



Conferencia Episcopal de Colombia



COMISIÓN DE
CONCILIACIÓN
NACIONAL

COMUNICAR para la RECONCILIACIÓN y la PAZ

Reflexiones, claves y herramientas



Embajada
de la República Federal de Alemania
Bogotá



adveniat
für die Menschen
in Lateinamerika



Noruega en Colombia
Sea Embajada de Noruega en Bogotá


AGIAMONDO

84 páginas.
Diseño pedagógico, Lida Losada - Mauricio Herrera.

ISBN: 978-958-56617-3-8

1. Aproximaciones a la comunicación, 2. Medios de comunicación y construcción de paz, 3. Claves para comunicar reconciliación y paz, 4. Elementos esenciales para construir y narrar la memoria, 5. Aproximaciones al lenguaje y la narrativa audiovisual, 6. Pistas para la construcción, 7. De piezas audiovisuales sobre reconciliación y paz, 8. Difusión de piezas en plataformas digitales, 9. Referencias bibliográficas.

Catalogación de la fuente – Comisión de Conciliación Nacional. Editorial

Abril de 2021

*Comunicar para la reconciliación
y la paz - Reflexiones, claves y herramientas*

Primera Edición 2021
Edición Reservada
ISBN: 978-958-56617-3-8

© Comisión de Conciliación Nacional

Presidente
Monseñor Oscar Urbina
Arzobispo de Villavicencio
Presidente de la Conferencia Episcopal de
Colombia

Secretario General

Padre Darío Echeverri González

Comisión de Conciliación Nacional (CCN)

Carrera 58 No 80 – 87, Bogotá D. C.
Sede de la Conferencia Episcopal
Teléfono: (571) 6305917
Celular: +57 312 450 6253
E mail: nancy.gaitan@comisiondeconciliacion.co
<http://www.comisiondeconciliacion.co>
[facebook.com/ccncolombia](https://www.facebook.com/ccncolombia)
twitter.com/ccncolombia
[instagram.com/@ccn_colombia](https://www.instagram.com/@ccn_colombia)

Compilador, Editor, Diseño pedagógico

Lida Losada
Mauricio Herrera
César Mauricio Velásquez

Desarrollo de Contenidos

Lida Losada
Mauricio Herrera
Felipe Miranda

Corrección de estilo

Diseño, diagramación e Impresión

aluna
Tel. 3456014

El presente documento es un producto en el marco de la cooperación de la Embajada de Alemania en Colombia, Noruega, Adveniat y Agjiamondo con la Comisión de Conciliación Nacional. Los textos que aquí se publican son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no expresan necesariamente el pensamiento ni la posición de las mismas.

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción y la comunicación pública total o parcial, sin la previa autorización escrita de los titulares.

Impreso en Colombia

PRESENTACIÓN

Comunicar, en su sentido más amplio, implica interactuar, transmitir, difundir, transformar, generar vínculos, resignificar e inspirar; es una acción, pero también un proceso y, por supuesto, un resultado. Comunicar es una necesidad natural, manifiesta a través del lenguaje: palabras, gestos, miradas, comportamientos, imágenes, íconos y silencios.

En medio de la amplitud que hallamos en la comunicación como campo de estudio, disciplina y ciencia, que nos permite reconocer la riqueza de su potencial, se encuentran los medios de comunicación y el oficio del periodismo. Dimensiones y elementos que, en el caso colombiano, han sido determinantes en la configuración de diferentes actitudes sociales que han hecho eco de la violencia y de los efectos del conflicto armado, vivido por cerca de seis décadas.

En este escenario, también, se reconoce la capacidad transformadora de la comunicación que, hoy, más que nunca debe ser aprovechada en beneficio del bien común.

¿Aprovecharla cómo? Con la puesta en marcha de acciones que van más allá de la emisión de información y contenido veraz, responsable y humanizado, promoviendo el desarrollo de ***capacidades profundas de escucha*** para el establecimiento de ***verdaderos diálogos***, que permitan el encuentro entre opuestos, el reconocimiento mutuo, el conocimiento de las verdaderas necesidades de las personas, con mirar al establecimiento de procesos de reconciliación sólidos.

El comunicador y periodista, por tanto, en su condición de actor social y con la amplitud de herramientas que posee, se encuentra ante el desafío de desempeñar un rol protagonista en el impulso del cambio, de la participación e interacción social y del fortalecimiento democrático de su contexto.

En línea con lo anterior, en el año 2016, cuando el país, ambientado por los Acuerdos de Paz suscritos entre el Gobierno Nacional y la entonces guerrilla de las FARC (Fuer-

zas Armadas Revolucionarias de Colombia), exigía (más que nunca) un compromiso decidido de todos los colombianos con la búsqueda de la reconciliación y la paz, la Comisión de Conciliación Nacional (CCN) incorporó a sus líneas de trabajo la **“Comunicación para la reconciliación y la paz”**.

Desde entonces, los proyectos y acciones emprendidos en esta dimensión persiguen tres objetivos centrales: **1)** Crear y difundir mensajes que aporten a la sensibilización de la sociedad colombiana frente a la necesidad de comprometerse con la construcción de reconciliación y paz. **2)** Animar y brindar herramientas prácticas a los comunicadores, periodistas, responsables de medios, líderes sociales y agentes pastorales, para que dentro de su labor asuman la tarea de ser multiplicadores de un lenguaje pacífico y esperanzador, así como agentes de cambio y protagonistas en la construcción de la memoria histórica. **3)** Promover la visibilización de los territorios más apartados y afectados por el conflicto armado.

Bajo este escenario, desde el mes de noviembre de 2017, los integrantes del equipo de comunicaciones de la CCN, profesionales con formación en periodismo, comunicación estratégica, comunicación multimedia y comunicación política, emprendieron un recorrido por diferentes regiones del país para llevar a cabo cerca de **40 Talleres Regionales de Comunicación para la Reconciliación y la Paz**, dirigidos a personas de diferentes edades, género, identidad étnica, creencias políticas y confesiones religiosas; con diversos niveles de conocimiento en el tema, pero todos con un alto potencial de liderazgo local y un propósito especial: aportar al desarrollo de su comunidad.

Estos talleres, desarrollados en su mayoría presencialmente, ante la pandemia por Covid 19, fueron adaptados metodológicamente a modalidad virtual, conservando su rigurosidad conceptual y objetivo, relacionado con la generación de espacios de encuentro, reflexión y capacitación.

Esta iniciativa de formación y empoderamiento comunitario en la línea del cambio social, desde la comunicación, fue posible gracias al apoyo solidario de organismos de cooperación internacional con presencia en Colombia como: la Embajada de Noruega, la Embajada de Alemania, Adveniat y la Fundación Konrad Adenauer Stiftung (KAS) y al trabajo articulado con diferentes arquidiócesis, diócesis y vicariatos apostólicos del país, que bajo el liderazgo de sus señores obispos, también aportaron a esta propuesta para el desarrollo, la promoción de la sana convivencia y la construcción de una verdadera cultura de paz, desde los territorios.

Desde la Comisión de Conciliación Nacional se entendió que esta acción de construcción, con enfoque en la pedagogía y comunicación para la paz, podía generar un aporte real llevándose a cabo en las regiones, veredas, pueblos, corregimientos, en una palabra, con las comunidades, sus realidades, sueños, trabajos y expectativas.

“LA CONSTRUCCIÓN DEL PAÍS DESDE LA DIVERSIDAD REGIONAL Y LA DESCENTRALIZACIÓN PARA EL DESARROLLO TERRITORIAL, SON CONDICIONES ESENCIALES PARA ALCANZAR LA RECONCILIACIÓN EN EL PAÍS”.

*Acuerdo Nacional de Mínimos para la Reconciliación y la Paz en Colombia
(Comisión de Conciliación Nacional [CCN], 2013)*

En relación con la necesidad de **escuchar, acompañar y construir procesos de comunicación para el cambio social, desde las regiones**, Simon Haselock, cofundador y director de Albany Associates y pionero en la intervención de los medios en los países que salen de conflictos, escribió en 2010, en un reporte especial para el Instituto de Paz de los Estados Unidos (USIP), que los proyectos de desarrollo que responden a solicitudes desde el terreno son los más propensos a tener éxito, pero requieren de un enfoque de comunicación que dé tanta importancia a la escucha de la población local como a la transmisión de información hacia ella.

Bajo este escenario, la CCN ha querido documentar en esta publicación la mayor parte de los contenidos de base abordados durante los Talleres Regionales de Comunicación para la Reconciliación y la Paz en forma de reflexiones, pistas, conceptos y apuestas; para ponerlos a disposición tanto de periodistas, profesionales o empíricos, como de personas sin ningún tipo formación académica o técnica en el área.

Se espera que estos elementos puedan ser apropiados y aprovechados en el ejercicio comunicativo desarrollado en medios de comunicaciones tradicionales, digitales y a nivel comunitario (en el hogar, con los vecinos, en el lugar de trabajo y en espacios académicos).

En esta línea, el documento busca aportar al fortalecimiento de las competencias y habilidades comunicativas de las comunidades y de los líderes regionales que se han comprometido con la retadora, pero importante, tarea de aportar a la construcción de una cultura de paz en cada uno de sus territorios.

CAPÍTULO I. APROXIMACIONES A LA COMUNICACIÓN	11
¿Qué es la comunicación?	11
1. La comunicación como necesidad	11
2. La comunicación como proceso	11
3. La comunicación como campo de estudio	12
5. La comunicación social	14
6. Comunicación para el desarrollo/comunicación para el cambio social	14
Glosario del capítulo	14
CAPÍTULO II. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PAZ	15
Los medios	15
Los medios y su ejercicio informativo en el marco del conflicto armado colombiano	16
A lgunas reflexiones de los análisis	16
1. El lenguaje	16
2. Las agendas mediáticas	17
3. La afiliación política	17
4. El interés de impactar y vender	17
En conclusión	18
Glosario del capítulo	19
CAPÍTULO III. CLAVES PARA COMUNICAR RECONCILIACIÓN Y PAZ	20
Reconciliación	20
Paz	22
Comunicar desde la reconciliación y la paz	26
1. Verdad	26
2. Escucha	26
3. Empatía	27
4. Humanización	27
5. Respeto	28
6. Tolerancia	28
7. Inclusión	28
8. Encuentro y diálogo	29
9. Prudencia	29
10. Confianza	29
11. Inspiración	29
Comunicar para la reconciliación y la paz	30
Lograr visibilidad	30
Ayudar a generar identidad y pertenencia entre las personas	31
Aportar a la reconstrucción el tejido social	31
Ayudar a superar los conflictos	34
Incidir de forma directa en la desestigmatización	35

Principios	37
1. Principio diferencial	37
2. Principio territorial	39
3. Principio de creatividad	40
El rol del periodismo	41
Periodismo para la paz	41
¡Es tiempo de comunicar esperanza!	46
Glosario del capítulo	46

CAPÍTULO IV. ELEMENTOS ESENCIALES PARA CONSTRUIR Y NARRAR LA MEMORIA .. 47

Construir la memoria	47
Memoria	48
Tipos de memoria	48
Memoria individual	48
Memoria colectiva	49
Memoria histórica	49
El rol del periodismo en la construcción de la memoria histórica	49
Narrar la memoria	50
La narración de la memoria en palabras del Papa Francisco	51
1. Tejer historias	51
2. No todas las historias son buenas	51
3. La historia de las historias	51
4. Una historia que se renueva	52
5. Una historia que nos renueva	52
Las etapas de la narración de la memoria	53
Reconstrucción de la memoria	53
Observación	55
Entrevista (diálogo)	55
Alistamiento para las entrevistas (diálogos)	55
Entrevistas (diálogos) que aportan a la memoria	56
Preguntas orientadoras para la memoria	58
Mantener la memoria	59
Análisis y clasificación de la información recuperada	59
Construcción de nuestra narración	60
Géneros	60
Géneros expositivos, de referencia	60
Géneros expresivos y testimoniales	60
Géneros dilógicos o apelativos	60
Formatos	61
Tipos	61
Transmitir la memoria	62
Los inventarios de la memoria	63
1. Temas en medio del conflicto	64
2. Temas para superar el conflicto	64

CAPÍTULO V. APROXIMACIONES AL LENGUAJE Y LA NARRATIVA AUDIOVISUAL	65
Características y dimensiones del lenguaje audiovisual	65
Dimensiones de la narrativa audiovisual	66
Dimensión morfológica	66
Dimensión sintáctica	66
Planos audiovisuales	67
Tipos de planos	67
Ángulos audiovisuales	67
Tipos de ángulos	67
Otros elementos de la gramática audiovisual que debemos conocer	68
Regla de los tercios	68
Movimientos de la cámara	69
1. Movimientos físicos de la cámara	69
2. Movimientos ópticos de la cámara	69
CAPÍTULO VI. PISTAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE PIEZAS AUDIOVISUALES SOBRE RECONCILIACIÓN Y PAZ	70
Elementos básicos para contar una historia	70
¿Qué es la preproducción audiovisual?	71
Aspectos generales para el desarrollo de una producción audiovisual	71
El guion	71
Tipos de guiones	71
Storyboard	72
Equipo de producción audiovisual	73
Formatos de video	74
Formatos de audio	75
Archivos de audio digital sin comprimir	75
Formatos de archivos comprimidos	75
¿Qué es la post producción?	75
CAPÍTULO VII. DIFUSIÓN DE PIEZAS EN PLATAFORMAS DIGITALES	77
El mundo digital	77
Redes sociales	78
Aproximaciones a la publicidad	79
Difusión de las piezas	80
Elementos que aportan al tráfico y engagement en redes sociales de nuestra piezas comunicativas	82
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	83

APROXIMACIONES A LA COMUNICACIÓN

“La comunicación humana es una modalidad esencial para vivir la comunión. El ser humano, imagen y semejanza del Creador, es capaz de expresar y compartir la verdad, el bien, la belleza. Es capaz de contar su propia experiencia y describir el mundo, y de construir así la memoria y la comprensión de los acontecimientos.”

(Papa Francisco, 52 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. 2018)

¿Qué es la comunicación?

El término **comunicación** es usado en una gran variedad de contextos y con una amplia diversidad de sentidos, lo que en ocasiones lo hace confuso. Para empezar a dar respuesta a esta pregunta, detengámonos en un ejemplo básico:

Al preguntar a los participantes de los talleres regionales, facilitados por el equipo de periodistas de la CCN, sobre aspectos con los que pueden relacionar este término respondieron:

- “Hacer entender algo”
- “Contarle algo a una persona o a un grupo de personas”
- “Establecer una conversación”
- “Intercambiar mensajes”
- “Transmitir un programa de radio o televisión”
- “Dibujar”
- “Hacer gestos”
- “Quedarse en silencio”
- “El vaivén del viento”
- “El cantar de los pájaros”.

Todas estas acciones son formas de comunicación y dan cuenta de la multidimensionalidad y variedad de elementos en torno al proceso comunicativo, pero no se constituye en la definición de un concepto.

Surge entonces la pregunta: ¿dónde empieza y dónde termina el “ser” de este campo?

Para este abordaje, se proponen las dimensiones:

1. La comunicación como necesidad.

Los seres humanos tenemos la necesidad de interactuar, intercambiar mensajes, generar vínculos (sentirse parte de...) y comprender a otros. Tanto la comunicación de tipo verbal (donde usamos las palabras de forma oral o escrita), como la no verbal (referida a miradas, gestos, movimientos corporales, entre otras expresiones), permiten dar respuesta a esta necesidad.

2. La comunicación como proceso.

Entendiendo la comunicación como un proceso de intercambio de información entre dos o más sujetos, que se da de forma dinámica, cambiante y continua, durante décadas, diferentes escuelas de pensamiento y autores se han dedicado a desarrollar diversos modelos en los que han integrado elementos variados, que interaccionan entre sí.

Dentro de los elementos básicos o comunes encontramos:

El emisor, encargado de iniciar el acto comunicativo y codificar el mensaje que va a enviar de acuerdo a sus capacidades o intenciones.

El mensaje, que corresponde al contenido que se quiere transmitir y que puede estar elaborado de palabras, sonidos o imágenes.

El canal, medio a través del cual se emite ese mensaje.

Los códigos, son los signos, señales o reglas que permiten al receptor captar el mensaje del emisor y comprenderlo. Por ejemplo, el idioma.

El receptor, encargado de recibir el mensaje.

El ruido, constituido por aquellos elementos que pueden impedir que el mensaje se transmita de forma correcta.

El contexto, aunque en los modelos tradicionales no suele mencionarse, constituye un aspecto relevante en la efectividad y asertividad del proceso comunicativo; se refiere al grupo social al que pertenecen emisor y receptor; el entorno en el que tiene lugar el acto comunicativo, que condiciona o determina la forma en que puede ser interpretado el mensaje y los alcances que puede llegar a tener.

El proceso comunicativo puede darse de manera:

- Unidireccional (la información se produce en un solo sentido);
- Bidireccional (la información va y viene, es decir, hay un feedback o retroalimentación);

- Multidireccional (la información va en todas las direcciones, participan más de tres sujetos siendo emisores y receptores a la vez. La retroalimentación es mucho más amplia). En este nivel se facilita la diversidad de conocimientos e ideas, sin embargo, puede existir más riesgo de distorsión de los mensajes, por lo que resulta esencial procurar mayor claridad en los mensajes emitidos y relaciones establecidas.

3. La comunicación como campo de estudio.

Mientras algunos teóricos de la comunicación dan cuenta de la existencia de una ciencia concreta de la comunicación, otros aseguran que esta corresponde a un proceso social tan amplio y complejo que requiere un abordaje interdisciplinario, es decir, un estudio desde varias disciplinas. Sin embargo, vale la pena anotar que en el campo de la comunicación se analiza el fenómeno de la comunicación humana alrededor del cual se deriva otra serie de fenómenos de tipo social y cultural que determinan su alcance, como es el caso de los medios de comunicación masiva, las industrias culturales y el consumo.

4. La comunicación como oficio.

Desde esta dimensión podemos considerar las diferentes prácticas comunicativas que existen, en las que la comunicación se pone al servicio, especialmente, de la información, divulgación, educación y transformación social. Es decir, aquí podemos encontrar las acciones que se dan alrededor de los medios de comunicación desde la práctica, por ejemplo, del periodismo y la producción audiovisual o en las diversas oficinas de prensa y comunicación de organizaciones, empresas e instituciones; ofi-

cios que independientemente del objetivo empresarial o público que los oriente, por su naturaleza social, deben estar al servicio de la sociedad.

La intención comunicativa.

Otro aspecto sobre el que resulta relevante reflexionar es el propósito o finalidad que se tiene con el discurso establecido en la comunicación; es decir, la intención que el emisor posee al momento de comunicarse. Aquí es importante determinar qué tipo de elementos lingüísticos debe usar para lograr la adecuada interpretación y recepción del mensaje por parte del o los receptores.

Pensemos en algo tan sencillo como esto:

No podemos usar el mismo tipo de figuras o recursos literarios para contarle a una persona o comunidad sobre algo que está sucediendo en su contexto o territo-

rio y que puede interesarle, que las que usaríamos para animar a ese individuo o grupo social a ser parte de un proceso de transformación social determinado en su territorio. En el primer caso, nuestra intención consiste básicamente en informar con mensajes objetivos; en el segundo lo que buscamos es convencer y, para eso, requerimos más que información, necesitamos, por ejemplo, acudir al uso de un lenguaje persuasivo y generar llamados a la acción contundentes para que el mensaje no quede vago o suelto.

Dependiendo de nuestra intención discursiva existen otro tipo de estrategias que podemos usar para causar la reacción correcta en nuestro receptor, como la explicación, la ejemplificación, la comparación o contraste, la generalización, la evaluación, la fórmula “problema-solución”, entre otras. Estas pueden variar según el tipo de género o formato en que se utilice.

El proceso comunicativo consiste en algo mucho más profundo que un sencillo intercambio de mensajes; se trata de una interacción, una respuesta positiva o negativa y una posibilidad de influencia y cambio de actitud, aunque no se produzca de forma directa o inmediata.

Hecho que resulta relevante para entender el impacto que podemos lograr cuando emitimos mensajes sobre contenido relacionado con la reconciliación y la paz, si usamos las palabras más estratégicas, en el tono adecuado, con una estructura que tenga sentido y una gran dosis de creatividad para no generar rechazo o predisposición desde inicio.

5. La comunicación social.

Hay quienes afirman que el análisis de la comunicación social tiene más relación con lo social y con lo político que con los mismos estudios de comunicación. Además de ser un espacio de mediación simbólica, la comunicación social ha llegado a convertirse en el eje sobre el cual giran nuestras sociedades occidentales postmodernas (a las que, con frecuencia, se ha denominado “sociedades de la información”) y en el canal privilegiado de conexión entre las diferentes manifestaciones culturales de nuestro entorno y de otras cosmovisiones con las que compartimos el planeta.

De manera concreta, esta disciplina se enfoca en el estudio de los diferentes discursos sociales, su significado y el modo en que estos se originan en la sociedad. Además, se ocupa de analizar los medios a través de los cuales se difunde la comunicación: escritos, audiovisuales y gráficos, entre otros.

6. Comunicación para el desarrollo /comunicación para el cambio social.

Se trata de un enfoque que empieza a ser abordado a finales de los años 90, pensando, especialmente en los diversos roles que podía desarrollar la comunicación en el siguiente siglo (XXI). Desde ese entonces se propuso usar la comunicación para mejorar las condiciones de vida de las perso-

nas, a través de la participación, de la toma de decisiones y de la apropiación de los medios por parte de las comunidades.

En esencia, esta visión de la comunicación, busca facilitar y promover el diálogo social e intercultural, y con él, los procesos de participación de la sociedad. Acompaña de forma directa y permanente a las comunidades, no solo para permitir su acceso a los diversos medios, si no, especialmente, para que puedan apropiarse de ellos y tomar sus propias decisiones sobre qué tipo de comunicación desean o necesitan para poder llevar a cabo esa participación y lograr cambios reales.

Es importante mencionar que la intervención con este enfoque, que en nuestro caso nos puede ayudar para aportar y empoderar a las comunidades, debe hacerse teniendo en cuenta que equivale a un proceso en el que todos participan y se configura en el tiempo y con diferentes acciones, no se trata de un simple envío de mensajes.

Bajo esta idea se busca que los individuos tomen conciencia de sí mismos, “de sus necesidades y situaciones reales, con el fin de descubrir con este proceso de concientización, escenarios alternativos que se conviertan en estrategias para el cambio”.

Mendivil Calderón, C.; Racedo Durán, Y.;
Meléndez Solano, K.; Rosero Molina, J. (2015).

Glosario del capítulo

Ambigüedad: término usado para referirse a un concepto, acción o expresión que puede interpretarse de diferentes maneras.

Mediación simbólica: se refiere a aquellos símbolos que sirven como vínculo entre el sujeto y la realidad. El lenguaje, por ejemplo, es uno de los elementos de mediación simbólica más útiles y reconocidos.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PAZ

“Las mismas motivaciones económicas y oportunistas de la desinformación tienen su raíz en la sed de poder, de tener y de gozar que en último término nos hace víctimas de un engaño mucho más trágico que el de sus manifestaciones individuales: el del mal que se mueve de falsedad en falsedad para robarnos la libertad del corazón. He aquí porqué educar en la verdad significa educar para saber discernir, valorar y ponderar los deseos y las inclinaciones que se mueven dentro de nosotros, para no encontrarnos privados del bien «cayendo» en cada tentación”.

(Papa Francisco, mensaje 52 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. 2018)

Los medios.

De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española, un medio de comunicación es “un instrumento de transmisión pública de información, como emisoras de radio o televisión, periódicos, internet” (Diccionario de la Lengua Española, 2020). Esta es una mirada básica que nos ubica sobre un ejemplo concreto de aquello que definimos en el capítulo anterior como canal, un elemento esencial dentro del proceso de comunicación con un alcance o nivel de impacto masivo.

De forma amplia, los medios de comunicación son aquellos canales, herramientas y organizaciones que cuentan con el potencial para permitir un diálogo entre personas, un intercambio de información y opinión, y que son usados para tales fines. Esta mirada incluye explícitamente no solo la parte productora/distribuidora de información, sino también el lado del receptor/consumidor que interpreta y responde desde sus conocimientos previos.

“En el caso de las regiones más apartadas en Colombia, esta definición incluye a emisoras y canales de televisión sin fines de lucro, periódicos locales y regionales, redes sociales, blogs, podcast, parlantes públicos, murales, teléfonos y otros canales que funcionan con tecnologías relacionadas a la Internet.

Además de periódicos murales y encuentros interpersonales para el intercambio de información que requieren de presencia directa para su recepción”. Medios que son esenciales no solo para garantizar nuestro derecho fundamental y constitucional de acceso a la información, sino también para el establecimiento y desarrollo de procesos de interacción social (Damian Raiser, Del daño colectivo a la construcción de porvenir, CCN, p. 65).

