



OBSERVATORIO  
DE CONSTRUCCIÓN DE PAZ  
UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

# CUADERNOS PAZ A LA CARTA

## Nº2

cámaras  
 expresión  
 paz  
 objetividad  
 prensa  
 memoria  
 mafias  
 víctimas  
 olvido  
 voces  
 periodista  
 intereses  
 posconflicto  
 mediación  
 estado  
 organizaciones  
**Medios de Comunicación y Construcción de Paz**  
 silencio  
 hechos  
 mujeres  
 censura  
 marginados  
 desempleados  
 niños  
 libertad  
 autocensura  
 desplazados  
 región  
 memoria  
 expresión  
 violencia  
 organizaciones  
 cultura  
 entrevistas  
 exclusión  
 género  
 justicia  
 relatos  
 miedo  
 niñez  
 desplazados  
 libertad  
 autonomía



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ  
JORGE TADEO LOZANO  
FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES  
Y CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ  
**JORGE TADEO LOZANO**  
FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES  
Y CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS

Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano  
Carrera 4 Nº 22-61 - pbx: 242 7030  
www.utadeo.edu.co

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PAZ**  
**CUADERNOS PAZ A LA CARTA**

ISSN: 2248-6658  
Primera edición: 2012

Rector: José Fernando Isaza Delgado  
Vicerrector académico: Diógenes Campos Romero  
Decano (e) de la Facultad de Relaciones  
Internacionales y Ciencias Jurídicas y Políticas:  
Carlos Andrés Gómez González

**OBSERVATORIO DE CONSTRUCCIÓN DE PAZ**

Autores:

Blanca Inés Arteaga Morales  
Diego Andrés Walteros Rangel  
Lina Dayana Álvarez Montoya  
Oscar David Andrade Becerra  
Juleine Puentes Orjuela  
Angélica María Cortés Bernal  
Laura Carolina Baños López

Director editorial (e): Jaime Melo Castiblanco  
Coordinador editorial: Henry Colmenares  
Revisión de textos: Camilo Gamboa  
Diseño de portada: Francisco Jiménez  
Diseño y diagramación: Francisco Jiménez  
Impresión: Panamerica Formas e Impresos S.A.

Los contenidos de esta publicación son  
responsabilidad exclusiva de los autores.  
FOS-Colombia únicamente fungió como financiador.

CUADERNOS  
**PAZ** A LA  
CARTA

Nº2

## Medios de Comunicación y Construcción de Paz

### Nuestro menú

- 2 ¿Qué tienen que ver los medios de comunicación y la construcción de paz?
- 4 Aclarando conceptos: medios de comunicación y construcción de paz.
- 8 ¿Y qué otros medios hay?
- 10 Multiplica tu voz: las movilizaciones y las TIC.
- 14 Comunicando la construcción de paz.
- 20 Una experiencia de comunicación y paz.
- 24 Los medios de comunicación también son víctimas.
- 27 Medios y paz en el planeta.
- 32 Hablando con la academia.
- 36 Tres consejos comunicativos.
- 40 Palabras correctas – palabras incorrectas.
- 46 En el cine.
- 49 Contactémonos.
- 52 Bibliografía y webgrafía.



OBSERVATORIO  
DE CONSTRUCCIÓN DE PAZ  
UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

**FOS - COLOMBIA**

Fondo para la Sociedad Civil Colombiana por la Paz,  
la Democracia y los Derechos Humanos,  
iniciado por ASDI administrado por Forum Syd.

# MULTIPLICA TU VOZ: LAS MOVILIZACIONES Y LAS TIC

Mucho se ha dicho acerca de la poca organización, la dispersión y la falta de regularidad de las movilizaciones ciudadanas en Colombia. No obstante, buena parte de esta percepción puede explicarse por el hecho de que el cubrimiento que hacen los medios tiene im-

portantes efectos sobre la visibilidad de las movilizaciones: no todas las marchas que se organizan en el país son registradas por los medios de comunicación de alcance nacional o incluso regional; más aún, solo unas pocas merecen un amplio cubrimiento por parte de los grandes medios como la televisión, la prensa nacional o las cadenas de radio de las ciudades más importantes del país.

Por esta razón, destacamos algunas experiencias de movilizaciones que fueron exitosas en hacerse visibles a la opinión pública a través de los medios de comunicación: no solo de los tradicionales, como radio o televisión, sino también de internet, espacio cada vez más importante para dar a conocer al país los sucesos sociales y políticos. Las dos experiencias que verás a continuación y en las que posiblemente participaste, tuvieron lugar entre los meses de febrero y marzo de 2008 y tuvieron un mensaje básico claro: el fin de la violencia en Colombia y el logro de una paz duradera para todos sus ciudadanos.

