



Universidad de
La Sabana

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA UN PLEBISCITO POSIBLE

MARÍA XIMENA BOTACHE RAMÍREZ

**MONOGRAFÍA APLICADA PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
COMUNICADOR SOCIAL Y PERIODISTA**

ASESORA

LYDDA GAVIRIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

CHÍA, CUNDINAMARCA

2018



Universidad de
La Sabana

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA UN PLEBISCITO POSIBLE

MARÍA XIMENA BOTACHE RAMÍREZ

**MONOGRAFÍA APLICADA PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
COMUNICADOR SOCIAL Y PERIODISTA**

ASESORA

LYDDA GAVIRIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

CHÍA, CUNDINAMARCA

2018

Resumen

La presente investigación surge de un contexto colombiano en el que se desarrolla un tratado de paz entre el Gobierno de Colombia y la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - Ejército del Pueblo (FARC-EP), de las cuales se obtiene unos acuerdos que fueron sometidos a votaciones atípicas para la aprobación de los puntos pactados. Ante la gran abstención de votantes y la poca participación de los ciudadanos, en especial de los jóvenes, se identifica la necesidad de buscar una estrategia de comunicación para el desarrollo que motive a este público a participar en este proceso mediante el mecanismo del voto. Para llegar al planteamiento de esta estrategia de comunicación en el marco de una organización no gubernamental (ONG) se investiga cómo se llevó a cabo el plebiscito del 2 de octubre de 2016, sus antecedentes y los resultados que este movimiento abarcó. Esta estrategia se plantea para uso de la organización no gubernamental, Viva La Ciudadanía, en caso de un futuro plebiscito a partir de los acuerdos que se están planteando con la guerrilla del Ejército de Liberación Nacional (ELN).

Palabras claves: Acuerdo de paz, guerrilla de las FARC-EP, plebiscito, comunicación para el desarrollo, participación ciudadana, guerrilla del ELN, jóvenes.

Abstract

The present investigation arises from a Colombian context in which a treated of peace was developed between the Government of Colombia and the guerrilla Revolutionary Armed Forces of Colombia – People`s Army (FARC-EP), from which agreements were obtained that were subject to atypical votes for the approval of the agreed points. In view of the high voter turn out and the low participation of citizens, especially young people, the need to seek a communication for development strategy that motivates this public to participate in this process through the voting mechanism is identified. In order to arrive at the approach of this communication strategy within the framework of a non-governmental organization (NGO), we investigate how the plebiscite of October 2, 2016 was carried out, its background and the results that this movement covered. This strategy is proposed for use by the non-governmental organization, Viva la Ciudadanía, in the event of a future plebiscite based on the agreements that are being proposed with the National Liberation Army (ELN).

Key words: Treated of peace, Plebiscite, civil participation, communication for the development, Revolutionary Armed Forces of Colombia (FARC), Army of National Liberation (ELN) and young people.

Agradecimientos

Agradezco en primera medida a Dios por haberme acompañado a lo largo de mi carrera, por brindarme la oportunidad de cursar mi pregrado en la Universidad de La Sabana y por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y aprendizaje.

A mis padres, Elizabeth Ramírez y Napoleón Botache, quienes me han inculcado los valores que rigen mi vida y por ser excelentes ejemplos a seguir como profesionales y personas además de ofrecerme su apoyo constante e incondicional. A mis hermanas, Johanna y Verónica, por ser parte importante de mi vida y representar la complicidad y amistad en los buenos y malos momentos.

A Camilo Sierra, por sus palabras de perseverancia, compañía y apoyo constante, así como a Aura Cristina Izquierdo por ser mi colega y amiga.

También quiero agradecer de manera especial a mi directora de monografía, Lydda Gaviria, por su constancia, entrega, dedicación, y porque sin su experiencia y conocimiento esta monografía no hubiera sido posible. Finalmente, quiero agradecer a todos mis profesores, quienes me ofrecieron todos sus conocimientos y aportaron para que mi carrera profesional concluyera con este trabajo. A todos ellos, por su entrega, dedicación y compromiso, va dedicado este trabajo.

Índice

Introducción.....	1
El problema planteado.....	12
Objetivos.....	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos.....	14
Justificación.....	15
Capítulo I Estado del Arte.....	16
Capítulo II Marco Legal	30
Capítulo III Marco Teórico.....	42
Capítulo IV Metodología.....	72
Capítulo V Proyecto Viva la Ciudadanía.....	75
Capítulo VI Conclusiones y Recomendaciones.....	122
Referencias Bibliográficas.....	125

Siglas

Siglas	Nombre completo de la entidad
ONG	ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL
ELN	EJÉRCITO DE LIBERACIÓN NACIONAL
FARC-EP	FUERZAS ARMADAS REVOLUCIONARIAS DE COLOMBIA – EJÉRCITO DEL PUEBLO
DANE	DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA
MOE	MISIÓN DE OBSERVACIÓN ELECTORAL
SENA	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
TIC	TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
ODS	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
ODM	OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO
OMS	ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD
SINES	SISTEMA DE INFORMACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR
UNESCO	ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA
ONTSI	OBSERVATORIO NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES Y SI
P.O.P	POINT OF PURCHASE

BTL	BELOW THE LINE (TÉCNICA PUBLICITARIA)
RRI	REFORMA RURAL INTEGRAL
DDHH	DERECHOS HUMANOS
CINEP	CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y EDUCACIÓN POPULAR
CORFAS	CORPORACIÓN FONDO DE APOYO DE EMPRESAS ASOCIATIVAS
DIH	DERECHO INTERNACIONAL HUMANITARIO

Introducción

En la búsqueda de la solución al conflicto armado interno de Colombia que se inició durante la década de los años 50, el Gobierno de Juan Manuel Santos Calderón decidió iniciar una mesa de negociación con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - Ejército del Pueblo (FARC-EP), siguiendo los pasos de algunos de los gobiernos anteriores que buscaban que el pueblo colombiano tuviera paz y se lograra la desmovilización de estas guerrillas que llevaban a cabo actos de terror en el territorio colombiano.

La Mesa de Negociación entre el Gobierno de Colombia y las FARC-EP contó con la participación de representantes de las FARC-EP como Luciano Marín Arango, alias *Iván Márquez*, Jorge Torres Victoria, alias *Pablo Catatumbo*, Seuix Pausias Hernández Solarte, alias *Jesús Santrich*, entre otros. Por parte del Gobierno participaron Humberto De La Calle, como jefe negociador, Sergio Jaramillo Caro, Alto Comisionado para la Paz, Frank Pear, ex Comisionado para la Paz, Luis Carlos Villegas, empresario colombiano, entre otros.

El proceso de paz, cuyo objetivo fue la terminación del conflicto, se desarrolló en varias fases, así:

Tabla 1. Fases del proceso para el acuerdo de paz con las FARC.

Fases	Proceso para el Acuerdo de Paz
Fase I Exploratoria (febrero-agosto 2012)	<p>Se establecen las condiciones, la hoja de ruta las reglas de juego para finalizar el conflicto y se inician conversaciones. Se firma el documento “Acuerdo General para la terminación del conflicto y construcción de una paz estable y verdadera”.</p> <p>Se propone la agenda sobre cinco puntos específicos y un punto de implementación, verificación y refrendación.</p> <p>Esta fase termina con la firma del “Acuerdo General para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera”.</p>
Fase II Mesa de Conversaciones (octubre 2012) Oslo (Noruega)	<p>Se instala la Mesa de Conversaciones en Oslo y luego se llevan a cabo los diálogos en La Habana, Cuba. Los países garantes fueron Noruega y Cuba y los países acompañantes fueron Chile y Venezuela. La sociedad civil (víctimas, empresarios indígenas, comunidades afrocolombianas, mujeres, comunidad LGTBI, académicos, campesinos expertos internacionales) participó con sus propuestas; no se despejó el territorio, no cesan las operaciones militares; las sesiones de trabajo fueron confidenciales.</p> <p>Termina con un “Acuerdo final” para poner fin al conflicto.</p>

<p>Fase III Construcción de paz</p>	<p>Termina la guerra. Se construye la paz entre todos los colombianos a partir de la firma del Acuerdo Final. Son cinco puntos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Reforma Rural Integral -RRI “Hacia un nuevo campo colombiano”.• Participación política (apertura democrática para construir paz).• Fin del conflicto (fin de la confrontación, dejación de armas, reincorporación a la vida social, cese de hostilidades).• Solución al problema de drogas ilícitas.• Víctimas del conflicto (sistema integral de verdad, justicia reparación y no repetición).• Implementación, verificación y refrendación (acompañamiento internacional y seguimiento permanente al Acuerdo de Paz). <p>Se firma el “Acuerdo Final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera” el 24 de noviembre de 2016, en Bogotá, lo que fue un momento histórico para el país, un evento que contó con el cubrimiento de medios de comunicación nacionales e internacionales.</p>
--	---

Fuente: Elaboración Propia

Una vez se discutieron los temas mencionados anteriormente y se plantearon los acuerdos entre las partes, se vieron los frutos de las conversaciones en el documento Acuerdo de Paz que se firma el 26 de septiembre de 2016 en la ciudad de Cartagena. La firma de dicho documento no garantizó la implementación de sus contenidos, por lo cual, el Gobierno Nacional solicita la realización de un plebiscito para dar respaldo a los Acuerdos de Paz firmado entre las partes.

Un plebiscito por la paz

En Colombia, la Ley Estatutaria 1757 de Participación Ciudadana plantea la organización y gestión de la participación. Dicha ley establece los mecanismos de participación en el país como el voto, que es la herramienta por la cual los ciudadanos colombianos pueden escoger a las personas que lo representarán en las instituciones del Gobierno, o el plebiscito, que es la herramienta que permite al presidente de la República refrendar una decisión con la opinión del pueblo, es decir, el presidente anuncia el plebiscito y los ciudadanos asisten a los puntos de votación con el fin de apoyar o rechazar la decisión en cuestión, (Banrepcultural, s.f.).

Históricamente en Colombia se han llevado a cabo dos plebiscitos. El primero se realizó en 1957, durante el gobierno de Gustavo Rojas Pinilla, y tuvo una votación del 95% de los electores a favor. Gracias a este mecanismo, los ciudadanos aceptaron dar inicio al Frente Nacional, además de reafirmar el derecho al voto de las mujeres. El segundo plebiscito se llevó a cabo el 2 de octubre de 2016 y fue llamado *Plebiscito por la paz*.

Una vez firmado el Acuerdo de Paz, el Gobierno Nacional tomó la decisión de hacer partícipes a los colombianos en la aprobación de lo que se planteó en el acuerdo, teniendo en cuenta la importancia y el impacto que esto iba a tener en la sociedad civil. Se convocó el 2 de octubre de 2016 a un *Plebiscito por la paz* en el cual los colombianos debían ejercer su derecho a votar para escoger si aprobaban o no la firma de dicho acuerdo. El plebiscito fue aprobado por el Congreso de la República y avalado por la Corte Constitucional en el 2016, que dio un plazo máximo de 30 días después de la firma del acuerdo para realizar la consulta popular. El plebiscito se llevó a cabo en octubre de 2016 y la pregunta a plantear fue: ¿Apoya el Acuerdo Final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera?

Una vez anunciadas estas elecciones, los líderes empezaron a hacer campañas de acuerdo con sus puntos de vista frente al proceso, lo que generó la polarización del país. En apoyo a los acuerdos resultantes de los diálogos de paz se destacó el Partido Cambio Radical, el Partido Social de Unidad Nacional (*Partido de la U*) y el Movimiento Político MIRA; en contraposición, la campaña por el NO fue liderada por el expresidente Álvaro Uribe Vélez y su partido político Centro Democrático.

Luego de finalizar las respectivas campañas se llevó a cabo el proceso electoral en todo el país; para ser aprobado el Acuerdo de Paz, necesitaba contar con al menos el 13% del censo electoral habilitado para votar y superar al NO en cantidad de votos. Sin embargo, el resultado no fue suficiente para que estos acuerdos fueran aprobados.

Durante las votaciones se evidenció que el gran ganador de la jornada fue el abstencionismo con un 62,6%. El NO obtuvo el 50,23% de votos, mientras que el SI obtuvo 49,76% de votos. Como se puede evidenciar en los porcentajes de participación, aproximadamente 13.061.374 personas tomaron la decisión en representación de los 48.748.000 colombianos que estaban en Colombia durante 2016, (Datos Macro, 2017).

En el campo de participación política electoral, Colombia presenta un gran porcentaje de población (62,59 %) que se abstiene de ejercer su derecho al voto. Las causas de dicha abstención se pueden agrupar en dos tipos: “abstención activa o estructural”, (Registraduría Nacional, 2013).

La primera o *abstención activa*, agrupa a los ausentes, los votos en blanco y nulos: aquí se representaría a la población que quiere participar, pero no se siente conforme con las opciones para escoger. La segunda o *abstención estructural*, se relaciona directamente con temas técnicos. En el caso de Colombia, se refiere a no saber cómo consultar su puesto de votación, desconocer la ubicación de este, e incluso, la imposibilidad de inscribir sus cédulas para ejercer el derecho al voto, (Registraduría Nacional, 2013).

Los jóvenes entre 18 y 25 años representan un gran porcentaje de población habilitada para votar; sin embargo, se abstienen debido a dos posibles causas: su falta de identificación con las opciones electorales o porque no consideran importante la política para su vida diaria. En contraposición a lo que manifiestan verbalmente, gran porcentaje de jóvenes tiene otro tipo de participación informal, como quedó expuesto días después de hacerse públicos los resultados del

Plebiscito por la Paz, cuando los jóvenes salieron a las calles a marchar y a hacer pública su opinión frente a los acuerdos.

La reacción de los jóvenes ante el NO

Luego de la publicación de los resultados, muchos jóvenes, en su mayoría universitarios, salieron a las calles a marchar rechazando los resultados del plebiscito por la paz, lo que reflejó el desacuerdo de una gran parte de la población con lo que se evidenció en las urnas. Una de las marchas que se llevó a cabo en el país fue la “Marcha espiritual para la Paz”, organizada por el *Movimiento Estudiantil Paziempre*, que se realizó el 30 de octubre de 2016, y en la cual se buscaba que todas las personas en todos los departamentos del país asistieran a las plazas principales de las ciudades, vestidas de color blanco, con el fin de pedir en silencio por la paz del país. Los organizadores buscaban que, independientemente de la religión, género o creencias, los colombianos expresaran su opinión y tuvieran claro que son más las cosas que los unen que las que los dividen.

Otra de las marchas que movilizó a los jóvenes fue la marcha del 5 de octubre de 2016, organizada por jóvenes universitarios, y en la cual participaron estudiantes del SENA, líderes sociales, empleados de oficinas, entre otros, quienes recorrieron la carrera séptima, desde el Planetario hasta la Plaza de Bolívar, con camisas, carteles y globos blancos; proclamando durante el recorrido las palabras: “¡Acuerdo ya! y ¡Yo soy Paz!”.

Esta marcha tuvo una multitudinaria participación. La única condición para asistir era no llevar ningún elemento alusivo a partidos políticos. Según Jaime Bravo, líder de Javerianos por la Paz, una de las principales razones para motivar a las personas a participar en esta marcha fue el interés de que el tiempo y los recursos invertidos en el proceso no fueran en vano, sino que desde la diversidad todos pudieran participar en torno a un único acuerdo, (El Tiempo, 2016).

Según María José Cabra, “Las marchas no son la única forma de movilización. Es importante que las personas se sientan identificadas con lo que está pasando y creemos que los creyentes de distintas religiones no se habían sentido tan incluidos en las movilizaciones pasadas”,(El Tiempo, 2016).

De acuerdo con lo anterior, los jóvenes tienen claridad en cuanto a sus opiniones frente a la política y lo manifiestan a través de su participación en eventos de este tipo. En el caso del *Plebiscito por la paz*, los jóvenes dejaron claro su interés de que se diera feliz término a los Acuerdos de Paz, pese a los resultados del plebiscito.

Teniendo en cuenta lo anterior, la participación ciudadana de los jóvenes va más allá de ejercer su derecho al voto y de cumplir con su responsabilidad ciudadana; la participación de los jóvenes trasciende a otras formas de participación como las marchas, uso de redes sociales y nuevos modelos de comunicación.

El constante uso de formas no convencionales de participación crea la percepción de que los jóvenes son “apáticos” a la política, lo cual no es del todo cierto. Por ese motivo, es necesario

crear soluciones para que el interés político de los jóvenes no se quede en formas no tradicionales de participación, sino que también se reflejen en las consultas del Gobierno haciendo el uso de su derecho al voto.

El ELN, posibles acuerdos de paz y un posible plebiscito

El 27 de agosto de 2012, durante el Gobierno de Juan Manuel Santos, se invitó al ELN a participar en la mesa de negociación en La Habana, Cuba, sin obtener respuesta alguna. Tiempo después, y luego de que este grupo armado continuara llevando a cabo acciones contra la población civil, el 9 de mayo de 2013, el presidente recalcó su invitación poniendo como condición la liberación de los secuestrados para poder continuar con el proceso de paz y sus correspondientes negociaciones.

Cinco años después de la sugerencia del presidente Juan Manuel Santos, a inicios del año 2017, el Gobierno de Colombia y el ELN anuncian que las negociaciones de paz se iniciarían el 7 de febrero de ese mismo año y la sede principal de dicho hito histórico sería Quito, Ecuador. Durante ese año, las partes involucradas en la negociación llegan a algunos acuerdos como un proceso de desminado humanitario, la creación de un equipo de pedagogía y comunicación para la paz e inclusive el cese al fuego desde septiembre hasta inicios del año 2018, debido a la visita del Papa Francisco a Colombia.

A pesar de los avances que se han dado durante el proceso de diálogo entre el Gobierno de Colombia y el Ejército de Liberación Nacional, se ha creado una percepción de incoherencia de

los diálogos debido a algunas acciones de terror del ELN contra la población civil, como lo fueron los enfrentamientos contra algunos disidentes de las FARC-EP en zona rural de Magüí Payán, Nariño, que dejaron una mujer embarazada y un líder social muertos.

Acciones como estas llevaron a la sociedad colombiana a poner en duda la veracidad de las intenciones expresadas por el ELN en cuanto a los diálogos de paz, los avances y resultados que este podría conseguir y, sobre todo, el efecto considerando la participación que tendría la sociedad en caso de que se llegara a un acuerdo de paz y este fuera sometido al mismo proceso electoral que el resultado de los diálogos con las FARC-EP.

Consideraciones a nivel de estrategias de comunicación

Dos semanas después de que los resultados del plebiscito colombiano para refrendar los Acuerdos de Paz logrados en La Habana entre el Gobierno de Colombia y las FARC-EP dieran como ganador al NO, aunque con un margen muy estrecho (49,78% para el SI; 50,21% para el NO) y baja participación, el proceso de paz en Colombia sigue estancado.

Quienes encabezaron el NO, al hablar de su campaña, explicaron los métodos que usaron en su estrategia que no fue en absoluto clara y limpia, y que más bien destiló desinformación y manipulación. Según lo manifestado por el gerente de la campaña del NO, Juan Carlos Vélez Uribe, quien en una entrevista declaró que su estrategia estuvo basada no en la explicación de los acuerdos, sino en provocar la indignación. En esta entrevista se observaron puntos importantes para tener en cuenta para una próxima campaña relacionada con el voto popular. La campaña del

NO se basó en un mensaje de revancha por pérdidas políticas en el pasado y, sobre todo, en un mensaje concreto: la indignación, porque según Vélez “estábamos buscando que la gente saliera a votar verraca, no había que explicar los acuerdos”, (Ramírez, j. 2016).

Vélez describe la estrategia seguida: “Descubrimos el poder viral de las redes sociales. Por ejemplo, en una visita a Apartadó, Antioquia, un concejal me pasó una imagen de Santos y Timochenko con un mensaje de por qué se le iba a dar dinero a los guerrilleros si el país estaba en la olla. Yo la publiqué en mi Facebook y al sábado pasado tenía 130.000 compartidos con un alcance de seis millones de personas (...) en emisoras de estratos medios y altos nos basamos en la no impunidad, la elegibilidad y la reforma tributaria, mientras en las emisoras de estratos bajos nos enfocamos en subsidios (...) en cuanto al segmento en cada región utilizamos sus respectivos acentos. En la Costa individualizamos el mensaje de que nos íbamos a convertir en Venezuela. Y aquí el NO ganó sin pagar un peso. En ocho municipios del Cauca pasamos propaganda por radio, la noche del sábado, centrada en víctimas (...) fue una campaña hecha con las uñas (...). fue muy difícil conseguir respaldo y los bancos no estaban preparados. Sin embargo, el No fue la campaña más barata y efectiva en mucho tiempo. Su costo-beneficio es muy alto”, (Ramírez, J. 2016).