En nuestro recorrido por diferentes territorios del país, que hacen parte de esa Colombia profunda, apartada y muchas veces olvidada, habitada por personas y comunidades valientes, resistentes y resilientes, a través de diferentes conversaciones establecidas con párrocos, agentes de pastoral, líderes sociales y periodistas, hemos sido “testigos” indirectos del importante alcance y alto impacto que tienen muchos de esos canales de comunicación que hoy conocemos como **alternativos o comunitarios**, especialmente en las zonas rurales.

Por su naturaleza y estilo de producción con contenidos “desde la gente y para la gente”, en un país en el que el acceso al Internet aún es limitado o nulo para muchas comunidades, estos medios, se reconocen como importantes plataformas para el de-

sarrollo, pues apuntan, más que a atender las necesidades de los grupos sociales, a convertirse en instrumentos propios de su de expresión.

En este sentido, vale la pena hacer referencia también a los medios de comunicación fundados y administrados por diferentes arquidiócesis, diócesis y vicariatos apostólicos de la Iglesia Católica en el país, que tienen como misión central la evangelización, desde lo pastoral y desde lo social. Su inspiración principal, por supuesto, está basada en el anuncio de la palabra de Dios, sin embargo, otra de sus grandes razones de ser tiene que ver con el acompañamiento a las comunidades, especialmente a aquellas que, por habitar territorios alejados de las grandes ciudades, se encuentran olvidadas, sufriendo, entre otros, uno de los peores flagelos sociales de los territorios: la invisibilización.

En todos los casos, los medios tienen un rol protagonista en la construcción de la opinión pública, un concepto que, a lo largo de la historia, filósofos, sociólogos, políticos y periodistas han tratado de definir con precisión, pero que tiene tanto de ancho como de largo; de hecho, se constituye en sí mismo como un campo de estudio.

Desde una mirada esencial, podemos hacer referencia a la opinión pública como aquella tendencia de pensamiento que un grupo social establece sobre uno o varios hechos de interés general, pero que es, a su vez, susceptible a la persuasión y al dominio.

Los medios y su ejercicio informativo en el marco del conflicto armado colombiano

En varios de los talleres de comunicación que facilitamos desde la CCN, sugerimos a

los asistentes un ejercicio de análisis grupal sobre el papel que han desarrollado, medios de comunicación y periodistas, a nivel local, regional y nacional, en la cobertura de la realidad colombiana durante los últimos 60 años, en los que el conflicto armado ha estado presente permeando muchas de las estructuras, poderes y territorios en Colombia.

El ejercicio se realizó a partir de cuatro dimensiones específicas: **1.** Lenguaje. **2.** Agendas mediáticas. **3.** Afiliación política. **4.** Impacto y venta.

Participaron tanto periodistas y directores de medios de comunicación, como personas ajenas a estas dinámicas (miembros de organizaciones sociales, líderes y lideresas, representantes de instituciones, estudiantes de comunicación, excombatientes y agentes pastorales), lo que permitió alimentar y diversificar su construcción.

A continuación, algunas reflexiones de los análisis:

1. El lenguaje:

- Uso de términos despectivos o agresivos para referirse a integrantes de grupos armados al margen de la ley, incluso después de haberse acogido a procesos de reinserción social o tras haber fallecido.
- Incorporación de términos o tonos agresivos que han terminado atacando a otros o induciendo la confrontación entre personas o grupos.
- Uso de expresiones que promueven el estigma social de individuos, grupos y lugares.
- Uso reiterado de palabras con connotación bélica en la información divulgada,

aún sin tratarse de temas relacionados con el conflicto armado o hechos de tipo violento.

Términos y expresiones como las relacionadas a continuación son un claro ejemplo de esta dinámica:

-“¡Noticia bomba!” -“Bandidos” -“Se dispararon los precios” -“Un mercado disparado” -“Se disparan los homicidios” -“Angelina le declaró la guerra a la obesidad”.

2. Las agendas mediáticas:

- Exceso de información relacionada con el conflicto en territorios específicos y ausencia de información sobre aspectos positivos de estas regiones, conduciendo así, a la estigmatización de sus comunidades.
- Adopción del criterio informal (no escrito pero perceptible) que una masacre era noticia solamente si conllevaba más de tres muertos, en muchas salas de redacción.
- La tendencia de algunos editores o directores de medios a optar por seleccionar o pedir a los periodistas temas relacionados con hechos acaecidos en el marco del conflicto.

3. La afiliación política:

- Tratamiento de información noticiosa de forma parcializada y subjetiva.
- Falta de balance en las fuentes y voces citadas en las piezas periodísticas.
- Toma de partido por parte de los medios a favor de tesis y discursos de actores estatales.
- Difusión constante de propagandas institucionales mostrando a integrantes de las fuerzas militares como héroes,

promoviendo una especie de respaldo simbólico de la acción contrainsurgente.

- Alineación de sus contenidos con políticas lingüísticas que prohibieron durante un tiempo el uso de la expresión “conflicto armado” en documentos y discursos oficiales, apropiando en cambio la noción de “amenaza terrorista”.

4. El interés de impactar y vender:

- Tendencia sensacionalista a la exageración y al uso descontextualizado de términos bélicos para intentar llamar la atención de las audiencias o receptores.
- Creación y difusión de titulares degradantes e irrespetuosos.
- Uso de imágenes o videos explícitamente violentos para acompañar la información periodística.
- El afán de tener **“la chiva periodística”** o de ser los primeros en informar sobre hechos acaecidos en medio del conflicto armado, los ha llevado en muchos casos a divulgar información demasiado superficial, o con datos o afirmaciones apresuradas e irresponsables, poniendo en entre dicho personas, y procesos, o afectando a las víctimas y/o a sus familiares.

Comportamientos como los mencionados anteriormente hacen parte de una enorme lista de prácticas periodísticas y realidades mediáticas que, de alguna forma, han ayudado a prolongar y naturalizar el lenguaje del conflicto armado, el encubrimiento de sus causas estructurales, la multiplicación de situaciones de desinformación y la réplica de una especie de cultura bélica a la que hemos estado acostumbrados por mucho tiempo en Colombia.

En la época actual, con la consolidación y democratización de la industria de la información a través de diversas redes sociales y plataformas de comunicación digital, medios masivos, instituciones y organizaciones, que cuentan con canales y desarrollan procesos de comunicación, personas que se dedican de forma independiente al oficio del periodismo, o cualquier otro individuo con un contenido de tipo “viral” tienen, más que nunca, el poder de posicionar temas diferentes en la **opinión pública**.

Uno de los grandes problemas es que esos canales también han servido como escenarios útiles para que muchas personas inescrupulosas “siembren estrategias de miedo y desinformación como herramientas de manipulación masiva (**posverdad - posnormalidad**). Con sus expertos en marketing convierten los sistemas en ambientes sociales carentes de regulaciones efectivas, que en la práctica garantizan no tanto anonimato, sino impunidad” (Juan Rodrigo García Fernández, *Del daño colectivo a la construcción de porvenir*, CCN, P. 56).

¿Qué se debe / puede hacer?

Para contrarrestar esa especie de crisis de credibilidad en la que muchos medios y periodistas han caído por cuenta de prácticas irresponsables y parcializadas, todos los canales, plataformas y acciones de comunicación, están llamados a aprovechar ese potencial multiplicador, entre otras cosas, para:

- Educar y contribuir al desarrollo de pensamientos críticos.
- Hacer pedagogía para la paz.
- Aportar a la construcción de una sociedad verdaderamente justa y democrática.
- Fomentar nuestro derecho constitucional y fundamental a la información.

- Desarrollar acciones contundentes que les permitan “ser” y “hacer” parte de los procesos de construcción de paz a nivel territorial.
- Contribuir a la dignificación de las víctimas del conflicto y de sus familias.
- Aportar a la construcción de la memoria histórica del país.
- Comprometerse con la verificación del cumplimiento de los acuerdos de paz pactados.

En conclusión:

Hablar del papel de los medios en un momento histórico como el que vive el país hoy, debe convertirse en sinónimo de interés por el bien común, de un verdadero respaldo a la voluntad de cambio y desarrollo social que manifiestan muchas comunidades y organizaciones a nivel territorial.

Se trata de una ardua tarea que exige empezar por nosotros mismos a “cambiar el chip”, humanizando nuestro trabajo. Solo de esta manera podremos provocar también un verdadero cambio en los demás, una transformación que debe empezar ahora: el chip de la guerra por el de la paz; un reto que requiere consciencia y exige que recordemos la esencia del oficio periodístico y la misión social de la comunicación.

A nivel comunitario, se tienen también grandes oportunidades para facilitar escenarios de construcción de procesos relacionados con la reconciliación y la paz desde el uso de los medios existentes y espacios de relacionamiento social para facilitar acciones de conciliación, convivencia pacífica y reparación simbólica, así como para multiplicar aquellas historias de transformación individual y colectiva que dan cuenta de la riqueza y fuerza del territorio.



Glosario del capítulo

Posverdad: también conocida como mentira emotiva. Este término, de rasgos políticos, es frecuentemente usado para referirse a la distorsión de una realidad con propósitos de manipulación e influencia sobre la opinión pública y el comportamiento social.

CLAVES PARA COMUNICAR RECONCILIACIÓN Y PAZ

“La paz es la verdadera noticia (...) El mejor antídoto contra las falsedades no son las estrategias, sino las personas, personas que, libres de la codicia, están dispuestas a escuchar, y permiten que la verdad emerja a través de la fatiga de un diálogo sincero; personas que, atraídas por el bien, se responsabilizan en el uso del lenguaje. Si el camino para evitar la expansión de la desinformación es la responsabilidad, quien tiene un compromiso especial es el que por su oficio tiene la responsabilidad de informar, es decir: el periodista, custodio de las noticias”.

(Papa Francisco, 52 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. 2018)

Antes de hablar de las “claves”, y para dimensionar el aporte que podemos hacer desde la comunicación a los procesos de construcción de reconciliación y paz en el país, en este caso, con un especial énfasis en el nivel territorial, es necesario que nos pongamos de acuerdo en la(s) manera(s) de entender los otros dos términos que comprenden el tema a desarrollar y que están pendientes por abordar: *reconciliación y paz, más allá de su dimensión política* o “politizada” o de su mirada exclusivamente teológica o espiritual.

Reconciliación

En el camino nos vamos a encontrar con muchos elementos, pero como lo hemos hecho desde la Comisión de Conciliación Nacional durante los Talleres regionales de comunicación para la reconciliación y la paz, queremos empezar por compartirles un par de aproximaciones (en orden progresivo) elaboradas por diferentes estudiosos del tema:

- *“El sentarse de dos enemigos bajo el mismo árbol” (Charles Villa-Vicencio).*
- *“Una forma de existencia contigua de quienes son enemigos que no implica ni que se amen, ni que se perdonen, sino sencillamente que se colaboren para vivir juntos a una misma sociedad. De un*

pasado de división a un futuro compartido sin la violencia del pasado” (David Bloomfield).

Por mucho tiempo, algunas personas han pensado o, mejor, han condicionado, la reconciliación al perdón; sin embargo, aunque este desempeñe un rol clave en el propósito de alcanzar una reconciliación que trascienda y se sostenga en el tiempo, estos autores nos invitan a pensar de una forma más amplia el tema, para que después seamos capaces de reconocer con amplitud un mayor número de formas de reconciliación sobre las cuales podremos, desde nuestro trabajo u oficio, contar historias, crear mensajes, o invitar a animar a otros a hacerla posible.

Bloomfield nos ilustra una forma básica de reconciliación dada por la posibilidad de coexistencia y convivencia pacífica de aquellas personas que, pese a las diferencias del pasado, tienen intereses comunes que pueden ser usados para llegar a acuerdos porque necesitan continuar adelante.

Por su parte, monseñor Luis Augusto Castro Quiroga, arzobispo emérito de Tunja, expresidente de la Conferencia Episcopal de Colombia y de la Comisión de Conciliación Nacional, en su libro titulado “El caballero de la triste armadura: de los compromisos de paz y del postconflicto” (CCN,

2016), realizó una significativa clasificación de los diferentes tipos de reconciliación que podemos hallar y que, a su vez, nos

permiten ampliar la mirada sobre este término. Veamos algunas de las citas que nos ilustran esta categorización:

- **Reconciliación antropológica:** reconciliarse con uno mismo.
- **Reconciliación teleológica:** reconciliarse con los otros.
- **Reconciliación teológica:** reconciliarse con Dios y/o las fuentes de vida.
- **Reconciliación estructural:** reconciliarse en el ámbito nacional, a nivel sociopolítico.
- **Reconciliación ecológica:** reconciliarse con la creación o con la casa común, no solo desde el ámbito de la naturaleza, sino también del espacio social.

“Reconciliarse es abrir una puerta a todas y a cada una de las personas que han vivido la dramática realidad del conflicto”

(Papa Francisco, visita apostólica a Colombia, septiembre de 2017)

Partiendo entonces de la amplitud del concepto y de la experiencia, podemos ponernos de acuerdo en que la reconciliación es una gran puerta que se abre a la sanación de heridas y a la reconstrucción de vínculos y tejido social a nivel personal, comunitario, político y ambiental. Sin embargo, para avanzar en el camino hacia la reconciliación en Colombia, necesitamos sumar acciones y esfuerzos, empezando por los hogares, lugares de trabajo y estudio, calles, barrios,

comunidades. De ahí que, durante su visita a Colombia, el Papa Francisco haya asegurado que “la reconciliación se concreta y consolida con el aporte de todos”.

Algunas formas específicas de **reconciliación en la práctica social** que podemos buscar, abordar y documentar en nuestro accionar comunicativo, poseen elementos como los mencionados a continuación:

- Fortalecimiento de la capacidad de organización de las víctimas.
- Construcción o recuperación de la confianza entre los individuos y desde los individuos hacia la institucionalidad.
- Desarrollo de experiencias comunitarias de paz, convivencia pacífica y reconstrucción de tejido social.
- Recuperación individual y colectiva.
- Espacios de sensibilización social y política.

Paz

Este, sin duda, es otro escenario que nos abre múltiples posibilidades. A menudo, en diferentes espacios de encuentro y formación, que se han facilitado desde la CCN, nos hemos encontrado con ideas muy diversas sobre la paz. Algunas de ellas son:

-“Ausencia de violencia” -“Acuerdos” -“Garantías de desarrollo regional” -“Garantías de protección de los derechos y la vida de las personas” -“Responsabilidad colectiva” -“Convivencia pacífica” -“Verdad” -“Un derecho” -“Fruto de la justicia” -“La paz nos la da Dios”.

Todos los elementos de esta lista representan formas de definir la paz, incluso, podríamos decir que la paz representa un estado de tranquilidad, una sensación de armonía que se da en diferentes niveles, desde lo espiritual, lo personal hasta lo social, lo político y lo económico.

Para muchas comunidades en los territorios más apartados del país, donde se presentan diferentes situaciones relacionadas con el conflicto armado o con dinámicas violentas, tiene que ver, por ejemplo, con garantías de seguridad, libertad y desarrollo. De hecho, podemos afirmar que la idea que cada uno de nosotros tiene de la paz está estrechamente relacionada con las experiencias vividas y el contexto en el que nos encontramos.

Frank Pearl, quien se desempeñó como negociador plenipotenciario del Gobierno con la guerrilla de las Farc, en una entrevista con el diario El País de España se refirió también a esa multiplicidad de comprensiones relativas en un contexto como el nuestro: “La paz tiene tantos significados como personas hay en un país. Para al-

guien de ciudad, será que no le roben el celular. Para una familia en zona de conflicto, que vive en una choza con el piso de tierra, sin agua, sin luz, sin escuela para sus hijos, es poder sobrevivir sin que los maten ni violen”. (Tomado de: <https://www.youtube.com/watch?v=CMVJO7e7Y4o>)

Lo que sucede con este tema, y que es importante mencionar en aquí, es que nos hemos acostumbrado a ver lejana la paz, especialmente porque por mucho tiempo hemos creído que es un asunto de otros: de las víctimas, de los victimarios, de las organizaciones sociales, del gobierno, las instituciones, la fuerza pública, de los grupos armados ilegales... Pareciera que todo el tiempo estuviéramos delegando a esos otros nuestra parte de responsabilidad en el asunto.

¿Y nuestra responsabilidad?

La paz se construye en el día a día; no es estática, se teje permanentemente; se moldea con consciencia, paciencia y amor; se hereda y enseña a los más pequeños desde el ejemplo; se basa en la práctica de valores, en el reconocimiento de la **otredad**, en el desarrollo de nuestra capacidad empática. Pero, especialmente, porque la paz es un asunto colectivo que implica un compromiso sincero desde lo individual.

Desde hace 53 años, cada 1 de enero, la Iglesia Católica celebra la Jornada Mundial de la Paz, instaurada por el Papa Pablo VI. Para la conmemoración del 2020, el Papa Francisco expuso básicamente cinco elementos concretos para vivir la paz: **1)** Con esperanza. **2)** Con memoria. **3)** Con reconciliación. **4)** Con compromiso ecológico. **5)** Con paciencia.

En su exhortación *Evangelii Gaudium* (2013) el Papa Francisco ya había escrito que la paz verdadera no se refería a “un consenso de escritorio o una efímera paz para una minoría feliz” (EG 218). Esta paz debe ser el resultado de acciones permanentes, diversas y justas, que no implica la ausencia de posturas diferentes ni el silencio de las

reivindicaciones sociales porque estas enriquecen y equilibran, sino la resolución de desacuerdos sin violencia. Un nivel en el que tanto el encuentro (de personas e ideas) como el diálogo, adquieren la mayor relevancia y que desde las comunicaciones podemos animar, facilitar y apoyar.

De las ideas de paz, a las acciones de paz.

Partiendo de las realidades planteadas anteriormente con los conceptos “reconciliación y paz”, a propósito de sus definiciones amplias, uno de los propósitos centrales que nos hemos trazado con este manual tiene que ver con una necesidad que ha impulsado de forma decidida la misma Iglesia Católica y sobre la que consideramos esta, una oportunidad propicia para empezar a apropiarnos realmente del tema: promover la ***cultura de paz***.

Pero, ¿qué es cultura de paz?

En el capítulo anterior hacíamos referencia a una especie de cultura bélica o violenta (del desencuentro, del enfrentamiento y del daño) con la que hemos estado familiarizados durante muchos años en Colombia, al punto que parece que la hubiéramos naturalizado; para el caso de nuestro oficio, por ejemplo, en el contenido que elegimos difundir y el lenguaje que usamos cuando contamos las historias.

Inspirados en la definición aportada por las Naciones Unidas (1998, Resolución A/52/13) podemos afirmar que ***la cultura de paz consiste en un conjunto de valores, actitudes y comportamientos que rechazan la violencia y que previenen los conflictos, buscando hallar solución a los problemas a través del diálogo y la negociación***. Es decir que, para adoptar esta cultura, necesitamos mínimamente apertura a la convivencia sana, respeto y cooperación.

Tal vez ustedes se pregunten: ¿Por qué llamar a esto cultura de paz y no simplemente paz social? Pensemos por un momento en lo que implica el término cultura; hablar de él significa referirse a una serie de bienes o prácticas que están profundamente arraigadas a un grupo social y se transmiten de generación en generación.

Sirve para referirse a aquello que ha penetrado de manera profunda en las entrañas de un grupo, comunidad o sociedad y que termina haciendo parte de su estilo de vida. Si lo pensamos bien, es precisamente eso lo que ha sucedido con la aquí denominada cultura bélica y es por esta razón que empezar a familiarizarnos con la cultura de paz, puede resultar siendo la mejor de las fórmulas para desarrollar un proceso de transformación en el país que sea realmente sólido.

Aunque hay registro de diversos estudios y aproximaciones previas a este tema, la idea de construir una cultura de paz se empezó a abordar como tal desde 1989 cuando la UNESCO emprendió diversas actividades y escenarios de reflexión en torno a ella, logrando, por ejemplo, conseguir que hiciera parte fundamental de la reflexión del sistema de las Naciones Unidas, que terminó proclamando el año 2000 (el del nuevo milenio, el de la transformación, el de la esperanza) como el Año Internacional de la Cultura de Paz. Justamente por esa misma época, en marzo de 1999, en el marco de la celebración del aniversario número 50 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, un importante grupo de Premios Nobel de la Paz, reunidos en París, redactó un documento denominado “Manifiesto 2000 para una cultura de paz y de no violencia”.

Con dicho manifiesto se buscaba que el individuo, a través de una firma y, especialmente, un compromiso sincero, asumiera su propia responsabilidad de convertir en realidad los valores, las actitudes y los comportamientos que fomentan la cultura de paz. *“Porque cada uno puede actuar en el marco de su familia, su localidad, su ciudad, su región, y su país practicando y fomentando la no violencia, la tolerancia, el diálogo, la reconciliación, la justicia y la solidaridad día a día”*, se afirmó allí.

El tiempo ha ido pasando y 20 años después, aunque múltiples organizaciones que trabajan por la paz a nivel internacional lo han difundido, podría pensarse que, en países como el nuestro, muy pocas personas lo conocen o recuerdan. Sin embargo, iniciativas y prácticas simbólicas como esta, pueden resultar aquí más urgentes que nunca.

Entre los ámbitos de acción que se pueden dimensionar en el campo de la cultura de paz, se encuentran, por ejemplo: la promoción de la participación democrática, del respeto por los derechos humanos, de la comprensión, la tolerancia y la solidaridad; de la igualdad de género; y el apoyo a la comunicación participativa y la libre circulación de la información y de los documentos.

Desde la **dimensión pastoral**, el punto 542 del texto final del Documento de Aparecida, producto de la V Conferencia General del Consejo Episcopal Latinoamericano y del Caribe (CELAM), celebrada en Aparecida (Brasil) en 2007, comprende una importante reflexión sobre este tema. Allí se afirmó: *“La paz no se reduce a la ausencia de guerras ni a la exclusión de armas nucleares en nuestro espacio común, logros ya significativos, sino a la generación de una cultura de paz. Las comunidades cristianas*

deben abogar por una cultura de la paz, o sea, una conciencia y un espíritu de paz que penetre todas las estructuras, empapando a todos de un estado permanente de serenidad, responsabilidad, compromiso y amor. Los esfuerzos aislados por la paz poco pueden hacer si todos los hombres y mujeres siguen creyendo que la violencia es el mejor método para resolver las cuestiones, si el clima siempre es de tensión”.

De alguna manera, el Papa Francisco ha sido un poco más específico sobre el tema acuñando un concepto que resulta muy preciso para este contexto comunicativo en el que nos hemos adentrado. Se trata de la denominada **cultura del encuentro**, una mirada hacia la importancia de la comunicación cercana, de tender la mano, de ir al encuentro del otro, dándole protagonismo a sus necesidades, especialmente a quienes más sufren, quienes son vulnerados y quienes se encuentran en las periferias. Sin embargo, el Papa afirma también que esta cultura requiere que estemos dispuestos “no solo a dar, sino también a recibir de los otros”.

En su mensaje para la celebración de la 53 Jornada Mundial de la Paz (2020) el Santo Padre afirmó que la cultura del encuentro rompe con la cultura de la amenaza. Preciso que esta *“hace que cada encuentro sea una posibilidad y un don del generoso amor de Dios. Nos guía a ir más allá de los límites de nuestros estrechos horizontes, a aspirar siempre a vivir la fraternidad universal”*. En este mismo sentido, durante su visita a Colombia en 2017, el Pontífice nos hizo una invitación muy concreta: *“desactivar los odios, renunciar a las venganzas y abrirse a la convivencia basada en la justicia, en la verdad y en la creación de una verdadera cultura del encuentro fraterno.”*



Fuente: www.elespanol.com

Es tiempo de abordar las claves

A partir de este momento empezaremos a abordar ideas más concretas sobre aspectos relevantes que necesitamos tener en cuenta para ser creadores, multiplicadores y verdaderos embajadores de una comunicación que ambiente la reconciliación y la paz.

Este reto implica que consideremos especialmente dos dimensiones: la primera, de carácter personal (comunicar **desde** la reconciliación y la paz); la segunda, desde el ámbito profesional (comunicar **para** la reconciliación y la paz).

Comunicar desde la reconciliación y la paz.

Principios esenciales. Formular estrategias, desarrollar acciones y poner los diferentes medios y plataformas de comunicación al servicio de la reconciliación y la paz del país, nos exige evaluar y trabajar previamente en el fortalecimiento de los principios que ponemos en práctica en nuestra propia comunicación, en aquella que establecemos desde nuestras relaciones interpersonales, al interior de los hogares, espacios de trabajo, lugares de formación, escenarios de socialización y convivencia.

A continuación, proponemos **11 elementos** que consideramos esenciales en esta dimensión:

1. Verdad

Este es el principio fundamental de la comunicación efectiva y asertiva y valor básico de las relaciones humanas.

La verdad, aunque no parezca el objetivo fundamental en ciertos contextos y prácticas periodísticas contemporáneas, es la

primera exigencia moral, “el fundamento de toda ética”, afirmó San Juan Pablo II a los periodistas en el año 2005. Debe ser la verdadera inspiración y el eje central del oficio de comunicar (informar, contar, narrar, educar).

Verdad es sinónimo de rigor y fidelidad a los hechos sobre los que se habla, para contarlos tal cual como suceden, sin omitir datos esenciales que permanezcan en la memoria de quien los cuenta, sin deformar el material informativo que la respalda, sin pretender adoctrinar, manipular y, en definitiva, engañar.