*Redes sociales online. Son medios de comunicación, ofrecidos por internet, cuyo objetivo es conectar virtualmente a personas que mantienen usualmente relaciones de amistad o simplemente tienen intereses o actividades comunes. Estas plataformas permiten a los usuarios, por medio de perfiles, hacer pública la información personal que deseen subir y acceder a información publicada por los usuarios con quienes tienen contacto. Facebook, Google+, MySpace o LinkedIn son algunas de las redes sociales online más populares en la actualidad.*

## NO MÁS FARC: LAS MARCHAS DEL 4 DE FEBRERO

El 4 de febrero de 2008 Colombia experimentó una de las más multitudinarias marchas de que se tenga noticia en el país: la promovida por un grupo de ciudadanos desde Bogotá (Oscar Morales, Carlos Santiago y Rosa Cristina Parra), a través de las redes sociales y con ayuda de otros medios de comunicación, y cuyo objetivo principal fue movilizar a los ciudadanos en contra de los actos de violencia que

han sido causados por los grupos armados al margen de la ley. Si bien la marcha se enfocó en el rechazo a la guerrilla de las FARC y sus acciones violentas contra la población civil, como los secuestros y los asesinatos, la gran convocatoria que logró hizo que se sumaran millones de personas que no solo rechazaban

**Las marchas del 4 de febrero y del 6 de marzo lograron movilizar, en total, a aproximadamente 20 millones de personas en más de 200 ciudades en los cinco continentes.**



a la FARC, sino también a las acciones violentas de otros grupos ilegales. Según los registros de los medios de comunicación de ese momento, las marchas del 4 de febrero se distinguieron por reunir muchos colores políticos y una gran diversidad de ideas.

A partir de estas marchas, se constituyeron varios grupos que apoyaban los principales objetivos de la movilización; los más importantes son los movimientos “Un Millón de Voces” y “Colombia Soy Yo”, que siguen realizando actividades organizadas en contra de la violencia de los grupos armados.

### **POR LAS VÍCTIMAS DE ESTADO Y TODAS LAS FORMAS DE VIOLENCIA: LAS MARCHAS DEL 6 DE MARZO**

Como respuesta a la marcha del cuatro de febrero, el Movimiento Nacional de Víctimas de Crímenes de Estado (Movice), encabezado por Iván Cepeda, hijo del senador asesinado Manuel Cepeda, convocó a una marcha cuyo tema principal fue el rechazo a todas las formas de violencia que afectan a la sociedad civil, esto es, no solo la violencia que proviene de las FARC u otras guerrillas, sino también la que producen grupos paramilitares y agentes del Estado. Al igual que la primera, la gran convocatoria que logró esta iniciativa hizo que personas de diversas posiciones políticas comprendieran la necesidad de rechazar la violencia origi-

nada por todos los actores involucrados en el conflicto armado colombiano y se unieran a las manifestaciones, que se llevaron a cabo en grandes y pequeñas ciudades de Colombia y en muchas otras fuera del país.

### **LAS REDES SOCIALES: MULTIPLICADORAS DEL MENSAJE**

Estas marchas marcaron un hito en la historia de las movilizaciones en Colombia gracias a la gran cantidad de participantes que tuvieron y el alcance internacional que lograron. Las marchas del 4 de febrero y las del 6 de marzo se caracterizaron por convocar no solo a habitantes de las ciudades colombianas, sino también a muchos extranjeros y colombianos residentes fuera del país: hubo réplicas de estas marchas en más de 150 ciudades de todo el mundo.

¿Cómo los organizadores de estas marchas lograron una participación ciudadana tan numerosa? Según ellos mismos, la clave para poder convocar a gente dentro y fuera del país fue el uso de la red social *Facebook*. Esta plataforma virtual resultó ser un vehículo muy eficiente para difundir el mensaje de la marcha, fundamentalmente porque cada vez más las personas la utilizan; no es necesario que alguien tenga un computador en casa para que pueda acceder a esta página. Además, los organizadores de la marcha contaban con variados recursos que ofrece la plataforma,

como los grupos de discusión, las invitaciones virtuales masivas o la posibilidad de permitir que muchas personas fuera de Colombia estuvieran tan informadas del evento como lo estaba alguien en Bogotá.

A partir de allí, el movimiento en gestación contó con miles y miles de colaboradores, en especial jóvenes, quienes por medio de invitaciones personales hechas por *Facebook*, correos electrónicos u otros servicios como *Messenger* o *Skype* difundieron la información del evento como una bola de nieve; al final, había millones de fuentes de información, millones de usuarios de estas redes sociales difundiendo el mismo mensaje.

vez más amplio en los días previos; muchos columnistas y demás periodistas de opinión hacían eco de las noticias sobre el alcance que tendrían las marchas y hacían crecer el debate sobre su importancia para la vida política del país. De este modo, estos mismos medios se encargaron de que el mensaje de las marchas llegara incluso a aquellos que no tenían acceso a las redes sociales y lograron movilizar a mucha más gente de la que ya estaba dispuesta a marchar. Aun así, es innegable el hecho de que las nuevas tecnologías cumplieron un papel fundamental en crear nuevos espacios de difusión de la información y nuevas formas de movilización de la sociedad.

### ¿Y LOS MEDIOS TRADICIONALES?

Aunque las redes sociales fueron el vehículo más utilizado, el éxito de las marchas no solo dependió de ellas. La radio, la prensa y la televisión comenzaron a darse cuenta de la magnitud del movimiento y se encargaron de darle mayor visibilidad: entrevistaban a los organizadores de las movilizaciones en los programas de radio y en las emisiones de los noticieros de televisión, mientras la prensa comenzó a hacer un cubrimiento cada

Fuente: <http://proclamanortecauca.blogspot.com/2011/04/se-realizo-marcha-por-la-paz-en-las.html>