El problema planteado

Teniendo en cuenta los resultados que tuvo esta consulta tan importante para el país y la actitud que asumió la sociedad con su participación en espacios tanto físicos, como las plazas de algunas poblaciones, en Bogotá la carrera Séptima o la Plaza de Bolívar; así como en los espacios virtuales, redes sociales, foros de opinión, entre otros, se hizo necesario analizar de los errores cometidos en esta consulta a nivel de información y comunicación. Se llegó a la conclusión que era necesario pensar, reflexionar y diseñar una estrategia de comunicación que permita que en futuros procesos de paz exista la posibilidad de tener una mayor participación.

Esta monografía es el resultado del trabajo de la clase Formulación y Evaluación de proyectos de desarrollo, durante la cual se llevó a cabo una propuesta para la organización no gubernamental *Viva la Ciudadanía* con el fin de observar a profundidad los resultados del plebiscito por la paz en el Acuerdo de Paz con las FARC-EP, e implementar sus correcciones en caso de que se diera un acuerdo como resultado de las mesas de diálogo con el Ejército de Liberación Nacional (ELN), tema que está en la agenda de los medios de comunicación desde el año 2012, cuando el presidente Juan Manuel Santos invitó a este grupo armado a unirse a la mesa de negociación de La Habana.

Esta monografía aplicada busca resolver algunas de las dudas respecto a la participación política de los colombianos y cómo esta se refleja en los Acuerdos de Paz que propone el Gobierno actual. Esta investigación incluye, planteamiento del problema, objetivos, justificación, estado del arte (se analizaron investigaciones previas para comprender situaciones que sirvan al presente

estudio), Marco Teórico; la metodología implementada para este trabajo que tendrá un enfoque cualitativo y se tratará como un estudio de caso.

Objetivos

Objetivo General

Proponer una estrategia de comunicación enfocada al abstencionismo electoral de los jóvenes en la ciudad de Bogotá, para un posible plebiscito a realizar a partir de las negociaciones de paz del Gobierno de Colombia con el grupo armado Ejército de Liberación Nacional (ELN).

Objetivos Específicos

- Explorar los factores por los cuales los jóvenes entre 18 y 24 años no ejercieron su derecho al voto en el plebiscito del 02 de octubre de 2016.
- Revisar las estrategias de comunicación utilizadas en el *Plebiscito para la paz* del 02 de octubre de 2016 y sus resultados a partir de la perspectiva de los jóvenes.
- Identificar elementos de comunicación (medios, mensajes, canales, temas) significativos para la población joven para integrar al diseño de la estrategia de comunicación que promueva una votación consciente y comprometida con un posible acuerdo de paz.

Justificación

Este trabajo nace de la necesidad de aumentar una participación ciudadana consciente de jóvenes residentes en Bogotá, con respecto a un posible plebiscito para la paz. Se buscan estrategias de comunicación para el desarrollo con el fin de concientizar a esta población de la importancia de ejercer el derecho al voto y fomentar la participación como ciudadanos comprometidos con la paz, porque su participación significa su compromiso actual y futuro con el desarrollo del país.

Se revisan los antecedentes de las campañas realizadas para elecciones antes del plebiscito del 02 de octubre del 2016 con el fin de evitar los errores cometidos en el pasado y recuperar algunas de las estrategias implementadas que promovieron la participación de los jóvenes y ayudaron a reducir los índices de abstencionismo del país; además, se revisa el impacto que dichas campañas tuvieron y cómo se pueden implementar otras estrategias con el fin de aumentar los índices de participación en los jóvenes y reducir los índices de abstencionismo que actualmente maneja el país.

Capítulo I Estado del Arte

Es necesario resaltar que en la historia de Colombia se ha realizado un plebiscito en dos ocasiones. El primero se llevó a cabo en diciembre de 1957 cuando los colombianos acudieron a las urnas para ratificar el Pacto de Benidorm celebrado entre Laureano Gómez y Alberto Lleras Camargo en 1956. El pueblo colombiano validó lo que se conoce como el Frente Nacional, o sea el acuerdo de paz entre los partidos tradicionales Liberal y Conservador que estaban en una guerra civil, aunque no declarada, hacía más de treinta años. La votación en el plebiscito de 1957 fue contundente: 4.169.294 votos en favor del SI contra 206.654 en favor del NO y 20.738 votos en blanco.

Por otra parte, el más reciente plebiscito, llevado a cabo el 2 de octubre de 2016, volvió a poner en tema de conversación este mecanismo de participación del cual hasta la fecha no existe suficiente información, por lo cual, ha sido un poco dispendioso encontrar bibliografía del tema. Sin embargo, se han logrado identificar diversos documentos que contienen información relevante respecto al tema del presente trabajo de investigación y que proceden de reconocidos centros universitarios como la Pontificia Universidad Javeriana, Universidad del Rosario y Universidad de La Sabana, en Bogotá. Asimismo, existe una producción en algunas revistas indexadas como la Revista Derecho Electoral y la Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Las investigaciones consultadas abordan temas de juventud, política, democracia, participación abstencionismo, entre otros, temas que tienen relación directa con el trabajo que se desarrolla.

Andrés Emilio Vargas y Mónica Segura (2013), comunicadores sociales y periodistas de la Universidad de La Sabana, presentan en su investigación *Inclusión de la comunicación para la consulta previa con indígenas: un aporte para el ishtana de la etnia Barí*, una estrategia de comunicación en la cual dan solución a las falencias comunicativas que interfieren en el consentimiento libre e informado de la comunidad a la hora de participar en las consultas previas para la implementación de procesos dentro de las comunidades negras o indígenas y específicamente dentro de la etnia Barí.

En su investigación se evidencia que algunas tribus indígenas se encuentran en peligro de extinción, como lo afirma la Organización Nacional Indígena, debido a que habitan en zonas ricas en recursos naturales como oro, petróleo, gas y otros, lo que genera el interés y posterior intervención de multinacionales en sus territorios. En ese sentido, la consulta previa es un mecanismo de protección de su territorio y de su comunidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, la comunicación y la información juegan un papel fundamental en la protección de estas comunidades, puesto que el aislamiento de las mismas, las restricciones en comunicación y la manipulación de la información respecto a los efectos negativos de las intervenciones, así como la presión en la toma de decisiones, generan que los miembros de estas comunidades participen en las consultas, pero en muchas ocasiones sin tener absoluta claridad del proyecto o sus implicaciones.

Como solución a esta problemática, los investigadores han propuesto la implementación de emisoras comunitarias en las cuales se promueva la oralidad de estas comunidades, para que

desde allí se presente la información necesaria de manera asequible para los miembros de la comunidad y se acompañe la consulta previa.

Dentro de sus conclusiones, los autores exponen la importancia de comprender y conocer a la comunidad, sus necesidades, su cultura y tradición con el fin de ejecutar de la mejor forma posible la consulta previa dentro de la misma. Igualmente, se resalta la importancia de respetar las creencias y los saberes de la comunidad. También se tiene en cuenta que la forma de comunicación más efectiva con las comunidades indígenas como la Barí es la oralidad por su histórica tradición, por lo cual, se plantea una solución acorde con ello. Finalmente, los autores identifican otras necesidades y otras soluciones como, en este caso, la traducción de la consulta previa en las lenguas nativas oficiales.

La investigación de Vargas y Segura (2013), permite identificar la importancia de la comunicación dentro de los procesos de participación en la sociedad, además refleja la necesidad que existe de una información verídica, imparcial y de identificar los medios de comunicación efectivos para determinada comunidad o población con la finalidad de que las decisiones que se tomen sean informadas, libres y de acuerdo con los recursos, tradiciones y necesidades de la población involucrada.

Ana María Gardeazábal (2014), politóloga de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá en su trabajo de investigación, *La influencia de la transformación hacia una democracia más competitiva en el abstencionismo y la legitimidad en Colombia (1974 – 2010)*, plantea los factores de fortalecimiento de la democracia competitiva que han surgido en el país a partir de la

creación de la Constitución Política de Colombia de 1991, los cuales han aportado a la reducción de la tendencia abstencionista y a fortalecer la legitimidad en el país.

Uno de los aportes importantes de la autora es la necesidad de hacer la diferenciación entre participación política y participación electoral. La primera, la participación política, hace referencia a aquellas actividades que no contemplan sólo el hecho de sufragar, sino que son el conglomerado de acciones ciudadanas, movilizaciones sociales, derechos de petición y el voto. La segunda, la participación electoral, se define como la participación convencional, mediante las instituciones políticas establecidas, como el voto, (Nohlen, 2004. citado en Gardeazábal, 2014: 7).

Esta diferenciación es de suma importancia para el presente trabajo en el sentido de que es necesario identificar adecuadamente qué tipo de participación tienen los jóvenes entre los 18 y 24 años de la ciudad de Bogotá, con el fin de identificar adecuadamente la problemática y crear una estrategia de comunicación que cubra en la mayor medida posible sus necesidades en cuanto a participación electoral, y que a su vez genere mayor participación electoral.

Por otra parte, la autora plantea otra diferenciación del abstencionismo debido a dos causas: el abstencionismo y el ausentismo. El primero hace referencia a un rechazo al sistema, apatía frente a los efectos del voto, rechazo a la oferta, entre otros. El segundo, por su parte, se refiere a la ineficiencia del sistema electoral, a las fallas que pueden llevar a que no haya una participación electoral, debido al desconocimiento del puesto de votación, no inscripción de la cédula, entre otros, (Tuesta, 2003. citado en Gardeazábal, 2014:10).

En esta misma investigación se evidencia el aumento de la legitimidad en el país a partir de la creación de la Constitución Política de 1991, debido a que esta permitió que todas las personas mayores de 18 años, sin discriminación de raza, género o clase social, tuvieran el derecho a participar en las votaciones, o a ejercer su derecho al voto, lo que permitió que muchas personas tuvieran participación en la delegación de poder. Adicionalmente, se permitió el incremento de la oferta de partidos políticos, lo que amplió la competencia, las opciones y la diversidad de ideología, ampliando la representación de diferentes sectores sociales y consecuentemente aportando a la reducción del abstencionismo en el país.

Finalmente, Gardeazábal (2014) resalta que el fenómeno del abstencionismo se da en todos los países que no cuentan con voto obligatorio y que esta problemática no debe ser tratada únicamente desde una posición institucionalista, es decir con nuevas normas o nuevos mecanismos de participación, sino que debe ser abordada igualmente desde la cultura, la educación y la adecuada información a la hora de llevar a cabo la participación electoral.

Con su investigación, la autora deja las puertas abiertas a nuevas formas de promover la participación electoral y reducir el abstencionismo durante las elecciones en Colombia, lo que permite pensar que esta investigación responde a las necesidades de la sociedad colombiana en el ámbito social y político.

Los autores Ilka Treminio y Adrian Pignarato (2015), politólogos y profesores de la Escuela de Ciencias Políticas de la Universidad de Costa Rica, en su investigación *Jóvenes y*

Democracia: Comportamiento electoral y actitudes políticas en Costa Rica, presentan un análisis de la relevancia que han tomado los jóvenes en el debate político y sus formas de participación en la democracia en medio de la dinámica política de Costa Rica al momento del desarrollo de la investigación.

Según los autores, las nuevas generaciones de votantes han entrado a la dinámica política en un periodo marcado por la fragmentación del sistema de partidos, el surgimiento de nuevas fuerzas electorales, la disminución de la participación electoral y el desencanto con la institucionalidad política costarricense. Estas particularidades se reflejan en gran medida en los jóvenes, quienes lo reflejan expresando y opinando a través de las nuevas formas de comunicación, haciendo uso de *internet* y nuevas formas de hacer política.

Una de las características más marcadas en los jóvenes, según estos autores, es la pérdida de compromiso con respecto a la política tradicional, lo cual pone en tela de juicio la supervivencia de las organizaciones tradicionales, puesto que se estanca el dinamismo del relevo generacional por la vía convencional de la política.

Durante las pasadas elecciones de 2014 en Costa Rica, los autores pudieron analizar que hubo un porcentaje de abstencionismo de 32%. En el segmento de personas entre los 18 y 35 años de edad, hubo una participación media (64%) menor que el total de los inscritos (68%). También fue posible analizar que los jóvenes participaron más en el área urbana que en las periferias.

Los autores, Treminio y Pignarato (2015), demuestran que las personas jóvenes usan más medios de comunicación que las personas no jóvenes para informarse; también destacan que las personas jóvenes se informan con menor frecuencia que los no jóvenes, quienes suelen informarse mayor cantidad de veces en el día.

Los medios de comunicación más usados por los jóvenes durante este periodo electoral, fueron *Facebook* con un 73% versus 30% por parte de los no jóvenes. Por su parte las noticias digitales son leídas por más del 55% de los jóvenes y por menos del 30% de los no jóvenes. Sin embargo, a pesar de las diferencias, el consumo de información por parte de medios masivos de comunicación tradicionales como la televisión, la radio, la prensa escrita y los contactos personales para informarse, tienen porcentajes muy similares.

Respecto a la participación electoral, los autores pudieron analizar que según el Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica, los jóvenes votan menos que los no jóvenes, pero son más activos en las otras formas de participación política destacando su participación a través de redes sociales, uso de banderas y/o calcomanías, participación en plazas públicas, caravanas, entre otros.

El nivel educativo de los jóvenes también representa una variable a la hora de su participación en la política puesto que los que tienen educación secundaria o menos, tienden a ser menos activos políticamente. Además, los jóvenes tienen tendencia a no involucrarse en los procesos políticos, pero reproducen sentimientos de desconfianza y tienden a ser más críticos hacia la democracia.

Esta investigación presenta un panorama a través del cual se puede hacer un primer análisis sobre la percepción de los jóvenes en Latinoamérica y frente a los procesos electorales y frente a la política. Del mismo modo, presenta el consumo de los medios de comunicación por los jóvenes respecto a los no jóvenes, lo que permite analizar más a fondo los canales de comunicación que pueden ser usados en el diseño de la estrategia de comunicación que se plantea crear.

Finalmente, la reflexión más interesante que deja la investigación de Treminio y Pignarato (2015), es que los jóvenes sí son activos en la participación política, aunque no tanto en la participación electoral; así mismo, se identifica que tienen una visión crítica de la política y que desconfían de los mecanismos de representación.

En su investigación *La descentralización crea espacios para la participación ciudadana y comunitaria en la vida pública*, Sandra Mónica Barrera (2009), de la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, hace un recorrido por la historia política de Colombia, en la cual plantea la forma en la que la participación ciudadana cobra fuerza a partir de la descentralización del gobierno.

En la investigación de Barrera (2009), evidencia que después de un siglo de centralización empezó a surgir un nuevo panorama para la participación ciudadana a partir de la elección popular de alcaldes en 1986 y posteriormente con la Constitución Política de Colombia de 1991; los cambios que tuvo la estructura del Estado llevaron a que el Estado cediera algunas

de sus funciones políticas, económicas y sociales incluyendo de manera directa e indirecta a la sociedad en la toma de decisiones.

La descentralización y la creación de cargos de elección popular a nivel local amplió la participación debido a que la ciudadanía y las comunidades ven la posibilidad de escoger a sus líderes más cercanos, quienes conocen e identifican las necesidades de la población. Al ampliarse la posibilidad de elección, también comienzan a surgir movimientos cívicos, comunitarios, religiosos y sociales dentro de las organizaciones partidistas, lo que llevó a que la participación ciudadana aumentara al momento de las elecciones.

Aunque a partir de la Constitución Política de 1991 se pretende tener un modelo de elección participativo, Barrera (2009), plantea la idea de que esta norma no se cumple en su totalidad debido a que existe por parte de los ciudadanos la necesidad de participar y creer en las ventajas que les brinda su participación representada en la elección popular local y nacional.

Para la autora, la sociedad colombiana actualmente tiene necesidad de que se promueva la participación política desde las organizaciones no gubernamentales, para que haya un interés verdadero y consecuentemente una gran intervención; según Barrera (2009), es necesario realizar cierta cantidad de reformas en búsqueda de la solución a las problemáticas, pero también es necesario crear una nueva cultura en la cual el derecho a la participación se desarrolle con consciencia de manera libre e informada.

En adición a lo anterior, Barrera (2009) plantea en su investigación la descentralización como creadora de espacios para la paz si se les ofrece a los actores que estuvieron en medio de la guerra la posibilidad de representar sus ideales por medio de las urnas, tal y como se desarrolla en la actualidad con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC-EP), actualmente Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común, su partido político.

Entonces, se puede afirmar que la descentralización goza de muchas ventajas respecto a la participación ciudadana, ya que abre espacios para que las comunidades se autogobierren a través de sus líderes locales, lo que en cierta medida garantiza la efectividad de los procesos de participación, puesto que se lleva a cabo con las personas más interesadas en la vida pública local y regional.

En la Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, Ana María Arias y Sara Victoria Alvarado (2015), con su artículo *Jóvenes y política: de la participación formal a la movilización informal*, buscan comprender a los jóvenes planteando tres perspectivas bio-psicoevolutiva, socio histórica y cultural-política, teniendo así un análisis completo que permita conocer la realidad de los jóvenes respecto a la participación política.

El primer enfoque, **bio-psicoevolutivo** hace referencia a la juventud como dimensión cronológica que supone muchos años de vida; lo que desde una perspectiva más psicológica hace referencia a las transformaciones por las que atraviesa cada sujeto respecto a la concepción de sí mismo y las relaciones con otros.

El segundo enfoque, **socio histórico**, tiene una característica social, ya que centra su análisis en la posición del sujeto en el entramado de relaciones sociales, reconociéndolos como sujetos que están en medio de un contexto determinado, ubicados en un lugar y tiempo específicos. El tercer enfoque, **cultural-político**, plantea que existen dos tipos de juventudes: una mayoritaria, precarizada, desconectada de la sociedad de la información y de las instituciones y servicios de seguridad (educación, salud y trabajo) y otra minoritaria, incorporada en los círculos de seguridad y con la capacidad de elegir.

Los enfoques de juventud mencionados anteriormente abren paso a las percepciones de algunos teóricos como Pérez (1998) (citado por Arias y Alvarado, 2015: 583) quien percibe a la juventud como un conjunto de características que evidencian un deseo de rejuvenecer la cultura en tanto vigor, espontaneidad, nuevas tecnologías, entre otras. Como Pérez son muchos los teóricos que relacionan la juventud con un cambio social que surge a partir de sus necesidades insatisfechas y la desesperanza que existe en cuanto al panorama electoral.

Los modos de participación de los jóvenes se alejan de las formas convencionales y formales de participación debido a que tienen sentimientos de apatía y desconfianza hacia las instituciones políticas y sus representantes. Así mismo, algunos pensadores sugieren que los jóvenes relacionan la política con el gobierno, con la toma de decisiones y la organización pública razón, por la cual, lo han deslegitimado y no sienten confianza o identificación con estos.

Respecto a la participación electoral, existen variables determinantes para la participación de los jóvenes. Una de las variables más relevantes según Sabucedo (1996), (citado por Arias y

Alvarado, 2015) es la educación, puesto que despierta inquietudes, preocupaciones éticas y de responsabilidad social por el mundo en el que viven. Esta afirmación ayuda a ampliar la percepción de los jóvenes entre 18 y 24 años, en etapa universitaria y objeto de estudio de la presente investigación, quienes según Sabucedo (1996) (citado por Arias y Alvarado, 2015) presentan una variable de mayor interés en la participación política y una percepción mayor de responsabilidad por el mundo en el que viven.

Una de las principales características de la participación política en los jóvenes ha sido el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) estas tecnologías han permitido que los jóvenes se involucren con las decisiones que se toman en sus contextos. Además, los espacios digitales o virtuales favorecen la modificación en hábitos y procesos tanto individuales como sociales, por lo cual, las *ciberculturas* son el espacio propicio para comprender las expresiones juveniles.

Finalmente, los jóvenes no son apáticos o desinteresados frente a la política por el hecho de que tengan una participación alejada de los escenarios formales de participación; por el contrario, es necesario traspasar esos escenarios y analizar en profundidad las posturas críticas que tienen los jóvenes frente a los modelos políticos tradicionales para comprender la razón de su comportamiento; además es necesario tener en cuenta los nuevos espacios de participación que facilitan las nuevas tecnologías para los jóvenes, sus hábitos y percepciones frente a la política.

Pierre Andrés Luna (2010), investigador de la Universidad Javeriana, presenta en su tesis doctoral *Participación ciudadana de lo consultivo a lo resolutivo* un análisis de la democracia

participativa desde la promulgación de la Constitución Política de Colombia de 1991. Luna (2010), plantea que el ejercicio propio de la participación en el país tiene tendencia a ser consultiva más que resolutive, es decir, existe un vacío entre las decisiones de los ciudadanos y la respuesta que asume el gobierno frente a las mismas. Así mismo, el autor pretende evidenciar las ventajas y desventajas para la sociedad civil de la no obligatoriedad en la toma de decisiones de la participación ciudadana en Colombia.

De acuerdo a lo anterior, los procesos de participación de los ciudadanos buscan influir en los procesos de toma de decisiones, lo cual no permite el modelo consultivo que ofrece la participación ciudadana en miras a garantizar el ejercicio de sus derechos a los ciudadanos y el cumplimiento de sus deberes, lo que en conclusión no muestra una inclusión efectiva de los ciudadanos frente al ejercicio de gobernabilidad en el país.