En este punto, consideramos ilustrativo y propicio evocar algunas de las referencias hechas por monseñor Luis Augusto Castro sobre la esencia de la verdad y su carga simbólica: *“La verdad es el alimento del alma (...) El amor es una especie de apetito que nos lleva a buscar la victoria de la verdad, sin cansarse (...) En el camino los acompaña también el dolor, pero al término de ese camino, está la luz deseada. Por eso, hay que perseverar. La verdad puede estar por un tiempo oculta, pero no puede ser vencida. La verdad es lo que realmente es. Está lejos de ser de la ficción, de la mentira, del engaño. La verdad es dulce y amarga. Cuando es dulce, perdona, cuando es amarga, sana”.* (Monseñor Luis Augusto Castro, 2018, Verdad, Justicia, Reparación y No Repetición; una reflexión en apoyo a las víctimas, Arquidiócesis de Tunja, Comisión de Conciliación Regional de Boyacá y Comisión de Conciliación Nacional).

2. Escucha

Por mucho tiempo, algunos han mantenido una idea errónea al pensar que las personas que mejor hablan o más habilidades tienen para la comunicación son aquellas

que más palabras dicen, las que usan los mejores términos para expresarse, o quienes muestran espontaneidad o fluidez al estar ante un público determinado. Sin embargo, podemos afirmar, con total convicción, que las personas que mejor se comunican (para efectos constructivos), son las que tienen desarrollada su capacidad de escucha.

Escuchar es, probablemente, uno de los vehículos más importantes que tenemos los seres humanos para aprender. Pero, ¡atentos! No es “oír”, es “escuchar”. Oír corresponde simplemente a la acción física de activar nuestro sentido para percibir sonidos, escuchar implica mucho más, es sinónimo de atención.

La escucha tiene un especial poder restaurativo y se configura como un soporte primordial de solidaridad. Esto nos permite darle a entender al otro, a nuestro interlocutor, que aquello que expresa, en realidad nos importa, que él mismo es importante. De esta manera, podemos realmente conocer al otro, sus motivaciones, historias, temores y alegrías. Cuando nos permiti-

mos esta escucha activa, además de significar una muestra concreta de respeto por el otro, ganamos sensibilidad y consciencia.

3. Empatía

“Hay que ponerse en los zapatos del otro”. ¿Recuerdan esta vieja y recurrente expresión usada en Colombia? Pues bien, es la forma más cercana y representativa que encontramos para poder explicar la empatía, esa capacidad que nos permite reconocer a la otra persona, que aun cuando piense y actúe diferente a mí, también siente, teme, lucha, tiene necesidades y anhela la felicidad.

Se trata de un elemento necesario para los procesos sanos de desarrollo social y comunitario; sin embargo, en contextos como el nuestro, es una tarea que parece requerir aún mucho más esfuerzo y sensibilidad. En ese sentido, desde la comunicación estamos llamados a convocar reflexiones para que cada día más personas se apropien de la empatía y la adopten como principio de vida.

“La empatía nos mueve a abandonar por un momento nuestra identidad, nuestra experiencia personal y nuestra visión del mundo, para penetrar en la experiencia de la otra persona. Es colocarnos en el mundo de la otra persona, lograr que su mundo, por un momento sea nuestro mundo”.

Monseñor Luis Augusto Castro.

4. Humanización

Abordar y entender a las personas desde su condición humana, verlas primero y por encima de todo como eso, seres humanos que, igual que nosotros, sienten, sufren,

piensan, tienen preguntas, preocupaciones y que finalmente cada día de su vida se dedican a aprenderla a vivir, razón por la cual también pueden equivocarse y tomar todo

tipo de decisiones, es el punto de partida para que nuestra comunicación sea efectiva y posea el sentido que deseamos.

Reconocernos desde esa humanidad nos permite algo que es esencial para este tipo de comunicación: **hallar puntos en común** (historias, experiencias, gustos, ideas). Cuando lo hacemos, más allá de las diferencias sociales, políticas, culturales, económicas, religiosas, de género o de identidad, nos comunicamos y comprendemos mejor.

Este componente humano es fundamental también para los procesos de comunicación que establecemos con quienes han sufrido a causa de la violencia; aquí, tanto el restablecimiento de las relaciones humanas como el apoyo de la comunidad son clave. Monseñor Castro (2018) afirmó: “Quien ha sido destruido por los seres humanos, debe ser reconstruido por los seres humanos”.

El mismo Papa Francisco, en su mensaje de la Jornada Mundial de la Paz 2016, precisó: “Hay muchas razones para creer en la capacidad de la humanidad que actúa conjuntamente en solidaridad, en el reconocimiento de la propia interconexión e interdependencia, preocupándose por los miembros más frágiles y la protección del bien común. Esta actitud de corresponsabilidad solidaria está en la raíz de la vocación fundamental a la fraternidad y a la vida común”.

5. Respeto

Este no es un valor del que hace falta hablar mucho. Desde pequeños nos han enseñado lo que significa y nos han inculcado en nuestro hogar y escuela la importancia de ponerlo en práctica. Sin embargo, es un

principio fundamental en el que debemos continuar trabajando fuertemente en Colombia; necesitamos aprender a respetar diferencias, ideas, posiciones, historias y condiciones.

Vale la pena recordar que respetar a las personas con las que nos comunicamos nos permite, primero, obtener lo mismo de su parte y, segundo, que tanto nosotros, como lo que decimos, sea mucho más fiable y adquiera el valor y la aceptación que esperamos.

6. Tolerancia

En relación profunda con el punto anterior, comunicar desde la tolerancia, nos exige aprender a aceptar, comprender y respetar a los demás. Esta se opone por completo a toda clase de estereotipos, burlas, prejuicios, discriminación, hostigamiento, degradación, intimidación o exclusión. De hecho, debemos recordar que muchos conflictos y guerras se han generado por la intolerancia a lo diferente.

Según la UNESCO (1995) “A medida que las sociedades modernas van haciéndose más diversas e interdependientes, la tolerancia resulta cada vez más esencial para la supervivencia y el bienestar de los individuos y de las comunidades en las que viven. La tolerancia no sólo es una cuestión de derecho sino también de responsabilidades: obligaciones morales asumidas por los ciudadanos y los Estados de garantizar la coexistencia pacífica en sociedades integradas y entre ellas. La tolerancia supone comportamientos que pueden ser reglamentados”

Desde nuestro campo y oficio, estamos llamados a promover de forma permanente la tolerancia, a partir de la educación y el ejemplo.

7. Inclusión

Nuestro lenguaje y las acciones que ponemos en marcha deben ser inclusivas y generar acogida. Se trata de un elemento esencial para la construcción de una paz sólida desde la comunicación, que permite el balance y garantiza la pluralidad y diversidad, requisitos esenciales para que todas las personas se sientan llamadas, integradas y comprometidas.

Recordemos que la paz debe ser un objetivo común, en este sentido, tener en cuenta a los otros, nos ayuda a enriquecer su construcción desde las necesidades reales y deseos de paz que tienen los diferentes sujetos, partes y territorios.

8. Encuentro y diálogo

Necesitamos ayudar a hacer posible que cualquier idea sea planteada y desarrollada por medios pacíficos y democráticos. Estamos llamados a aprender a hablar y debatir sin negar, suprimir o ignorar la posición del otro. Cuando las personas y percepciones se encuentran en un diálogo con la intención de construir, surgen procesos enriquecedores y transformadores que nos conducen de forma directa a la reconciliación.

Precisamente sobre este tema, en su libro "Construyendo la paz: Reconciliación sostenible en sociedades divididas", el estadounidense John Paul Lederach, experto en mediación de conflictos, afirma que "la reconciliación como encuentro plantea que el espacio para admitir el pasado e imaginar el futuro son los ingredientes necesarios para reconstruir el presente. Para que esto suceda las personas deben descubrir formas de encontrarse consigo mismas y con sus enemigos, sus esperanzas y sus miedos."

9. Prudencia

Nos exige ser cuidadosos y conscientes con lo que decimos, la manera en que nos expresamos sobre alguien o algo. Tener presente su dolor, sus sensibilidades y pensar, además, en su seguridad. Medir riesgos y prever consecuencias. Especialmente, al involucrar o establecer procesos de comunicación con personas que se encuentren en condiciones de vulnerabilidad.

Para la Iglesia Católica, la prudencia consiste básicamente en discernir o diferenciar lo que está bien de lo que está mal y actuar en consecuencia.

10. Confianza

Los diálogos y procesos de comunicación efectivos se dan cuando realmente somos capaces de establecer espacios y momentos confianza con nuestros interlocutores. La confianza permite que las historias, ideas, emociones y sentimientos fluyan de forma natural; esta nos conecta, y la conexión humana y emocional es fundamental aquí.

11. Inspiración

No podemos pretender enseñar a otros cómo pensar, comportarse o comunicarse en función de que aporten a la reconciliación y a la construcción de una cultura de paz, cuando nosotros mismos no lo hacemos, cuando el lenguaje que usamos o las actitudes que adoptamos no transmiten eso. Inspirar es, además, sinónimo de credibilidad. Hacer las cosas es la mejor forma de inspirar, no basta solo con hablar de ellas.

¿Por dónde iniciar?

- Desarme su corazón, su alma y su lenguaje.
- Propóngase hablar siempre a la luz de la verdad.
- Practique permanentemente y mejore su capacidad de escucha.
- Trabaje en el reconocimiento del otro, enalézcalo y póngase en su lugar.
- Esté dispuesto al diálogo ante cualquier diferencia y facilite espacios de diálogo entre sus conocidos, amigos, compañeros y miembros de la comunidad.
- Empiece a multiplicar mensajes reconciliadores y pacíficos, por ejemplo, a través de sus propias redes sociales y plataformas de mensajería instantánea, como WhatsApp.

Comunicar para la reconciliación y la paz

¿De qué forma podemos usar/adaptar/integrar/apropiar la comunicación en favor de los diferentes procesos construcción de reconciliación y paz que adelantamos?

Lograr visibilidad

A todos los hechos trágicos que han tenido que vivir muchas comunidades (rurales y urbanas) afectadas de forma directa por el conflicto armado en Colombia y por el abandono estatal, se les ha sumado otro peso doloroso, el de la invisibilización.

Muchas de nuestras regiones, municipios, corregimientos, barrios, han sido escenarios de múltiples episodios de abuso e injusticia sobre los que pocos o, probablemente, nadie más en el país se ha enterado. Sobre esta realidad se pueden identificar algunas tendencias: temor amenazas o ataques, intimidación o la dinámica sesgada que han mantenido muchos medios de comunicación tradicionales.

Se trata de una realidad que, además, ha tenido efecto directo sobre una especie de indiferencia que se ha sembrado frente a este tema en las grandes ciudades.

Se hace urgente sacar provecho positivo del poder masificador y multiplicador que tiene la comunicación para hacer que la información veraz y balanceada de lo que sucede en nuestros territorios circule, que llegue cada vez a más personas y a través de un mayor número de canales, para que quienes son ajenos a estas realidades, dimensionen la gravedad de los hechos que suceden en el país y, especialmente, para que se puedan generar las denuncias necesarias ante los diferentes organismos de control.

Las redes sociales, las páginas web y, en general, las diversas plataformas de comunicación digital con las que contamos hoy, nos facilitan mucho el camino para lograrlo.

Otro aspecto que resulta relevante mencionar también en este sentido, tiene que ver con lo que llamamos comunicación estratégica, ese enfoque de la comunicación social a través del cual podemos atraer la atención tanto de organizaciones de carácter nacional como de la comunidad internacional, para que, además de ampliar el alcance de la información, podamos buscar fuentes solidarias de cooperación económica, que nos permitan animar y poner en marcha iniciativas integrales para la cons-

trucción de procesos territoriales de reconciliación y paz o, en general, proyectos a favor del desarrollo de nuestras comunidades.

Ayudar a generar identidad y pertenencia entre las personas

Aunque visibilizar cada vez más lo que sucede es esencial, necesitamos trascender este nivel y comprometernos con la generación de contenidos y creación de espacios (no solo a nivel mediático, sino también comunitario, espacios de encuentro), que nos permitan aportar a la recuperación de las graves pérdidas socioculturales que han padecido nuestras comunidades en medio del conflicto.

Hechos victimizantes cometidos por grupos armados al margen de la ley, como los desplazamientos forzados, el despojo de tierras, el confinamiento, entre muchos otros, no solo han generado impactos de tipo físico, psicológico, emocional y económico, sino también cultural, entre los más afectados, hemos visto, por ejemplo, a miembros de grupos étnicos que poseen tradiciones y cosmovisiones propias muy estructuradas y arraigadas. Para ellos, así como para las poblaciones campesinas, el territorio lo es todo. Movilizarse de él, de forma repentina y obligada, resulta realmente fragmentador.

En este sentido y entendiendo la deuda social que tiene el país con las víctimas, necesitamos usar la comunicación en favor de una especie de misión reparadora, enfocada en la recuperación o resignificación de la identidad, que implica el aporte a la actualización del pasado, de las prácticas cotidianas y de supervivencia, y a la reconstrucción de las relaciones con el territorio y con los demás.

Esta misión comunicativa nos exige específicamente tres cosas:

- 1) La búsqueda y divulgación de contenidos relacionados con esa identidad fracturada o perdida.
- 2) La inclusión de sus miembros, voceros y fuentes en nuestros espacios informativos, ejercicios de investigación y eventos.
- 3) El impulso de proyectos y procesos creados con ese fin por parte de diferentes organizaciones, especialmente en las de tipo territorial.

Regresar al territorio o recuperar nuestro amor por él, luego de haber sido obligados a movilizarnos mediante técnicas de terror y miedo o tras haber vivido hechos trágicos, que nos marcaron en ese espacio, sí que puede resultar retador.

Sin embargo, tenemos también a nuestro alcance la posibilidad de desarrollar acciones comunicativas y multiplicar mensajes que impulsen la recuperación del sentido de pertenencia. Se trata de intentar contrarrestar los sentimientos de desarraigo, rescatando todos esos elementos y atributos maravillosos que poseen nuestras regiones y las personas que las habitan; aquellos que nos hacían sentir orgullosos de ser parte; que nos unían en torno a prácticas sanas de socialización; y que nos permitían reconocer nuestra riqueza.

Aportar a la reconstrucción el tejido social

Mendivil Calderón, C; Racedo Durán, Y.; Meléndez Solano, K.; Rosero Molina, J. (2015) en su artículo titulado *“El papel de la Comunicación para el cambio social: em-*

poderamiento y participación en contextos de violencia”, plantean: “La cultura como escenario de interacción va generando un tejido social que soporta los avatares de la realidad de grupos humanos en su coexistencia. Sin embargo, los contextos de violencia y conflicto armado desatan este tejido y provocan la estampida de poblaciones que huyen de su propia identidad hacia el miedo y el desamparo”.

Esta idea nos permite poner la mirada sobre el relevante sentido que cobra el tejido social para las comunidades que sufren a causa de situaciones violentas o de conflicto, pero también sobre los grandes riesgos de ruptura que se desatan cuando se ven forzadas a desplazarse o a confinarse.

Posiblemente los efectos más graves de este tipo de situaciones se producen sobre las estructuras y grupos familiares a causa de la separación de sus individuos, así como en las dificultades que tienen para dar continuidad, por ejemplo, a sus procesos de formación académica.

De muchas maneras, pueden sentirse obligados a dejar de lado su preparación para afrontar su subsistencia. En este sentido, es importante recordar que dos de los espacios más importantes para la formación en valores y principios tendientes a construir una cultura de paz son el hogar y la escuela.

Esas movilizaciones los obliga a vivir cambios abruptos de núcleos donde tienden a poseer mayores dificultades para consolidar relaciones sociales sólidas, en las que la confianza y la solidaridad son pilares básicos como, evidentemente también, lo son para el establecimiento de procesos de comunicación asertivos y para la paz.

En este tipo de situaciones no podemos dejar de lado los peligros a los que quedan expuestos los miembros de las comunidades vulneradas en medio de los nuevos espacios a los que se desplazan, la mayoría de ellos, entre la precariedad y la pobreza. Por ejemplo, cuando se trata de menores de edad, solo por mencionar dos de los principales riesgos: reclutamiento por parte de bandas criminales y exposición al consumo de sustancias psicoactivas.

Este panorama nos exige pensar en o acudir a la comunicación para el cambio social, como escenario propicio para la participación y educación en la esfera pública. En este caso, nuestro rol trasciende mucho más allá de la información, los mensajes y del uso que hacemos de los medios masivos para el ejercicio comunicativo básico.

Para Rodríguez (2008), la comunicación como *“un medio ciudadano es catalizador de procesos de apropiación simbólica, procesos de recodificación del entorno, del propio ser, es decir, procesos de constitución de identidades fuertemente arraigadas en lo local [...] el medio ciudadano le abre un espacio comunicativo al individuo [...] para que comience a manipular lenguajes, signos, códigos, y poco a poco aprender a nombrar el mundo en sus propios términos”* (p. 12).

Estamos llamados a orientar, animar y facilitar la apertura y apropiación de nuevos espacios o actividades de socialización, como aquellos que permiten el sano esparcimiento. Este es el caso, por ejemplo, de parques, canchas deportivas y centros culturales.

¡Atentos! No se trata de que nosotros mismos construyamos estos espacios físicos, se requiere que mediante la comunicación

demos a conocer estas necesidades, tendamos puentes entre comunidades e instituciones, aportemos en la búsqueda de apoyos y, aún más importante, usemos la comunicación a favor de la pedagogía para el uso y la apropiación de estos escenarios como espacios de resignificación, de restablecimiento de tejido y de convivencia pacífica, teniendo en cuenta el cambio de costumbres, tradiciones y cotidianidades al que han sido sometidas.

Buscar la construcción de un nuevo manejo informativo de los medios frente a la convivencia pacífica, la construcción democrática de una cultura de paz y el manejo de los problemas de violencia regional.

Hay quienes dicen que, en las salas de redacción de los medios de comunicación las historias de paz no venden; es decir, no llaman la atención de los receptores o públicos (considerados en esta dimensión, consumidores de información) y, por tanto, tampoco de los editores o directores, pues, desde su perspectiva, estas historias podrían no generarles compra, visualización, tráfico digital (para el caso de los que están online) y, por ende, posicionamiento a sus canales. O, simplemente, por su línea editorial, no les es conveniente.

¿Recuerdan cuando analizábamos el rol que han desarrollado los medios y periodistas en este tiempo de conflicto? Este tipo de miradas pueden llevarnos a afirmar que, de distintas maneras, nos hemos acostumbrado a los contenidos que hablan de horror, pérdida, injusticia y corrupción, a tal punto, de hacer que caigamos en una especie de naturalización no solo del conflicto, sino de múltiples formas de violencia y, en general, de lo incorrecto.

Y es que pese al Acuerdo de Paz logrado con las Farc y a los diferentes esfuerzos territoriales de construcción de reconciliación y paz, el contexto actual nos indica que seguimos viviendo la crudeza de la guerra.

En tal sentido, es normal que algunos vean demasiado pesimista el escenario para crear y divulgar contenidos que hablen de cultura de paz o de convivencia pacífica, pero algunas de las buenas noticias, en este caso, son:

- 1) Colombia es un claro ejemplo de que en medio de la guerra se alzan diariamente muchas voces de paz.
- 2) Permanentemente se tejen múltiples hilos de reconciliación a nivel familiar, comunitario y territorial.
- 3) La construcción de esa Colombia reconciliada y en paz que anhelamos, es un trabajo que nos corresponde a todos en el día a día. Por ende, representa una tarea permanente que siempre valdrá la pena realizar.

Es importante tener presente que no se trata de dejar de contar la verdad por dolorosa que continúe siendo o de intentar “embellecerla”. Esta labor implica que, junto a esas publicaciones (necesarias para garantizar el derecho a la información y facilitar la denuncia, así como el legítimo reclamo social), se abran espacios, se investigue y se narren también aquellas historias que hablan de la vida, de la belleza, de la resistencia, de la resiliencia, de la esperanza que aún debemos mantener, es decir, de la búsqueda de la paz.

Necesitamos, con carácter urgente, que el país, especialmente los más incrédulos frente al tema, escuchen estas voces, conozcan los esfuerzos, sepan de tantos seres ajenos a la fama que, investidos de sabiduría popular, y con mucho amor en el corazón, lideran estos procesos de construcción y desarrollo en sus comunidades; aquellos, por ejemplo, que se dedican a quitarle niños a la guerra, a través del arte y del deporte, a liderar causas nobles, aun arriesgando sus propias vidas.

Colombia y el mundo necesitan saber de esas múltiples historias de víctimas que perdonan y deciden abrir su corazón para reconciliarse con quienes han sido sus victimarios; o las de aquellos excombatientes que le apuestan a transformar sus vidas y ser realmente portadores de verdad y esperanza.

La invitación especial que queremos hacer es:

¡Anímense a empezar a ***hacer inventarios de reconciliación y paz!*** Pueden iniciar en sus núcleos familiares, comunitarios y territoriales para que, a través de un ejercicio dedicado de investigación, se las cuenten a los demás haciendo uso de sus medios de difusión personales e institucionales.

- ***Ayudar a superar los conflictos***

“En esta sociedad, donde existe la costumbre de hacer muros, ustedes hagan puentes por favor”, le dijo el Papa Francisco a más de 90 mil scouts que se reunieron en la Plaza San Pedro del Vaticano, en junio de 2015. Estas palabras nos permiten ilustrar de manera clara el gran reto que tenemos hoy también nosotros en Colombia.

Como comunicadores para la reconciliación y la paz, estamos llamados a desarrollar un papel esencial de mediación; facilitar el en-

cuentro de personas e ideas diferentes para hallar puntos de acuerdo común en las comunidades, que nos sirvan de base en los procesos de construcción colectiva.

Recordemos que la comunicación en sí misma nos permite entendernos, por tanto, es una herramienta básica para la resolución de problemas, en los que no solo se presentan posiciones opuestas frente a diferentes temas, sino también diversidad de emociones y sentimientos.

En este sentido, es importante tener presente que, más allá de capacitarse en herramientas de primeros auxilios psicológicos que nos permitan ayudar a contener emociones cuando estas se desbordan durante un proceso de conciliación, ni los comunicadores ni los periodistas somos psicólogos (a menos que hayamos adelantado un proceso de formación académico en el área), tampoco jurados o jueces. Por tanto, hay que saber manejar los límites para no incurrir en errores que puedan agravar la situación o generar falsas expectativas frente a nuestro rol o a los resultados del proceso.

Inspirados en las palabras del Santo Padre, lo esencial que necesitamos recordar aquí es que ***la comunicación nos ayuda a tumbar muros y tender puentes***, conexiones que requieren ayudar a recuperar la

confianza y apartar los prejuicios. Por eso, para intentar ayudar a otros, es requisito fundamental que nosotros mismos demos ese ejemplo.

La comunicación asertiva es un instrumento básico para conseguir que el otro se sienta escuchado. Estimular respuestas colectivas que integren los diversos puntos de vista en un espacio de diálogo con estas características, es clave. Además de los principios esenciales para comunicar desde la reconciliación y la paz abordados al inicio de este capítulo, es importante estimular en ese proceso la expresión honesta, concreta y tranquila de aspectos como:

1. Los problemas generados. 2. Las posiciones que se tienen. 3. Los sentimientos que surgen. 4. Las posibles consecuencias. Así mismo, que cada uno aprenda a transmitir a la otra parte que comprende su punto de vista sobre el asunto, y sugerir el cambio de conducta que considera necesario.

- ***Incidir de forma directa en la desestigmatización***

La estigmatización genera dolor, rechazo, conflicto y violencia. Desde la comunicación, tenemos el deber moral y contamos con importantes herramientas para contrarrestar todo tipo de comportamientos que tiendan a ello, y enseñar a otros también la importancia de hacerlo.

En el caso de las comunidades afectadas de forma directa por el flagelo del conflicto armado, sus territorios y miembros muchas veces se han visto atropellados por la estigmatización. *“Esos son guerrilleros”, “esos son del lado del ELN”, “la zona roja”, “allá todos son cocaleros”*: algunas de las

expresiones usadas por muchos para referirse estas regiones y sus habitantes.

“A veces a nosotros nos da miedo hasta mostrar la cédula”.

Nos dijo en medio de la sesión un participante de uno de los Talleres de comunicación que realizamos en 2018 con la Comisión de Conciliación (en un municipio del que preferimos no revelar su nombre), cuando precisamente hablábamos de este tema. Querer ocultar su identidad, habiendo nacido en una tierra tan hermosa, rica en recursos naturales y de gente pujante, es un claro ejemplo de lo que muchos padecen en este sentido.

Una de las preguntas reflexivas que podemos hacernos en este punto es:

¿Lo que las personas que no han vivido de forma directa los macabros efectos del conflicto armado en Colombia piensan sobre este conflicto, es fruto de lo que los medios les cuentan o de lo que ven con sus propios ojos?

