeriales/rm431-declareselaplataformadeaccioncontraladiscriminacionetnicoyracial-alercacontraelracismo.pdf>

MINISTERIO DE CULTURA y GRUPO DE ANÁLISIS PARA EL DESARROLLO (GRADE)

2015 *Estudio especializado sobre Población Afroperuana*. Lima: Ministerio de Cultura/GRADE. Consulta: 1 de noviembre del 2017.

http://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/content_type_archivos/archivosPDF/2015/08/mincu_eepa_final_12.08.pdf

MINISTERIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS

1991 (2006) *Código Penal del Perú: Artículo 323 – Discriminación*.

2013 *Primera Encuesta Nacional sobre Derechos Humanos*. Consulta: 30 de octubre del 2017.

http://observatorioderechoshumanos.minjus.gob.pe/jmla25/index.php/publicaciones/cat_view/14-publicaciones/178-minjus/223-encuesta-nacional-en-materia-de-derechos-humanos

PLAYGROUND

PlayGround. Consulta: 15 de noviembre del 2017.

<http://www.playgroundmag.net/>

PRESIDENCIA DEL CONSEJO DE MINISTROS – SECRETARÍA DE GESTIÓN PÚBLICA

2015 *Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en las Entidades de la Administración Pública. Versión Actualizada con enfoque de Interculturalidad y de Género*. Lima. Consulta: 31 de octubre del 2017.

<http://sgp.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2016/10/manual-atencion-ciudadana.pdf>

QUIROZ, María Teresa

2008 *La edad de la pantalla. Tecnologías interactivas y jóvenes peruanos*. Lima: Fondo Editorial Universidad de Lima.

RIORDA, Mario

2011 “La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental”. *Politai*. Lima, volumen 2, número 3. Consulta: 2 de noviembre del 2017.

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956/14579>

SCOLARI, Carlos Alberto

2009 “Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production”. *International Journal of Communication*. Los Ángeles, volumen 3, pp. 586-606. Consulta: 15 de octubre del 2017.

<http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477/336>

TAKE BACK THE TECH

Take back the tech. Consulta: 30 de octubre del 2017.

<https://www.takebackthetech.net/mapit/main>

TUCHO, Fernando

2006 “La educación en comunicación como eje de una educación para la ciudadanía”. *Revista Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*. Huelva, volumen XIV, número 26, pp. 83-88. Consulta: 13 de octubre del 2017.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802613>

VERGARA, Alberto

2013 *Ciudadanos sin república*. Lima: Editorial Planeta.

WOLTON, Domenique

2010 *Informar no es comunicar*. Barcelona: GEDISA.