El presente análisis de Luna (2010), respecto al modelo de participación consultivo del país, permite pensar que esta puede ser una de las causas del abstencionismo debido a la sensación que puede producir en la sociedad el ejercer su derecho al voto y expresar determinada posición y, aun así, se tome una decisión diferente. Como resultado se podría obtener un ambiente de inconformidad en los ciudadanos y la percepción de que su participación es ignorada, lo que podría generar que no quieran volver a participar, es decir, se produce a gran escala el abstencionismo.

Si bien lo consultivo es la problemática, Luna (2010), presenta lo resolutive como el deber ser de la participación ciudadana puesto, que implica intervención obligante para la

administración. Este tipo de participación va más allá de dejar totalmente la toma de decisiones en las manos de la ciudadanía; se trata de permitir que los integrantes de la comunidad manifiesten su opinión, hablen de sus necesidades y que estas tengan incidencia en la toma de decisiones, para que se logren concretar propuestas y dar solución a las problemáticas de las comunidades.

Luna (2010), afirma que existen dos percepciones radicales sobre la participación ciudadana; la de los líderes que afirman que “si la participación ciudadana no es decisoria, no es participación”, y la de los políticos, “hay que fortalecer la representación y debilitar la participación ciudadana.” (Luna, 2010: 89). Así mismo, Luna (2010) afirma que estas dos opiniones tan opuestas generan equívocos sobre la participación ciudadana en la sociedad civil, por lo cual es necesario buscar la convergencia de estas percepciones, respetando la representación y la participación ciudadana y creando una nueva visión que fortalezca la democracia.

Finalmente, el autor plantea que la solución no es cambiar a un modelo de participación totalmente resolutivo, sino ampliar los medios, canales y espacios en los cuales los ciudadanos pueden pronunciarse al respecto de los temas de interés en la sociedad, y plantea que es necesario que haya una comunicación constante entre poderes y que, dentro de estos poderes, el Estado sea cuidador y facilitador de los intereses del país.

Capítulo II Marco Legal

Al tratar el tema de jóvenes, resulta esencial contemplar la Ley Estatutaria 1622 de 2013, “por medio de la cual se expide el estatuto de ciudadanía juvenil y se dictan otras disposiciones”. Esta norma se creó teniendo en cuenta, según se explica en su introducción, que el 27% de la población colombiana está conformada por jóvenes, por lo cual, dicho grupo tiene una gran responsabilidad en la construcción de “una sociedad educada, con equidad social y paz”. La ley pretende establecer un marco institucional para garantizar a la juventud el ejercicio de la ciudadanía y fortalecer sus capacidades y condiciones en el acceso a la vida democrática de la nación.

El artículo 5 de dicha ley define como joven a “Toda persona entre 14 y 28 años cumplidos en proceso de consolidación de su autonomía intelectual, física, moral, económica, social y cultural hace parte de una comunidad política y en ese sentido ejerce su ciudadanía”, (Congreso de la República, 2013).

Por otro lado, contempla, respecto a la participación ciudadana que: “La población joven del país tiene derecho a vincularse a los procesos de toma de decisiones que le conciernen o que afecten directa o indirectamente la obtención de condiciones de vida digna, así como a tomar parte en los diversos aspectos de la vida socioeconómica, tanto en su relación con el Estado, como con otros actores sociales”, (Congreso de la República, 2013).

Dentro de las “Medidas de promoción” no solo se contempla la participación política, sino también la paz, para el logro de la cual se considera a los jóvenes como actores clave: “El Estado promoverá políticas, planes y proyectos desde el enfoque de seguridad humana y diferencial que promuevan la convivencia y la paz. En este sentido impulsará la creación de espacios para la participación de las juventudes en la construcción de una cultura de paz”, (Congreso de la República, 2013).

El Plan de Desarrollo Distrital ‘Bogotá Mejor Para Todos’, que entró en vigencia el 9 de junio de 2016, contempla el tema de los jóvenes concretamente en el Capítulo II: Igualdad de calidad de vida; en el artículo 10 se estipula que busca fortalecer las capacidades, potencialidades y oportunidades de la población desde la gestación hasta la adolescencia. Por otra parte, en el artículo 16 se plantea que busca brindar a los jóvenes el acceso a la Educación Superior de calidad, con el fin de que tengan mayores oportunidades para conseguir una mejor calidad de vida.

Con respecto a la participación ciudadana resulta particularmente interesante el Capítulo IV: Construcción de Comunidad y Cultura Ciudadana, el cual “se enfoca en aumentar el cumplimiento de la ley y la cooperación de la ciudadanía, consolidando espacios seguros y confiables para la interacción de la comunidad (...) con el fin de transformar a Bogotá en una ciudad líder en la promoción de cultura ciudadana”, (Alcaldía de Bogotá, 2016).

En cuanto a la paz, el artículo 33 pretende “consolidar a la ciudad como un referente de paz y reconciliación que brinda atención prioritaria, oportuna, eficaz y eficiente a las víctimas del

conflicto armado, desmovilizados, ex integrantes de la fuerza pública, y que genera las oportunidades suficientes para que toda persona que habita en ella pueda disfrutarla en condiciones de paz y equidad, respetando todo tipo de diversidad en razón a su pertenencia étnica, edad, sexo, orientación sexual, identidad de género y condición de discapacidad”, (Alcaldía de Bogotá, 2016).

Resulta imposible hablar de democracia sin mencionar la participación ciudadana y, paradójicamente, es un concepto relativamente nuevo. El primer rastro de esta idea se remonta a 1789 en Francia, con la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, documento en el cual se estipula, en el artículo XV que, “la sociedad tiene derecho a pedir a todos sus agentes cuentas de su administración”.

Sin embargo, es sólo hasta 1948 con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, adoptada por la Asamblea General de Naciones Unidas, cuando se amplía el concepto, dejando de limitarse a una mera rendición de cuentas, incluyendo la posibilidad de participación de cualquier persona en el gobierno. En el artículo 21 se establece:

“Toda persona tiene derecho a participar en el gobierno de su país, directamente o por medio de representantes libremente escogidos. Toda persona tiene el derecho de acceso, en condiciones de igualdad, a las funciones públicas de su país. La voluntad del pueblo es la base de la autoridad del poder público; esta voluntad se expresará mediante elecciones auténticas que habrán de celebrarse periódicamente, por sufragio universal e igual y por voto secreto u otro

procedimiento equivalente que garantice la libertad del voto”, (Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948).

Posteriormente, los preceptos estipulados en dicha declaración fueron ratificados y ampliados por el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos firmado en 1966, el cual afirma en el artículo 25 que:

“Todos los ciudadanos gozarán, sin ninguna de las distinciones mencionadas en el artículo 2, [etnicidad, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social] y sin restricciones indebidas de los siguientes derechos y oportunidades.

- a) Participar en la dirección de los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes libremente elegidos.
- b) Votar y ser elegidos en elecciones periódicas, auténticas, realizadas por sufragio universal e igual y por voto secreto que garantice la libre expresión de la voluntad de los electores;
- c) Tener acceso, en condiciones generales de igualdad, a las funciones públicas de su país”, (Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1966).

Si bien en los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), establecidos en 2000, no se plantea la participación ciudadana en ninguno de los puntos, este concepto sí hace parte de los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), postulados en 2015 y que determinan la

agenda del desarrollo hasta el 2030, en el apartado 16, llamado “Paz, justicia e instituciones solidarias”.

Dice el apartado 16 de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles: “Se busca promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles”, (Objetivos de Desarrollo sostenible, 2015).

Dentro de las metas de este postulado, se pretende fortalecer las instituciones nacionales para que sean eficaces, responsables y transparentes, al igual que “garantizar la adopción de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades a todos los niveles”, (ODS, 2015).

En lo que respecta al continente americano, se encuentra que el concepto fue desarrollado en la Convención Interamericana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José), en 1969, el cual expresa y ratifica para los países de este continente lo estipulado en los pactos internacionales, en el artículo 23, que los ciudadanos deben gozar de los siguientes derechos políticos:

Participar en la dirección de los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes libremente elegidos. Votar y ser elegidos en elecciones periódicas auténticas, realizadas por sufragio universal e igual y por voto secreto que garantice la libre expresión de la voluntad de los electores y tener acceso, en condiciones generales de igualdad, a las funciones públicas de su país, (Pacto de San José, 1969, artículo 23).

La Carta Democrática Interamericana, concertada en (2001), establece en el artículo 2, que “la democracia representativa se refuerza y profundiza con la participación permanente, ética y responsable de la ciudadanía en un marco de legalidad conforme al respectivo orden constitucional”. Este documento en particular hace hincapié en el rol de la ciudadanía para el fortalecimiento de la democracia:

La participación de la ciudadanía en las decisiones relativas a su propio desarrollo es un derecho y una responsabilidad. Es también una condición necesaria para el pleno y efectivo ejercicio de la democracia. Promover y fomentar diversas formas de participación fortalece la democracia, (2001, Artículo 2).

En cuanto a Colombia, la participación ciudadana está contemplada en la Constitución Política de 1991. En el Título I, que versa sobre “Los principios fundamentales”, se establece, en el artículo 1, que “Colombia es una Estado social de derecho [...] democrática, participativa y pluralista”. Esta afirmación ya implica que el Estado se sustenta sobre el ejercicio democrático y, por ende, sobre la participación política de sus miembros. En el artículo 2, se postula que es un fin esencial del Estado “facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación”. También, para dar mayor relevancia al concepto mencionado, el artículo 3, declara que “la soberanía reside exclusivamente en el pueblo del cual emana el poder público. El pueblo la ejerce de forma directa o por medio de sus representantes, en los términos que la Constitución establece”.

Es claro como este primer apartado recoge y reafirma lo dicho por la comunidad internacional reconociendo la participación ciudadana como un derecho fundamental e inalienable de los miembros de la nación colombiana. El Título II, “De los derechos, las garantías y los deberes”, profundiza en el aspecto y los mecanismos de participación ciudadana, en los artículos 23, 37, 38, 39, 40, 41, 45, 57, 68, 78, 79 y 95, entre los cuales se destacan, por ser especialmente pertinentes al tema tratado, los siguientes:

Artículo 23. Toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades por motivos de interés general o particular y a obtener pronta resolución. El legislador podrá reglamentar su ejercicio ante organizaciones privadas para garantizar los derechos fundamentales.

Artículo 37. Toda parte del pueblo puede reunirse y manifestarse pública y pacíficamente. Sólo la ley podrá establecer de manera expresa los casos en los cuales se podrá limitar el ejercicio de este derecho.

Artículo 40. Todo ciudadano tiene derecho a participar en la conformación, ejercicio y control del poder político. Para hacer efectivo este derecho puede:

1. Elegir y ser elegido.
2. Tomar parte en elecciones, plebiscitos, referendos, consultas populares y otras formas de participación democrática.
3. Constituir partidos, movimientos y agrupaciones políticas sin limitación alguna; formar parte de ellos libremente y difundir sus ideas y programas.

4. Revocar el mandato de los elegidos en los casos y en la forma que establecen la Constitución y la ley.
5. Tener iniciativa en las corporaciones públicas.
6. Interponer acciones públicas en defensa de la Constitución Política y de la ley.
7. Acceder al desempeño de funciones y cargos públicos, salvo los colombianos, por nacimiento o por adopción, que tengan doble nacionalidad. La ley reglamentará esta excepción y determinará los casos a los cuales ha de aplicarse.

Artículo 95. La calidad de colombiano enaltece a todos los miembros de la comunidad nacional. Todos están en el deber de engrandecerla y dignificarla. El ejercicio de los derechos y libertades reconocidos en esta Constitución implica responsabilidades. El ejercicio de las libertades y derechos reconocidos en esta Constitución Política implica responsabilidades, (Constitución Política de Colombia, 1991).

El artículo 40 resulta destacable, en cuanto establece las formas en que los ciudadanos pueden ejercer su derecho a la participación política. Del mismo modo, vale la pena estudiar en detalle el artículo 95, sobre todo en lo que respecta a las responsabilidades que implica el derecho a la participación. En este punto se explica que son deberes del ciudadano el respeto a los derechos ajenos (al igual que no abusar de los propios), el obrar según el principio de solidaridad, respetar a las autoridades legítimamente constituidas, defender los derechos humanos, participar en la vida política y cívica del país, propender por el mantenimiento y logro

de la paz, colaborar con la justicia, proteger los recursos naturales y culturales, y el contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado.

En cuanto a los mecanismos de participación, estos se encuentran agrupados y explicados en el Título IV, que trata sobre “La participación democrática y los partidos políticos”, en los artículos 103, 104, 105 y 106, que estipulan:

Artículo 103. Son mecanismos de participación del pueblo en ejercicio de su soberanía: el voto, el plebiscito, el referendo, la consulta popular, el cabildo abierto, la iniciativa legislativa y la revocatoria del mandato. La ley los reglamentará.

El Estado contribuirá a la organización, promoción y capacitación de las asociaciones profesionales, cívicas, sindicales, comunitarias, juveniles, benéficas o de utilidad común no gubernamentales, sin detrimento de su autonomía con el objeto de que constituyan mecanismos democráticos de representación en las diferentes instancias de participación, concertación, control y vigilancia de la gestión pública que se establezcan.

Artículo 104. El presidente de la República, con la firma de todos los ministros y previo concepto favorable del Senado de la República, podrá consultar al pueblo decisiones de trascendencia nacional. La decisión del pueblo será obligatoria. La consulta no podrá realizarse en concurrencia con otra elección.

Artículo 105. Previo cumplimiento de los requisitos y formalidades que señale el estatuto general de la organización territorial y en los casos que éste determine, los gobernadores y

alcaldes según el caso, podrán realizar consultas populares para decidir sobre asuntos de competencia del respectivo departamento o municipio.

Artículo 106. Previo el cumplimiento de los requisitos que la ley señale y en los casos que ésta determine, los habitantes de las entidades territoriales podrán presentar proyectos sobre asuntos que son de competencia de la respectiva corporación pública, la cual está obligada a tramitarlos; decidir sobre las disposiciones de interés de la comunidad a iniciativa de la autoridad o corporación correspondiente o por no menos del 10% de los ciudadanos inscritos en el respectivo censo electoral; y elegir representantes en las juntas de las empresas que prestan servicios públicos dentro de la entidad territorial respectiva (Constitución Política de Colombia, 1991).

Otros apartados relacionados con la participación ciudadana son el artículo 99, en el Título III (De los habitantes y el territorio), el artículo 170, en el Título VI (De la rama legislativa), los artículos 258, 259, 260, 263 y 265, en el Título IX (De las elecciones y la organización electoral), el artículo 270, el Título X (De los organismos de control), el artículo 342 y 369, en el Título XII (Del régimen económico y de la hacienda pública), y los artículos 374, 375, 376, 377, 378 y 379, en el Título XIII (De la reforma de la Constitución). Se ha hecho referencia a la información anterior para hacer énfasis en la importancia dada por el Estado colombiano a la participación ciudadana en lo concerniente a la vida civil y pública del país.

En cuanto a los mecanismos de participación ciudadana, además de la Constitución Política, una serie de leyes y decretos se han establecido y desarrollado a lo largo de los años, tal

como lo explica el Ministerio de Educación, con el fin de fortalecer los derechos y deberes de los ciudadanos. Entre ellos:

- Ley 734 de 2002 (Nuevo Código Único Disciplinario).
- Ley 962 de 2005 (Ley Antitrámites).
- Ley 850 de 2003 (Reglamenta las Veedurías Ciudadanas).
- Ley 689 de 2001 -
(Modifica parcialmente la ley 142 de 1994, ley de Servicios Públicos Domiciliarios).
- Ley 489 de 1998 (Sistema de Desarrollo Administrativo).
- Ley 472 de 1998 (sobre las Acciones Populares y de Grupos).
- Ley 393 de 1997 (Acción de Cumplimiento).
- Ley 80 de 1993 (sobre Contratación).
- Ley 1150 de 2007 (Modifica la ley 80 de 1993 – contratación estatal).
- Ley 134 de 1994 (Normas de Mecanismos de Participación Ciudadana).
- Ley 142 de 1994 (Servicios Públicos Domiciliarios).
- Ley 152 de 1994 -
(Ley Orgánica del Plan de Desarrollo y Ley de Planeación Participativa).
- Ley 87 de 1993 (Control Interno).
- Ley 190 de 1995 (Estatuto Anticorrupción).
- Decreto 2232 de 1995 (Reglamentario de la ley 190 de 1995).
- Decreto 1429 de 1995 (Reglamentario de la ley 142 de 1994).
- Decreto 2591 de 1991 -

(Por medio del cual se desarrolla el artículo 86 de la Constitución Política sobre la Acción de Tutela).

- Decreto 306 de 1992 -

(Por medio del cual se desarrolla el artículo 86 de la Constitución Política sobre la Acción de Tutela).

- Decreto 1382 de 2000 -

(Por medio del cual se desarrolla el artículo 86 de la Constitución Política sobre la Acción de Tutela).

- Directiva Presidencial No. 10 de 2002 -

(Para la eficiente participación y control social a la gestión administrativa).

Sin embargo, en 2015 se creó la Ley Estatutaria 1757 de Participación Ciudadana, la cual, como lo explica el Ministerio del Interior, plantea la organización y gestión de la participación ciudadana en tres pilares: los mecanismos de participación (consulta popular, cabildo abierto, plebiscito, referendo, iniciativa popular, revocatoria de mandato y voto); la rendición pública de cuentas y el control social a lo público, que busca hacer transparente la gestión de la administración, permitiendo a cualquier ciudadano hacer consultas sobre temas del manejo de los recursos estatales, y la coordinación para la participación ciudadana, por la cual se creó el Consejo Nacional de Participación Ciudadana, que reúne al Ministerio del Interior, al Departamento Nacional de Planeación, un representante por las gobernaciones, un representante por las alcaldías y líderes de las diversas organizaciones de la sociedad civil.

La legislación, y las normas nacionales e internacionales son importantes conocerlas cuando se trata de diseñar mensajes de comunicación pedagógicos, porque se trata no solo de aplicar los contenidos en este caso relacionados a la participación política del ciudadano, sino comprender y aprender la historia del país y su camino hacia la democracia y la importancia del voto ciudadano en el co-gobierno de un país y en la toma de decisiones en este caso para conservar una paz estable y verdadera. De allí la búsqueda de información que se refleja en este capítulo.

Capítulo III Marco Teórico

Para este estudio se realiza un recorrido por los aportes que distintos teóricos han realizado en los temas identificados para este trabajo como es la participación, la comunicación pedagógica, la comunicación para el desarrollo, los medios masivos de comunicación, las redes sociales, estrategia de comunicación, organizaciones sin ánimo de lucro y otros.

Mecanismos de participación y derecho al voto

El artículo 258 de la Constitución Política de Colombia plantea que “el voto es un derecho y un deber colombiano, el Estado velará porque se ejerza sin ningún tipo de coacción en forma secreta por los ciudadanos en cubículos individuales instalados en cada mesa de votación sin perjuicio del uso de medios electrónicos o informáticos”, (Constitución Política de Colombia, 1991).

Teniendo en cuenta lo anterior, el voto es un derecho que está garantizado para todos los ciudadanos colombianos mayores de 18 años en la búsqueda de que participen en la toma de decisiones del país con el fin de garantizar este derecho a los ciudadanos se ha creado por medio del artículo 103 de la Constitución Política de Colombia los mecanismos de participación del pueblo para ejercer soberanía, cada uno de esos mecanismos tiene un objetivo específico, los cuales se presentan a continuación.

- **Plebiscito:** Es el pronunciamiento del pueblo, convocado por el presidente de la República para apoyar o rechazar una determinada decisión del ejecutivo.
- **Voto:** Es el acto mediante el cual un ciudadano participa de manera activa en la elección de las personas que quieren que las representen o en la adopción de una decisión, pronunciándose en uno u otro sentido. Este puede ser válido, nulo o en blanco.
- **Consulta popular:** Mediante esta institución, una pregunta de carácter general, sobre un asunto de trascendencia nacional, departamental, municipal, distrital o local, es sometida, por el presidente, el gobernador o el alcalde (según el caso) a consideración del pueblo, para que este se pronuncie al respecto. Es importante tener en cuenta que la decisión del pueblo es obligatoria.
- **Cabildo abierto:** Es la reunión pública de los concejos distritales, municipales y de las juntas administradoras locales para permitir la participación directa de los habitantes y discutir asuntos de interés para la comunidad.
- **Referendo:** Es la convocatoria que se le hace al pueblo para que apruebe o rechace un proyecto de norma jurídica, o derogue o no una norma ya vigente. Puede ser nacional, regional, departamental, distrital, municipal o local.
- **Iniciativa popular:** Es el derecho de un grupo de ciudadanos de presentar proyectos de ley y de acto legislativo.
- **Revocatoria de mandato:** Es el derecho por medio del cual los ciudadanos dan por terminado el mandato que le han conferido a un Gobernador o un Alcalde.