Estas comunidades no solo sufren en medio de la confrontación y del accionar delictivo de los grupos al margen de la ley, sino también cuando en los medios de comunicación se refieren a ellas de forma sobredimensionada, descontextualizada e ignorante; o cuando sus individuos son rechazados o vistos con predisposición al acudir a una institución o relacionarse con otras personas que no conocen la realidad completa. Imagínense lo que significa algo así para quienes han sido víctimas directas de esa violencia; es muy posible que se convierta en una forma de revictimización.

Necesitamos educar al país también con este propósito: desestigmatizar.

A continuación, compartimos algunas ideas concretas sobre acciones que podemos desarrollar desde nuestro campo u oficio:

- Empezar campañas de comunicación que nos permitan difundir otro tipo de mensajes e imágenes sobre estos territorios y sus gentes, aprovechando, por ejemplo, sus riquezas naturales, históricas, culturales y étnicas.
- Fomentar la aproximación, visita y conocimiento a estas regiones, promoviendo, por ejemplo, el turismo.
- Incentivar espacios de socialización y convivencia en los que se de prioridad al ser humano, antes que, al afectado, a la víctima o al victimario.
- Resaltar los valores de sus habitantes, buscando y destacando posibles casos de éxito, por ejemplo, de hijos de esas tierras o de determinados procesos sociales que puedan convertirse en modelos a seguir.

En conclusión:

De manera general, todas estas funciones abordadas nos permiten poner la comunicación al servicio del bien común, de las causas humanas, sociales y de los procesos de desarrollo y transformación comunitaria que tanto necesitamos en el país. Entre sus principales efectos transversales, podemos destacar su contribución a:

1. El restablecimiento de la confianza en las relaciones sociales y espacios de convivencia.
2. El aporte a la toma de conciencia por el respeto de los Derechos Humanos y del Derecho Internacional Humanitario.
3. Las garantías para el funcionamiento de la democracia.
4. El empoderamiento de las comunidades para que puedan resurgir.
5. Los procesos de veeduría política.
6. La visibilización de las necesidades y causas sociales justas.
7. La exigencia de la justicia, por ejemplo, para las víctimas.
8. La construcción y narración de la memoria histórica.

En medio de este accionar, es fundamental tener presente la necesidad de entrar en contacto permanente y directo con las personas que integran las comunidades; otorgarles herramientas y ayudarles a buscar oportunidades para tomar y ejecutar de-

cisiones; asumir que la comunicación con ellas pasa por cumplir la palabra y contribuir a que el Estado haga presencia en sus territorios; y recordar que la participación de las personas, con capacidad de decisión, es también una forma de comunicación.



1. Principio diferencial

La dimensión protagonista de este punto que destacamos está relacionada con el concepto conocido como *enfoque diferencial* del que posiblemente muchos de ustedes han escuchado hablar en diferentes proyectos implementados en los territorios.

De acuerdo con la Oficina de Derechos Humanos de Naciones Unidas, este término tiene un doble camino de comprensión:

1. Como método de análisis. 2. Como guía para la acción. “En el primer caso, emplea

una lectura de la realidad que pretende hacer visibles las formas de discriminación contra aquellos grupos o pobladores considerados diferentes por una mayoría o por un grupo hegemónico. En el segundo caso, toma en cuenta dicho análisis para brindar adecuada atención y protección de los derechos de la población”.

Este enfoque, a su vez, se puede abordar básicamente desde dos componentes fundamentales: el enfoque de género y el enfoque étnico.

En el primer caso, se hace visible la calidad de la relación entre hombres, mujeres

y otras identidades (travestis, transexuales, transformistas e intersexuales) y la forma en que estas facilitan determinadas acciones que tienen que ver con sus capacidades, necesidades y derechos; y se analiza desde una construcción social de patrones culturales relacionada con la subjetividad que está vinculada a la idea que tenemos de cómo ser hombre o cómo ser mujer.

Este **enfoque de género** tiene como finalidad buscar soluciones a problemas tales como: la persistente y creciente carga de pobreza sobre la mujer; la violencia en su contra; su escasa participación política; la disparidad entre hombres y mujeres en el ejercicio del poder; y la persistente discriminación y violación de los derechos de las niñas.

Por otra parte, **el enfoque étnico** está relacionado con la diversidad étnica y cultural que poseen las sociedades; una diversidad que se manifiesta en la singularidad y, a su vez, en la pluralidad de las identidades que caracterizan los grupos y sociedades que contribuyen a la riqueza de la humanidad. Desde él, podemos abordar a los pueblos indígenas y tribales, así como a las comunidades afro, negras, palenqueras y raizales.

Dentro de esta dimensión también se pueden considerar como sujetos de atención diferencial otras poblaciones, transversalizadas por dos variables, ciclo vital y género. Este es el caso de la población en situación de discapacidad; población desplazada; habitantes de calle; población privada de la libertad; población en situación y/o ejercicio de prostitución; personas de sectores LGBTI; personas de la tercera edad y niños y niñas.

Recordemos que entre los elementos que hemos mencionado como esenciales para

lograr que nuestra comunicación realmente aporte a la construcción de paz, se ha destacado la necesidad de practicar, transmitir y enseñar a otros el valor de la tolerancia e inclusión.

Así mismo, hemos dicho que, dentro de sus efectos, esta comunicación está llamada a aportar a la toma de conciencia por el respeto de los Derechos Humanos y del Derecho Internacional Humanitario, lo que, por supuesto, exige que nosotros también lo hagamos en todos los niveles de nuestra vida personal y profesional.

Por tanto, **el desarrollo de este enfoque desde nuestro campo debe buscar:**

1. Generar contenidos de comunicación con lógica diferencial.
2. Visibilizar las necesidades de la población de acuerdo a su diversidad.
3. Dar a conocer la pluralidad existente en nuestros territorios, reflejando su riqueza y contribuyendo a la aceptación de todas las personas (teniendo en cuenta la diversidad funcional y de género, de edad, de cultura, de recursos, de orientación sexual, de cuerpos, etc.).
4. Poner en marcha estrategias tendientes a contribuir a la garantía del ejercicio de los derechos de las personas consideradas dentro de este enfoque diferencial.
5. Llevar a cabo acciones afirmativas que contribuyan a disminuir las situaciones de discriminación y apunten a modificar condiciones sociales, culturales y estructurales que sustentan esa discriminación, construyendo formas de relación equitativas, redistributivas e incluyentes.

En este contexto, estamos llamados a hacer un manejo responsable de las ideas y mensajes que se emiten, para evitar a todo

nivel, contribuir a la naturalización de roles de género que nos alejan de una sociedad plural, solidaria e igualitaria.

Por otro lado, es esencial tener presente la necesidad de desarrollar campañas e iniciativas de comunicación que tengan un principio diferencial para que las personas se sientan mucho más implicadas en los mensajes que emitimos y logren conectarse mental y emocionalmente con ellos.

Esto nos permite garantizar, además, que haya una respuesta efectiva al llamado a la acción y al cambio que hacemos, cuidando especialmente los siguientes elementos:

1. **Lenguaje usado** (que sea comprensible y que en realidad represente las características de identidad y culturales que tiene la población).
2. **Recursos gráficos y audiovisuales reales** o que estén estrechamente relacionados con los contextos o territorios que estamos destacando.
3. **Establecimiento de contactos y vínculos directos y humanizados** con la población que estamos abordando desde el enfoque diferencial, durante nuestro trabajo de investigación o en campo.
4. **Contextualización sobre los rasgos sociales, culturales** y así como de las diferentes cosmovisiones de estas comunidades.

2. Principio territorial

A través de este principio buscamos fundamentalmente tener presente en nuestras acciones de comunicación para la reconciliación y la paz los impactos diferenciados que ha tenido el conflicto en los territorios, así como las características y necesidades particulares de los espacios y de las personas que los habitan.

Sobre el primer caso, recordemos que, además del narcotráfico, los combustibles económicos del conflicto armado, así como los intereses puestos en medio de las luchas ilegítimas entre grupos ilegales por el control de los territorios, han sido distintos según los escenarios en que se ha presentado el mayor impacto. Por ejemplo, en el caso del departamento del Chocó, uno de los principales combustibles ha sido el oro, mientras que, en Arauca y Casanare, los yacimientos petroleros y las dinámicas económicas y políticas que suceden a partir de ellos, se han convertido en fuente principal de financiación. Realidades que, además, han causado graves daños a la naturaleza, otra de las víctimas de esta guerra sin sentido.

Para comprenderlo, es fundamental que nos detengamos por un momento en el concepto de *territorio (amplio y polémico)*.

En su sentido más básico se refiere un espacio geográfico que posee pertenencia jurídica, y que tiene fronteras establecidas, así como límites de tipo administrativo y político; también se utiliza para referirse a un espacio que ha sido apropiado; o incluso, en el caso colombiano, para hablar de áreas de conflicto por el ejercicio del poder. Pero, por supuesto, desde este ejercicio de construcción de paz vamos a tener presente que territorio también se refiere, y principalmente, a las comunidades.

Recordemos que entre los elementos más relevantes estipulados para la implementación del punto número 1 del Acuerdo de paz (Reforma Rural Integral), se encuentran precisamente los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET), mecanismos pensados para que la Reforma llegue de forma prioritaria a los territorios más afectados por el conflicto, con mayores índices de pobreza, presencia de economías

ilícitas y debilidad institucional. Por esto, es prioritario apostarle de forma decidida a procesos de construcción de paz territorial y que estos se reflejen también en nuestras iniciativas.

La construcción de procesos de comunicación para la reconciliación no puede estar desligada del enfoque de territorio. Los intereses e imaginarios de los pobladores locales no deben subestimarse; es prioritario destacarlos y generar un balance entre estos y los enfoques jurídicos.

Así como se debe construir la reconciliación desde lo local y tener en cuenta la diferenciación regional, desde la comunicación es indispensable la difusión de estos procesos que surgen en territorios determinados. Es menester aprovechar la diferenciación aquí presentada para incentivar el aprendizaje de estos conocimientos y experiencias en el país.

3. Principio de creatividad

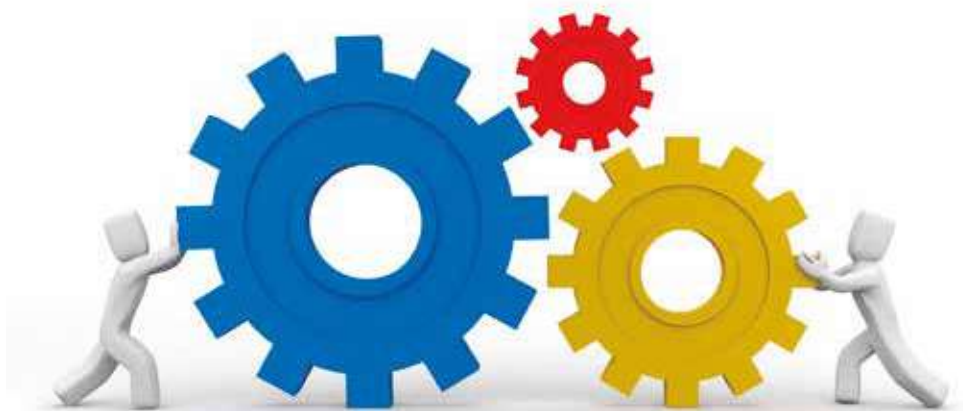
Siendo conscientes de lo retador que resulta en la actualidad hablar tanto de reconciliación como de paz en el país, especialmente por la politización que han sufrido ambos términos, así como por la “familiarización” y naturalización de la violencia de la que ya hemos hablado, aspectos que hacen parecer más atractivos los contenidos

con connotaciones o elementos bélicos para los públicos, la creatividad tiene que convertirse en una de nuestras principales estrategias y mejores aliadas.

A las personas les atraen los contenidos creativos y novedosos, es absolutamente normal, a todos nos gusta que nos seduzcan también con lo que leemos, vemos y escuchamos; y la comunicación para la reconciliación y la paz, por estar profundamente ligada al ser humano, a la naturaleza, al ambiente, tiene muchos elementos que se pueden aprovechar para llamar la atención.

No se trata de perder la noción y el rumbo de nuestra misión constructiva con lo que hacemos o producimos, sino más bien, de recurrir a herramientas que nos permitan desarrollar una comunicación más llamativa, que en realidad sea cercana, que conecte, por ejemplo, desde la emoción y desde el sentimiento. Usar elementos o animar procesos de construcción enfocados de manera particular en la cultura, puede resultar también muy favorable.

Para este propósito o principio, en la actualidad, las redes sociales y las aplicaciones móviles pueden ayudar también mucho a dinamizar y hacer más interactivos esos espacios y contenidos, sin necesidad de invertir demasiados recursos económicos.



El rol del periodismo

Para abordar este importante tema desde ideas comunes, necesitamos hacer referencia a algunas de las principales tareas que tiene el periodismo, como disciplina y oficio dentro del enorme campo comunicativo y que consideramos fundamental destacar en este contexto:

1. Proporcionar (crear y difundir) información veraz, actualizada y oportuna sobre hechos recientes y de interés general.
2. Investigar y profundizar sobre los distintos sucesos y decisiones públicas que se producen en su contexto (en el presente y en el pasado).
3. Animar la participación democrática.
4. Aportar a los procesos de incidencia social.
5. Crear conciencia sobre las diferentes situaciones que acontecen en busca de ayudar a crear mejores condiciones de vida para las personas.
6. Denunciar injusticias y violaciones a los derechos humanos.
7. Servir de veedores, denunciando irregularidades y exigiendo cumplimientos del lado de la ciudadanía.
8. Suministrar herramientas informativas y cognitivas suficientes para que las relaciones humanas que se establezcan estén basadas en la fraternidad, la solidaridad y el respeto.
9. Ayudar a desarrollar el pensamiento crítico en la sociedad.
10. Educar.

Periodismo para la paz

Sin duda el periodismo incide de forma directa en la manera como las personas percibimos el mundo. Y en el caso colombiano, así como ha tenido mucho que ver en el

fomento de comportamientos agresivos, la justificación de acciones bélicas, la demonización de personas, posturas y procesos, y la formación de estereotipos, también tiene hoy todo el potencial, como dice Vicenç Fisas (1998: 72), para “despertar compasión, misericordia y caridad, estimular exigencias de actuación, cambios de políticas o romper distancias”. De esto, en gran parte, se trata el periodismo para la paz, de hacer de él una poderosa herramienta para la transformación.

Corresponde a una dimensión del oficio orientada a prevenir diversas formas de violencia, identificar a los responsables, y prestar atención a sus efectos invisibles: traumas, daños estructurales y sociales. Estos objetivos exigen que el periodismo para la paz no solo hable de paz sino también de conflicto; necesita explorar y contextualizar los diferentes escenarios de ese conflicto.

Está especialmente llamado a incluir, multiplicar la voz, aportar y ayudar a dignificar a las víctimas, que no son víctimas de la paz, sino de ese conflicto. Sin embargo, dedicar su atención y trabajo a estos temas bélicos, no significa, de ninguna manera, quedarse ahí. Al contrario, ***el periodista de paz debe tener como objetivos en su horizonte final contribuir a la búsqueda de soluciones, la resignificación del daño y la humanización.***

Estos alcances del periodismo de paz nos convocan y comprometen a la transformación de agendas, a crear contenidos robustos, con profundidad, en diferentes formatos (escritos, audiovisuales, gráficos, multimedia), para que los colombianos comencemos a identificarnos con los anhelos de paz aun viviendo en medio del conflicto

armado; a recuperar la sensibilidad que hemos perdido como consecuencia de tantos excesos de los que hemos sido testigos en

este tiempo y de lo poco que nos han enseñado, tanto instituciones como medios de comunicación.

¿Qué necesitamos saber para empezar a hacer periodismo para la paz?

- Abrir la mente y reeducar nuestros cinco sentidos periodísticos, esos a los que hizo alusión Ryszard Kapuscinski en su libro “Los cinco sentidos del periodista”: estar, ver, oír, compartir y pensar.
- Disponernos a incluir temas relacionados con la paz en nuestras propias agendas periodísticas, más allá de esas que manejan los medios u organizaciones para las que trabajamos.
- Desarrollar procesos profundos de investigación periodística.
- Movernos de la oficina o puesto de trabajo para visitar más el campo, la región, el territorio, los lugares donde han sucedido los hechos.
- Acudir a diversas herramientas de minería y visualización de datos.
- Explorar géneros periodísticos distintos a las noticias.
- Diversificar las fuentes y las voces, entendiendo que tanto víctimas como victimarios pueden ser protagonistas.
- Acercarnos a las comunidades que se encuentren en mayores condiciones de vulnerabilidad, darle toda la relevancia posible a su voz y multiplicarla.

¿Qué es importante tener presente?

En la publicación de la Comisión de Conciliación Nacional denominada “Del daño colectivo a la construcción de porvenir”, en un capítulo dedicado también a la comunicación para la paz, se hace referencia a algunas de esas realidades y alcances del periodismo que necesitamos tener presente para trabajar por esta causa. Nos permitimos recapitularlas aquí de manera textual porque aportan con precisión a la comprensión de este punto:

- *Pueden aportar a construir (y destruir) imaginarios, memoria y “héroes” —y revictimizar—. Para dirigirnos hacia un país reconciliado y en paz, tenemos que*

comenzar a pensar juntos cómo queremos este país en el futuro. Preguntas como la siguiente nos pueden guiar en este camino: ¿qué sociedad queremos para nuestros nietos?

- *Mucho de lo que ocurre durante un conflicto no se documenta, especialmente de lo que hacen las víctimas de este —mientras que de las acciones de los actores armados en gran parte sí queda registro—. Los registros de comunicadores y periodistas muchas veces son los únicos que quedan —y aportan de esta manera a la construcción de la historia— (Damian Raiser, *Del daño colectivo a la construcción de porvenir*, CCN. p. 69)*

¿Sobre qué temas debemos conocer para hacer periodismo de paz en Colombia?

No se puede hacer pedagogía de paz sin antes haber hecho pedagogía del conflicto. Por tanto, tampoco se puede hacer periodismo para la paz, sin entender el conflicto; saber, por ejemplo, cómo y dónde empezó, qué ideales había y cuáles son sus causas estructurales. Es más, para concretarlo en una sola frase: para contar las historias de paz hay que partir aquellas que nos dan cuenta de la guerra.

Tampoco es viable referirnos responsablemente a temas de paz sin conocer sus alcances, marcos regulatorios, herramientas y estrategias de construcción. A continuación, compartimos un listado básico (inicial) de algunos de los temas que necesitamos empezar a estudiar, comprender y apropiarnos para poder hacer este tipo de periodismo:

-Violencia -Conflicto armado/ conflicto armado en Colombia (sus raíces, causas, actores, dinámicas) -Derecho Internacional Humanitario -Derechos Humanos -Ley de Víctimas y Restitución de Tierras -Justicia Transicional -Acuerdo de paz -Pedagogía de paz -Cultura de paz -Reconciliación -Resiliencia social -Mediación de conflictos -Diálogos políticos -Diálogos sociales -Enfoques diferenciales -Territorio y territorialidad

¿Qué temas podemos abordar para contar historias de paz en Colombia?

-La Colombia rural -La Colombia profunda -Verdad -Justicia -Víctimas del conflicto armado -Procesos de perdón -Procesos de reparación -Procesos de retorno -Excombatientes o personas en tránsito a la vida civil -Hechos y procesos de reconciliación -Cultura de paz -Liderazgos sociales -Per-

sonas y organizaciones que trabajan por la defensa de los Derechos Humanos -Organizaciones o instituciones que estén haciendo pedagogía de paz -Memoria histórica -Iniciativas adelantadas por organizaciones de cooperación internacional para apoyar la paz en el país -Iniciativas/ideas/personajes destacados en las regiones que aporten a su desarrollo -Ideas de emprendimiento relacionadas con el tránsito de territorios afectados por el conflicto armado a territorios de paz -Educación -Procesos, personajes y comunidades resilientes -Hechos de resistencia comunitaria -Actividades de cooperativismo comunitario -Turismo para la paz.

¿Qué aspectos necesitamos tener en cuenta para el trabajo de campo?

- ***Aunque la idea se le vaya moldeando o modificando en el camino, procure tener lo más claro y delimitado posible el tema concreto*** sobre el que va a trabajar o la idea que desea plantear en el producto periodístico a elaborar, antes de salir a campo. Esto le permitirá, especialmente, ahorrar recursos, optimizar tiempos, buscar la información que en realidad necesita, hacer ejercicios de observación más enfocados y evitar navegar entre el mar de información a la que puede tener acceso en la actividad.
- ***Antes de ir al encuentro con una fuente, asegúrese de:*** 1. Haber buscado investigar con personas cercanas o conocidas de la fuente quién es, cuál es su historia, cuál es la postura que puede tener, por qué tipo de proceso está pasando. 2. Procurar, por todos los medios posibles, acordar previamente la cita, para que no pierda tiempo haciendo eso al llegar al campo y para que tenga un primer acercamiento con la persona,

aunque sea telefónico. **3.** Preparar un cuestionario general de las preguntas principales que le quiere hacer, de acuerdo al tipo de información que cree que esa fuente le puede aportar (no será una camisa de fuerza, pero sí evitará que se le queden por fuera temas esenciales).

- ***Cada vez que vaya a abordar a una persona durante su trabajo de campo, enfóquese en tener diálogos, no entrevistas.*** Esto le va a permitir principalmente: **1.** Establecer un escenario de confianza mucho más rápido y amplio con las personas. **2.** Tener conversaciones más fluidas. **3.** Dejarse sorprender con información con la que tal vez usted no contaba.
- ***No aborde personas con afán,*** especialmente si hacen parte de sus fuentes principales, procure tomarse un tiempo prudente para esas conversaciones. Tenga presente que no es solo su tiempo, sino el de la otra persona y aún más, el tiempo mismo de la historia.
- ***Cuando se encuentre con su fuente: 1.*** Piense en ella primero como “la persona”, antes que “la fuente”, “la víctima” o “el victimario” (es decir, anteponga su humanidad). **2.** Recuerde dejar afuera los prejuicios. **3.** Tenga presente que entre usted más escuche, mejor se está comunicando y más “rica” en información puede resultar su historia o producto comunicativo. En este sentido, no olvide que el otro es el protagonista, no usted. **4.** Antes de iniciar el diálogo, explíquelo a la persona los alcances u objetivos que tiene con ese trabajo y con la información que esa persona concretamente le está proporcionando. **5.** No intente direccionar la conversación

hacia la hipótesis que tiene o las ideas preconcebidas, solo, ponga los temas que son esenciales para usted “sobre la mesa” y después se encarga de realizar un análisis más detenido cuando tenga la información completa a su alcance. **6.** Recuerde tener cuidado con el lenguaje que usa, en sus manos está no reforzar ideas o expresiones violentas en la otra persona, no olvide que desde ese punto usted ya está contribuyendo a hacer pedagogía de paz. **7.** Cuando los relatos sean dolorosos, basta con que muestre respeto, comprensión y empatía hacia la otra persona, no pesar o lástima, esto puede propiciar la apertura de heridas y revictimización.

- ***Respete siempre los silencios y valórellos,*** tenga en cuenta que, como dice el viejo cliché: “Un silencio dice más que mil palabras”. Sea lo suficientemente observador como para procurar, con respeto y prudencia, descifrar el lenguaje no verbal (los gestos, las miradas, la posición del cuerpo) y lo que hay detrás de esos silencios. Recuerde ser compasivo y tener empatía.
- ***Una de las mayores riquezas del trabajo de campo es la posibilidad de visitar lugares,*** por ejemplo, aquellos que fueron escenario de las historias. No olvide que los espacios son fuentes en sí mismas, si le es posible, dese la oportunidad de estar allí, de hacer ejercicios de observación profunda, de sentir, de usar su imaginación y las cosas que ya sabe para anudar lo que ve y lo que siente con la historia que se vivió y las personas que la vivieron.
- ***En este trabajo de campo, no se trata de pasar, sino de estar en los lugares.*** Piense en todo lo que implica el “estar”, es



una cuestión de presencia, pero también de inmersión.

- ***Piense de manera prioritaria en su seguridad y en la de las personas que le proporcionan información;*** analice posibles riesgos, realice ejercicios de autocuidado y, de ser posible, elabore planes de contingencia. Recuerde que nada es más sagrado que la vida, sea cauteloso, procure acudir a personas confiables que sean del lugar o que lo conozcan, para que lo guíen. Piense en que tal vez usted está solo de paso y puede correr menos peligro por el tiempo de exposición, pero sus fuentes se quedan en el territorio, así que no escatime en tomar precauciones.
- Tenga en cuenta, por ejemplo, que donde no hay Estado siempre hay Iglesia, y los párrocos suelen ser apreciados y respetados en las comunidades. Ese rol de mediación que ha venido desempeñando la Iglesia, y, por supuesto, su acompañamiento pastoral, favorece mucho el trabajo de los sacerdotes. Entonces, sino conoce el lugar, busque es-

tablecer un vínculo directo con la parroquia, diócesis, arquidiócesis o vicariato apostólico correspondiente para que lo guíe y acompañe, o por lo menos que le proporcione datos para que tenga mayor contexto y consciencia de lo que sucede allí.

