



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
 violencia
 organización
 miedo
 género
 justicia
 relatos
 exclusión
 región
 memoria
 expresión
 entrevista
 cultura



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 N° 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.



La información es muy importante para los procesos de construcción de paz, pues el éxito de los mismos depende mucho de la capacidad para visibilizar las situaciones de violencia que se presentan en un contexto social específico y las múltiples iniciativas desarrolladas para solucionarlas.

De esa forma, los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa, televisión), así como los que se van posicionando de la mano de las nuevas tecnologías (internet, telefonía inteligente, etc.), son ineludibles para posicionar temas en la agenda públi-

ca, denunciar problemáticas sociales y difundir las labores que diferentes organizaciones adelantan a favor de la paz y la democracia con el fin de ganar adeptos y tender puentes con otras iniciativas que trabajan temas similares o en las mismas regiones.

Así las cosas, y partiendo de que no se pueden dar recetas infalibles, a continuación anotamos algunas sugerencias para que las iniciativas de paz aprovechen de mejor manera la tecnología y los medios de comunicación para conseguir sus objetivos.



Modernizar. Es importante conocer y acercarse a las nuevas herramientas y servicios tecnológicos que el mercado ofrece a las organizaciones. Con el fin de aprovechar las ventajas que traen para el funcionamiento interno de la organización y su proyección hacia el exterior, es útil pensar en invertir dinero y esfuerzos para mejorar los computadores y demás aparatos (tanto en *hardware* como en *software*), conectarse a internet a través de las diferentes modalidades que ofrecen los proveedores (telefonía, banda ancha, portátil) e instalar redes internas.

El *hardware* hace referencia a las piezas físicas que conforman cualquier sistema informático (computadores, grabadoras, teléfonos, cámaras, etc.), como los cables, las pantallas, las carcasas, los circuitos o los periféricos (por ejemplo los bafles y los teclados).

Para aquellas organizaciones que cuentan con recursos limitados, igualmente existen alternativas de *hardware* genérico y *software* libre (que es aquel que puede ser modificado, utilizado y distribuido sin restricciones) que son más baratas y en algunos casos gratuitas.

Básicamente, el *software* son aquellos programas y aplicaciones informáticas que permiten que un sistema de computación procese datos y desarrolle tareas específicas. Ejemplos de *software* son los sistemas operativos (como *Windows* o *Linux*), los procesadores de texto (como *Word*) y los navegadores de internet (*Explorer*, *Firefox* u *Ópera*).



Aprovechar. Hay que tener en cuenta que no es la tecnología en sí misma la que favorece la comunicación, sino su utilización con base en prioridades, metas claras y capacidades realistas. Por eso es crucial que las organizaciones instruyan a sus integrantes para aprovechar al máximo las diferentes herramientas informáticas y tecnológicas en función de los objetivos de la organización, a través de metodologías como las capacitaciones o la unificación de protocolos; incluso, puede ser muy útil destinar personal específico para el manejo de los recursos tecnológicos y las estrategias de búsqueda y difusión de información de la entidad.



Formular políticas y estrategias de comunicación claras. Es fundamental que las organizaciones ideen procedimientos detallados para generar y difundir información (propia o ajena) y aumentar su presencia en espacios públicos.

Sin descuidar las posibilidades que brindan los medios de comunicación tradicionales, hay que aprovechar las oportunidades que el auge de internet y las nuevas tecnologías brindan a las organizaciones para difundir su trabajo y entrar en contacto con sus pares.

Según estadísticas de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, en el año 2006 el 80% de la población mundial no utilizaba internet. Para el año 2011, se estima que esa cantidad se redujo al 65%.

Efectivamente, estas herramientas permiten que las organizaciones tengan medios de comunicación propios. A través de blogs, emisoras virtuales, canales en *streaming* (por ejemplo *Youtube*) o servicios de mensajería instantánea, las iniciativas de paz pueden acceder

a información que de otra manera les sería muy difícil conocer (por ejemplo, por cuenta de las prioridades de los medios masivos de comunicación), a la vez que pueden promocionar la propia. De igual forma, es muy útil que la organización abra correos electrónicos institucionales que le permita intercambiar información con diferentes instancias y pares de manera ágil y segura, y que desarrolle una página *web* propia que le permita vincular todo tipo de información e interactuar con los usuarios.

El *streaming* es una forma de distribución de contenido multimedia que permite al usuario ver videos o escuchar audio prácticamente en tiempo real.

Asimismo, crear y alimentar perfiles y páginas oficiales en *Facebook* y otras redes sociales (*Twitter*, *Google+*, *MySpace*, entre otras) ha demostrado ser una forma fácil, rápida y efectiva para difundir la labor de una organización y compartir conocimientos y experiencias entre grandes cantidades de personas. Otra forma interesante para profundizar la incidencia comunicativa de las organizaciones es consultar y participar en las plataformas de medios independientes (por ejemplo, el por-

tal *Indymedia*)¹ que buscan transmitir aquella información que generalmente queda por fuera de los espacios de los grandes conglomerados de radio, prensa y televisión.

Según estadísticas de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, las suscripciones mundiales a telefonía móvil pasaron del 12% en el año 2000 al 78% en 2010.

En últimas, partiendo del reconocimiento de la importancia que tiene la incidencia en los medios para dar visibilidad al trabajo de las iniciativas de construcción de paz en el país, la idea es que cada una de las organizaciones sea muy creativa a la hora de definir las estrategias de comunicación de acuerdo a sus necesidades y capacidades; a la par, es crucial explotar las nuevas tecnologías de la comunicación, en tanto se constituyen cada vez más en medios efectivos para transmitir información de manera inmediata. Todas estas he-

¹ *Indymedia* es un colectivo de organizaciones de periodistas y medios independientes que ofrece cobertura no corporativa. La página principal es <http://www.indymedia.org/es/index.shtml>, pero tiene portales de noticias en diferentes países.

rramientas ofrecen posibilidades inagotables para que las organizaciones sociales logren incidencia política, visibilicen sus mensajes y resultados y estrechen los vínculos con sus comunidades.

Un estudio desarrollado por la corporación Latinobarómetro a finales de 2010 mostró que los países con mejor conectividad de internet en América Latina son Chile (58%), Argentina (54%), Venezuela (51%), Uruguay y Costa Rica (ambos con 47%). En contraste, Paraguay, El Salvador, Honduras y Nicaragua son los países con menores niveles de conectividad.