En el marco del presente trabajo es importante comprender los mecanismos de participación de acuerdo a como lo estipula la Constitución Política, porque permite comprender la importancia del plebiscito que se realizó el pasado 02 de octubre de 2016 y el papel fundamental que juega la comunicación en este tipo de mecanismos de participación que muchas personas no conocen y, por tanto, no saben cómo funciona o cuál es su objetivo.

Teniendo en cuenta las definiciones presentadas anteriormente, la consulta realizada para conocer si los colombianos aprobaban o no el Acuerdo de Paz que resultó de los diálogos entre las FARC-EP y el Gobierno es un plebiscito, ya que buscaba la aprobación de los ciudadanos para su implementación y fue convocado por el presidente de la República.

En ese sentido y en la posibilidad de que se obtuviera un acuerdo de similares características a este Acuerdo de Paz, después de los diálogos entre el Gobierno y el ELN, se buscaría la aprobación de los ciudadanos a través de un plebiscito, puesto que es este el mecanismo de participación que permite apoyar o rechazar determinadas decisiones que se han tomado o se podrían tomar por el Gobierno en el poder.

Participación Ciudadana

Según la Constitución Política de Colombia es:

“El pueblo de Colombia en ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación y asegurar a sus integrantes

la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana”, (Constitución Política de Colombia, 1991).

Teniendo en cuenta lo anterior, Colombia es un Estado que funciona bajo un sistema democrático, cuya característica principal es la participación ciudadana que busca promover una sociedad activa que participe en los asuntos que los afectan, sin embargo, la participación ciudadana es un concepto que va mucho más allá.

Según Alberich (2004), “la participación ciudadana es el conjunto de actividades, procesos y técnicas por los que la población interviene en los asuntos públicos que les afectan. Es una “nueva política” que incorpora las necesidades de los ciudadanos para dotar de mayor viabilidad y eficacia a las administraciones públicas”, (Alberich, citado por Hernández, 2010: 8).

Teniendo en cuenta la definición de Alberich (2004), la participación ciudadana es un “conjunto de actividades”, en Colombia ese “conjunto” hace referencia a los dos canales fundamentales a través de los cuales se puede poner en práctica la participación, el primero es a través de la representación y el segundo el de la participación directa.

La participación desde la representación permite que los ciudadanos colombianos escojan a los representantes que se encargarán de la toma de decisiones, estos representantes deben estar agrupados en organizaciones políticas denominadas partidos o movimientos políticos. La función de dichos partidos equivalen a una garantía para los electores de que la labor de esa persona como representante en el gobierno tendrá los mismos propósitos y principios que el partido al que hace parte.

Por su parte, la participación directa se materializa a través de las formas de participación de estudiantes, jóvenes y trabajadores, en la fiscalización y vigilancia de la gestión pública, en los mecanismos judiciales para la protección de intereses públicos y en los mecanismos de participación, que permiten que cada ciudadano pueda realizar su labor participativa en la elección de sus representantes, y la toma de decisiones.

En este sentido, la participación ciudadana es el espacio y el mecanismo que el Estado pone a disposición de la ciudadanía para que aporten a la toma de decisiones del país. En el caso directo del *Plebiscito para la paz*, el Gobierno, en cumplimiento al artículo 258 de la Constitución Política de Colombia, el derecho al voto, puso a disposición de los ciudadanos la posibilidad de participar en la aprobación de los Acuerdos de Paz firmados en Cartagena el 26 de septiembre de 2016, haciendo uso de uno de los mecanismos de participación, de acuerdo con el sistema democrático bajo el que funciona el país.

El concepto de participación ciudadana es clave para el presente trabajo debido a que es necesario reforzar la idea que más que un derecho, es una responsabilidad de los ciudadanos para con el país y, además, es importante que los jóvenes conozcan que a partir de estos tipos de participación que son garantizados por el Estado, es posible conseguir un cambio en la política tradicional, pero que dicho cambio sólo es viable si se gesta desde la misma sociedad.

Two-Step Flow Communication

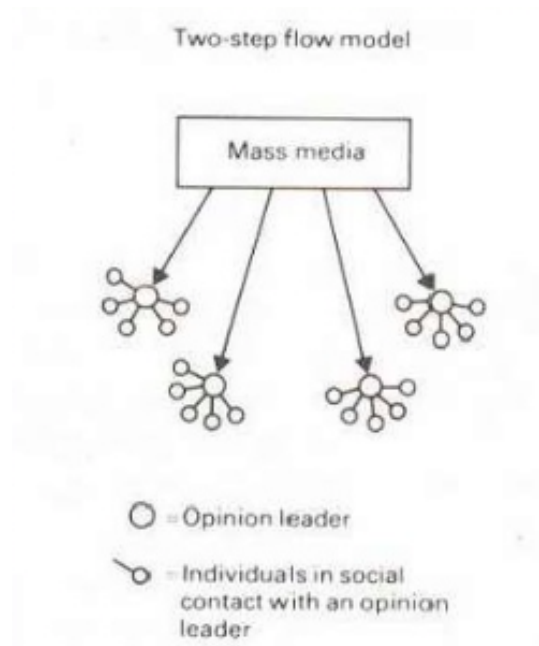
El *Two-step flow communication*, o “doble flujo de la comunicación, es un modelo basado en la influencia social que los líderes de opinión tienen sobre las masas. Este modelo fue propuesto en 1955 por Paul Lazarsfeld y Elihu Katz, y plantea que los efectos de los medios de comunicación en la sociedad son presentados a las masas a través de los líderes de opinión de manera indirecta.

En otras palabras, la teoría del *Two-step flow communication* plantea que los medios de comunicación transmiten la información a “líderes de opinión”, definidos como personas más activas, participativas y sensibles frente a los intereses del grupo o sociedad los líderes de opinión no son necesariamente personas famosas o de reconocimiento público, sino que puede tratarse de un maestro, un miembro de la familia, un conocido, entre otros.

En ese sentido, los líderes de opinión juegan un papel fundamental en la formación de opinión, puesto que son quienes reciben la información, la analizan, la traducen y, posteriormente, la exponen a su círculo cercano o a la sociedad de la que hacen parte,

favoreciendo a que los miembros de esa sociedad comprendan de forma más precisa lo que se ha comunicado a través de los medios masivos de comunicación.

Gráfico 1. Two-step flow model



Fuente: *Two-step flow theory Slide Share*

<https://es.slideshare.net/newmediatheory/twostep-flow-theory>

Teniendo en cuenta lo planteado por el modelo de comunicación *Two-step Flow Communication*, se puede analizar que la labor de los medios de comunicación no se cumple del todo sin una intervención de los líderes de opinión, quienes desarrollan una comunicación directa con los públicos, que les permite influenciarlos con mayor facilidad, es decir, aportar a que estos conozcan la información, la relacionen con su entorno y creen su propia opinión.

En ese sentido, esta teoría permite considerar oportuno plantear una estrategia de comunicación que busque solucionar las problemáticas a través de un modelo de comunicación interpersonal que vaya más allá de la información compartida desde los medios masivos de comunicación, es decir, es necesario aprovechar las habilidades y características de los líderes de opinión para ayudar a que los jóvenes participen activamente en los procesos electorales de forma informada, y para esto es necesario implementar el Modelo de Interlocución I-M-I, en el cual se establece un diálogo entre interlocutores.

Modelo de Interlocución, I-M-I

El modelo teórico de la información planteado por Shannon y Weaver (1938) se desarrolló durante la Segunda Guerra Mundial; este modelo de comunicación vertical y autoritario se construyó con un *emisor*, un *medio* y un *receptor*.

En este modelo el *emisor* es quien tiene totalmente el poder de seleccionar, destacar, presentar o no determinados contenidos; además, se percibe al *receptor* como un objeto que sólo tiene la capacidad de acatar la orden que recibe, dado que se este modelo se desarrollo en una estructura militar.

A partir de las experiencias en el campo de la Comunicación para el desarrollo en América Latina, Asia y África, Calvelo (2003) plantea un nuevo modelo de comunicación más cercano a un proceso participativo de comunicación horizontal, en el cual emisor y receptor dialogan en forma horizontal; ese diálogo es de doble vía, y el emisor y receptor, llamados para

este modelo *interlocutores*, construyen el mensaje de acuerdo con sus símbolos y sus códigos; además, identifican el momento de aplicarlo según sus necesidades y sus tiempos.

Gráfico 2. Modelo de comunicación I-M-I



Fuente: Calvelo y Gaviria, (2003).

En el marco de la Comunicación para el desarrollo, este modelo ofrece una comunicación eficiente que permite al comunicador participar en la mejora de las condiciones de los sujetos compartiendo y recuperando tanto los saberes ancestrales como los valores culturales. En ese sentido, en este modelo “sólo hay comunicación si los mensajes que intercambian los interlocutores son el producto de un trabajo conjunto, coordinado por el comunicador para el desarrollo” (Calvelo, 2003).

Los resultados obtenidos con la aplicación del modelo I-M-I muestra que aplicándolo se pueden producir mensajes con un elevado nivel de eficiencia pedagógica y comunicativa, lo cual

es de gran relevancia para el campo de la Comunicación para el desarrollo, porque permite al comunicador satisfacer las necesidades de una sociedad. En ese sentido, este modelo de comunicación es el más apropiado para la presente estrategia de comunicación, debido a que esta requiere gran eficiencia pedagógica y comunicativa con el fin de construir de la mano de los jóvenes las soluciones para reducir el abstencionismo y promover la participación libre, consciente, pero sobre todo informada.

Es importante tener en cuenta que los jóvenes entre los 18 y 24 años son un público que tiene unos ideales críticos respecto a la política y formas de participación diferentes a las tradicionales, por lo cual es clave escuchar sus ideas y analizar su participación para que sus ideales se reflejen en las decisiones del Estado.

Comunicación pedagógica

La comunicación pedagógica o educativa es una de las variantes de la comunicación interpersonal que tiene gran efecto instructivo y educativo dentro de todos los ámbitos del ser humano, familiar, educativo, social, y aunque en el ámbito escolar es donde se adquiere un mayor potencial formativo y desarrollador, su principal labor se lleva a cabo en la sociedad, (Ortiz, E. 1994).

Este tipo de comunicación tiene cierto carácter obligatorio, puesto que es el medio por el cual el “docente” puede aportar de manera constante en el proceso de aprendizaje de su alumno, y conseguir que este comprenda la totalidad de los conceptos o de la información.

Como se expuso anteriormente, la comunicación pedagógica no es válida únicamente en el ámbito de la educación sino también en el ámbito social, es allí donde es posible usar este concepto para el planteamiento de la presente estrategia de comunicación que permita usar líderes de opinión y nuevas herramientas de comunicación para formar a los jóvenes en temas políticos, específicamente en el caso de que se llevara a cabo un plebiscito por la paz como resultado de los diálogos de paz con el ELN.

Según Laverde (2009), la comunicación pedagógica es un elemento transformador de la práctica educativa y tiene dos enfoques: el primero, el *conductista* es considerado como el modelo tradicional debido a que concentra el poder y la autoridad en el docente y percibe a los estudiantes como receptores pasivos, debido a que es el docente el que enseña, dirige el aprendizaje y evalúa a los estudiantes.

El segundo enfoque presentado por Laverde es el enfoque *dialéctico*, cuyo propósito es la construcción de significados compartidos entre el docente y el estudiante, quienes estimulan el pensamiento, la capacidad de resolución de problemas, la curiosidad, ayudando a crear un pensamiento crítico y reflexivo que lleve a la acción.

Teniendo en cuenta lo anterior, la comunicación pedagógica es un concepto que está directamente ligado con los objetivos de la presente investigación, ya que usándolo desde el enfoque *dialéctico* permite que los jóvenes, además de aprender e interiorizar la importancia de

la política, comprendan y analicen sus conceptos de forma crítica y, consecuentemente, se formen para una participación más activa en la toma de decisiones sobre los rumbos del país.

Teoría *Agenda Setting*

La teoría de la *Agenda Setting*, o teoría del Establecimiento de la Agenda, plantea que los medios de comunicación masiva escogen los temas para su información, y dicha intervención no se limita a la selección del tema, sino también prioriza el orden de los temas según su importancia, y la forma en que serán transmitidos, de manera que los medios de comunicación pueden afectar de esta manera directamente la opinión de los públicos a los que se dirigen.

Según Mauro Wolff (1987), la idea central de esta teoría es la capacidad que tienen los medios de comunicación de modificar la comprensión de la realidad social de la gente.

Una de las aclaraciones importante frente a esta teoría es que los medios de comunicación no ayudan a generar opinión diciendo a los públicos qué pensar, qué apoyar o qué creer, por el contrario, sólo el manejo de la información que se presenta ayuda a la toma de decisiones de los públicos.

En ese sentido, la capacidad de influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad significa una responsabilidad y un compromiso con la ética de la labor periodística, pues son ellos quienes pueden apoyar la labor democrática ofreciendo a los ciudadanos

información de acuerdo con la ética profesional, es decir, información veraz, imparcial y objetiva.

La Teoría de la *Agenda setting* es de gran relevancia para el presente trabajo debido al manejo de la información que se dio durante el *Plebiscito para la paz* que se llevó a cabo en octubre de 2016, cuando los medios de comunicación lograron posicionar el tema del plebiscito en la opinión pública, pero debido a otras fallas en la creación de los contenidos llevaron a que el NO y el abstencionismo fueran los grandes ganadores de la jornada electoral.

Tener en cuenta estos errores para el planteamiento de la presente estrategia es de gran relevancia debido a que permite que se cumplan los objetivos planteados, que los jóvenes conozcan todos los puntos de vista respecto a un posible Acuerdo de Paz que se logre entre el ELN y el Gobierno Nacional y, consecuentemente, participen en las elecciones.

Comunicación para el cambio social

Este concepto surge a partir de 1997 y define la Comunicación para el cambio social como “un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos”, (Gumucio, 2011).

La Comunicación para el cambio social es el reflejo del compromiso de las ciencias sociales con las comunidades. El principal interés de este modelo de comunicación es establecer la construcción de la realidad a partir de relaciones recíprocas y el posterior proceso de la

activación social, y se percibe esta última como el medio para conseguir el cambio. En este sentido, la Comunicación para el cambio social lleva a los miembros de determinada comunidad a tomar consciencia de sus necesidades y situaciones particulares, así como a buscar otros escenarios para la creación de estrategias que permitan encontrar una solución a sus necesidades.

Los medios de comunicación comunitaria hacen parte de esos escenarios, debido a que desarrollan dinámicas de producción comunicativa construyendo relaciones en las que se reconoce a el otro como un interlocutor válido, aportando así a la construcción del tejido social y propiciando el empoderamiento de las comunidades. Así mismo, tienen la posibilidad de visibilizar algunos temas y realidades que no muestran los medios de comunicación convencionales debido a sus intereses privados y dinámicas empresariales.

En el documento *Communication for social change consortium* (2003), se define la Comunicación para el cambio social como “*un proceso de diálogo y debate basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos*”. Esta definición lleva a pensar que la Comunicación para el desarrollo es esa herramienta que llevará a que los jóvenes tengan formas de debatir más tolerantes y respetuosas, pero, sobre todo, que sean acertadas con los esfuerzos de paz que han hecho algunos de los gobiernos.

La Comunicación para el cambio social también es definida por El Nuevo Diario (2012), como un nuevo paradigma que intenta construir diálogo, estimula la participación, aporta a la construcción de ciudadanía, democratiza la comunicación y pone a los actores de la comunidad como agentes del desarrollo de humano y social de su comunidad.

En la sociedad bogotana, los jóvenes entre 18 y 24 años cuentan con una gran cantidad de medios de comunicación en los cuales pueden participar. Universidades como la Pontificia Universidad Javeriana, la Universidad del Rosario o la Universidad de La Sabana abren sus espacios académicos para que los jóvenes escuchen las propuestas electorales y también para que creen opinión en las escuelas de periodismo, medios tradicionales como periódicos impresos, y de sus emisoras de radio universitarias como URosario Radio, Unisabana Radio, Javeriana Estéreo, sus correspondientes redes sociales Facebook, Instagram, Twitter y páginas web.

En ese sentido, la sociedad bogotana actual ya cuenta con algunas características de la Comunicación para el cambio social, sin embargo, es posible potencializarlas para conseguir que los jóvenes puedan ser actores propios de los cambios que estos tienen planteados para la política y el futuro del país.

Juventud

Las definiciones de joven y juventud son de gran importancia para la presente investigación, puesto que son los jóvenes los que están cambiando las formas de participación política de la sociedad actual, creando nuevas formas de comunicarse, interactuar y de formar opinión respecto a uno o más temas sociales.

Según la Organización Mundial de La Salud, la juventud comprende el rango de edad entre los 10 y 24 años, distinguiendo 3 sub-periodos de 5 años: la pubertad (10-14 años), la

adolescencia (15-19 años) y la juventud plena (20-24 años)”, (OMS, citado por Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, 2014: 11).

Teniendo en cuenta esta definición, la adolescencia y la juventud son las etapas acordes con las edades dentro de las cuales se encuentran las personas que son objeto del presente estudio. Sin embargo, es necesario ampliar esta percepción y analizar las características de esta población y relacionarlas con la actitud que los jóvenes asumen frente a la política y sus formas de participación.

Los jóvenes entre los 18 y 24 años se encuentran en un estado de transición a la vida adulta: están formando su identidad, identificando sus intereses y, al mismo tiempo, se encuentran en un periodo de adquisición de independencia económica, independencia residencial, debido a la finalización de estudios e inmersión en el mundo laboral y en algunos casos iniciando su propia familia, (Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, 2014).

Históricamente cada generación ha sido dividida debido a sucesos sociales de gran impacto, como lo afirma Feixa (2006): los años 40, el fin de la Segunda Guerra Mundial y la generación escéptica; los años 50, el surgimiento de la música *rock*; en los años 60, el *Free Speech Movement* y los *hippies*; los años 70, la música *punk*, los años 80, el hundimiento de las ideologías contractuales; todas estas generaciones han sido marcadas por la sociedad de la cual hacen parte y las situaciones que en ellas ocurren.

Al igual que las generaciones mencionadas anteriormente, los jóvenes de la actualidad - generación de los años 90- han crecido en medio de las nuevas tecnologías de la comunicación. “La actual generación de niños y jóvenes es la primera que ha estado educada en la sociedad digital”, (Tapscott, citado por Feixa, 2006).

Para Feixa (2006), el que esta generación haya nacido en medio de la era digital implica mucho más que estar rodeado de videojuegos, computadores o teléfonos móviles; da pie a una nueva configuración y nueva percepción del mundo, lo que genera nuevas formas de divertirse, generar opinión e incluso protestar.

Teniendo en cuenta las nuevas tecnologías y los nuevos modelos de comunicación que se generan en la era digital, las formas de participación política también se han modificado y las redes sociales son un espacio de gran importancia para informarse, debatir, opinar y protestar contra determinadas situaciones políticas que pueden suceder en una sociedad.

En ese sentido, la forma en la que los jóvenes nacidos entre 1994 y 2000, es decir los jóvenes que en la actualidad participan en la política, por medio de las redes sociales, que pueden ser tanto digitales como físicas, aunque la tecnología es de gran importancia para la juventud, todavía se mantienen modelos de comunicación clásicos como *el voz a voz* o las marchas.

Redes sociales

Desde su creación, las redes sociales han ido cambiando la forma en la que la sociedad se relaciona e interactúa sin limitarse únicamente a las personas sino también con organizaciones, empresas e incluso ideologías. Este concepto se ha ido popularizando en los últimos años, pero es necesario definirlo para tener mayor claridad de por qué su importancia en la comunicación política y en la presente monografía.

Según el artículo *Journal of Computer Mediated Communication* citado en el documento del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la SI (ONTSI) las redes sociales se definen como:

“Servicios dentro de la *web* que permiten a los usuarios construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparte una conexión y visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema”, (Urueña, A., Ferrari, A. & Blanco, D. 2011:12).

Según los mismos autores Urueña *et al.*, una definición que puede complementar la anterior definición es la que plantea el diario *The Economist*, “La mayor contribución de las redes sociales ha consistido en dotar de un lugar en el mundo a una humanidad sumida en la soledad de un mundo frío y tecnológico. Otro gran aporte consiste en haberlas transformado en inmejorables herramientas de comunicación masiva”, (Urueña *et al.*, 2011:12).

Teniendo en cuenta las definiciones planteadas anteriormente, las redes sociales son espacios digitales que permiten a la sociedad interactuar sin necesidad de compartir un espacio físico, donde cada persona mantiene su identidad. Adicionalmente, cuentan con la característica de ser grandes herramientas de comunicación masiva; una persona sólo con un dispositivo electrónico (celular, *tablet*, computador) y acceso a internet puede compartir contenidos en tiempo real y éstos, a su vez, pueden ser vistos en tiempo real en todo el mundo, generando una nueva cultura de la comunicación e información.