¿Qué otras consideraciones debemos hacer al tener el producto terminado?

- ***De ser posible, antes de hacer público su trabajo,*** intente compartirlo con los protagonistas para que sean los primeros en acceder a este contenido y haya oportunidad para verificar o rectificar con antelación cualquier aspecto/dato que haya quedado mal o que la persona no considere prudente dejar visible allí.
- ***Hágale llegar una copia especial de su trabajo a las personas que le colaboraron y un agradecimiento directo,*** es un ejercicio de retribución sano. Esto los hará sentir especiales (como tiene que ser).

¡Es tiempo de comunicar esperanza!

*“¿Quién dijo que todo está perdido?
Yo vengo a ofrecer mi corazón
Tanta sangre que se llevó el río,
Yo vengo a ofrecer mi corazón
No será tan fácil, ya sé qué pasa,
No será tan simple como pensaba,
Como abrir el pecho y sacar el alma*

*(...) Luna de los pobres siempre abierta,
Yo vengo a ofrecer mi corazón
Como un documento inalterable
Yo vengo a ofrecer mi corazón
Y uniré las puntas de un mismo lazo
(...) Y hablo de países y de esperanzas,
Hablo por la vida, hablo por la nada,
Hablo de cambiar esta, nuestra casa”*

(Tema: Yo vengo a ofrecer mi corazón, interpretado por Mercedes Sosa)

Glosario del capítulo

Plenipotenciario: término usado para denominar a un delegado oficial de un gobierno, al que se le ha otorgado pleno poder para negociar un asunto específico.

Otredad: se refiere al reconocimiento del “otro” como un individuo diferente. Tejido social: da cuenta del grupo de vínculos que se dan a partir de las relaciones establecidas entre los individuos de una sociedad.

Línea editorial: expresión usada para referirse a la orientación e intensidad que un medio de comunicación muestra permanentemente en el contenido que publica.

Derecho Internacional Humanitario: rama del derecho internacional que da cuenta de los límites y alcance en los métodos usados en la guerra a través de normas universales, tratados y costumbres. Busca proteger a personas civiles y personas que ya no estén participando en hostilidades, limitando y evitando así el sufrimiento humano.

Multimedia: término utilizado para referirse a un ejercicio (producto, actividad o plataforma) de transmisión de información que combina varios formatos o elementos de forma simultánea, por ejemplo, fotografías, videos, sonidos y texto.

ELEMENTOS ESENCIALES PARA CONSTRUIR Y NARRAR LA MEMORIA

“... Para no perdernos necesitamos respirar la verdad de las buenas historias: historias que construyan, no que destruyan; historias que ayuden a reencontrar las raíces y la fuerza para avanzar juntos. En medio de la confusión de las voces y de los mensajes que nos rodean, necesitamos una narración humana, que nos hable de nosotros y de la belleza que poseemos. Una narración que sepa mirar al mundo y a los acontecimientos con ternura; que cuente que somos parte de un tejido vivo; que revele el entretreído de los hilos con los que estamos unidos unos con otros”

(Papa Francisco, 54 Jornada Mundial de las Comunicaciones. 2020).

Construir la memoria

En diversas partes de este manual, nos hemos referido ya, de manera general, a la necesidad y responsabilidad que tenemos medios de comunicación y periodistas en la construcción de la memoria de nuestro país.

En Colombia hemos vivido una larga historia de conflicto armado y, por ende, de abandono, dolor, pérdida e injusticia; de aquellos que nos fueron arrebatados y que nunca más volvimos a ver; de sueños y relaciones rotas; de esas verdades que hasta hoy no conocemos y que a muchos hace daño.

Nuestro oficio nos ha regalado la oportunidad de poder dar a conocer mucha información a las personas; sin embargo, tenemos una deuda social y moral inmensa, especialmente, con quienes han resultado víctimas de este conflicto y con sus familiares, por todos aquellos hechos que se dejaron de contar o que se contaron mal; por todas las voces y rostros que siendo inocentes quedaron ocultos tras la sombra de un conflicto que no pedimos, pero que vimos pasar, algunos, sintiéndonos ajenos; otros, naturalizándolo; y otros valientes; que entre sentimientos de frustración e impotencia, alzaron su voz de protesta y reclamo, terminando convertidos en “márti-

res”. Un conflicto al que, tal vez, de muchas maneras, nos obligaron a acostumbrarnos. Nos hemos propuesto en este documento animar reflexiones y facilitar ideas y herramientas para comunicar desde y para la reconciliación y la paz del país; para ello, es fundamental tener presente que no existe forma responsable e integral de hacerlo sin reconocer la importancia de mirar al pasado y aproximarnos a algunos elementos prácticos que nos ayuden a reconstruirlo y narrarlo.

Una tarea que necesita el aporte de todas y todos y que estamos llamados a liderar, no solo quienes nos hemos formado y trabajamos permanentemente en el campo de las comunicaciones, sino quienes le apuestan a procesos de reparación, transformación y desarrollo para sus comunidades. Solo de esta forma, hablar de reconciliación, perdón y paz, adquiere el más grande de los sentidos.

El Padre Darío Echeverri, Secretario General de la Comisión de Conciliación Nacional, promotor de causas humanitarias y procesos de diálogo, comprometido con la paz del país, nos ilustra de manera muy sencilla este sentido: “La reconciliación así es un diálogo con el pasado en el presente, para construir un diálogo sobre el futuro. La reconciliación es un escenario de interpretación y resignificación del mundo en el

que podremos vivir.” Padre Darío Echeverri González (Del daño colectivo a la construcción de porvenir, CCN, P. 32).

Aunque el pasado ya no tenga retorno y el futuro aún sea incierto, echar nuestra mirada atrás, puede ayudarnos, en gran medida, a reparar el presente aliviando las cargas de quienes más han sufrido, recordando a los que ya no están para dignificarlos, y enseñándole a los demás la importancia de sensibilizarnos, concientizarnos y trabajar juntos para que lo que pasó, no se repita o no busque la forma de reciclarse. Esta es una forma ver los invaluable efectos

que produce la reconstrucción, narración y trasmisión de nuestra memoria histórica. El sufrimiento de los inocentes, no puede ser relegado al olvido de manera irresponsable, si no queremos que el mundo se acostumbre a la injusticia, a la crueldad. La escucha, la acogida y el acompañamiento, van de la mano con la visibilización de las víctimas y la búsqueda de la verdad; la verdad de tantos abusos, de los asesinatos selectivos y las masacres; de las fosas comunes y de los desaparecidos; de las violaciones, torturas y mutilaciones; de los despojos; es decir, la verdad histórica, la social y la pública.

Teniendo este contexto como punto de partida, de manera concreta, empezaremos por aproximarnos a algunos de los principales los conceptos que debemos conocer y apropiarnos para aportar a la construcción de esta memoria.

Memoria

La memoria da cuenta de lo que somos, es considerada la forma más básica que tenemos para relacionarnos con nuestro pasado y el de los demás. Se constituye a partir de recuerdos, razón y pensamientos, pero también se encuentra íntimamente ligada al tiempo, concebido no como el medio homogéneo y uniforme en el que se desarrollan todos los fenómenos humanos, sino como el que incluye los espacios de las experiencias, tanto las vividas como las percibidas. Según E.P. Thompson (1981) en las primeras, se ubican los conocimientos históricos, sociales y culturales que individuos y grupos sociales adquieren al vivir su vida, elementos que se constituyen en los nutrientes de sus reacciones mentales y emociones frente al acontecimiento.

Entre las experiencias percibidas se hallan los elementos históricos, sociales y cultu-

rales que los hombres, los grupos, las clases, toman del discurso religioso, político, filosófico de los medios, de los textos, de los distintos mensajes culturales, en una palabra, del conocimiento formalizado e históricamente producido y acumulado. (E. P. Thompson Miseria de la teoría. Barcelona.1978).

Tipos de memoria. Aunque sobre los tipos de memoria que nos resultan necesarios comprender aquí se han elaborado múltiples definiciones desde diversas posturas y campos de estudio, trataremos de abordar a continuación algunas ideas concretas que nos permitirán entender su diferencia:

- **Memoria individual.** Está conformada por las imágenes y los recuerdos (conscientes e inconscientes) que tiene cada ser humano sobre diferentes momentos, personas, lugares y experiencias de su vida personal.

- **Memoria colectiva.** Con ella se recompone el pasado, sus recuerdos se remiten a la experiencia que una comunidad o un grupo social mantiene y que puede dejar como legado, es decir, aborda hechos que se encuentran vigentes tanto en el colectivo, como en el tiempo en el que este se halla. Se articula con la oralidad y la pluralidad.
- **Memoria histórica.** Se refiere a aquellas narrativas del pasado que inscriben lo vivido en marcas textuales (tiempos, lugares, personajes). Tiene en cuenta los acontecimientos residuales sobre los que los grupos sociales establecen su identidad a lo largo del tiempo. Supone la reconstrucción de los datos proporcionados por el presente de la vida social proyectada sobre el pasado. Para este caso, busca generar narrativas incluyentes e integradoras que permitan la comprensión de las razones del surgimiento, la configuración y la evolución del conflicto armado.

El rol del periodismo en la construcción de la memoria histórica

En el campo de la comunicación y desde el oficio del periodismo, contamos con importantes herramientas que nos permiten ser parte activa en la construcción de la memoria histórica. El periodismo no puede continuar perdiéndose en el remolino informativo, la rutina diaria de las salas de redacción, la inmediatez y superficialidad de las noticias, necesita ir más allá. Aportar a esta construcción le permite precisamente hacer esto, profundizar y poner en marcha acciones y procesos que se consoliden en el tiempo y que se traduzcan en efectos positivos para el país.

Entre los principales aportes que se pueden hacer, destacamos:

- Ayudar a reelaborar y reinterpretar los hechos del pasado.
- Facilitar la comprensión de los diversos contextos, universos y relatos, mediante la contextualización, interpretación y argumentación.
- Cooperar para que la memoria, desde su apropiación, trascienda los recuerdos del pasado y dé paso a las esperanzas del futuro.
- Aportar a la recolección, sistematización y verificación de la información para la construcción de historias concretas que multipliquen la voz de las víctimas, que dignifiquen, que aporten a la verdad y, por ende, a la sanación de las heridas.
- Conocer las versiones de todos los lados y replicar sus voces (víctimas, victimarios, fuerza pública e institucionalidad).
- Ampliar la mirada sobre quienes en realidad se consideran víctimas del conflicto armado en Colombia, mucho más allá de las cifras oficiales.
- Dar a conocer la realidad (completa) de las regiones, que han sido los principales escenarios de la violencia política y criminal que nos ha causado tanto daño.
- Narrar historias no contadas o mal contadas.
- Aportar a la búsqueda de la justicia.
- Llevar estas historias a los medios masivos y redes sociales para lograr que sean conocidas por más personas.
- Aportar a la sensibilización social y la disminución de la amnesia y la indife-

rencia en el país, sobre temas relacionados tanto con la guerra, como con la paz.

- Generar un ambiente favorable para la paz y ayudar a preparar el camino a la reconciliación.

Narrar la memoria

“Muchos de nosotros padecemos en silencio, pero la reconciliación necesita el relato (...) tenemos que contarle a Colombia y al mundo que aquí pasaron cosas aterradoras, cosas que no pueden repetirse.”

(Memorias: 12 historias que nos deja la guerra. El arte de escuchar el corazón, Claudia Mejía. Consejo de Redacción, 2017).

La narración es poderosa, rica en contenido, nos transporta; implica detalle, cronología y descripción. Es capaz de llevarnos a otros tiempos y espacios, así como ponernos de frente a recuerdos, situaciones, emociones o personas de manera muy fácil, a través de las palabras, los sonidos, las imágenes, y desde el recurso mismo de nuestra imaginación. Por tanto, la narración dialoga con nuestros sentidos, solo ella es capaz de revelar lo que no es inmediatamente visible a los ojos, lo que está escondido.

“... Víctimas y perpetradores empezaron oyéndose el alma.” *GINNA MORELO, GLORIA CASTRILLÓN, OLGA BEHAR.*

Editora Maryluz Vallejo. Pistas para Narrar la Paz. Periodismo en el posconflicto. Consejo de Redacción – Konrad Adenauer Stiftung, 2014.

Narrar nos permite dar a conocer relatos, abrir universos, reales o ficticios; nos brinda la oportunidad de ampliar las posibilidades, para salir y sacar a otros de los lugares comunes, pues nuestras narraciones pueden ser tan infinitas como las diversidades en la humanidad.

Sin embargo, para el caso que nos ocupa aquí, desde esa infinidad de relatos, los datos, las versiones y los recuerdos presentados de forma independiente y aislados, son solo elementos; sin herramientas de contexto y tejidos dispuestos para la comprensión no sirven al importante fin de la verdad.

Desde la comunicación tenemos la oportunidad de elaborar esas conexiones necesarias para que la narración adquiera sentido en el campo de la memoria histórica; para reconstruir todo aquello que nos ha hecho “vivir” y “ser” el flagelo del conflicto armado, así como aquello que lo produjo y todo lo que aun hoy lo sostiene. Una realidad que nos afecta, nos duele y nos cuestiona, pero que al conocerla, tiene que convertirse en base para el cambio y la esperanza.



La narración de la memoria en palabras del Papa Francisco

Cada año, el Santo Padre, con motivo de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales celebrada por la Iglesia Católica, emite un mensaje dirigido a comunicadores, periodistas, directores de medios y, en general, a todas las personas involucradas en procesos de comunicación. Para el presente año, cuando se cumplía la conmemoración número 54 de dicha fecha, el Papa Francisco centró toda su atención en el tema de la narración.

En este texto, sobre el proceso de elaboración de nuestras historias y los efectos que deben generar los relatos tanto en nosotros mismos, como en los demás, el Pontífice nos presenta cinco elementos esenciales que debemos tener presente y que, por supuesto, consideramos profundamente iluminadores en este espacio. A continuación, una breve descripción:

1. Tejer historias. *“No tejemos solo ropas, sino también relatos: de hecho, la capacidad humana de “tejer” implica tanto a los tejidos como a los textos. Las historias de cada época tienen un “telar” común: la estructura prevé “héroes”, también actuales, que para llevar a cabo un sueño se enfrentan a situaciones difíciles, luchan contra el mal, empujados por una fuerza que les da valentía, la del amor. Sumergiéndonos en las historias, podemos encontrar motivaciones heroicas para enfrentar los retos de la vida.”*

En este punto, básicamente el Santo Padre da cuenta de la existencia de la memoria social y nos habla de la necesidad de conectar las diversas historias (voces) para construir los relatos y ayudar a encontrar sentidos y motivaciones.

2. No todas las historias son buenas. *“A menudo, en los telares de la comunicación, en lugar de relatos constructivos, que son un aglutinante de los lazos sociales y del tejido cultural, se fabrican historias destructivas y provocadoras, que desgastan y rompen los hilos frágiles de la convivencia. Recopilando información no contrastada, repitiendo discursos triviales y falsamente persuasivos, hostigando con proclamas de odio, no se teje la historia humana, sino que se despoja al hombre de la dignidad.”*

Siendo consciente de su gravedad e invitándonos a serlo, en esencia, el Papa nos habla aquí de una realidad que no es para nada ajena a nosotros, la de las falsas informaciones, en este caso, las falsas historias que buscan manipularnos o crear realidades destructivas para la sociedad. Afirma que necesitamos sabiduría para lograr identificarlas a tiempo y no caer en el error de hacerlas parte de nuestras narraciones. Esta advertencia, frente a la tarea de construcción de memoria que nos proponemos, es fundamental. No podemos dar cabida a las falsas historias.

3. La historia de las historias. *“No nacemos realizados, sino que necesitamos constantemente ser “tejidos” y “bordados”. La vida nos fue dada para invitarnos a seguir tejiendo esa “obra admirable” que somos (...) Aquí la vida se hace historia y luego, para el que la escucha, la historia se hace vida: esa narración entra en la vida de quien la escucha y la transforma.”*

El Santo Padre nos invita a reflexionar aquí sobre la riqueza de nuestra humanidad y la constante renovación que vivimos, que nos permite descubrir muchas historias dentro de una sola historia. Es decir que, tras realizar nuestros inventarios de paz y recon-

ciliación comunitarios, tenemos múltiples posibilidades por descubrir, para después hacer memoria sobre ellas y narrarlas a otros. Son historias que nacen en la vida cotidiana y estamos llamados a revelarlas.

4. Una historia que se renueva. *“Toda historia humana es, de alguna manera, historia divina (...) Toda historia humana tiene una dignidad que no puede suprimirse. Cada uno de nosotros conoce diferentes historias que huelen a Evangelio, que han dado testimonio del Amor que transforma la vida. Estas historias requieren que se las comparta, se las cuente y se las haga vivir en todas las épocas, con todos los lenguajes y por todos los medios.”*

El Papa nos dice de manera muy especial que todas las historias humanas son importantes, que incluso la más olvidada, puede inspirar y convertirse en una obra maestra, en un majestuoso relato. La historia de nuestro pasado, es también nuestra historia actual y nos habla de la importancia de mirar atrás con amor, tratando de apartar los odios producidos por el dolor, escribe que recordar significa efectivamente llevar al corazón, ‘escribir’ en el corazón. Así como somos seres en constante cam-

bio y vivimos las experiencias y etapas de distinta manera, así es también es nuestro contexto. Para el Pontífice, las narraciones construidas deben llevarnos a ver esa evolución, a poder reparar el presente e imaginar un futuro diferente.

5. Una historia que nos renueva. *“En todo gran relato entra en juego el nuestro (...) Cuando rememoramos el amor que nos creó y nos salvó, cuando ponemos amor en nuestras historias diarias, cuando tejemos de misericordia las tramas de nuestros días, entonces pasamos página. Ya no estamos anudados a los recuerdos y a las tristezas, enlazados a una memoria enferma que nos aprisiona el corazón, sino que abriéndonos a los demás, nos abrimos a la visión misma del Narrador.”*

Hemos hablado en este texto de la importancia que tiene contar historias de paz y narrar nuestra memoria histórica para inspirar, para sensibilizar a las demás personas en el país. En este punto, el Papa nos muestra que la comunicación está llamada a conectar la memoria con la vida a través del relato, y a renovarnos como seres humanos.

El poder de una historia se mide por su capacidad de generar cambio, por su fuerza transformadora. Nos recuerda, además, la importancia de mirar con amor lo que vivimos, de hacer entender a cada uno que su historia contiene obras maravillosas, pese a las diversas situaciones difíciles que haya vivido.

Las etapas de la narración de la memoria

1. Reconstrucción de la memoria.

Esta dimensión representa el gran punto de partida de todo ejercicio de construcción de memoria histórica (al que necesi-

tamos acudir una y otra vez). Es una etapa que nos exige rigor, pensamiento analítico y holístico, cuidado, sensibilidad social y, de ser posible, hacer uso de esa habilidad a la que han denominado dentro del mundo

de la información y los medios “olfato periodístico” (para identificar más fácilmente la información y los relatos clave).

Consiste en la recuperación del pasado mediante el proceso de investigación (observación, revisión e indagación) a partir del cual podemos adquirir los elementos necesarios para darle sentido, coherencia y profundidad a nuestra narración. En él debemos acudir a diferentes fuentes de información y técnicas de investigación.

Se presentan a continuación los principales elementos a tener en cuenta en su desarrollo:

Metodología.

Aunque debemos estar preparados para muchas sorpresas y giros en el camino a seguir para la construcción de nuestro relato histórico, de manera especial en esta primera fase, es importante que nos propongamos trabajar sobre una metodología concreta, es decir, una ruta que nos demarque los encuentros, las visitas, los tiempos y las actividades concretas que debemos desarrollar. A continuación, una propuesta

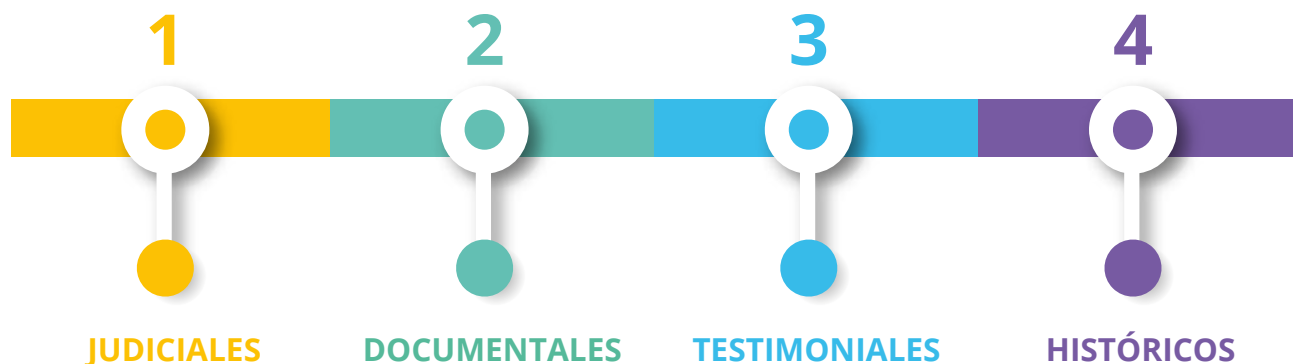
de cuatro escenarios generales de los que podemos partir:

- Pensar en el tema.
- Formularse la pregunta principal.
- Elaborar un listado inicial de mis posibles fuentes de información (personas, instituciones/organizaciones, lugares).
- Adelantar una investigación previa (de ser viable) sobre esas fuentes para estar mejor preparado durante la visita de campo y los encuentros.
- Hacer el proceso de reproducción (contactar a las fuentes, acordar citas, tratar de hablar con personas que nos puedan dar datos de contexto y seguridad del lugar que visitaremos).
- Realizar la(s) visita(s) de campo.

Fuentes de información

Son, básicamente, los lugares (y no nos referimos solo a espacios físicos) de donde proviene la información que necesitamos de base para nuestra narración. Información hecha testimonios, datos y pruebas que tendremos que desentrañar.

a. Archivos:



Estos archivos los podemos hallar en cinco formatos diferentes: audio, video, texto, imagen y bases de datos. Dependiendo del tipo de archivo que estemos requiriendo, sabremos a dónde acudir para encontrarlo (instancias públicas o privadas). Lo más relevante de esto, sin duda, es que verifiquemos la información allí contenida. No hay que olvidar lo que nos decía el Papa en su mensaje *“No todas las historias son buenas”*, ya sabemos a qué se refiere.

A propósito del tema, cita la periodista investigativa Ginna Morelo a su colega Alberto Donadío en Pistas para narrar la memoria (CdR, 2016) donde afirma: *“Antes de ir a buscarlos, interésese por saber quiénes los manejan, qué tipo de entidades son, cuál es la lógica burócrata y de funcionamiento de cada una, para que sepa a ciencia cierta qué va a encontrar”*.

Existe una serie de archivos conocidos como reservados o clasificados, este carácter se lo concede el tipo de información que posee y el riesgo que puede representar su acceso público para la seguridad de las personas implicadas o para los procesos de tipo judicial. Sin bien encontramos varias restricciones en ellos, también hay excepciones. Aquí resulta fundamental que conozcamos regulatorio de este tema, como lo contenido en la Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional).

b. Personas:

Son el gran tesoro del baúl. Sin duda, representan la esencia no solo de nuestro proceso de reconstrucción, sino también de la posibilidad de mantener y transmitir la memoria.

Disponernos durante el trabajo de campo a escuchar y dialogar con la mayor cantidad de personas posible; a compartir sus espacios, conocer sus motivaciones, sus

formas de vivir, convivir, y muchas veces, sobrevivir, nos sensibiliza y le aporta más valor al proceso de recuperación de la información, que, luego, se verá reflejado en nuestra historia final. Hacerlo así, le aporta al necesario enfoque humanizado que necesitamos darle a la narración y, podríamos decir, que es uno de los grandes trucos para lograr en los receptores finales, la conexión emocional que necesitamos.

c. Lugares:

Son fuentes de información esencial, tienen marcas y nos permiten desatar recuerdos individuales y colectivos. Estos espacios físicos que deben estar presentes en nuestra narración, pueden contarnos demasiadas historias; incluso, pueden ser un protagonista más.

Narrar implica la posibilidad de transportar a las personas a la historia, es decir, llevarlas también a los lugares donde sucedieron las historias y que fueron historia en sí mismos. Pensemos, por ejemplo:

- En la Iglesia del municipio de Bojayá, departamento del Chocó, donde en el año 2002 se produjo una de las peores tragedias para nuestro país en el marco del conflicto armado. Una masacre que dejó a cerca de 79 personas muertas y más de 100 heridas, entre ellas, muchos menores de edad. Un cilindro bomba lanzado por miembros de la antigua guerrilla de las Farc sobre la Iglesia, lugar donde estaban refugiadas las personas, ocasionó este doloroso hecho. El templo quedó destruido y hasta con el Cristo de su altar mutilado. Hoy los muros se han vuelto a levantar, pero el lugar mantiene la historia más viva que nunca.
- En el centro cívico del municipio de Saravena, departamento de Arauca, que

entre finales de la década de los 90 y el año 2004, por cuenta del accionar de los grupos armados presentes en la zona (Farc y Eln), se convirtió en escenario de guerra, receptor de cilindros bomba o, “ramplas”, como le conocen en la zona. Casas, muchas de ellas de fundadores, reconocidos locales comerciales, las instalaciones del Consejo Municipal y de la Caja Agraria, hacen parte del cruel inventario de ataques sistemáticos perpetrados. Allí los protagonistas parecen no ser ni el parque, ni la catedral, ni los espacios turísticos y comerciales, como en la mayoría de los municipios del país, sino las garitas de la policía que hacen parte del anillo de seguridad del municipio. Una realidad que transformó a la comunidad y que hasta hoy permanece.

- En el municipio de Caldon, departamento del Cauca, considerado el segundo territorio con más ataques insurgentes perpetrados en la historia del país, entre ellos, 67 tomas guerrilleras, muchas de ellas realizadas desde la parte alta del pueblo, donde se encuentra ubicado el Cerro de Belén, un verdadero escenario de guerra desde donde disparaban misiles y artefactos explosivos que terminaban cayendo sobre los habitantes, que hoy, a partir de un proceso de resistencia y resiliencia que adelantó la comunidad bajo el acompañamiento de la Iglesia, se ha convertido en un espacio turístico, de convivencia, memoria y reconciliación, es un mirador de paz.

¿Qué sería de estas historias sin la oportunidad de que quien las narre haya estado en esos lugares y que al contarlas logre transportar a otros? A esto nos referimos con la necesidad de estar en ellos con el rigor investigativo y contemplativo que merecen este tipo de trabajos.

Observación

En el capítulo anterior decíamos que cuando hacíamos trabajo de campo teníamos que enfocarnos en “estar” y no en el simple hecho de “pasar”. Esta idea está estrechamente relacionada con lo que implica un ejercicio de observación dentro de nuestra investigación. La aplicación de esta técnica sirve para prestar atención a cada cosa que nos rodea, a los detalles; nos permite concentrarnos y enfocarnos en descubrir los diferentes matices de la historia que pueden hacer parte de nuestra narración.

En la observación nada sobra, nada está de más, siempre hay que intentar ver mucho más allá de lo evidente; hacerlo nos va a permitir verificar información, ampliar nuestra investigación y, sobre todo, entender mejor el contexto y a las personas, lo que tiene que verse reflejado en el relato.

Entrevista (diálogo).

Este es el instrumento de investigación y el recurso de reportería por excelencia, por ende, será transcendental en nuestro trabajo de memoria histórica. Para efectos de este espacio, insistiremos en la necesidad de denominarlas y entenderlas como “diálogos”.

Alistamiento para las entrevistas (diálogos)

En el capítulo anterior abordamos algunos puntos fundamentales a tener en cuenta en el trabajo de campo, durante el cual tenemos que establecer, naturalmente, diferentes diálogos (como hemos preferido denominar las entrevistas en este manual), más adelante también hemos querido hacer una precisión especial en aspectos que necesitamos presente al momento de

abordar a quienes han sido directamente afectados por el conflicto.

Tenemos entonces varias ideas de lo que hay que hacer en estas interacciones, que deben tener rigor investigativo. Sin embargo, nos permitiremos desatacar a continuación otras apreciaciones que pueden ayudarnos mucho en la efectividad de estas prácticas como técnicas, sin separarnos de lo que nos hemos propuesto practicar aquí:

- Procure buscar siempre un lugar tranquilo y seguro para las personas, para que se sientan en confianza. Por ejemplo, su casa. Es posible además que estando ahí le puedan compartir a usted otro tipo de información o material que aporte a la investigación, tal es el caso de fotografías, videos, documentos, recuerdos físicos que estén relacionados con la historia y que tengan un gran valor simbólico.
- Al iniciar cada diálogo, siempre es esencial dejar claros todos los propósitos de esa interacción y de la investigación.
- Busque recursos verbales, de reconocimiento y empatía, que le permitan abrir puertas con esa persona.
- Recuerde tomar todas las medidas de seguridad posibles de acuerdo al contexto en el que tanto usted como la otra persona se encuentran.
- No sature a la persona con preguntas, si en medio del diálogo hay que parar, hágalo las veces que sea necesario. Tampoco corte abruptamente a la persona mientras cuenta su historia, recuerde que nos está abriendo su corazón, que usted quiere ayudar a aliviar su sufrimiento y que, tal vez, nunca o pocas veces ha sido realmente escuchada al

respecto. Dele el valor que eso requiere, siendo comprensivo, pero también tenga cuidado de no perder el control o rumbo de esa conversación para los propósitos que se ha trazado en su trabajo.

- No emita ningún tipo de juicio de valor. Absténgase, por ejemplo, de usar expresiones como “pobrecito”.
- No de nada por hecho, si no le quedó claro algo respecto a lo que le contaron, pregunte de nuevo para aclarar todo lo que sea necesario y no caer en malinterpretaciones o realidades ajustadas.
- Al finalizar cada diálogo, recuerde siempre dar las gracias por la apertura y la información confiada.

Entrevistas (diálogos) que aportan a la memoria

Es fundamental que, desde el inicio de este proceso, podamos orientarnos a través de una serie de escenarios generales que nos ayuden a comprender de manera profunda “la historia dentro de las historias”, como nos lo indicó el Papa Francisco. Nuestro ejercicio de construir memoria debe ser riguroso por el aporte que queremos hacer al país, no podemos quedarnos en lo evidente o superficial, entonces, ***tenga en cuenta estas pautas durante su trabajo de investigación:***

- Es esencial que usted entienda el impacto de los hechos violentos sobre la vida de las personas y de sus comunidades, esto tiene que verse reflejado en la narración, no olvide que usted, entre sus objetivos para la construcción de la memoria, está el de ayudar a comprender realidad. Por tanto, las preguntas deben servir para saber de qué manera se afectaron los proyectos de vida, cómo los hechos alteraron su cotidianidad, sus sueños, su libertad.

- No generalice, ni compare. No olvide que cada persona es un universo distinto y, por ende, lo que vive o lo que ve, también le afecta de forma diferente.
- Recuerde el principio diferencial del que hablábamos en el capítulo anterior, en el que abordamos también el tema del enfoque diferencial; es fundamental que usted se proponga descubrir esas voces, afectaciones y necesidades diversas para que también tengan su lugar protagonista en la narración.
- Busque identificar cómo los hechos violentos rompieron el tejido social, fragmentaron la convivencia y afectaron la identidad cultural de las comunidades; es importante, por ejemplo, saber qué tipo de prácticas o formas de relacionamiento (o de aislamiento social) fueron impuestas en medio de la dinámica del conflicto.
- Hay casos concretos que pueden servir para identificar los diferentes hechos victimizantes o prácticas de violencia en lugares y personas específicas. Otórgueles un espacio protagonista a este tipo de casos en su relato para poder explicar esos fenómenos a los demás.
- Diversifique sus fuentes y busque que representen todos los ámbitos y dimensiones de las historias (lo familiar, lo social, lo político), para que su narración sea integral. Como existen tantas personas y perspectivas implicadas en las historias o que tienen su propia mirada.
- Tenga siempre presente que es esencial que nuestros relatos no se queden en lo malo, en lo doloroso, en lo que victimiza. Colombia está lleno de casos de superación, de sobrevivientes, de individuos y comunidades valientes, resistentes y resilientes. Busque durante la investigación e incluya en su relato ese tipo de

historias y procesos para reflejar (*comunicar*) *esperanzas*, así como para ayudar a resignificar y a desestigmatizar.

- No olvide que la visibilización de las regiones es fundamental aquí. Busque esas iniciativas de memoria que surgen de las mismas comunidades para resaltarlas en su narración.

Preguntas orientadoras para la memoria

A partir de los criterios mencionados anteriormente, compartimos una serie de interrogantes concretos que nos pueden ayudar a abrir y guiar estos diálogos.

Tenga presente que no son “camisa de fuerza”, es decir, no es lo único que puede preguntar; la idea es que para enriquecer estos espacios haya contra-preguntas, por eso es importante que usted escuche atento.

1. ¿Qué y cuándo ocurrió?
2. ¿Por qué se dio este hecho?
3. ¿Dónde y quién lo realizó?
4. ¿A quién(es) y cómo lo(s) cambió dicho evento?
5. ¿Cómo afrontaron tal acontecimiento? (La persona y la comunidad)
6. ¿Cómo pueden convertir el sufrimiento en potencia vital?
7. ¿Cómo pueden reconocer el daño vivido sin rencor y el futuro sin revictimizarse?
8. ¿Cómo cuidar la memoria y dirigirse hacia la búsqueda de la verdad?

****Tomadas y adaptadas de P. 162, Acevedo Óscar. Episteme de la victimidad: Reposicionar al sobreviviente y reparar a la víctima / Oscar Acevedo; Bogotá: Ediciones USTA, 2017***

Mantener la memoria

Análisis y clasificación de la información recuperada.

Así como es importante disponer de un tiempo prudente dentro de la fase de recuperación para conseguir archivos, lo es tomarse el tiempo necesario para estudiarlos y analizarlos, antes de usar la información allí contenida para efectos de nuestra construcción final.

Lo más seguro es que, en medio de este proceso de investigación, nos encontremos con un profundo mar de información en el que debemos evitar terminar naufragando, o peor aún, que nos frustremos en el camino de construcción. Por eso, una de las claves fundamentales para desarrollar de manera eficiente esta etapa es *la sistematización*.

Sistematizar básicamente se refiere al proceso de organizar, clasificar y conservar los archivos hallados y poderlos conectar con las diferentes entrevistas e información proporcionada a partir de los otros instrumentos de investigación. Hacerlo, nos permite cruzar la información y jerarquizarla para tener las ideas más claras al momento de crear nuestra narración.

Desarrollar una buena sistematización, nos permite hallar contradicciones, inconsistencias e incoherencias, lo que es clave para la validación de los datos y testimonios.

Recurrir a la construcción de tablas resulta ser un recurso muy práctico para realizar esta sistematización.

A continuación, una idea de modelo básico que podemos usar:

NOMBRE DEL ARCHIVO	TIPO DE ARCHIVO	RESUMEN DEL HALLAZGO	ARCHIVO QUE LO COMPLEMENTA	ENTREVISTA RELACIONADA CON EL HALLAZGO	LUGAR DE RECUPERACIÓN O CONSULTA	FECHA DE RECUPERACIÓN O CONSULTA

Lo mismo podemos hacer, por ejemplo, para clasificar los archivos audiovisuales que tenemos como registro de las entrevistas que hemos hecho:

NOMBRE O NÚMERO DEL ARCHIVO	LUGAR DE LA ENTREVISTA	FECHA DE LA ENTREVISTA	NOMBRE DE LA PERSONA ENTREVISTADA	HALLAZGOS MÁS RELEVANTES DE LA ENTREVISTA	ROL DE LA PERSONA DENTRO DE LA HISTORIA	OBSERVACIONES/ PERCEPCIONES GENERALES

Usar este tipo de herramientas nos permite también optimizar tiempos. Aunque durante nuestra construcción vamos a tener que recurrir a entrevistas y archivos una y otra vez para validar información, desarrollar la estructura e identificar los giros narrativos o puntos clave que la historia, esto nos va a facilitar la consulta para, por ejemplo, no tener que volver a leer todo el contenido. Por otro lado, elaborar mapas conceptuales también nos puede ayudar mucho en este proceso.

Lo más importante, las voces.

Tenga en cuenta que puede haber tantas voces, como versiones, personas y verdades en una historia. Es decir, si bien la verdad se refiere a decir las cosas tal y como sucedieron, esa verdad se adapta de acuerdo a la experiencia o tipo de relación que ha tenido la persona con o dentro de la historia. Por tanto, lograr la diversidad y el balance de voces en un trabajo de memoria, es primordial para garantizar su aporte a la verdad.

Entre las versiones, podemos encontrar:

1. La oficial.
2. La jurídica.



3. La testimonial.
4. La privada.

Al tenerlas, debemos:

1. Valorarlas y analizarlas.
2. Buscar la forma de cruzarlas y conectarlas, intentar que dialoguen entre sí, esto nos va a permitir contrastarlas.
3. Jerarquizarlas para saber a cuáles darle prioridad en el relato. Para este último caso es importante tratar de entender qué intereses y motivaciones puede haber detrás de las versiones, por ejemplo, de tipo procesal, jurídico, público o periodístico.

En cuanto a las voces protagonistas, el objetivo e inspiración principal de nuestro trabajo es escuchar y amplificar la voz de quienes han sufrido de forma directa los estragos del conflicto armado, y en eso hemos insistido mucho en este manual.

Sin embargo, es fundamental recordar que, en estas construcciones de memoria histórica asociadas al conflicto, tanto víctimas como victimarios pueden ser protagonistas, por tanto, no podemos menospreciar ni descartar ninguno de los dos enfoques.



La periodista Gloria Castrillón nos ilustra sobre el tipo de información que nos pueden aportar los perpetradores: “estas voces nos ayudan a esclarecer la verdad, a entender las dinámicas de los grupos armados, a explicar su accionar, a determinar por qué cometieron los crímenes, qué intereses había detrás de su accionar, a quién más beneficiaban”. (Pistas para narrar la memoria, 2016. Consejo de Redacción. P. 85).

Esto, por supuesto, no implica que terminemos justificando ningún tipo de accionar ni que perdamos independencia o el control de nuestras narraciones. Por eso, es fundamental tener muy claro el objeto y rumbo del trabajo que estamos realizando.

Construcción de nuestra narración.

Teniendo toda la información “en nuestras manos”, habiendo realizado las conexiones necesarias, procederemos con la elaboración de nuestras piezas o productos narrativos. Es un gran momento, el de la inspiración, pero también el de mayor responsabilidad para el objeto que nos hemos propuesto.

Aquí rescataremos muchas voces nunca escuchadas y otras olvidadas, dejaremos ver esa Colombia llena de matices a la que es necesario acercarse. Vamos a armar un rompecabezas con tantas fichas como verdades en una historia; con esta historia hablaremos de causas y secuelas; ayudaremos a abrir camino a la justicia, la reparación, a la dignificación y a la esperanza; es decir, un camino que nos permita dar más pasos hacia un país reconciliado y en paz.

La narración se puede hacer de muchas maneras acudiendo a los géneros narrativos y periodísticos, y haciendo uso de diferentes formatos.

Géneros:

Géneros expositivos, de referencia

Corresponden básicamente a géneros con enfoque informativo, requieren mucho rigor, precisión y profundidad. Su lenguaje es más directo y concreto; y se argumenta en los sucesos y en la exposición de datos.

1. Reportaje.
2. Informe especial.

Géneros expresivos y testimoniales

Son productos más subjetivos y calificativos, y su finalidad principal consiste en relacionar el acontecimiento con el contexto temporal y espacial en el que se produce. En ellos, se ofrecen muchos más detalles y se le da mayor cabida a las hipótesis y proyecciones. El narrador aparece en la historia en forma de “testigo”. Hay cabida para “las primeras personas” y para las perspectivas particulares sobre sucesos colectivos.

1. Crónica.
2. Relato coral.
3. Perfil.
4. Testimonio.

Géneros dialógicos o apelativos

En estas piezas comunicativas el diálogo es el protagonista, se le da prioridad al intercambio de ideas entre dos o más personas, a la contraposición documentada y a las conversaciones en profundidad, para lograr así, revelar aspectos desconocidos de quienes participan. A través de ellos, se exponen hechos, ideas y apreciaciones.

1. Entrevista.
2. Debate.

Formatos:

1. Infografía multimedia
2. Fotoensayo y fotorreportaje
3. Ficha biográfica

Tipos:

1. Audio
2. Video
3. Escrito
4. Gráfico

Principales escenarios a tener presente para la estructura general de nuestra narración.

¿Recuerdan que cuando estábamos en el colegio nos decían que nuestros textos tenían que tener un inicio, un nudo y un desenlace? Es una idea clásica y básica pero muy clara para lo fundamental de este proceso de construcción de nuestro relato. Tengan presente que no se trata del orden, sino de las partes.

Es decir, una narración puede empezar por el nudo, o por el desenlace y luego abordar el inicio, y podemos avanzar y retroceder todas las veces que creamos conveniente.

Pensemos entonces en esas mismas tres partes generales para nuestra estructura:

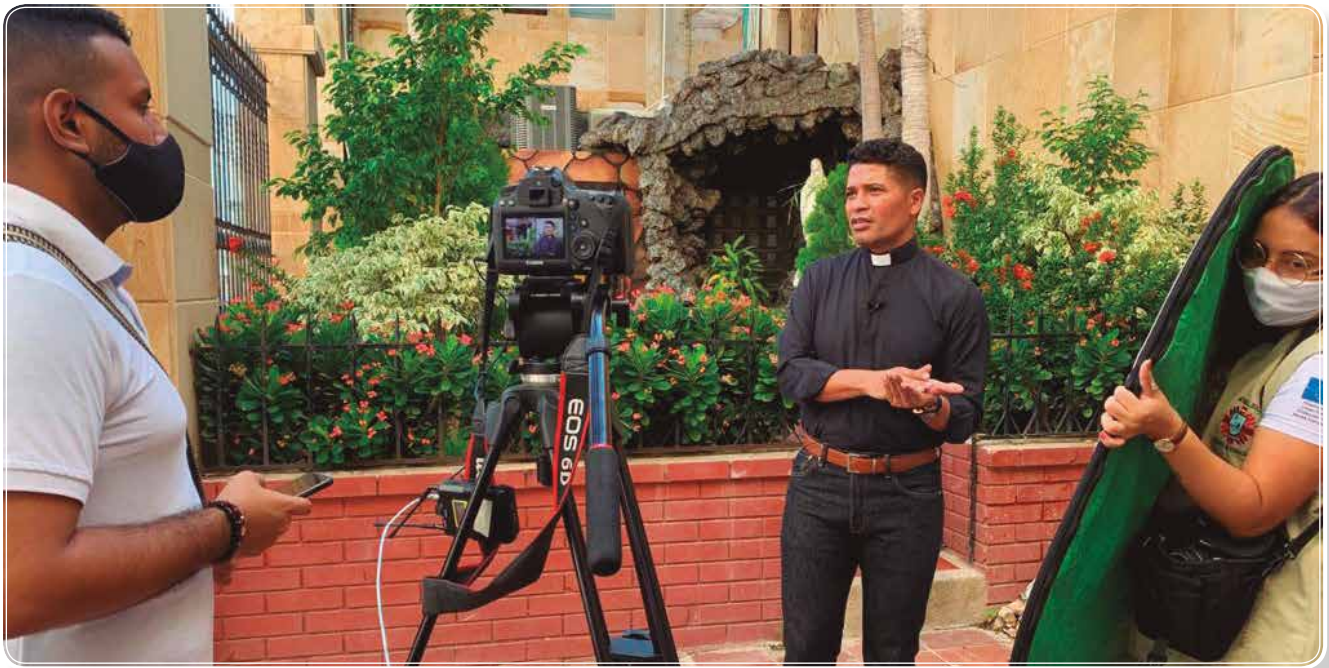
1. ¿Cómo era la vida antes de los hechos violentos?
2. ¿Cómo ocurrieron esos hechos y cómo afectaron a las personas?
3. ¿Cómo se puede construir el futuro?

Al momento de construir su narración sobre estas tres partes, cuide lo siguiente:

1. Procurar al máximo que estén todas las partes de la historia.
2. Verificar que haya coherencia y conexión entre esas partes.
3. Usar un lenguaje comprensible, cercano.
4. Aportar la información necesaria para dar a conocer y permitir la interpretación del contexto de la historia; la carga simbólica de los relatos puede variar mucho según el espacio o a las personas a las que les suceden.
5. Cuidar el lenguaje usado y el modo de referirse a las situaciones y personas para no generar prejuicios, atacar, revictimizar o replicar viejos clichés.
6. Aplicar el principio de creatividad abordado en el capítulo 4.

Elementos básicos a tener presente en la narración:

-Tiempos -Lugares -Personajes -Datos históricos -Características culturales - Costumbres y estilos de vida de las comunidades -Situación política, social y económica de las localidades/regiones -Aspectos relacionados con la configuración de la violencia en la zona -Condiciones del territorio -Esperanzas individuales y colectivas.



Transmitir la memoria

Este es el momento de darle mayor sentido al presente y recuperar la esperanza en el futuro. Es el tiempo de multiplicar el mensaje de la reconciliación y la paz en el país a través de un trabajo de narración de la memoria histórica.

La fase final de la transmisión implica la divulgación y difusión de su relato. Es importante buscar que este relato llegue a la mayor cantidad de personas posible. A veces, hacer entender a las personas, empresas e instituciones de la importancia de sumarse a la tarea, resulta retador, sobre todo, cuando las dinámicas comerciales o políticas se anteponen, sin embargo, es una tarea posible y necesaria en la que debemos persistir.

Para esto, podemos acudir a las siguientes plataformas, canales y organizaciones para que le abran espacios:

- Centros o casas de memoria de talla local, regional y nacional

- Redes sociales y páginas web institucionales y personales
- Plataformas de contenido digital
- Organizaciones y asociaciones periodísticas que estén trabajando temas relacionados con el conflicto, la paz, la memoria y la democracia
- Medios de comunicación nacionales que dentro de su parrilla de contenido tengan espacios dedicados a este tipo de temas
- Medios de comunicación nacionales que estén desarrollando iniciativas de pedagogía de paz
- Medios de comunicación comunitarios, locales y regionales
- Espacios de socialización y convivencia comunitaria
- Fundaciones/organizaciones sociales que trabajen en favor de la paz, la reconciliación, la memoria histórica, los derechos humanos, la población
- Instituciones académicas (colegios, universidades)
- Instituciones públicas locales

- Ferias o espacios de exposición que aborden este tipo de temas.

La difusión es una etapa clave no solo porque nos permite llevar la memoria a muchas personas y nos facilita el reconocimiento e impacto desde el punto de vista de la audiencia, sino también porque nos facilita atraer la mirada de organizaciones de cooperación nacional e internacional que apoyen este tipo de procesos y a las poblaciones vinculadas, o que estén desarrollando proyectos en beneficio del desarrollo de los territorios y de las comunidades más vulnerables. Permitiendo así que animemos el apoyo a las comunidades que hacen parte de nuestros relatos y los lugares donde se desarrollaron esas historias.

Para lograr mayores alcances en este proceso de transmisión de la memoria, no solo de las narraciones que realizamos nosotros, sino de otro tipo de ejercicios de construcción de memoria histórica que se

desarrollen en las comunidades, es necesario buscar la articulación, es decir, promover y ser parte de un trabajo en red con otros periodistas, medios y organizaciones. Esto puede ayudar a que más personas se sumen a esta importante tarea por y para el territorio; de y para las personas.

Los inventarios de la memoria.

Teniendo las bases elementales del proceso claras, queremos compartir con ustedes a continuación (a manera de ideas) algunos temas generales en los que podemos pensar al momento de querer aportar a la construcción de memoria histórica desde el escenario de la comunicación, con los recursos de la narración e intentando hallar los diferentes matices. Cabe recordar la importancia de hacer estas búsquedas, de manera especial, en las regiones, en los territorios más vulnerados y apartados, sus comunidades deben liderar la lista de prioridades.



1. Temas en medio del conflicto:

-Masacres – Asesinatos - Reclutamiento, abuso e instrumentalización de niñas, niños y adolescentes por parte de grupos armados - Abusos sexuales - Desapariciones forzadas – Despojos - Líderes sociales, comunitarios, sindicales y políticos asesinados - Defensores de Derechos Humanos asesinados- Defensores Ambientales asesinados - Tomas a comunidades por parte de grupos armados ilegales- Impactos de la violencia política en Colombia - Raíces y causas estructurales del conflicto armado - Combustibles económicos del conflicto en las diferentes regiones - Política y grupos armados - Responsabilidades de miembros de la fuerza pública.

2. Temas para superar el conflicto:

-Sobrevivientes del conflicto armado -Historias de: perdón y reconciliación entre víctimas y victimarios; justicia; resistencia; resiliencia; cooperativismo comunitario; procesos de retorno al territorio por parte de personas que habían sido desplazadas forzosamente; sobre miembros de la fuerza pública; sobre reincorporación de personas excombatientes a la vida civil - Diálogos, negociaciones y acuerdos de paz - Desarrollo y transformaciones en el territorio -Apuestas por la defensa del territorio -Movilizaciones por la paz -Procesos de sustitución de cultivos ilícitos -Asociaciones de víctimas.

APROXIMACIONES AL LENGUAJE Y LA NARRATIVA AUDIOVISUAL

“(…) Se trata de comprender profundamente que la obra audiovisual es solo una parte, si se quiere técnico – instrumental, pero que en la sistematización la comunicación es ante todo un proceso de humanización, de relación con la gente. El comunicador debe estar dispuesto a dialogar desde su honesta humanidad con la honesta humanidad del otro; tener la capacidad de disponerse para conversar de la manera más honesta y atenta; cultivar prudencia, saber escuchar” (Guerrero, 2010, p. 78).