Aunque las redes sociales en general cuentan con las características mencionadas anteriormente y una categorización, lo cual permite tener mayor claridad del segmento de personas que están en ella y participan en ella; en el siguiente gráfico se presenta una categorización de las redes sociales:

Tabla 2. Categorías de redes sociales

Tabla 1. Categorías de redes sociales directas en función del enfoque

Según finalidad	Según modo de funcionamiento	Según grado de apertura	Según nivel de integración
De ocio	De contenidos	Públicas	De integración vertical
De uso profesional	Basada en perfiles: personales/profesionales	Privadas	De integración horizontal
	Microblogging		

Fuente: ONTSI

Fuente: ONTSI, (Ureña, A. *et al.*, 2011).

Según el documento del ONTSI (Urueña, A. et al., 2011), las redes sociales se pueden categorizar de acuerdo con su finalidad, funcionamiento, grado de apertura y nivel de integración.

Finalidad:

- Redes sociales de ocio: el usuario busca principalmente entretenimiento y mejorar su interacción con otros usuarios. Un ejemplo de red social de este tipo puede ser *Facebook*.
- Redes sociales de uso profesional: el usuario busca promocionarse a nivel profesional, así como conocer personas de su misma profesión e intereses conjuntos. Un ejemplo de este tipo de red social es *LinkedIn*.

Funcionamiento:

- Redes sociales de contenidos: el usuario es quien crea los contenidos de tipo escrito o audiovisual y los comparte con otros usuarios, da la posibilidad de acceder a los contenidos con creación de perfil del usuario o sin él.
- Redes sociales basadas en perfiles: los usuarios tienen la necesidad de llenar un formulario con sus datos personales, así como una fotografía para poder usar las funciones de la red social.

- Redes de *microblogging*: son redes que están diseñadas para compartir y comentar pequeños paquetes de información usualmente medidos en caracteres, pudiendo ser emitidos desde cualquier dispositivo.

Grado de apertura:

- Redes sociales públicas: son redes abiertas a cualquier persona que cuente con dispositivo y acceso a *internet*; no es necesario pertenecer a una organización o comunidad específica.
- Redes sociales privadas: sólo se puede hacer parte de estas redes perteneciendo a un grupo social específico u organización privada que se hace cargo del costo de esta.

Nivel de integración:

- Redes sociales de integración vertical: son redes cuyos usuarios comparten una misma formación, interés; usualmente se accede por invitación de otro usuario y la información de los perfiles suele ser verificada y comprobada.
- Redes sociales de integración horizontal: son redes sociales a las cuales puede acceder cualquier persona que no tenga intereses en un campo específico.

Conocer las categorías con las que se pueden etiquetar las redes sociales permite tener mayor claridad del tipo de red social de la que hacen parte los jóvenes, como son las de ocio, de

contenidos o *microblogging*, públicas y de integración horizontal, porque este tipo de redes sociales son las que permiten que ellos tengan participación y posibilidad de opinión.

Por otra parte, tienen la característica de inmediatez, lo que genera que la información fluya de forma rápida entre millones de personas, muchas veces sacrificando la veracidad de la información, y se abre un espacio para que las noticias falsas, errores de comunicación y desinformación generen molestias, malos entendidos e incomodidad; por ejemplo, las ocasiones en que personas anónimas suben una “broma” respecto a la muerte de alguna celebridad, y en cuestión de minutos esta “noticia” le da la vuelta al mundo. Estas noticias falsas no afectan solamente a la farándula, sino también la vida privada de las personas, la economía y la política.

A pesar de todas las ventajas que ofrece la tecnología y específicamente las redes sociales para la participación de los jóvenes, es necesario destacar que la inmediatez y el mundo globalizado también pueden tener consecuencias negativas, por lo cual es necesario manejarlas con responsabilidad; y para una estrategia de comunicación es necesario tenerlas en cuenta como una herramienta que aporte a la construcción y no a la destrucción de una sociedad.

Medios masivos de comunicación

La *Agenda Setting* es una de las teorías de la comunicación que hace el estudio sobre cómo los medios de comunicación ejercen influencia en las audiencias mediante los temas identificados como de mayor relevancia; dicha influencia se refleja no diciendo a los públicos cuál es la opinión correcta, sino decidiendo sobre el hecho o temática que va a estar en la opinión pública, y seleccionando contenidos que serán transmitidos. “La prensa no tiene mucho éxito en

decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar”, (Cohen, 1963:13).

Teniendo en cuenta lo anterior, los medios de comunicación tienen la posibilidad de determinar qué asuntos poseen interés informativo, cuánto tiempo e importancia se les da a determinados temas. Cabe resaltar que los medios de comunicación no sólo escogen qué información va a ser publicada, también cuál va a ser excluida.

La política es una de las temáticas que está presente en la *Agenda Setting*, porque los medios de comunicación son la fuente de información de la sociedad y aportan para que los ciudadanos puedan tomar decisiones informadas a la hora de participar en los procesos de participación ciudadana.

La Constitución Política de Colombia ofrece a los ciudadanos el derecho a la libertad de expresión, la información veraz e imparcial y la posibilidad de crear medios masivos de comunicación; los medios de comunicación en Colombia tienen la posibilidad de presentar la información relacionada con la política de acuerdo con sus intereses, por lo cual existe la posibilidad de que se observe diversidad de información y opinión.

Más allá de su opinión, los medios de comunicación tienen el poder de construir escenarios políticos y mediáticos que pueden favorecer candidaturas, temas de agenda o estructuras de valores, lo que puede, a grandes rasgos, favorecer ciertas opiniones sobre otras e

influyendo en las decisiones de todos los ciudadanos, (Goofman, Gamson, Scheufele *et al*, citados en Cárdenas, J. *et al.*, 2016).

La televisión, al ser uno de los medios tradicionales de comunicación masiva, es uno de los que más consumo presenta en Colombia; sin embargo, el cubrimiento que se le da a la política desde estos medios de comunicación tiene grandes críticas debido a que como se lee en Cárdenas (2016), “cada vez se preocupan menos por temas y asuntos políticos y cada vez ponen más atención sobre la personalidad y calidades individuales de los líderes políticos y sus opciones electorales”, (Semetko, 2007 citado por Cárdenas, J. 2016).

Según el análisis de las notas emitidas por Caracol Noticias y RCN Noticias en el proceso electoral de octubre de 2015, la información emitida por televisión pudo afectar en gran medida la agenda, las posiciones y los protagonistas de las campañas, debido a que en su interés de llevar una información más entretenida para las audiencias se sacrifica en gran medida la complejidad de los contenidos políticos, lo que podría dar origen a algunos de los problemas de información que se llevaron a cabo durante las conversaciones de paz con las FARC-EP en Colombia y posteriormente con los resultados del plebiscito por la paz.

Un claro ejemplo son algunas de las noticias que salieron al aire durante 2016, cuyos titulares fueron como el siguiente ejemplo: “Bono, de U2, estaría pensando si viene como observador al plebiscito”, (Nota publicada el 18 de septiembre de 2016 por Noticias Caracol). Esta noticia presenta claramente una relación del entretenimiento con la política, restándole información relevante a la información de los públicos frente al plebiscito.

De acuerdo con lo anterior, es necesario analizar si el cubrimiento de los medios de comunicación frente a las negociaciones de paz y posteriormente el plebiscito fue el adecuado, porque después de los resultados se fueron encontrando algunos “mitos” que surgieron debido a la desinformación de los ciudadanos desde que se hicieron públicas las conversaciones que se llevaban a cabo desde 2011, información que tuvo gran influencia en la toma de decisiones de los ciudadanos. A continuación, se muestra la confrontación de los mitos y realidades relacionadas con el proceso de paz, (De La Calle, 2014).

Tabla 3. Mitos y realidades de los acuerdos de paz

MITO	REALIDAD
En La Habana están entregando el país	<ul style="list-style-type: none"> ● Las conversaciones se han ceñido a los puntos pactados en el Acuerdo General de La Habana del 26 de agosto de 2012. ● Lo pactado en los dos primeros puntos de la Agenda, contiene puntos trascendentales para una Reforma Rural Integral y para una nueva apertura democrática, inscrito en el ideario del Estado Social de Derecho.
Viene una reducción de las Fuerzas Armadas y un recorte de su estatus	<ul style="list-style-type: none"> ● La estructura y el funcionamiento de las Fuerzas Armadas fue excluido de las conversaciones. ● Mientras duran las discusiones las Fuerzas Armadas seguirán operando a plenitud. ● Si se llega a un acuerdo, ellas continuarán cumpliendo con su mandato constitucional en un contexto de paz.

<p>La Reforma Rural Integral, RRI afecta la propiedad privada</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Los acuerdos buscan que el mayor número de habitantes del campo puedan acceder a la tierra, mediante la creación de un Fondo de Tierras para la Paz, acompañado de planes en vivienda, agua potable, asistencia técnica, capacitación, educación, adecuación de tierras, infraestructura y recuperación de suelos. ● Habrá pleno respeto por la propiedad privada y el Estado de Derecho. ● La principal fuente de tierras aptas para la reforma rural provendrá de la recuperación por parte del Estado de tierras que hoy poseen narcotraficantes y delincuentes.
<p>Las conversaciones son clandestinas, de espaldas al país</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● El proceso de paz requiere confidencialidad. ● Un Acuerdo Final debe ser sometido a refrendación de toda la ciudadanía, previo un periodo de discusión abierta y profunda. ● Se ha informado sobre los dos puntos acordados. ● Se han celebrado foros amplios y pluralistas sobre tres puntos de la Agenda. ● Las delegaciones definieron tres mecanismos de participación ciudadana: <ul style="list-style-type: none"> a) Un mecanismo de recepción de propuestas sobre los puntos de la agenda de ciudadanos y organizaciones, por medios físicos o electrónicos,

	<p>b) La realización de consultas directas para recibir propuestas sobre dichos puntos,</p> <p>c) La delegación en un tercero la organización de espacios de participación.</p>
<p>Habrá impunidad para los responsables de crímenes contra la humanidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● El Marco Jurídico para la Paz contempla los límites de una estrategia integral de justicia transicional que tendrá que enmarcarse en las obligaciones internacionales del Estado colombiano. ● La integralidad se refiere, por un lado, a lograr una aplicación coherente de una serie de distintas medidas judiciales y extrajudiciales para la satisfacción de los derechos de las víctimas a la verdad, la justicia, la reparación y la no repetición; y de otro, a permitir la reintegración sostenible de los excombatientes a la vida civil. ● El tratamiento jurídico de quienes hayan participado en graves violaciones a los Derechos Humanos en la fase de transición depende de su disposición a reconocer su responsabilidad, hacer frente a sus víctimas y participar activamente en la reconstrucción de la verdad y la reparación de las víctimas. ● Una estrategia seria de lucha contra la impunidad supone reconocer los límites del proceso penal y multiplicar los esfuerzos a través de distintos tipos de mecanismos. ● Más allá del número de procesos penales y los años de privación de la libertad, la verdadera lucha contra la impunidad se concentra en develar qué fue lo que sucedió y por qué; reconocer a las víctimas y repararlas integralmente de manera pronta; y atribuir

	<p>responsabilidad a los máximos responsables de los crímenes internacionales, con mecanismos públicos que le permitan a las víctimas y a la sociedad en general, volver a confiar en las instituciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La justicia transicional es una oportunidad para hacer frente de manera definitiva a un legado de gravísimas violaciones a los Derechos Humanos y arraigar por fin el Estado de Derecho en todo el territorio nacional.
--	--

Fuente: De La Calle (2014). *Mitos y las realidades del proceso de paz*.

Es importante aclarar que los mitos presentados anteriormente se comunicaron por canales digitales como *Twitter*, *Facebook*, entre otros y por voz a voz; la importancia de los medios tradicionales de comunicación radicaba en ayudar a aclarar esos mitos y aportar a que los ciudadanos conocieran a profundidad el proceso de paz de forma objetiva.

Según Fabio López de La Roche, durante una conferencia en la Universidad del Valle, el inconveniente se presenta porque “en Colombia los noticieros de las dos grandes cadenas de televisión, que son hegemónicas, han borrado las fronteras entre la información y la opinión, lo que lleva a una ideologización”, (Universidad de Valle, 2016).

Por otra parte, Fidel Cano, director del diario *El Espectador*, considera que los grandes perdedores de la jornada del plebiscito fueron los medios de comunicación, porque “encasillaron la opinión de la gente y vieron el NO como un asunto de los promotores, cuando realmente había

algunas personas que consideraban que algunas cosas eran intolerables”, (Publicado por El Espectador, el día 06 de octubre de 2016).

Teniendo en cuenta lo anterior, los medios de comunicación cometieron, principalmente, tres fallas en el cubrimiento de la información respecto al proceso de paz en Colombia y posteriormente en el *Plebiscito para la paz*. La primera falla fue priorizar los contenidos de entretenimiento político sobre los de información, lo cual no es acorde con la labor que tienen los periodistas en la sociedad, lo que favorece un panorama de desinformación y confusión, lo cual se ve reflejado en las votaciones y los procesos democráticos. El segundo error de los medios de comunicación fue no tener claros los límites entre la opinión y la información, lo que puede llevar a que los líderes de opinión no sean congruentes con la ética de la profesión y presenten una sola versión de los hechos, o se dejen llevar por sus intereses personales, lo que puede afectar la credibilidad y por ende reducir el efecto de los mensajes en la población. El tercer error fue asumir la visión o posición que tiene la audiencia frente a determinado tema porque esta situación puede llevar a que los medios de comunicación se alejen de la realidad y no cumplan con su deber de ser: veraces e imparciales.

Finalmente, este capítulo de la historia de Colombia deja una lección para los medios de comunicación, para los periodistas e, incluso, para las escuelas de periodismo: es importante tener claro que la labor de los periodistas no se limita a informar sino que también implica una responsabilidad con la sociedad, porque en política su labor es presentar información veraz, oportuna, objetiva que permita a los ciudadanos tomar decisiones informadas y enfocadas al bien común, porque prima sobre el bien particular.

Capítulo IV Metodología

Con el fin de desarrollar este trabajo, en el cual se plantea la creación de una estrategia de comunicación para hacer frente a la problemática del abstencionismo electoral en jóvenes entre 18 y 24 años (en el caso hipotético de que se llevara a cabo un plebiscito después de las negociaciones de paz con el grupo armado ELN), se trabajó con el enfoque de investigación cualitativa.

Es importante plantear la definición de *investigación cualitativa*, que según Guba (1985), la investigación cualitativa parte de una serie de supuestos, que hacen necesario un cambio en las estrategias de resolución de problemas. Por otra parte, Sampieri (2003), plantea el enfoque cualitativo como un conjunto de prácticas que hacen al mundo visible, lo transforman, y convierten una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos.

El *enfoque cualitativo* se fundamenta en procesos inductivos, es decir va de lo particular a lo general, lo que ofrece al investigador la posibilidad de ampliar y generar nuevas perspectivas respecto al tema de investigación de acuerdo con la recolección de datos que se realiza.

La revisión de información y la recolección de datos de la presente investigación se ha hecho por medio de una amplia consulta de fuentes como libros físicos y electrónicos; tesis y monografías de grado; artículos de revistas científicas; artículos de prensa, entrevistas a los involucrados y documentos oficiales sobre los temas relacionados con el abstencionismo, los

jóvenes, la posición de los medios de comunicación frente a los procesos electorales, entre otros. Así mismo, se realizó el análisis de la información recolectada con el fin de tener un acercamiento a la realidad del país en cuanto a la participación ciudadana de los jóvenes.

El tipo de investigación aplicada se realizó a partir del *estudio de caso*, que permite que a partir de casos reales se pueda hacer un análisis profundo sobre un caso actual y se pueda analizar el cómo o por qué de un tema específico como, en este caso, el del abstencionismo en jóvenes entre los 18 y 24 años en las elecciones del plebiscito en Colombia.

La implementación de este tipo de investigación permite que se realice un ejercicio de investigación efectivo, puesto que se adapta con facilidad a las situaciones comunes, lo que abre paso a un análisis profundo que garantice la percepción de diferentes puntos de vista desde los planteamientos teóricos hasta los directamente involucrados.

Para la implementación de esta investigación, o sea el trabajo de campo por realizar, se plantea la formulación de un proyecto de desarrollo a partir de la clase de Formulación y Evaluación de proyectos, realizando el trabajo al interior de una organización con el fin de poder diseñar una estrategia de comunicación, y tener acceso a un contexto real, a experiencias concretas, y, además, la interacción personal con otros sujetos que forman parte de un escenario propicio para la discusión permanente de las propuestas por realizar. El trabajo en equipo tiene una serie de ventajas como recoger información rápidamente, tener diferentes perspectivas de las propuestas, compartir, reflexionar sobre estos aportes tanto de la investigadora como de quienes

trabajan en la organización identificada. El trabajo en equipo permite que el investigador se integre en el lugar de estudio.

Capítulo V Proyecto Viva la Ciudadanía

Viva la Ciudadanía

En lo que respecta a la corporación Viva la Ciudadanía, su objeto es, como lo indica en su página oficial:

La Corporación Viva la Ciudadanía es un acuerdo programático de 8 organizaciones no gubernamentales colombianas (Casa de la Mujer, CORFAS, Conciudadana, Corporación Región, CINEP, Escuela Nacional Sindical, Foro Nacional por Colombia, corporación PODION), que tiene como misión trabajar por la refundación de lo público democrático en Colombia, teniendo como actor central a la sociedad civil, para una ciudadanía moderna, plural y diversa.

Llevan trabajando 25 años por:

- Una profunda reforma en las costumbres políticas.
- Democratización de los partidos políticos.
- Reformas en el aparato del Estado para que las instituciones públicas y las leyes sean bienes públicos al servicio del bien común.
- Fortalecimiento de la sociedad civil como constructora de bienes públicos.
- Reformas económicas y sociales que favorezcan la equidad, la superación de la pobreza, por la búsqueda de la paz y la convivencia ciudadana.
- El desarrollo de una amplia pedagogía política que permita la formación de un liderazgo social y político con vocación de servicio público.
- La generación de condiciones para el goce efectivo de derechos.

Viva la Ciudadanía ha realizado una serie de actividades relacionadas con la incidencia política, la profundización de la democracia, la construcción del Estado Social y Democrático de Derecho, la construcción de una ciudadanía social y política democrática, de “alta intensidad” y la defensa de derechos, dentro de los que se destacan:

La defensa de la acción de tutela

- Ha desarrollado acciones públicas y movilización social en defensa de ese mecanismo.

La defensa de los derechos de las víctimas del conflicto armado interno:

- Fundadora e integrante de la Comisión de Seguimiento a la Política Pública frente al Desplazamiento Forzado, órgano consultivo de la Corte Constitucional en la materia.
- Fundadora y de Secretaría Técnica de la Mesa Nacional de Víctimas pertenecientes a Organizaciones Sociales.
- Ha desarrollado procesos de deliberación regional y nacional de las leyes y decretos reglamentarios atinentes a los derechos de las víctimas.
- Ha apoyado los procesos de organización y movilización de las mismas, en lógica de empoderamiento y conquista de derechos.

- Ha desarrollado acciones de incidencia con las víctimas en el Congreso de la República, (asiste regularmente invitada a la Comisión de Seguimiento a la aplicación de la ley 1448) y en diferentes acciones ante el Ejecutivo Nacional y regional
- Ha acompañado la participación de las víctimas en los espacios que define la ley 1448, en los términos de la Resolución 388 de 2013.

Comunicación pública y Movilización social:

Larga experiencia en el desarrollo de la teoría y las metodologías de comunicación pública de trabajo en:

- El Eje Cafetero en la reconstrucción, con ocasión del terremoto de 1999.
- En la Gobernación de Cundinamarca en la campaña de Salud Sexual y Reproductiva “Es tiempo de Cuidarnos” en 2006.
- Ha dirigido y desarrollado metodológicamente tres grandes ejercicios de Construcción Participativa de Política Pública.
- Plan Decenal de Educación en 2006, Política Pública de Desarrollo Económico, Productividad y Competitividad del Distrito Capital, en 2011-2012.
- Metodología para la Construcción Participativa de la Política Pública de Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario (DIH), en desarrollo desde 2011 y que incluye la realización de un proceso de deliberación en el que han participado más de 19.000 personas, al menos el 30% de ellas víctimas, en los 32 departamentos del país y el Distrito Capital.

Piezas comunicativas:

- Amplia experiencia en la concepción, diseño y producción de materiales impresos: módulos, libros, folletos, cartillas, material *P.O.P.* (elementos de promoción de distribución gratuita), y de divulgación, (afiches, volantes, etc.), para la utilización en procesos pedagógicos o para que la opinión pública tenga conocimiento sobre temas de interés nacional, regional o local o para el apoyo a procesos de movilización social.
- Caja de Herramientas, un periódico impreso de circulación nacional con 35.000 ejemplares por edición, que trata los principales temas de la coyuntura desde una óptica pedagógica, crítica y de opinión.
- Amplia experiencia en la producción de videos y material para televisión y radio.
- Trabaja con una red de más de cien emisoras culturales y comunitarias.
- Página *web*.
- Semanario Virtual Caja de Herramientas que se envía todos los viernes a 53.000 suscriptores desde hace 8 años.