El lenguaje, generador de sentido y significado, se constituye en herramienta fundamental para la transformación social, desde el empoderamiento de las comunidades, a partir de la construcción, pervivencia y recuperación de los saberes, de las vivencias y de las cosmovisiones propias de sus territorios y comunidades.

Es así como la comprensión del fenómeno comunicativo, del que hemos venido ahondando a lo largo de esta publicación, y el aprovechamiento de las herramientas de comunicación, posibilitan la construcción colectiva “de nuevas realidades”, en los que la memoria, comprendida “no como conocimiento estancado en el pasado sino como un río que fluye en múltiples direcciones, en un esfuerzo de oposición a la impunidad (...) es capaz de identificar los dispositivos de la guerra, reconocer los procesos de dignificación de las personas victimizadas y actuar en nuestra vida cotidiana para que los ciclos de violencia no sigan reproduciéndose”¹.

En este escenario, la narrativa audiovisual, entendida como “la facultad y capacidad de que disponen las imágenes audiovisuales para construir discursos cuyo significado

es la historia narrada”², que se manifiesta a partir de códigos comunes, que más allá de retratar un episodio, hilan vidas, luchas, sufrimientos, alegrías y sueños, se constituye en una importante aliada.

Partiendo de esta premisa, es fundamental conocer tanto los elementos conceptuales básicos de la narrativa y producción audiovisual como los mínimos para su aplicación en contexto, teniendo como base los objetivos que se quieren alcanzar en el escenario de la comunicación para la reconciliación y la paz.

Una comunicación que, no podemos perder de vista, tiene el compromiso, desde su naturaleza y función social, de aportar al desarrollo integral de las comunidades.

Vamos, entonces, de la mano de ellas en su deseo, trabajo y esfuerzo por la verdad, la justicia, la reparación y no repetición.

Características y dimensiones del lenguaje audiovisual

Los mensajes audiovisuales facilitan la comunicación al ser motivadores y aproximar a las personas a la realidad (“una imagen

¹ *Viaje audiovisual por la memoria histórica. Ruta para la activación pedagógica de productos audiovisuales (2018). Publicación del Centro Nacional de Memoria Histórica.*

² *Disponible en: <http://proyectoaudiovisual10.blogspot.com/2010/04/narrativa-audiovisual.html>*

vale más una que 1.000 palabras”), por lo tanto, su uso en los entornos educativos, informativos, institucionales, comunitarios y comerciales resulta recomendable.

Su aporte a la memoria histórica pasa por la diversificación de códigos narrativos, que contribuyen a desplazar el conjunto de significados instalados en la cultura a cuenta del conflicto.

“Acudir al cine, a los documentales y a otros formatos audiovisuales es una manera de diversificar los códigos narrativos, comunicativos y representativos que aluden al tema para complejizar las explicaciones, convocar a públicos indiferentes, desinformados o habituados e incluso impugnar los silencios que el terror instaló en ciertas regiones. Los registros artísticos enriquecen los razonamientos sobre las dinámicas y la degradación del conflicto armado y contribuyen a desplazar el conjunto de significados que este logró instalar en la cultura”^B.

3 IBID, Centro Nacional de Memoria Histórica (2018).

¿Por dónde empezar?

En este punto del camino, después de reflexionar sobre el papel y desafíos de la comunicación en la construcción de una cultura de paz, de una cultura del encuentro, que como ha explicado el Papa Francisco “nos invita a construir relaciones con los demás, a fomentar la unidad frente a la división y alcanzar el entendimiento entre las diferencias”, les proponemos centrar nuestra atención en los principales elementos que hacen parte de la producción audiovisual, cuya comprensión permitirá una mayor precisión y eficacia en la generación de contenidos comunicativos en este formato, que respondan a los objetivos trazados.

Dimensiones de la narrativa audiovisual

Dos grandes dimensiones agrupan el lenguaje audiovisual del que nos apoyaremos:

Dimensión morfológica: esta dimensión del lenguaje audiovisual se relaciona con los

componentes visuales y sonoros. Su función puede ser: informativa, testimonial, formativa, recreativa expresiva y sugestiva (publicidad – propaganda).

- Las imágenes, a partir de elementos básicos como el punto, la línea, la forma y el color, representan lo que existe y lo que no.
- El componente sonoro abarca la voz, la música, los efectos, las palabras y el silencio.

Dimensión sintáctica: se refiere a las normas descriptivas que permiten comunicar un hecho a partir del componente gráfico y/o sonoro. Estos elementos posibilitan la comprensión del receptor.

Hacen parte de esta dimensión: los planos, ángulos, composiciones, profundidad de campo, movimientos, ritmo, continuidad, simetría, iluminación, colores, intensidad de sonido, efectos sonoros.

Conozcamos de manera breve en qué consiste cada uno de estos elementos y las recomendaciones para aplicarlos según los objetivos comunicativos perseguidos:

Planos audiovisuales. El plano es la perspectiva física visual de los personajes, objetos y elementos de la(s) imagen(es) tal como los capta el observador desde un lugar determinado, abarcando el cuadro total (encuadre), o cada corte a lo largo de la profundidad implícita en la imagen.

Tipos de planos: generalmente los planos se definen en relación con la figura humana.

- **Plano General:** presenta un escenario muy amplio y abierto en el que puede haber múltiples personajes.
- **Plano Americano o Tres Cuartos:** encuadra al personaje de las rodillas para arriba. Es usado para encuadrar varias personas interactuando.
- **Plano Medio:** presenta el personaje de cintura para arriba. Aporta valor narrativo al centrarse en la acción que desenvuelve el personaje.
- **Primer Plano:** involucra la cara del personaje y su hombro. Sirve para destacar las emociones y los sentimientos. Añade calor, confidencialidad y detalle a la trama.
- **Plano en Detalle:** muestra un objeto o parte del cuerpo humano en su máxima expresión, centrando el interés del espectador en el elemento y/o parte destacada.

Para tener en cuenta:

Lenguaje audiovisual, al igual que el lenguaje verbal, está integrado por símbolos y normas, que permiten la comunicación con otras personas. Al igual que lenguaje verbal, utilizado al hablar o escribir, tiene En este sentido, contiene elementos morfológicos, gramaticales y recursos estilísticos, que requieren ser conocidos y correctamente aplicados, fundamentalmente para una mayor calidad en la producción y para mantener la pieza en el nivel de intencionalidad definido.

Ángulos audiovisuales⁴

El ángulo es una vista imaginaria que forma una línea que sale perpendicular al objetivo de la cámara y pasa por la cara del personaje principal. Indica la posición que tiene la cámara con respecto al objeto a captar.

Tipos de ángulos

- **Picado:** la cámara se ubica por encima del objeto, orientada ligeramente hacia el suelo, generando que el sujeto se vea más pequeño. Esta técnica es utilizada para restar importancia o transmitir debilidad. También permite incrementar la profundidad.
- **Contrapicado:** la cámara se sitúa en un lugar por debajo del objeto a capturar. Este tipo de toma transmite una sensación de superioridad, grandiosidad y de

4 Disponible en: <https://viralvisual.wordpress.com/2014/05/30/planos-angulos-y-movimientos-de-camara/>

mayor importancia. Es común en la fotografía arquitectónica para mostrar la grandeza de los edificios y monumentos.

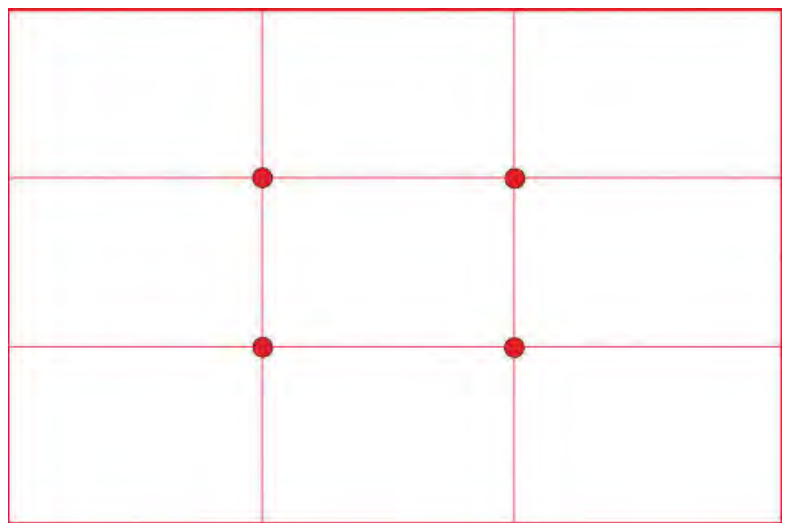
- **Normal o neutro:** el ángulo de la cámara es paralelo al suelo y se encuentra a la altura de los ojos o, en caso de ser un objeto, a su altura media.
- **Nadir o vista de pájaro:** la cámara se sitúa completamente por debajo del personaje, en un ángulo perpendicular al suelo. Podemos excluir la línea del horizonte y utilizar el suelo como fondo.
- **Cenital:** La cámara se ubica completamente por encima del personaje, en un ángulo también perpendicular.
- **Over shoulder:** es cuando tenemos a dos personajes hablando entre ellos y se utiliza el hombro de uno de los personajes en primer plano y otro personaje en segundo plano.
- **Plano holandés:** la cámara se ubica ligeramente inclinada, por lo regular a un ángulo de 45 grados, esto demuestra inestabilidad y modernidad.

- **Toma subjetiva:** la cámara muestra lo que el personaje está viendo.
- **Semisubjetiva:** la cámara muestra parte del personaje y de lo que está viendo (generalmente se ubica detrás de este).
- **Lateral:** la cámara se encuentra a 90° grados mostrando una vista “de lado”, muchas veces utilizado como plano subjetivo.

Otros elementos de la gramática audiovisual que debemos conocer:

Regla de los tercios. Regla de composición fotográfica que consiste en dividir la imagen en tres tercios imaginarios, tanto horizontales como verticales. La imagen quedará dividida en nueve partes iguales. Los cuatro puntos de intersección de esas líneas son los que van a fijar los puntos adecuados para situar el centro, o centros, de interés de la foto.

Al aplicar esta regla se logra: sensación de equilibrio, fuerza y energía. La imagen gana profundidad y deja de ser plana.





Movimientos de la cámara.

Pueden ser físicos u ópticos.

1. Movimientos físicos de la cámara:

Panorámica: consiste en un movimiento de rotación de la cámara hacia la derecha y hacia la izquierda. Tiene un gran valor descriptivo y narrativo.

- ***Travelling físico:*** desplazamiento físico de la cámara, se puede realizar adaptando la cámara a una base con ruedas y esta sobre rieles. El sistema es conocido como Dolly. También es posible adaptarlo a un vehículo motorizado.
- ***Travelling in-out:*** in: acercándose al objetivo y out alejándose del objetivo.
- ***Travelling circular:*** se realiza una rotativa (movimiento en círculo) entorno a la escena. Cámara en mano o al hombro, trípode con ruedas, con rieles, o por medio de grúas.

- ***Time - Lapse:*** técnica aplicada en las películas, cortometrajes, largometrajes, videos y demás elementos audiovisuales, que consiste en simular un paso del tiempo más acelerado de lo normal. Se hace a través de fotografía.
- ***Tilt:*** mover la cámara verticalmente ya sea de abajo hacia arriba (Tilt Up) o de arriba hacia abajo (Tilt Down).

2. Movimientos ópticos de la cámara.

Conocido como zoom, se realiza con las cámaras que tienen objetivos variables, es decir, objetivos zoom. Permite que los objetos se acerquen o se alejen sin desplazar el equipo.

Es importante tener presente que, a diferencia del travelling, con el zoom los objetos que se acercan se comprimen.

PISTAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE PIEZAS AUDIOVISUALES SOBRE RECONCILIACIÓN Y PAZ

“La primera tarea de la memoria es mostrar las dimensiones de lo que ha ocurrido y de lo que estamos resolviendo (...) hay muchas comunidades que nunca tuvieron la oportunidad, precisamente por el contexto de guerra, de ponerse en estos escenarios para reclamar esclarecimiento y para reclamar las medidas que respondan a esas dimensiones de los daños que han sufrido”

(Gonzalo Sánchez, director del Centro Nacional de Memoria Histórica).

En este escenario, la responsabilidad en la generación de productos comunicativos implica el compromiso decidido frente a la verdad, el respeto por las víctimas; la rigurosidad periodística, en el nivel investigativo y técnico; y el desafío de un lenguaje humanizador, esclarecedor, preciso y esperanzador.

Es así como los elementos conceptuales y teóricos, aunados al valioso aporte de las comunidades durante los talleres regiones, empiezan a tomar forma concreta en la aplicación de géneros y formatos que permitirá la creación colectiva de narrativas de reconciliación y paz, que no solo visibilicen una realidad, pasada o presente, sino que otorguen perspectiva de futuro en el marco de la dignidad, el reconocimiento y la proyección de las comunidades históricamente olvidadas.

Elementos básicos para contar una historia

- **Los hechos o fenómenos que se quieren narrar deben contar con un marco explicativo** que articule elementos de contexto: tiempo; lugar; actores; creencias; rasgos culturales, sociales, políticos, económicos y ecológicos; impactos (positivos y negativos); respuesta de la sociedad civil (modalidades de reparación, iniciativas).
- **Definir público:** ¿a quién va dirigido el producto comunicativo? (caracterizar y/o perfilar).
- **Objetivo de la pieza comunicativa:** sensibilizar, documentar, promover un diálogo, movilizar acciones.
- **Identificar las fuentes de información:** humanas, testimoniales, documentales.
- **Identificar utilidad y oportunidad de la información:** ¿qué quiero comunicar? ¿cuál es la importancia de contar determinados hechos y/o acciones? ¿Qué implicaciones humanas, legales, de seguridad, tiene abordar el tema? ¿a quién beneficia y de qué manera la narración de los hechos?, ¿cuál es la mejor manera para relatar o narrar los hechos (géneros, formatos)?
- **Definir requerimientos:** recursos humanos, económicos, técnicos y legales.
- **Establecer alianzas estratégicas** con sectores afines, para la totalidad de las etapas de generación de contenido (preproducción – producción- postproducción).

¿Sobre qué temas pueden dar cuenta las piezas audiovisuales?

- Experiencias significativas y personas destacadas, a nivel social, cultural, eco-

nómico, político, ambiental, histórico: empoderamiento de las comunidades, procesos en el marco de la verdad, justicia y reparación; actividades proyectadas que generen interés en la opinión pública; iniciativas locales.

- Realidades de contexto de la región
- Informes/publicaciones que aporten al análisis de una realidad, la identificación de una problemática o a un proceso pedagógico.

¿Qué es la preproducción audiovisual?

Es la etapa en la que **“creamos” las bases del proyecto audiovisual**. En primer lugar escribimos la historia que queremos contar (objetivo, público, medio/canal, formato, alcance esperado...) para, posteriormente, desarrollar un guion y storyboard (narración gráfica), teniendo en cuenta si se tratará de un anuncio, vídeo corporativo, pieza testimonial, crónica, reportaje, informativo, infografía animada, etc.

La fase de preproducción nos facilita proyectar logísticamente la producción, identificando los requerimientos básicos para llevarla a cabo, teniendo en cuenta recursos técnicos, personal, financiación, etc.

Aspectos generales para el desarrollo de una producción audiovisual:

- **Duración:** es el tiempo que se toma para contar el relato audiovisual. Este aspecto también se relaciona con los canales de comunicación a través de los que se canalizará el producto comunicativo (redes sociales, televisión, medios alternativos, plataformas digitales).
- **Audiencia:** Identificar y caracterizar el público objetivo: niños, adultos, grupo

social específico; su contexto social, cultural, económico, político, medioambiental, etc.

- **Tono:** la forma en que se cuenta la historia, de tipo cómico, dramático, suspense, horror, informativa, entre otras.
- **Personal:** grupo de gente que trabaja explícitamente en la producción del producto a nivel técnico y como parte del elenco o desarrollo de la historia.
- **Requerimientos técnicos:** es fundamental tener claro los equipos en la realización audiovisual ¿cuántas cámaras vamos a necesitar?, ¿en qué formatos de vídeo voy a estar grabando?, ¿necesito iluminación?

El guion

Es un documento fundamental para **saber de qué vamos a hablar en nuestro relato audiovisual**. Una vez tengamos eso claro podemos realizar un guion, el cual puede ser literario o técnico. En el guion vamos a estructurar toda nuestra historia (episodios, capítulos, personajes, etc.). Dependerá del tipo de vídeo la “división” que hagamos.

Tipos de guiones:

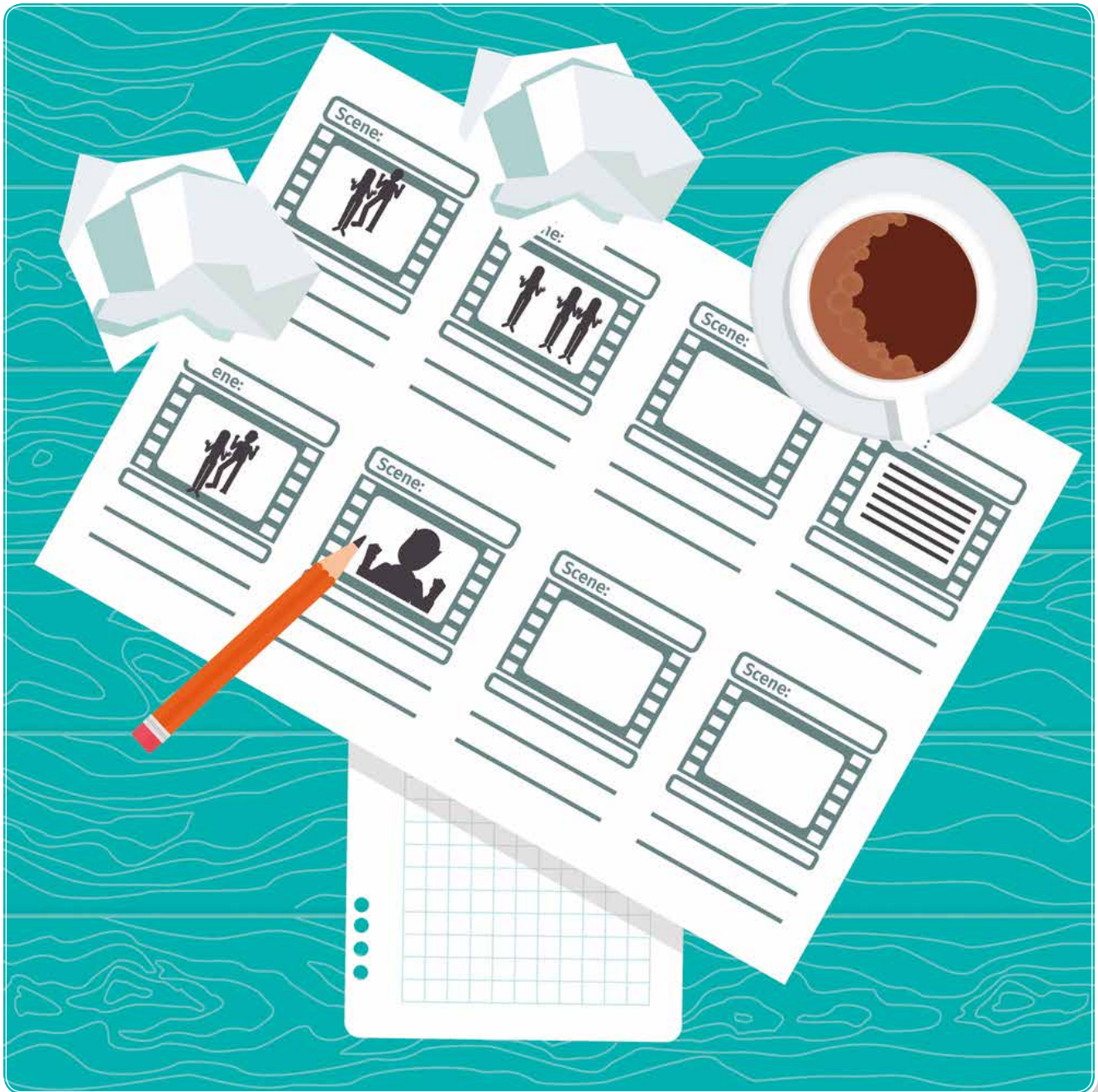
El guion literario: es la narración de nuestro proyecto en el que se incluyen los diálogos y acciones de los personajes, así como acotaciones sobre los escenarios, intensidad, música, etc.

En el guion técnico: se establecen los requerimientos que tengan que ver con cámaras, lentes, planos, movimientos de la cámara (zoom, paneo...), luces, audios, localizaciones, etc. Puede ser tan extenso como decidamos en la preproducción.

Storyboard

Es básicamente el mismo guion que hemos desarrollado, pero en imágenes. En él también detallaremos los elementos técnicos para ver con la mayor precisión nuestra idea antes de grabarla.

Así obtenemos una idea de cómo será el plano, dónde van a estar los personajes, cómo será el escenario... y a la hora de llegar a grabar ya tendremos una aproximación bastante precisa para la ubicación de personajes, elementos técnicos y logísticos.



Tenga en cuenta:

Cuando llegamos al lugar de grabación se nos ocurren ideas nuevas o los actores y el equipo pueden aportar también nuevas ideas. Pero lo importante es traer una base bien estructurada para no dejar las cosas a la improvisación, algo que no suele dar muy buen resultado en una producción audiovisual.

En definitiva, un storyboard puede ser ***similar a un cómic***. En una productora audiovisual es lo que presentamos al cliente una vez nos ha contratado para el proyecto.

Podemos encontrar cientos de modelos de storyboard diferentes, pero lo importante es ***que sea claro***, ya sea para que un cliente lo vea, lo revise y nos dé el visto bueno o para que nosotros mismos sepamos qué es lo que vamos a realizar en el momento del rodaje.

Una mala planificación supondría un gasto importante de tiempo y capital.

Producción audiovisual

En esta etapa se incorporan el equipo de cámaras, los técnicos de sonido, el equipo de dirección artística y decoración, los luminotécnicos, etc. El trabajo que se efectúa en esta fase queda recogido en la orden de trabajo diario, que se materializa en datos reales en el parte de producción.

La jornada de trabajo finaliza con el visionado del material grabado y la preparación del día siguiente.

Equipo de producción audiovisual

Los productores son encargados de: planificar, gestionar y dirigir los recursos técni-

cos, humanos y económicos que son necesarios para llevar a cabo la elaboración de dichos productos:

- **Productor General.** Es el encargado y responsable de todo el equipo.
- **Productor Ejecutivo.** Es la persona que aporta el capital, organiza y controla el proyecto. Puede ser tanto una empresa como una persona natural.
- **Productor.** Es el máximo responsable de la organización técnica y de la administración del dinero. Puede darse el caso de que sea el propio gestor del proyecto o un ejecutivo que la empresa coloca como representante suyo.
- **Coprodutor.** Ejecutivo que representa a otras empresas que se asocian en la producción del proyecto.
- **Director de producción.** Es el delegado del productor ejecutivo, cuando una producción adquiere tal envergadura que lo requiere. Puede asumir la gestión administrativa.
- **Jefe de producción.** Es el responsable de la etapa de rodaje.
- **Ayudantes de producción.** Se encargan de mantener los contactos con el equipo para solventar los problemas y hacerse cargo de las necesidades de los diferentes departamentos de trabajo.
- **Secretario de producción.** Ejecuta las labores burocráticas propias de la producción.

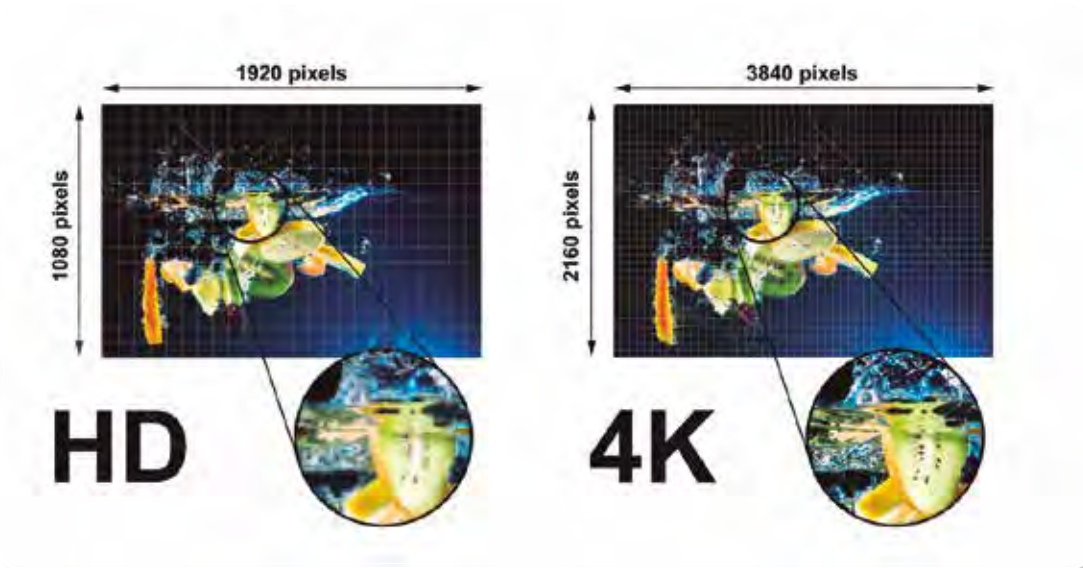
- Auxiliares de producción. Se ocupan de proveer las necesidades urgentes que surgen durante la grabación.
- Contable. Responsable de la administración y de la contabilidad diaria de la producción. Se encarga de pagar a los proveedores y al personal.
- Asistentes y enlaces de grabación en exteriores. Son personas (preferentemente de la población o localización dónde tendrá lugar la grabación) que se contratan por su conocimiento del entorno para la resolución de los problemas que puedan surgir durante el trabajo.

Para crear una producción audiovisual con elementos técnicos idóneos, debemos tener presente lo siguiente:

Formatos de video

Hace referencia a las diferentes dimensiones o tamaños de pantalla cuando se realiza una producción audiovisual:

- **DV 720x640** esta dimensión se utilizó en los años 90 y luego con la creación de la calidad digital comenzó a dejarse de usar.
- **HDV** es una dimensión de mayor calidad y empezó a utilizarse con los formatos digitales en el mundo. La resolución comprende 1080x720.
- **FULL HDV** esta configuración se está utilizando desde hace varios años. Tiene unas dimensiones de 1920x1080.
- **2K WQHD** 2560x1440 este tamaño se está empezando a utilizar con el 4K UHD 3840x2160, para poder tener una calidad máxima que permitirá que la imagen y el sonido de las producciones esté en el nivel de las películas de cine, piezas publicitarias de alto impacto, entre otras.



Formatos de audio

Los formatos que se utilizan en la radio se basan en el tamaño y calidad del audio a trabajar. Tenemos la extensión mp3, que es un archivo de audio bajo en peso y la calidad es buena. Esta se utiliza en la música, locución y cortinillas en la radio. Es el más recomendable a utilizar en la actualidad.

Archivos de audio digital sin comprimir

.PCM: No es un tipo de archivo o formato, sino una técnica de transformación de audio analógico a digital sin ningún tipo de compresión. Por eso, no vemos audios con la extensión pcm. Trabajamos con PCM a la hora de digitalizar, pero siempre guardamos en archivos con alguna de estas extensiones:

.WAV: (Wave, onda en inglés) Es el formato de audio digital sin comprimir más usado. Pertenece a Microsoft /IBM.

.AIFF: (Audio Interchange File Format) Es similar a WAV pero para las computadoras Macintosh o MAC de Apple.

.CDA: Son las pistas de audio grabadas en Disco Compacto que también usan el sistema PCM.

Todos los archivos sin comprimir son de gran tamaño. Aproximadamente, unos 10 Megas por cada minuto de audio. Estos son los formatos usados para guardar audio a nivel profesional, ya que la calidad es muy buena.

Pero cuando no necesitamos tanta calidad y estamos escasos de espacio, es el momento de usar la compresión de archivos.

Formatos de archivos comprimidos

.OGG (Vorbis) Fruto de esa patente, la Fundación Xiph.org desarrolló en el 2002 un codec totalmente libre para la compresión de audio. Similar en características al mp3, se está comenzando a usar mucho en la Web y en algunos reproductores, ya que los fabricantes no tienen que pagar los costos de la patente. A estas alturas, es difícil que reemplace completamente al mp3, pero le está comiendo mucho terreno.

.AAC (Advanced Audio Coding – Codificación de Audio Avanzada) El nivel de compresión es mayor que el mp3 (MPEG-1) sin mayores pérdidas de calidad AAC es uno de los codec usados en el nuevo estándar de compresión MPEG-4. Este formato de audio se usa en reproductores como el iPod y en alguno de los nuevos sistemas de radio digital. AAC se perfila como el sucesor del mp3.

.RAM (también RM o RA) Son los archivos de la compañía Real Network para audio. El problema es que su reproducción y edición está muy limitada a software de la misma empresa y pocos más.

.WMA (Windows Media Audio) Es la apuesta de Windows a los formatos comprimidos. Es como un WAV, pero de tamaño más reducido y menor calidad. Mientras que los archivos mp3 y ogg los suenan casi todos los reproductores y editores, no sucede lo mismo con los wma, por eso se usa muy poco.

¿Qué es la postproducción?

Este proceso es totalmente independiente al de la preproducción y la producción. Incluso pueden hacerlo empresas o personas diferentes. En Colombia, por ejemplo,

se rigen como dos actividades económicas diferentes, enmarcadas en dos Códigos Industriales Internacionales Uniformes diferentes.

Consiste en la selección del material grabado; de esta forma, se eligen las tomas que servirán para la edición y montaje final de la obra.

Se debe asegurarse que se respeten los plazos de postproducción de la imagen, así como controlar el alquiler de las salas de edición y sonorización, supervisar el trabajo de doblaje y el grafismo electrónico.

Hoy en día, con los equipos de cómputo con plataformas como Mac OS de Apple o Windows 10 de Microsoft es más senci-

llo llevar a cabo este tipo de trabajo. Los programas o software más utilizados en el mercado son Adobe Premiere, Avid Xpress y Final Cut.

Recomendaciones

Es importante tener en cuenta que para que los contenidos sean vistos por más personas y facilitar su comprensión, debemos subtítularlos.

Para mejorar el posicionamiento en redes sociales como YouTube es una buena práctica agregar los mismos subtítulos o la transcripción a la descripción del video, de esta manera habrá más contenido para leer y se podrá determinar la importancia del video.

DIFUSIÓN DE PIEZAS EN PLATAFORMAS DIGITALES

“Los relatos nos enseñan; plasman nuestras convicciones y nuestros comportamientos; nos pueden ayudar a entender y a decir quiénes somos”.

Papa Francisco, mensaje 54 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales (2020)

El mundo digital

Con la entrada de las nuevas tecnologías, en específico, la informática en el siglo XX, hubo un cambio rotundo en el pensamiento del ser humano. El simple hecho de estar en cualquier lado del mundo en tan solo un segundo permitió que la comunicación usara esta herramienta para replicarse de forma masiva.

En palabras de Gabriel Pérez (2012) la internet, “permite replantear una nueva dimensión espacio-temporal; es la ventana más impresionante para acceder al dato, a la información que procesada puede convertirse en conocimiento; es el recurso que oscila entre la comunicación masiva y la personalizada.” (p.9). Esta revolución digital llegó también con un cambio tanto político como económico que se dio a mediados de la década de los 80, a este proceso se le llamó “globalización” con la promesa de borrar las fronteras de cada nación y convertir a la persona como ciudadana del mundo.

Ahora bien, podemos contar que tenemos una gran base de datos en nuestras manos, la manera de hablar con otra persona que se encuentre en cualquier parte del mundo. Podemos dar un tour por Roma, París, Tokio, Nueva York estando en nuestros hogares y tener toda la información que queramos en tan solo segundos.

Todos estos privilegios suponen un gran avance para la humanidad, tanto así que vemos como algo obligatorio contar con internet en nuestros hogares o en nuestro celular. Puede que todo esto resulte maravilloso para muchos, pero esto también nos condiciona a perder gran parte de nuestra privacidad, por lo que nuestros nombres ya hacen parte de Google, Yahoo, Bing, entre otros.

La pregunta que se viene a nuestra cabeza es, ¿y ahora qué hacemos? La respuesta es simple, evolucionar con la sociedad, fluir con ella, adaptarse y encontrar que hay más ventajas que desventajas en este mundo digital y es importante dejar esto claro.

El mundo digital motiva algo en específico y es la idea de pensar que no estamos solos, a pesar de estar en el lugar más alejado de la sociedad, no estamos solos y esta es la belleza de ser parte de este mundo. Por ejemplo, el internet puede ser un instrumento de reconciliación y paz, podemos ver a líderes sociales dando su opinión sobre temas actuales o mostrando injusticias que han sido ignoradas por diferentes razones, a su vez, nosotros desde cualquier parte vemos lo que está sucediendo y tenemos la capacidad de juzgar, apoyar y replicar.

Redes sociales

Uno de los principales aspectos del mundo digital hoy en día son las redes sociales, que desde su principio han sido una nueva manera de relacionarnos.

¿Cuántos conocidos no se han enamorado por Facebook?, ¿cuántos de nosotros no hemos tenido un debate por Twitter?, ¿cuántos de nosotros no hemos publicado nuestro plato favorito por Instagram? Estos elementos resultan curiosos porque permiten ver que con el tiempo la privacidad deja de estar presente y cada vez más encontramos en medio del afán por mostrar lo que hacemos y lo que no hacemos.

Ahora, vemos también que para conseguir empleo las empresas revisan nuestras redes sociales para verificar nuestra forma de ser, ideología, gustos, familia y todo esto llevó a que coloquialmente se dijera “que él no tenga al menos una red social, no existe”.

Este panorama se evidenció al preguntarle a los participantes de los talleres regionales de comunicación por sus redes sociales, encontrando que al menos un 90% cuenta con una, esto es una gran representación de cómo se han apropiado del mundo digital.

Con esto dicho, presentamos las principales características de las redes sociales con mayor número de usuarios:



Facebook, por el tiempo de creación, es la red social de mayor comunidad y popularidad. Tiene la ventaja de poder crear páginas o grupos para encontrar personas con los mismos intereses.

Bajo esta característica, resulta utilidad a la hora de promocionar y posicionar contenidos relacionados con la reconciliación, la sana convivencia y la paz.

Tiene la capacidad de subir cualquier tipo de imagen y en video soporta hasta 1.024 MB.



Twitter, desde sus inicios esta red social se ha consolidado como la del consumo rápido. Su capacidad limitada de texto (280 caracteres), han forzado a su público a adaptarse y ser lo más resumido posible a la hora de dar sus opiniones. Este medio es especial para el debate y la información rápida, también esta red social permite subir cualquier tipo de imágenes y videos de máximo 512 MB.



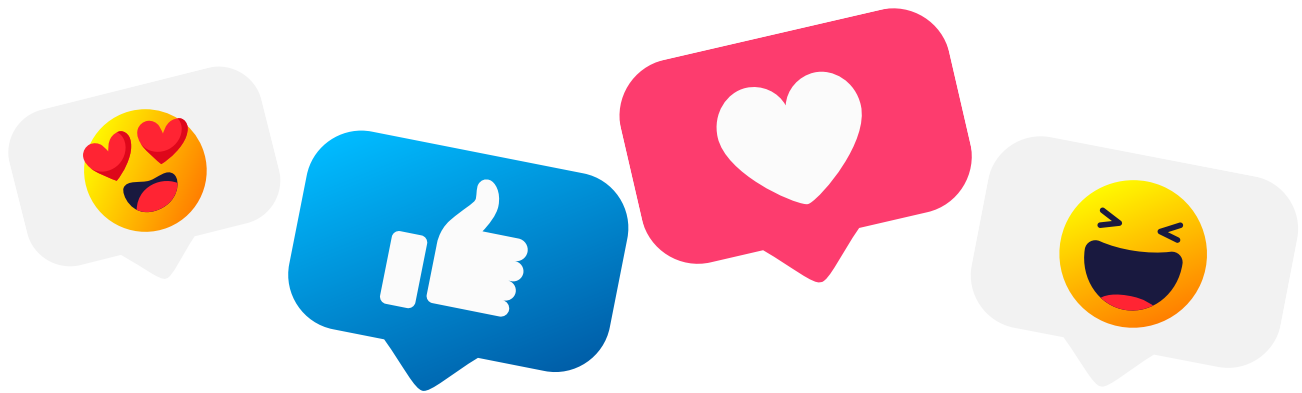
Instagram, es la red social más visual, debido a su enfoque hacía la fotografía y el video; cuenta con toda clase de filtros y herramientas de edición, que permite un espacio importante para la creatividad.

Se pueden subir videos de máximo 1 minuto, en formato cuadrado (1.080 x 1.080) e imágenes, en estas proporciones.



WhatsApp, una de las más populares en los últimos años y también la red social con más desinformación de todas debido a la capacidad de enviar mensajes masivos, mensajes de voz y videos de forma rápida, muchos de ellos sin verificación en términos de calidad, precisión y veracidad del mensaje.

Es la red más “privada” para una persona. En cuanto a multimedia, se pueden enviar imágenes y videos de máximo 64 MB.



Conocer las características de cada red social permite desvanecer la idea de que todas sirven para el mismo propósito, pero, ¿qué quiere decir esto?

Las preferencias, dependiendo del estilo de vida, personalidad, historia de vida, entre otros rasgos, influirán en el uso y consumo de contenido en determinada red social. Por ejemplo, una persona que aprecia el dibujo y lleva pintando desde pequeño va a elegir Instagram por encima de las otras y probablemente encontrará una comunidad fuerte de artistas ahí donde se sentirá identificado.

Aproximaciones a la publicidad

El mundo está lleno de percepciones. Todo lo que nuestro cuerpo quiere comunicarnos se encuentra en las percepciones, por eso estamos condicionados a nuestros sentidos. Por ejemplo, cuando alguien dice “no hay nada mejor que el olor del café en la mañana” ya está generando una emoción por el simple sentido del olfato; otro ejemplo, imaginemos que vamos a un museo y vemos una obra que nos gusta tanto que no podemos dejar de observarla y sonreímos, esto quiere decir que algo visual nos está transmitiendo sensaciones a nuestro cuerpo.

Por otro lado, vemos que la historia de la humanidad está llena transacciones, empezamos con el trueque, luego el oro y ahora tenemos plásticos que se encargan de este proceso y en este desarrollo evolutivo el ser humano encontró que promocionar el producto que vende resultaba conveniente

para asegurar una transacción, que ayuda a suplir determinadas necesidades.

¿Puede la paz y la reconciliación publicitarse?

La respuesta es sí. Estos contenidos, contruidos de manera coherente, veraz, responsable y de acuerdo a objetivos concretos, pueden ambientar procesos de reflexión y sensibilización que movilicen hacia cambios favorables en términos de sana convivencia, resiliencia, visibilización, empoderamiento comunitario, proyección social...

Aspectos claves

- Iniciar por pensar en una idea principal. Tener claro que si la paz es el objetivo, preguntarse ¿qué elementos en torno al concepto de paz puedo tomar para

crear mi pieza?, ¿la fraternidad?, ¿el amor? ¿cuáles son las características del público al que quiero dirigir la pieza comunicativa, su contexto...?

- Al tener nuestra idea, el siguiente paso es la claridad del mensaje. A veces nos cuesta explicar nuestro punto y damos vueltas y vueltas para desarrollarlo, finalmente solo conseguimos confundir más y que nuestro mensaje sea malinterpretado. Por esto, es importante escribirlo varias veces hasta que todos puedan entender lo que se quiere decir, puede ser un ejercicio agotador, pero es algo que con el tiempo mejora.
- Un recurso importante en la publicidad es pensar fuera de la caja. Esto se refiere a salirse de lo convencional para tener nuevas aproximaciones, por ejemplo, si pensamos en la paz hay varias cosas que llegan a nuestra cabeza, la mayoría pertenecen a los aspectos culturales que se han inculcado desde la infancia como el color blanco de la paz o la paloma de la paz; ahora, teniendo estas ideas en la caja, vamos a salirnos de ella, proponer algo nuevo y buscar otras representaciones de paz.
- El objetivo de nuestro trabajo es movilizar, por eso, toda pieza debe tener un llamado a la acción. Para una empresa este llamado es llevar al consumidor a comprar su producto, en nuestro caso, con el ejemplo de la paz, se busca incentivar a la persona a que haga acciones de paz o la replique.

Sobre la experticia en los talleres regionales

Al ver que varios participantes se acercaban a enseñarnos sus piezas, encontramos

que a pesar del gran trabajo que tenían, tanto en color como en diseño, les hacían falta estos criterios. Por ejemplo, varias piezas tenían un mensaje claro, una imagen de apoyo acorde con el tema, pero carecían de un llamado a la acción, generando que la pieza quedara suelta; podía gustar, pero las personas no sabían qué hacer después con ella.

Por consiguiente, era necesario explicar estos cuatro aspectos como la base fundamental de una pieza publicitaria:

Difusión de las piezas

Al tener la pieza lista viene el proceso en el que muchos cometen errores, porque asimilan que va a gustar igual por todas las redes sociales y es cuando llega la decepción por no conseguir los resultados esperados. El error está en no tener un conocimiento estratégico sobre lo que puede o no funcionar, ¿a qué tipo de personas les gustará?, ¿es más texto que imagen o viceversa?

Acá volvemos a retomar las redes sociales y analizar cuáles son las más convenientes, por ejemplo si nuestra pieza es un video de menos de un minuto que, a partir de formas visuales explica la importancia de la reconciliación, entonces es pertinente publicarlo en Instagram y Facebook, porque es en estas redes es en las se registra mayor comunidad afín a este tipo de contenido.

Pero si nuestra pieza está más enfocada al texto lo recomendable sería en Twitter y Facebook, porque son las redes sociales basadas en comentarios y debate.

Es importante tener en cuenta que Facebook es un punto medio tanto por la comunidad que ha consolidado como por la ventaja de sus herramientas, que permiten que cualquier contenido sea publicado.



Vamos a adentrarnos un poco en otro tipo de redes sociales y plataformas enfocadas hacia la reproducción y el almacenamiento de contenido que pueden ser de utilidad:



YouTube es una red social basada en el video. Tiene la capacidad de recibir cualquier clase de formato en video y la posibilidad de encontrar una rentabilidad al hacer videos, de acá vienen los famosos "Youtubers" como figuras sociales que cuentan con un gran público. Para los más creativos en video, esta es la red social más recomendable a la hora de promocionar sus piezas.



Spotify, Apple Music, Deezer son las tres plataformas más importantes de reproducción de música en los últimos años y ahora cuentan con la función de poder escuchar Podcast. Es una comunidad que cada día aumenta de número.



Vimeo ha sido, desde sus inicios, una red social de videos enfocada a contenido profesional como cortometrajes, largometrajes, documentales, animación, entre otros. Esto se debe a su privacidad y la capacidad de encontrar otros cineastas compartiendo sus proyectos.



Soundcloud e Ivoox son las plataformas de mayor uso para subir contenido de audio (podcast, cuñas). Cuentan con una comunidad muy amplia, que puede compartir nuestro contenido. Permite distribuir, de manera sencilla, nuestras piezas a otras redes sociales o página web.

Tenga en cuenta:

Al momento de planear una estrategia revise las características de los distintos canales para la difusión del contenido y la pertinencia con relación a los objetivos de la publicación y el formato de la pieza comunicativa.

Por ejemplo, si ya tenemos nuestra cuña radial, primero la subimos a la plataforma de audio, que puede ser SoundCloud y luego la compartimos en nuestra red principal que sería Facebook.

Posteriormente, preguntémonos ¿en qué otro tipo de redes podría gustar mi contenido?, ¿qué pasaría si le añado una imagen a la pieza radial y la subo a Instagram? Ahí ya estamos pensando en estrategias para mover la pieza.

Elementos que aportan al tráfico y engagement en redes sociales de nuestras piezas comunicativas

- **Los hashtags o numerales (#)** son el filtro del internet.

Pensemos un momento en el internet como el océano, vemos que es inmenso y a simple vista parece infinito, parece que nos podríamos perder ahí y terminaríamos esperando a que alguien nos encuentre.

En medio de esta analogía, los numerales sirven para hacer ese océano cada vez más pequeño al punto de encontrar personas interesadas en ver las piezas. Por ejemplo, cuando vayamos a publicar la pieza, en el texto de apoyo que permite la red social, la idea es escribir los numerales que consideremos que son los más afines como #Paz, #Reconciliación,

#ConstruyendoPaz, #Amistad, esto hará que las personas que les gusta o que busquen este contenido puedan verlo fácilmente sin perderse en la red. Lo más recomendable es escribir máximo 6.

- Las redes sociales tienen un cuadro de texto llamado **caption** o **subtítulo**, que es usado para escribir un resumen o una descripción de la pieza que se va a publicar, este espacio sirve de apoyo para la pieza y la idea no es llenar el cuadro de texto, porque muy pocos lo van a ver, para las redes sociales hay que tener en cuenta la frase del dramaturgo William Shakespeare, “la brevedad es el alma del ingenio”; al ser breves, pero directos, logramos un mejor ejercicio creativo.

Sin embargo, una regla en la publicidad es no prometer cuántos lo van a ver o si será viral, porque este tipo de elementos no pueden ser medibles, lo importante es incentivar que la consistencia es el éxito en el mundo digital.

Posiblemente las primeras piezas no tengan gran alcance y puedan tener muy poca interacción, esto no quiere decir que algo esté mal a pesar de la estrategia.

Como alguna vez dijo el poeta Goethe “todo comienzo tiene su encanto”, en el mundo digital es la perseverancia, desde el principio, y la comunidad va llegando sola con el tiempo, si el trabajo es bueno y hay esfuerzo en las piezas lo que sí se puede prometer es que en algún momento del camino, tendrá éxito.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Awi, A. (2017). *El Papa Francisco y la cultura del encuentro*. Medellín. *Biblia, Teología y Pastoral para América Latina y El Caribe*, 43(721-750). Disponible en: [file:///C:/Users/estef/Downloads/205-Texto%20del%20art%C3%ADculo-712-1-10-20171204%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/estef/Downloads/205-Texto%20del%20art%C3%ADculo-712-1-10-20171204%20(1).pdf)
- Bayuelo, S., Cadavid, A., Duran, O., Gonzalez, A., Tamayo, C y Vega, J. (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra*. Clemencia Rodriguez. Recuperado de: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07330.pdf>
- Castro, L. (2005). *¡Deja de correr!" la reconciliación desde las víctimas*. Comisión de Conciliación Nacional. 2 edición.
- Castro, L. (2018). *Verdad, justicia, reparación y no repetición; una reflexión en apoyo a las víctimas*. Comisión de Conciliación Nacional
- Centro nacional de memoria histórica (2009). *Recordar y narrar el conflicto: herramientas para reconstruir memoria histórica*. Colombia. Recuperado de: <https://www.centrodememoriahistorica.gov.co/descargas/informes2009/cajadeherramientas/presentacionbaja.pdf>
- Centro nacional de memoria histórica (2014). *Aportes teóricos y metodológicos para la valoración de los daños causados por la violencia*. Bogotá: Colombia. Recuperado de: <https://centrodememoriahistorica.gov.co/wp-content/uploads/2020/01/Aportes-te%C3%B3ricos-y-metodol%C3%B3gicos-valoraci%C3%B3n-da%C3%B1os-causados-por-la-violencia.pdf>
- Del valle, C. (2007). *Comunicación participativa: aproximaciones desde América Latina*. *Redes.com* 4(113 - 130). Recuperado de: [file:///C:/Users/estef/Downloads/Dialnet-ComunicacionParticipativaAproximacionesDesdeAmeric-3671395%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/estef/Downloads/Dialnet-ComunicacionParticipativaAproximacionesDesdeAmeric-3671395%20(1).pdf)
- Echeverry, D. (2004). *Memoria individual, memoria colectiva y memoria histórica. La práctica investigativa en ciencias sociales*, (123 - 134). Recuperado de: <http://www.biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/dcs-upn/20121130052459/memoria.pdf>
- Espinar, E y Sánchez, M. (2012). *El periodismo de paz como paradigma de comunicación para el cambio social: características, dimensiones y obstáculos*. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 17(175-189) doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2012.v17.39263
- Fisas, V. (1998). *Cultura de paz y gestión de conflictos (1° ed)*. Icaria.
- Gear, C., Eppel, E., y Mclain, J. (2018). *Advancing Complexity Theory as a Qualitative Research Methodology*. *International Journal of Qualitative Methods*, 17(1 - 10). Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1609406918782557>

- Kapuściński, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. (X. González, Trad.; 2 ed). Anagrama (Trabajo original publicado en el año 2000).
- Lederach, J. (1998). *Construyendo la paz: reconciliación sostenible en sociedades divididas*. Red Gernika.
- Linde, P. (2017, septiembre 18). *Colombia tras el conflicto*. *El País*. Recuperado de: <https://elpais.com/especiales/2017/planeta-futuro/colombia-tras-el-conflicto/>
- Navarro, L. (2010). *Una reflexión sobre los medios ciudadanos: esferas públicas, movilizadores de identidades y contraidentidades de los sujetos políticos en Colombia*. *Encuentros*, 8(33-44). Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476655973003>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura {UNESCO}. (1995). *Declaración de Principios sobre la Tolerancia y Plan de Acción de Seguimiento del Año de las Naciones Unidas para la Tolerancia*. Recuperado de: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13175&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- Ortega, F. (2011). *El trauma social como campo de estudios, trauma, cultura e historia: reflexiones interdisciplinarias para el nuevo milenio*. Francisco Ortega Martínez. Recuperado de: https://www.academia.edu/562369/Trauma_cultura_e_historia_Reflexiones_interdisciplinarias_para_el_nuevo_milenio
- Pérez, G. (2012). *Internet como medio de comunicación. Teoría y análisis de actos comunicativos en los entornos virtuales*. *Mediaciones Sociales*, 12(228 -230). Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/48863/45594>