Educación ciudadana y pedagogía:

- Experiencias de 20 años de las Escuelas de Liderazgo Democrático, las cuales dan cuenta de un proceso pedagógico a quienes desde la base de la sociedad civil están llamados a conducir procesos de participación: los líderes y lideresas, quienes han participado en un número superior a los 12.000, más de 500 en el departamento del Magdalena, y donde se han desarrollado, módulos y cartillas, dispositivos

pedagógicos y didácticas apropiadas para el trabajo con miembros de organizaciones de base en buena parte del país.

- En el mes de noviembre del año 2008, cuando se creó en la ciudad de Barrancabermeja la Red Nacional de Planeación Local y Presupuesto Participativa, la Corporación Viva la Ciudadanía ha ocupado la Secretaría Técnica permanente. En desarrollo de dicho trabajo ha realizado programas de democracia local con la Gobernación de Antioquia (2000-2002), ha asesorado 12 municipios del Magdalena Medio en presupuesto participativo (año 2006- hasta hoy), ha trabajado en el asesoramiento a las ciudades de Barrancabermeja y Ocaña en presupuesto participativo años 2008-2011 y ha realizado programas de democracia local en Bogotá con la Alcaldía de la ciudad.

Su Misión

La Misión de la Corporación Viva la Ciudadanía es la de trabajar por la refundación de lo público democrático en Colombia, cuyo actor central ha sido la sociedad civil, teniendo en cuenta una ciudadanía moderna, plural y diversa.

Para ello se deberá trabajar por una profunda reforma en las costumbres políticas y de una democratización de los partidos políticos en el propio aparato de Estado, puesto que las instituciones públicas y las leyes son bienes públicos que deben recuperarse para que se pongan al servicio del bien común; por el fortalecimiento del tercer sector o sociedad civil, como un sector con vocación pública; por unas reformas económicas y sociales que favorezcan la equidad

y la superación de la pobreza, por la búsqueda de la paz y la convivencia ciudadana y por el desarrollo de una amplia pedagogía política que permita la formación de un liderazgo social y político con vocación de servicio público, (Viva la Ciudadanía, (s.f.).

Sus objetivos son:

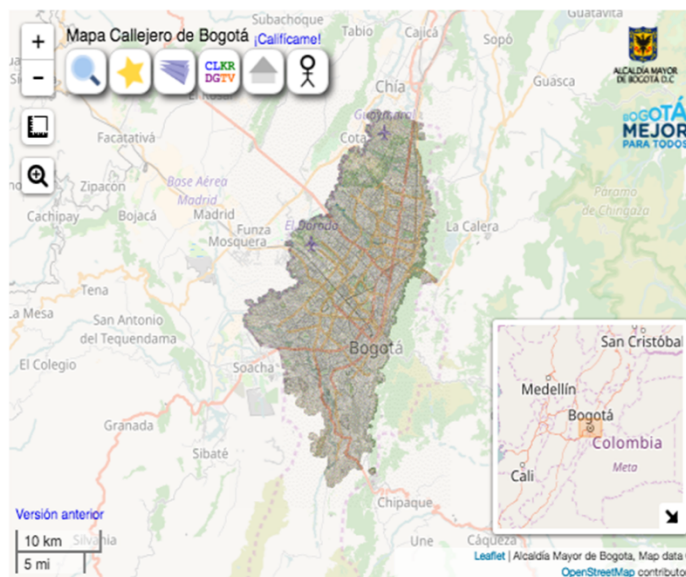
- El trabajo por la construcción y el fortalecimiento de una democracia de “alta intensidad” en Colombia, que pasa, en las actuales circunstancias del país, por la defensa de la Carta Política de 1991, en tanto opción de los colombianos y colombianas por un Estado Social y Democrático de Derecho y por unas relaciones democráticas entre el Estado y la sociedad colombiana.
- La contribución al camino de la negociación del conflicto armado y a la búsqueda de la paz y la convivencia ciudadana como factores claves para la superación de la grave crisis que padece el país.

Contexto poblacional - Bogotá, jóvenes y política

El proyecto por desarrollar se llevará a cabo en la ciudad de Bogotá, sede de la organización Viva la Ciudadanía. Bogotá es la capital de Colombia y está ubicada en el centro del país, en la cordillera oriental con una extensión aproximada de 33 kilómetros de sur a norte y 16 kilómetros al occidente. Se encuentra situada en las coordenadas Latitud Norte: 4° 35'56" y Longitud Oeste de Greenwich: 74°04'51" dentro de la zona de confluencia intertropical, lo que

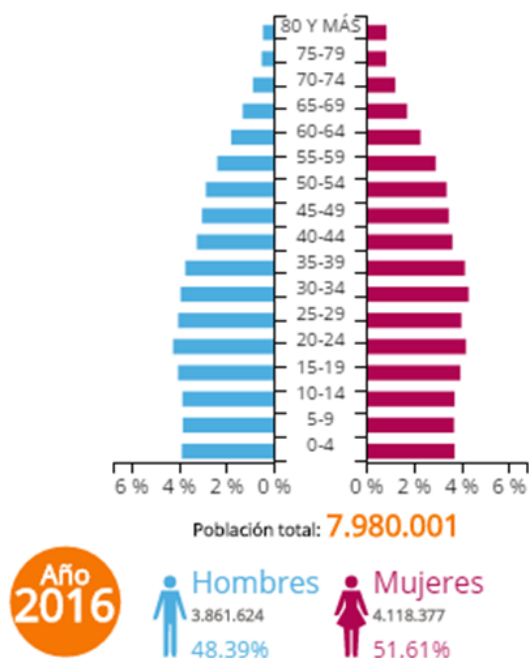
produce dos épocas de lluvia; la primera mitad del año en los meses de marzo, abril y mayo y la segunda en los meses de septiembre, octubre y noviembre (Alcaldía de Bogotá, s.f).

Mapa 1. Mapa político Bogotá



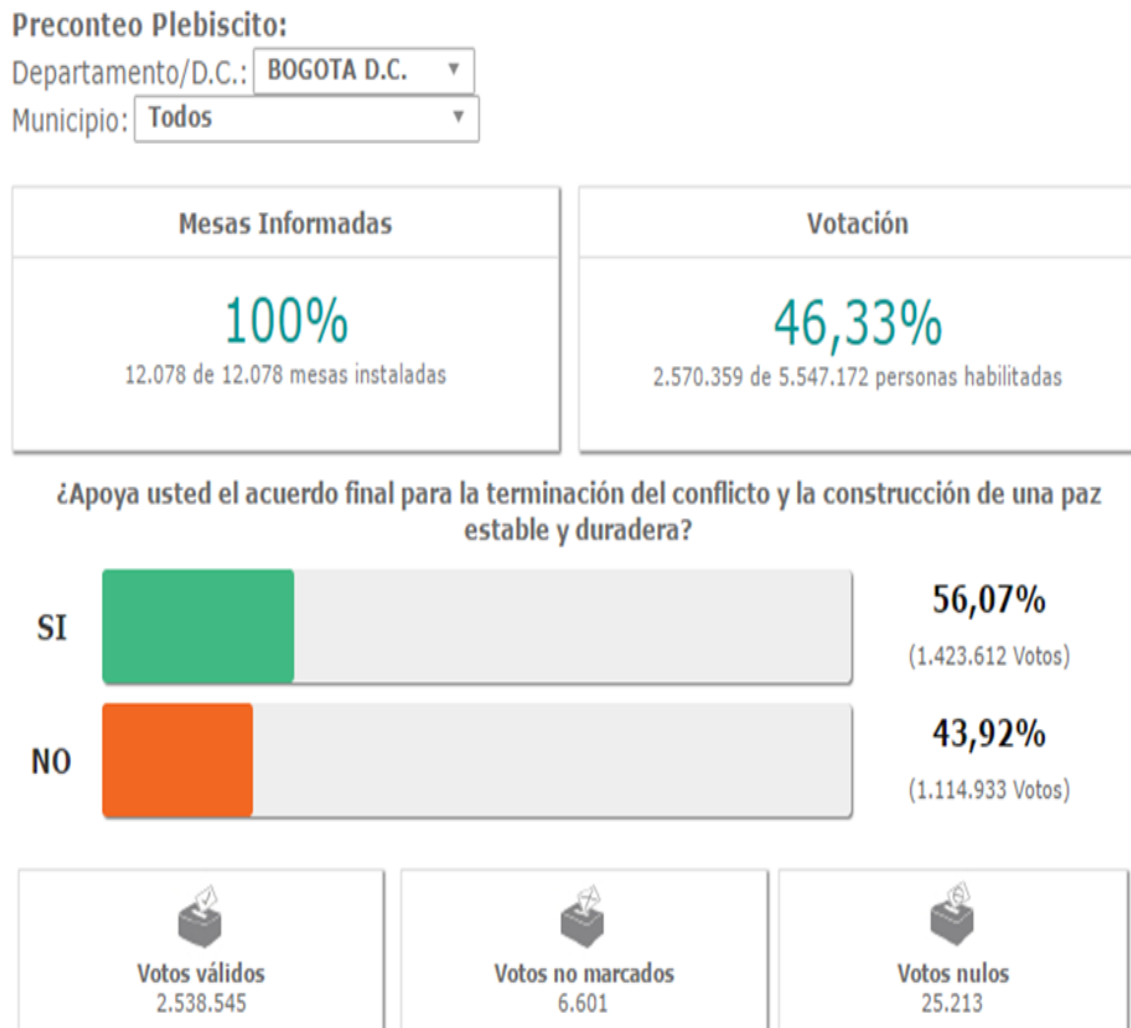
Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá

Bogotá es la capital económica y política de Colombia que cuenta con una población de 7.980.001 como podemos observar en la siguiente gráfica:

Gráfico 3. Población de Bogotá por género

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, (2016).

De la población hay 2.583.119 hombres y 2.964.053 mujeres habilitados para votar, para un total de 5.547.172 siendo Bogotá el punto de país con mayor potencial electoral. La participación en las votaciones del plebiscito en Bogotá fue del 46,33% según el Boletín Departamental N° 14 de la Registraduría. En la participación por localidades según el Misión de Observación Electoral, MOE la localidad con mayor participación en las votaciones del plebiscito fue la de Suba con un 56,2% y la menor fue Corferias con un 12,5% de participación.

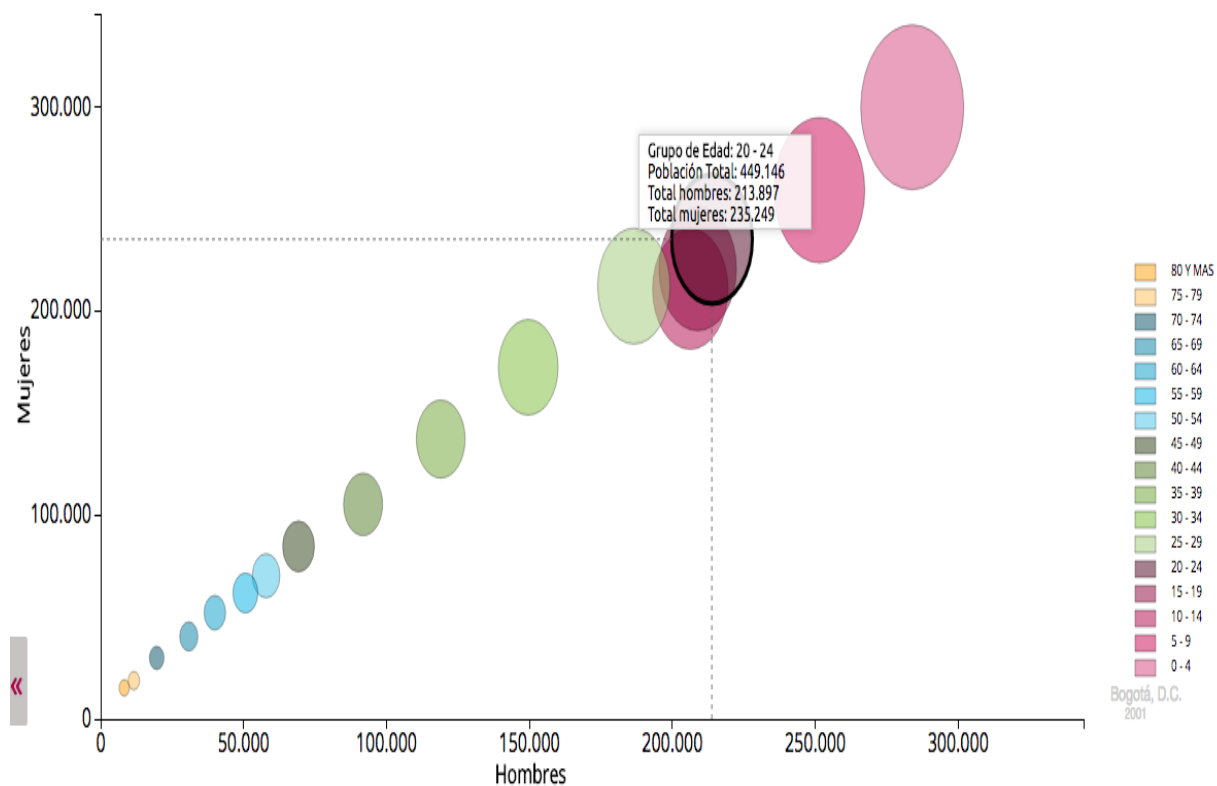
Gráfico 4. Pre-conteo Plebiscito para la paz 2016

Fuente: Registraduría Nacional del Estado Civil, (2016).

Con relación a los jóvenes que será la población identificada para el proyecto. “Los jóvenes son, según la definición de las Naciones Unidas, las personas con edades comprendidas entre los 15 y los 24 años”, (UNESCO, s.f). En Colombia la edad para votar es a partir de los 18 años, razón por la cual este proyecto tomará a los jóvenes habilitados para votar en Bogotá que se encuentren en el rango de edad entre los 18 a los 24 años.

La población de Bogotá que se encuentra dentro de ese rango de edad es una de las más grandes.

Gráfico 5. Población joven en Bogotá



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, (2016).

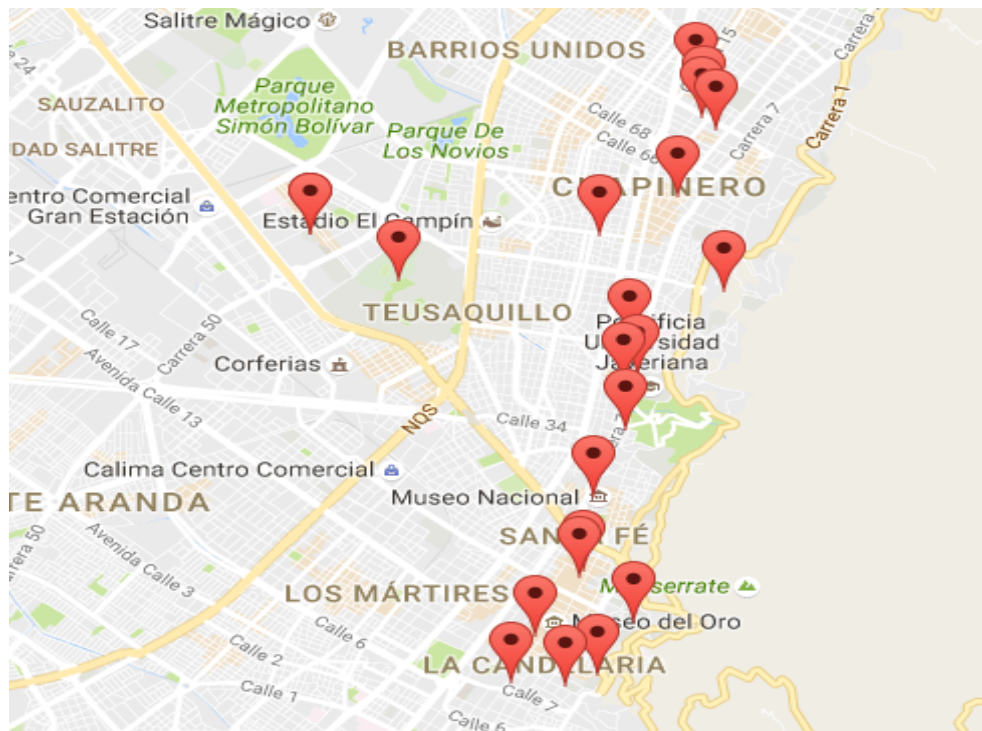
Se observa en la gráfica número 5 que el grupo de edad entre 20 y 24 años cuenta con una población total de 469.165, de los cuales 213.897 son hombres y 235.249 son mujeres.

Se puede concluir que la mayoría de los jóvenes son de sexo femenino; esta población juvenil se puede subdividir en tres grandes sectores, según los niveles de educación superior alcanzados. Dentro de estos están los jóvenes universitarios, tecnólogos y aquellos que solo alcanzaron un grado de bachiller o de primaria.

De acuerdo con el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior, SINES en el 2013 había 153.349 estudiantes tecnólogos y 413.636 estudiantes universitarios que corresponde al 1,99% y 5,38 % de la población de Bogotá de ese año (7'674.366).

Según los datos, se mantiene la tendencia de que la población universitaria es mayor a la tecnológica; sin embargo, no hay datos determinados por edades de los jóvenes que no continuaron con la educación superior.

Los sectores de la ciudad que cuentan con mayor cantidad de universidades son las localidades de Chapinero y La Candelaria como lo muestra el mapa a continuación:

Mapa 2. Localización de universidades Bogotá

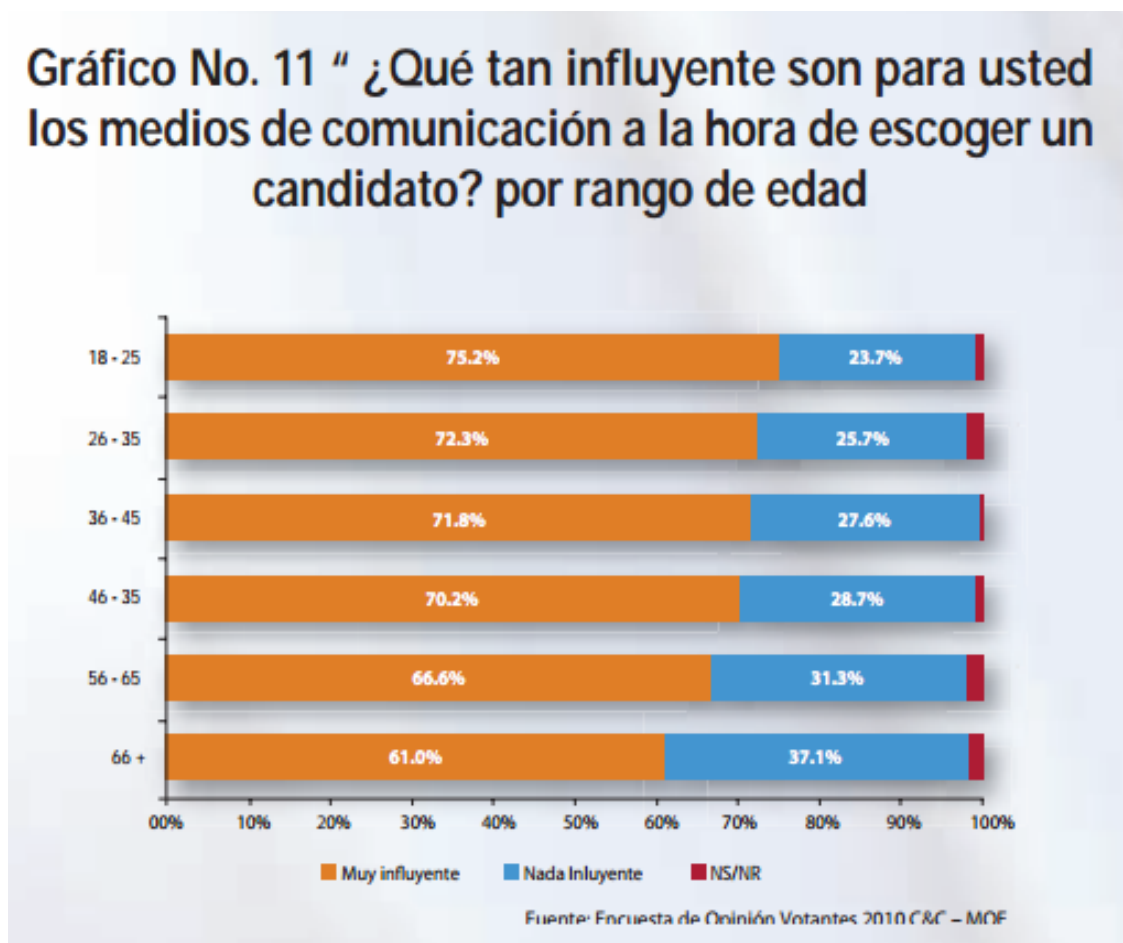
Fuente: Universia, (2016).

Dentro de la población universitaria se encuentran los estratos más altos (3, 4, 5, 6) y participan estratos más bajos que han entrado a las universidades públicas o privadas por medio de becas, préstamos, subsidios y programas como “Ser Pilo Paga”. La mayoría de las universidades en Bogotá son de carácter privado y sus matrículas oscilan entre 3 a 10 millones de pesos semestrales.

Perfil del votante

Dentro de la encuesta de percepción electoral de los votantes colombianos realizada por la Misión de Observación Electoral, MOE, en 2010, se encuentran tendencias como que a menor edad mayor influencia de los medios de comunicación al momento de tomar una decisión con respecto al voto:

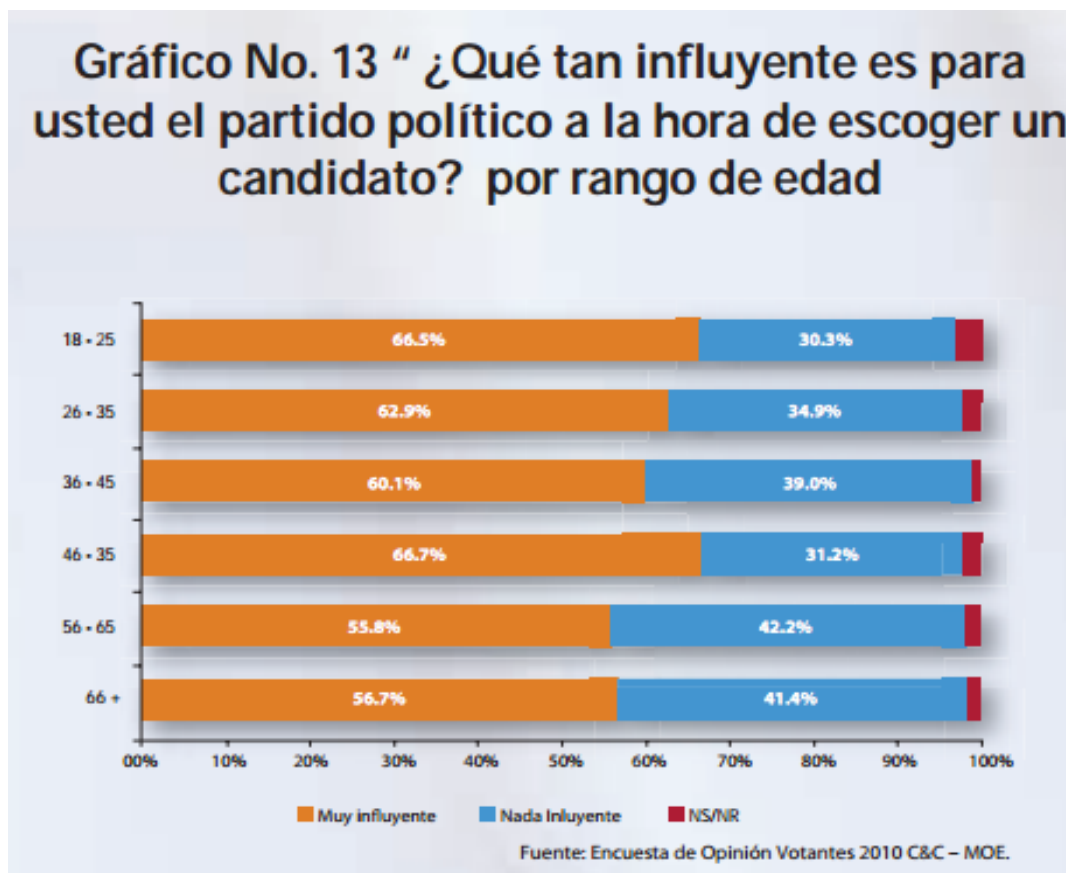
Gráfico 6. Influencia de los medios de comunicación por rango de edad



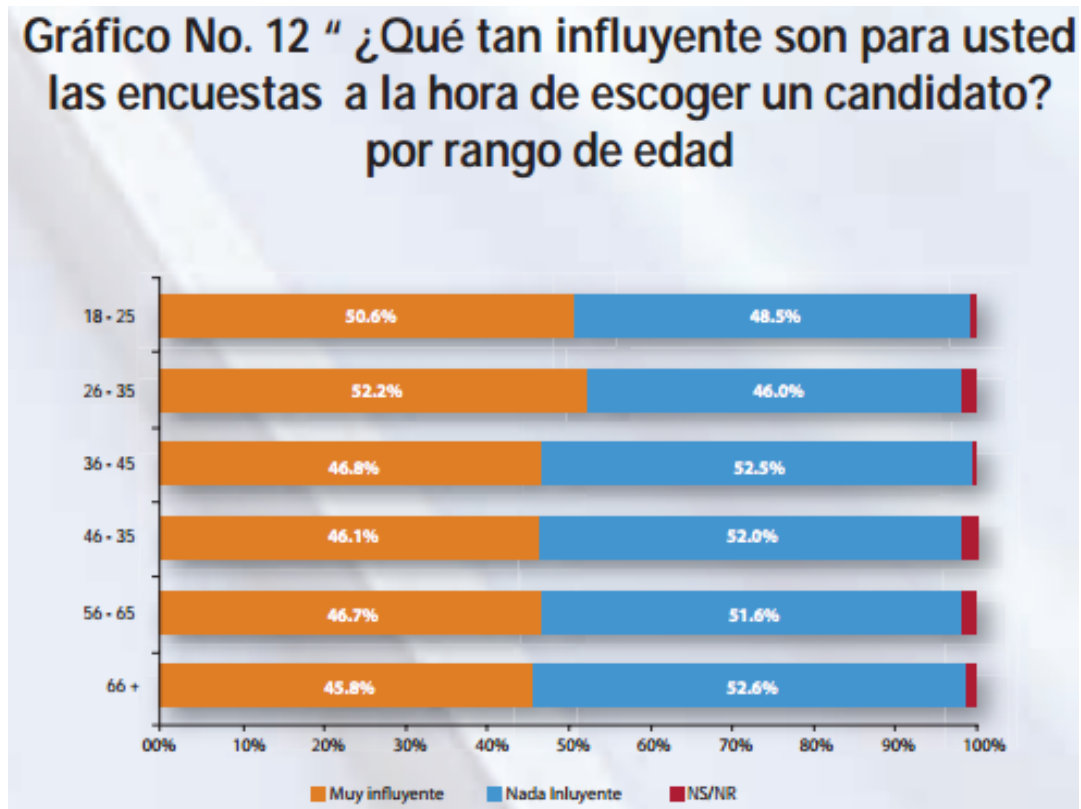
Fuente: MOE, (2010).

Se encuentran otros factores influyentes como las encuestas y el partido político, siendo este un factor de gran influencia en todas las edades, según las gráficas a continuación:

Gráfico 7. Influencia del partido político en las elecciones por rango de edad.



Fuente: MOE, (2010).

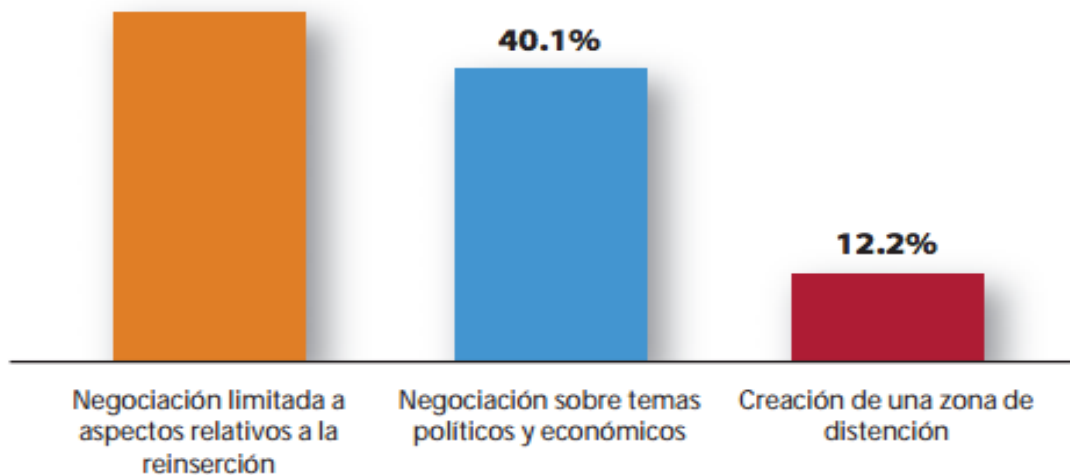
Gráfico 8. Influencia de encuestas en la toma de decisiones electorales

Fuente: MOE, (2010).

Antes de que se iniciaran las conversaciones con la guerrilla de las FARC-EP, en esta encuesta se les preguntó a los votantes potenciales sobre los aspectos en los que estarían de acuerdo que se negociaran y se evidenció una fuerte tendencia por las temáticas de reinserción, política y economía.

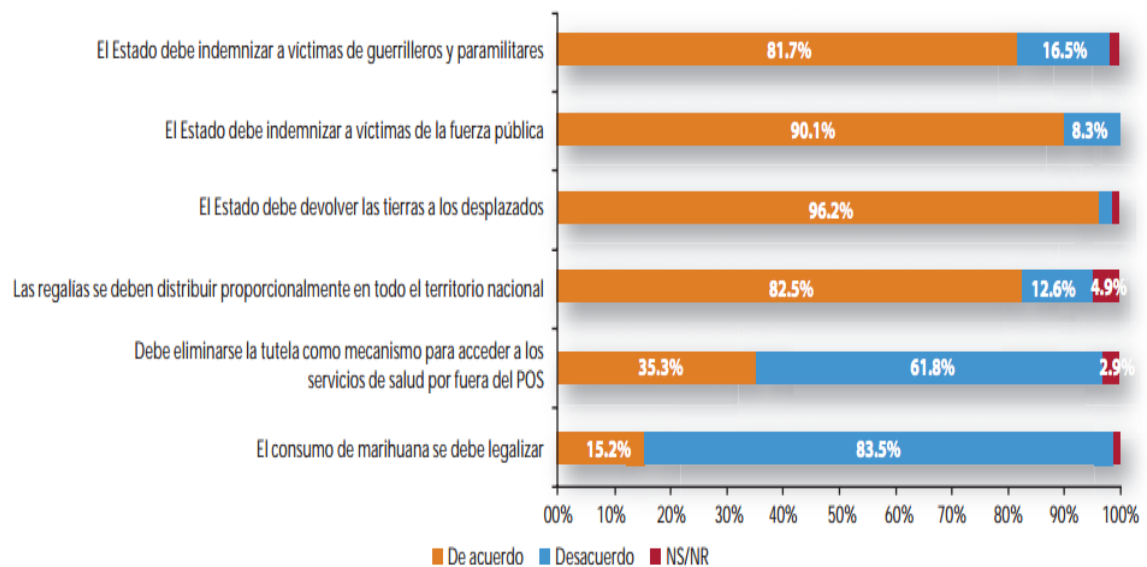
Gráfico 9. Encuesta de opinión respecto a la negociación con las FARC

Gráfico No. 43 “En caso de una negociación con las FARC, usted estaría de acuerdo con...”



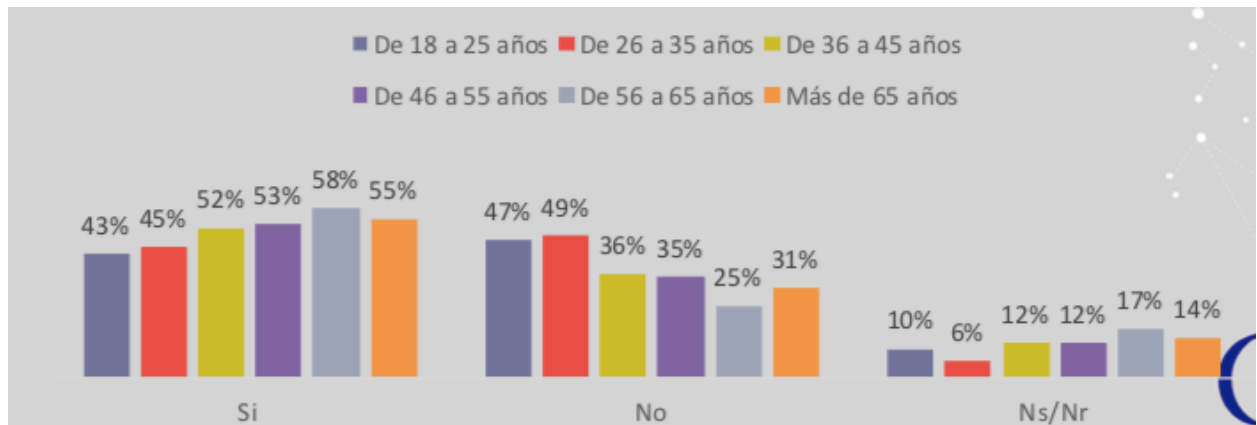
Fuente: Encuesta de Opinión Votantes 2010 C&C - MOE

Otro de los temas que se relacionan con el tratado de paz con las FARC-EP es el de restitución de tierras e indemnización de víctimas de la fuerza pública.

Gráfico 10. Percepción de los votantes sobre temas de la agenda legislativa**Gráfico No. 48.** ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes afirmaciones sobre temas de agenda legislativa?

Fuente: Encuesta de Opinión Votantes 2010 C&C – MOE.

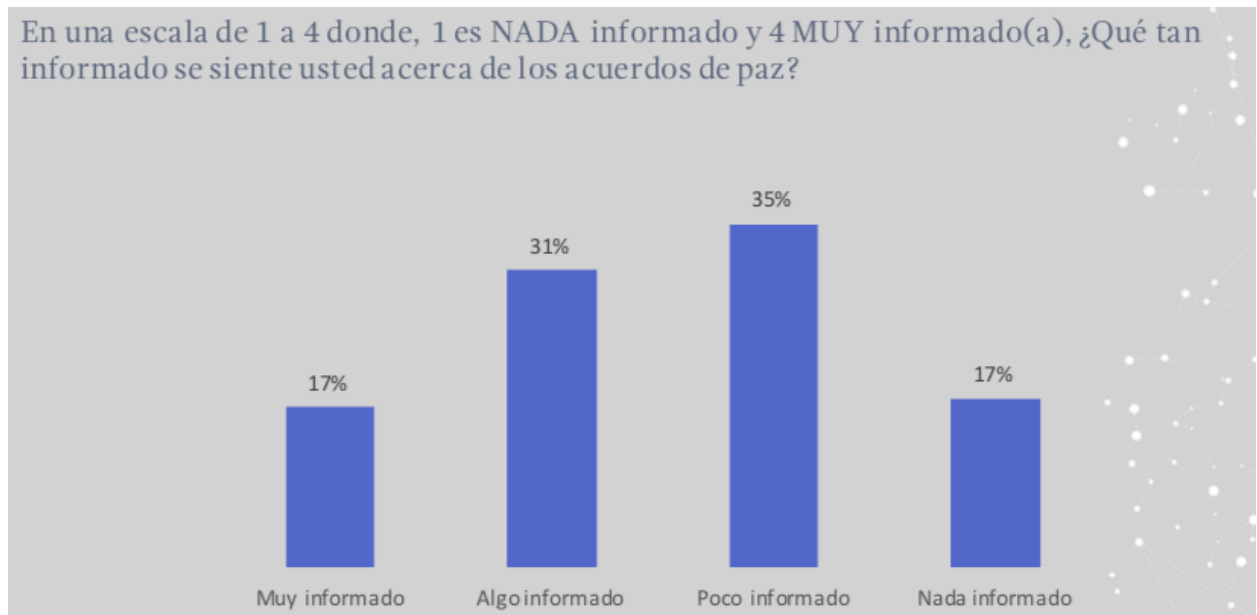
En una encuesta realizada por Cifras y Conceptos (2016), se encontró ante la pregunta: El presidente Juan Manuel Santos ha convocado el plebiscito para el próximo 2 de octubre, ¿Usted va a salir a votar?, que la abstención en la población de 18 a 25 años es mayor a los otros rangos de edades:

Gráfico 11. Intensión de voto por rango de edad

Fuente: Cifras y conceptos, (2016).

En este mismo estudio, también se encontró que la intención de voto disminuye a medida que se acerca el momento de votar.

Otro problema que se presentó en torno al plebiscito, aparte de la abstención, fue la desinformación, debido a que la mayoría de las personas se informaron muy poco.

Gráfico 12. Nivel de información de votantes

Fuente: Cifras y conceptos, (2016).

Marchas y movilizaciones

Durante octubre de 2016 se llevan a cabo diversas marchas y movilizaciones en la ciudad de Bogotá, en su mayoría convocadas por jóvenes, al igual que sus asistentes. Estas movilizaciones se realizaron en torno a la temática de la paz, apoyando las negociaciones entre el Gobierno colombiano y la guerrilla de las FARC-EP, lo cual evidencia un claro interés por parte de los jóvenes; sin embargo, sigue preocupando el abstencionismo a la hora de votar.

Diagnóstico de la situación

En las elecciones atípicas, realizadas el 02 de octubre de 2016 sobre los Acuerdos de Paz en Colombia, uno de los resultados que arrojaron las votaciones, aparte del NO, fue la confirmación de la poca participación política en Colombia, ya que la abstención nacional de las votaciones fue del 62,6%, siendo esta la mayor cifra registrada en los últimos 22 años.

En la primera vuelta de las elecciones presidenciales del año 2016 se registró una abstención del 50,93%, lo que confirma que no es un fenómeno nuevo. Aunque fue mayor en las votaciones del plebiscito, se podría intuir que es debido a que esta votación no se encontraba dentro del calendario típico electoral.

Colombia se encuentra en una zona gris, en un limbo, tras haber ganado el NO en el *Plebiscito para la Paz*, el pasado 02 de octubre de 2016. Tras analizar los resultados de la elección atípica se identificó que el problema central radica en la abstención electoral, que fue del 62,6%, la más alta en los últimos años. El grueso de los ciudadanos habilitados para votar está en el rango de edad de 18 a 25 años. Jóvenes que, si bien salen a marchar, no suelen mostrar interés por ejercer su derecho al voto, parte de los deberes de participación ciudadana. De este modo, por cuenta del abstencionismo, unos cuantos terminan decidiendo por la mayoría.

Para el proyecto se dibuja un árbol de problemas con relación a esta situación con el propósito de comprenderla.

Gráfico 13. Árbol de problemas de abstencionismo electoral

Fuente: Elaboración propia

También se amplía el diagnóstico de la situación a partir de la metodología DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) con el fin de identificar otras perspectivas que apoyen las decisiones a tomar en una estrategia de comunicación para Viva la Ciudadanía.

Tabla 4. Matriz DOFA del proyecto Viva la Ciudadanía

Matriz DOFA	
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>Conocimiento de las falencias en las campañas del Sí en el <i>Plebiscito para la paz</i>.</p> <p>Conocimiento y contacto directo con la población beneficiaria.</p> <p>Existencia de materiales previamente elaborados que pueden ser adaptados y utilizados.</p> <p>Alto grado de compromiso por parte de los socios y financiadores del proyecto.</p> <p>Momento coyuntural acorde con la presentación del proyecto.</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>Presupuesto reducido para la ejecución del proyecto.</p> <p>Resistencia por parte de los lugares de reunión social de los jóvenes a tener una afiliación política.</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>Movilización masiva de la población para exigir que se hagan efectivos los Acuerdos de Paz.</p> <p>Disposición del Presidente de la República para dialogar con las partes contrarias al acuerdo.</p> <p>Aceptación del diálogo para ajustar el acuerdo por parte de los opositores.</p> <p>Inclinación de las FARC-EP para seguir dialogando en lo relativo al ajuste de los acuerdos.</p> <p>Apoyo de la comunidad internacional al proceso de paz y a la firma de los acuerdos.</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>Campaña de desinformación de la oposición para promover el rechazo de los acuerdos.</p> <p>Discordia y rechazo de determinados puntos del Acuerdo, incluso por parte de actores internacionales como <i>Human Right Watch</i>.</p>

Conocimiento del carácter deshonesto de la campaña del NO.	
--	--

Fuente: Elaboración propia

Beneficiarios directos

De acuerdo con lo analizado y caracterizado en el contexto, los beneficiarios serán jóvenes habitantes y habilitados para votar en Bogotá, que se encuentren entre las edades de 18 a 25 años, universitarios de estratos socioeconómicos diversos. Esto incluye a mujeres y hombres, teniendo en cuenta que en su mayoría son mujeres como se observa en las estadísticas. La mayoría de esta población es soltera y reside en casas familiares o pensiones universitarias.

Dentro de las zonas de la ciudad en la que se encuentra esta población se contemplan espacios aledaños a las universidades como las localidades de La Candelaria y Chapinero (mapa de Bogotá en el apartado Contexto) además de zonas de entretenimiento como la zona T, la 93, la Zona G y centros comerciales.

En los beneficiarios se encuentra una población que se puede ver apoyada con este proyecto de forma indirecta. Serán los familiares, amigos y personas cercanas a los beneficiarios directos.

Para la realización del proyecto se hará una alianza con corporación Viva la Ciudadanía, quien actuará como socio y financiador, aportando tanto un componente creativo y participativo, como monetario.

Como entidad educativa vinculada, la Universidad de La Sabana es también un socio esencial en la formulación del proyecto. Los implementadores, por otra parte, serán acordados con la corporación Viva la Ciudadanía.

Justificación

El panorama nacional, tras la victoria del NO, es el de un limbo, en el cual hay un cúmulo de acuerdos estipulados, en los que se ha trabajado por cerca de cuatro años, que podrían llegar a perderse, de no ajustarse los documentos del pacto. El presidente de la República ha establecido un diálogo con las partes opositoras con el fin de concordar arreglos de los puntos ya establecidos, en un corto plazo. Las FARC-EP se han pronunciado también, afirmando que están dispuestos a negociar dichos cambios. Todo apunta a que, una vez logrados los ajustes, se hará un nuevo plebiscito y los colombianos tendrán una segunda oportunidad de pronunciarse sobre el proceso de paz.

Según el análisis hecho de las votaciones del pasado 02 de octubre de 2016, se evidenció que el gran ganador de la jornada fue el abstencionismo, con un 62,6%. Los colombianos querían la paz, el debate universitario alzó su voz, se hicieron campañas pedagógicas, pero todos los

esfuerzos se quedaron en palabras, pues la población civil no salió a votar y unos pocos eligieron por la mayoría.

Días después del plebiscito, los jóvenes salieron a las calles a marchar por la paz, la gente hizo silencio en las casas y, poco a poco, fueron descubriéndose las técnicas antiéticas de la campaña por el NO. Los colombianos claman por la paz, pero este grito debe concretarse en las urnas para hacerse realidad.

Los jóvenes, quienes conforman el grueso de la población apta para votar, son reacios a la política y sienten que votando no son representados. Hay desconocimiento de los mecanismos de participación ciudadana y se da prioridad a otras actividades (incluso recreativas) por encima de la acción electoral.

Sin embargo, en vista de las movilizaciones masivas y de la coyuntura política que vive el país, es propicio llevar a cabo un proyecto que fomente la participación ciudadana en los jóvenes, para que su palabra se convierta en un voto y, en un futuro plebiscito, sea posible disminuir la alta tasa de abstencionismo. Además, resulta ventajoso analizar las campañas pedagógicas por el SI que se hicieron, para descubrir sus falencias y no cometer los mismos errores.

Es un momento en el cual es necesaria más que nunca la participación de toda la población civil, pues la decisión que se tome de nuevo en las urnas determinará el rumbo de toda la nación en los próximos años.

Pilares del desarrollo

Cuando se trabaja con proyectos de desarrollo se incluyen ciertos conceptos como un marco conceptual para tener en cuenta a lo largo de la propuesta de comunicación a diseñar.

Estos son valores para considerar según los temas por desarrollar.

Sostenibilidad

Si bien el centro del desarrollo siempre es la persona humana, es importante contemplar, dentro del proyecto el carácter de la sostenibilidad. Por sostenible se puede entender el encuentro entre el desarrollo económico, social y cultural, aunque normalmente se asocia a la protección del medio ambiente y los recursos naturales. Sin embargo, sostenible no sólo se refiere a este ámbito. Es un concepto mucho más amplio, del cual se resaltan dos acepciones. Que el desarrollo actual no afecte negativamente a las futuras generaciones (por ejemplo, terminando los recursos naturales de una cierta comunidad) y que los proyectos de desarrollo, por sí mismos, perduren en el tiempo, en cuanto a los recursos humanos, sociales y culturales.

Respecto al primer punto, el presente proyecto se plantea como responsable con el medio ambiente. Por dirigirse a una población joven, tiene en cuenta que con quienes se trabaja son también los adultos del futuro y que cada vez las personas, sobre todo las de más corta edad, tienen mayor conciencia sobre la importancia de cuidar sus recursos naturales. Por este motivo, se enfocará la estrategia en redes sociales y medios electrónicos, si bien se plantea utilizar ciertos recursos físicos con fines específicos.

En cuanto a la sostenibilidad del proyecto *per se*, si bien se plantea para ser implementado en un momento contingente y clave, el de un posible futuro plebiscito para la paz, en un corto plazo, el proyecto puede ser replicado, con las debidas adaptaciones, en situaciones electorales futuras, ya que está enfocado a la participación ciudadana y, como se muestra a lo largo del estudio, la participación ciudadana ha sido un problema reiterativo en la historia patria.

Género y Equidad.

Siendo la comunicación clave para la inclusión de temas de género, es necesario tener en cuenta en todo proyecto de desarrollo las herramientas para dar a conocer la importancia de la equidad y la igualdad en las oportunidades de acceso a la participación pública, tanto de hombres como de mujeres.

El primer plebiscito que se llevó a cabo en Colombia, en 1957, representó también el primer momento en el que las mujeres ejercieron su derecho a la participación pública en Colombia. La juventud cada día alza más su voz para ejercer una influencia en los asuntos públicos de la nación. Las mujeres han sido abanderadas en los temas de participación ciudadana, reclamando y luchando por sus derechos y obteniendo resultados en cuanto a la igualdad de oportunidades en el acceso a educación, salud y trabajo, entre muchos otros aspectos.

Por estos motivos, el presente proyecto estipula como uno de sus pilares la equidad e igualdad de género, tomando en consideración, en cuanto al sujeto del desarrollo, a los y las jóvenes de Bogotá, pues tanto los unos como las otras son claves para los momentos coyunturales que determinarán el futuro de la nación.

Participación.

Este pilar es clave para el proyecto, porque es la base fundamental de lo que se quiere trabajar. La participación significa que las poblaciones y colectivos se involucren de forma activa en la toma de decisiones y en la gestión de los recursos para que sean así “actores de su propio desarrollo”. Para ello se contemplan dos mecanismos, la toma de decisiones que está directamente involucrada con el derecho al voto y a la gestión, que es el más alto nivel de participación.

Es importante concientizar a la ciudadanía sobre este tema, pues, permite influir en su propio destino, contribuyendo en los procesos directos o indirectos que los afectan. El derecho al voto y la participación ciudadana no discrimina a nadie, son temas que les compete a todos, y es por eso que es tan importante que los ciudadanos ejerzan su derecho al voto y se involucren en la toma de decisiones tan importantes como la aprobación de los tratados de paz, en especial en este contexto, cuando continúan las negociaciones con las FARC-EP y se inician otras conversaciones con el ELN.

Lo que se busca con este proyecto es motivar a la gente, no solo para que ejerza el derecho al voto, sino que además se interese por los procesos democráticos, para así poder ser conscientes en el ejercicio de la toma de decisiones.

Medio ambiente.

No tiene sentido generar desarrollo para las generaciones presentes a costa de las generaciones futuras. El medio ambiente es, sin duda, esencial en el desarrollo de cualquier proyecto, aun si en el desarrollo se considera el sujeto como su centro. No se puede separar al ser humano del medio en que vive, en este caso la ciudad. Bogotá, por ser la capital del país, es una metrópolis que ha crecido de forma desmesurada, llegando a invadir incluso áreas que antes eran consideradas como rurales. Actualmente, dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS, se habla de ciudades inteligentes, ciudades en las cuales el cuidado de los recursos y las zonas verdes es crucial.

Los jóvenes pertenecientes a la sociedad civil son los abanderados en el tema, reivindicando los derechos del ambiente y pugnando para protegerlos. Es por esto que, dirigiéndose a los jóvenes, resulta clave tener en cuenta el cuidado de los recursos. Por este motivo, el proyecto se enfocará en el uso de redes sociales y medios electrónicos, limitando así el uso, de medios físicos que puedan llegar a ser muy contaminantes.

Fortalecimiento de capacidades.

Las personas, agrupadas y organizadas, pueden hacerse escuchar y ejercer sus derechos en mayor medida. Los jóvenes, que representan un alto porcentaje de la población colombiana, están llenos de potencialidades para generar un cambio en su entorno. Sobre ellos recae el futuro y el presente, son las semillas que germinarán en los adultos del mañana. Sin embargo, se dice que estos mismos jóvenes no se interesan por su ciudad, por la vida política, y están demasiado ocupados con sus tecnologías para unirse y generar un cambio.

Sin embargo, en los últimos meses, tras la victoria del NO en el *Plebiscito para la paz*, los jóvenes de Bogotá han sido los abanderados en generar movimientos ciudadanos y ejercer presión política, por medio de marchas, manifestaciones y las redes sociales. Este grupo disperso se ha unido por una causa y es menester aprovechar y fortalecer esta cohesión. Ahora, es menester aprovechar que estos individuos están siendo conscientes de que su voz cuenta, de que son escuchados y de que tienen las capacidades para, en realidad, modificar la situación del país y su futuro.

Es importante que toda la actividad de participación ciudadana que están ejerciendo ahora estos jóvenes, se traduzca también en participación política, en su voto. Por este motivo, el proyecto busca fortalecer en los jóvenes la participación política y el reconocimiento de sus derechos y deberes como miembros de la sociedad civil, para que su voz no se extinga con palabras al aire, sino que transforme realidades concretas.

Interculturalidad.

Aunque el proyecto contempla únicamente a la población de Bogotá, es importante tener en cuenta que respecto al territorio el país está compuesto por múltiples culturas y la capital cuenta con una amplia riqueza cultural que se manifiesta en las tres formas de interacción que define la UNESCO en su Capítulo 21 del Informe Mundial:

- *Préstamos*: al ser una ciudad pluricultural, este tipo de interacción es frecuente, porque los bogotanos han ido adoptando y mejorando prácticas propias que se han conocido con la llegada de nuevas culturas de distintas regiones del país y del mundo.
- *Intercambios*: las movilizaciones de nacionales e internacionales han permitido que se de este tipo de interacción, creando interdependencias con otros lugares del país y del mundo.
- *Imposiciones*: debido al conflicto armado colombiano, en Bogotá se han visto distintos tipos de desplazados que han llegado a la ciudad, fenómeno que ha ocasionado imposiciones culturales en estas poblaciones y en la misma población bogotana.

En el contexto del proyecto es necesario entender que los procesos de paz son un tema que ha afectado a todas las culturas del país, y por consiguiente es un tema de interés para todas las culturas y no solamente para las que han sido víctimas directas del conflicto armado colombiano.

Alianzas estratégicas.

Cada vez son más importantes las alianzas estratégicas en el desarrollo. En los últimos años se han fortalecido las Alianzas Público-Privadas, entre empresas y el sector público y las Alianzas para el Desarrollo, que incluyen al sector civil, por medio de alianzas con Organizaciones No Gubernamentales (ONG). En el caso del proyecto, se pretende establecer una alianza con la ONG Viva la Ciudadanía. Del mismo modo, se propone, al momento de la implementación, hacer alianzas con entidades privadas como los bares y las universidades, donde se llevarían a cabo las campañas *Below the Line*, BTL, (técnica publicitaria en la que emplean formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a un público específico. Se caracteriza por el empleo de altas dosis de creatividad, sorpresa y oportunidad, creando novedosos canales para comunicar mensajes).

Políticas públicas.

Para la sostenibilidad de cualquier proyecto de desarrollo es esencial conocer e incluir y trabajar con las políticas públicas, pues si se está desligado del plan de desarrollo, ya sea local o nacional, el proyecto no podrá perdurar en el tiempo. Por este motivo, se plantea ligar el presente proyecto a las políticas públicas relacionadas con participación ciudadana y con jóvenes. Resulta

clave contemplar la legislación vigente (como la Ley de Jóvenes y la Ley Estatutaria de participación ciudadana) con el fin de identificar sus fortalezas y debilidades para proponer, por medio del proyecto, soluciones a las debilidades que se identifiquen, como es el abstencionismo electoral en jóvenes.

Desarrollo humano.

El centro del desarrollo es el sujeto. Todas las acciones o actividades que se lleven a cabo en el ámbito de la Comunicación para el desarrollo deben estar orientadas hacia los beneficiarios, sean directos o indirectos. En el caso del presente proyecto, se busca fortalecer las competencias de participación política de los jóvenes, quienes, por consiguiente, son el sujeto de desarrollo con el cual se pretende trabajar y alrededor del cual giran todos los objetivos y las actividades.

Esto resulta fundamental porque, como sujetos o beneficiarios, tiene unas características particulares, códigos de comunicación y necesidades diferentes que deben ser tenidas en cuenta para que la estrategia de comunicación sea efectiva. Además, el empoderamiento y fortalecimiento del sujeto permite que los resultados del proyecto perduren en el tiempo, en cada uno de los individuos participantes.

Objetivos del proyecto de desarrollo

Objetivo General

Fortalecer la participación política por medio del ejercicio de derecho al voto en jóvenes universitarios entre los 18 y 25 años en Bogotá.

Objetivos Específicos

1. Establecer mecanismos de comunicación pedagógica en torno al tema de la paz.
2. Establecer mecanismos de comunicación pedagógica en torno al tema de los tratados de paz.
3. Establecer mecanismos de comunicación pedagógica en torno al ejercicio del derecho al voto.

Estrategia participativa de comunicación

La Comunicación para el desarrollo se basa en el diálogo, el cual empieza con el reconocimiento del otro. El Modelo de Interlocución, I-M-I (Interlocutor, Mensaje, Interlocutor) que propone la Comunicación para el desarrollo postula que la comunicación debe ser horizontal, con base en un diálogo de doble vía y con los códigos propios de cada interlocutor. En este sentido, desde el desarrollo, se plantea la comunicación como un proceso en el cual el

conocimiento y la participación del otro es esencial para la construcción del mensaje. Por este motivo, dentro de la estrategia es necesario tener en cuenta que el público objetivo está conformado por jóvenes universitarios apáticos, en su mayoría, hacia la política y los temas políticos, que considera “pesados”, “densos” y “aburridos”.

Para construir el mensaje, es necesario encontrar una forma de aproximarse a este grupo, utilizando sus propios canales, sus propios medios, sus propios mensajes. Con los procesos de comunicación se busca crear identificación con el público objetivo y, para esto, se utilizarán diferentes medios y propuestas, entre ellos la creación de un personaje caricaturesco, influenciador, que esté presente en sus espacios y actividades de vida.

La estrategia de comunicación aquí planteada se basa en la participación comunitaria, en cuanto busca involucrar a la comunidad de los jóvenes universitarios en acciones concretas, como el voto, la difusión de información, las pedagogías para la paz, para alcanzar la meta común de la paz para la nación colombiana, que solo es posible con mecanismos de diálogo y acuerdo.

En este punto resulta esencial el uso de influenciadores, pues si bien la estrategia gira alrededor de la creación de un personaje, una de las tácticas que se usará será la de la capacitación de líderes sociales en las universidades que repliquen los mensajes de paz y de participación política que se propongan y desarrollen dentro de la estrategia.

Del mismo modo, se plantea la participación de líderes de opinión para que apoyen al fortalecimiento del mensaje central de la campaña. Por este motivo, la capacitación es clave para que se difunda el mensaje correcto y de la manera adecuada; es importante, además, hacer un acompañamiento a las acciones de dichos influenciadores para que su intervención sea efectiva.

Además, se pretende fortalecer las capacidades de la población universitaria, en lo que respecta a la participación política, por medio de herramientas como la comunicación pedagógica. En este sentido, se busca empoderar a dicha población para que comprenda la importancia del voto, el contenido de los acuerdos y sus derechos y deberes como ciudadanos, para que las iniciativas sociales como las marchas y los movimientos en redes sociales se traduzcan en un cambio efectivo en la realidad política del país.

Finalmente, se plantea dentro de la estrategia el uso de redes sociales, porque es el canal/medio que usan los jóvenes por excelencia e ignorarlo sería un error. *Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y Snapchat* son los principales medios sociales que utilizan los jóvenes, por medio de los cuales crean vínculos, redes y establecen diálogos tanto de entretenimiento como con temas sociales y políticos. En este sentido, se pretende difundir mensajes por estos medios, siguiendo el eje central de la estrategia, que es la creación del personaje mencionado anteriormente.

La estrategia girará en torno a un personaje que se encargará de unificar las diferentes tácticas y actividades implementadas en la campaña, para fortalecerlas. Ese personaje se describe a continuación.

Paloma María Paz

Este personaje estará vinculado con el símbolo de la Paloma de Paz, por lo que se busca crear una versión caricaturizada de esta paloma, creando una empatía con el público objetivo y vínculos con las temáticas de la paz.

Esta paloma será joven, simpática y de contextura gruesa, y mantendrá su color blanco característico; sin embargo, no tendría su rama de olivo en el pico, ya que se busca que esta transmita mensajes por medio del diálogo.

Su nombre será la paloma María Paz, que es la imagen de toda la campaña que busca crear un reconocimiento entre los jóvenes, dando mensajes de paz, pero también de la importancia de la participación política por medio del voto para lograr procesos de pacificación.

Duración y etapas de la estrategia de comunicación

Duración: 4 meses.

Esta campaña está contemplada con tres etapas diferentes, cada una de ellas durará un mes.

Etapas 1:

Este es un espacio de tiempo de planificación para que se concreten todos los elementos que serán usados durante la campaña, dentro de esto está la creación del personaje, de los perfiles en las redes sociales y todo el material gráfico implementado, entre otros.

Etapa 2:

Durante el primer mes de la aplicación de la campaña se busca atraer al público alejado de la política, con temáticas de paz para llegar a los jóvenes apáticos, de una manera “cómica”, y, además, utilizando los canales de comunicación del público se buscará fortalecer los vínculos de los jóvenes con el personaje.

Etapa 3:

En esta etapa empiezan a aparecer mensajes vinculados con los Acuerdos de Paz, explicándolos de una manera entretenida y haciendo una campaña de información que busca que los jóvenes que por distintas razones no quieren informarse acerca de esta temática, puedan saber de qué se trata de una manera más entretenida, utilizando las herramientas que ofrece el entretenimiento.

Etapa 4:

Durante el último mes se quiere reforzar la idea de la participación ciudadana mediante el voto, reforzando los mensajes comunicación pedagógica sobre el proceso democrático de la votación, motivando e informando a los jóvenes acerca de las inscripciones de cédula, consultas de puestos de votación y formatos.

Para este momento, los vínculos de empatía con la paloma María Paz estarán en un alto nivel, por lo que se usarán mensajes en los que si el público no vota podría causarle algún daño emocional a María Paz, lo que además refuerza el apoyo a los tratados de paz.

A continuación, se describen las actividades que se han diseñado para cada uno de los objetivos del proyecto a realizar con Viva la Ciudadanía.

Actividades del objetivo “establecer mecanismos de comunicación pedagógica en torno al tema de la paz”

- Creación del personaje María Paz: diseño de la caricatura (Etapa 1).
- Creación de las piezas gráficas del personaje que se usarán a lo largo de la campaña (Etapa 1).
- Creación de los perfiles de *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat* y *LinkedIn* (Etapa 1).
- Creación del disfraz del personaje para los eventos BTL (Etapa 1).

- Publicación de piezas gráficas en redes sociales a modo de posicionamiento del personaje, con un mínimo de cuatro publicaciones diarias (Etapa 2).
- Campaña BTL con el personaje María Paz, para hacer comunicación pedagógica sobre el tema de paz. Se harán seis apariciones públicas de la paloma en total, los viernes y sábados de cada semana (tres semanas), en Zona T, Parque de la 93, Chorro de Quevedo, Plazoleta del Carulla de la 85, Usaquén y Plaza de Lourdes (Etapa 2).
- Publicaciones en Redes Sociales por parte de los líderes de opinión con la paloma María Paz, sobre la paz y el ejercicio del derecho al voto (Etapa 2, 3 y 4).

Actividades del objetivo “establecer mecanismos de comunicación pedagógica en torno al tema de los tratados de paz”

- *Live Streaming* en *Facebook* los miércoles de cada semana (4 miércoles) con María Paz. Las personas pueden mandar sus preguntas sobre los tratados y el personaje les responderá de manera divertida, con un lenguaje acorde con sus códigos de comunicación (Etapa 3).
- Publicación de piezas gráficas con temas relacionados con los tratados de paz, a modo de comunicación pedagógica, con un mínimo de cuatro publicaciones diarias (Etapa 3).
- Campaña BTL con el personaje María Paz, para hacer actividades pedagógicas sobre los acuerdos. Se hará una actividad semanal, cada semana en un bar diferente (lugar de reunión de jóvenes). Se hará un concurso con preguntas relacionadas con

los puntos esenciales del Acuerdo de Paz, que deberá ser dinámico y divertido, y tener una duración de máximo media hora. (Etapa 3).

- Capacitación de diez líderes sociales universitarios sobre el contenido y los puntos clave del Acuerdo de Paz y el ejercicio del derecho al voto, con el fin de que sean replicadores en su entorno universitario (Etapa 3 y 4).

Actividades del objetivo “establecer mecanismos de comunicación pedagógica en torno al ejercicio del derecho al voto”

- Publicación de piezas gráficas con temas relacionados con el ejercicio del derecho al voto, a modo de comunicación pedagógica, con un mínimo de cuatro publicaciones diarias (Etapa 4).
- Rotar puestos de información por las distintas universidades, dando asesoría sobre puestos de votación, inscripción de cédulas y otra información relacionada con el ejercicio del derecho al voto (Etapa 4).
- Campaña BTL con el personaje María Paz, para hacer simulacros de votación, en los cuales también se haga comunicación pedagógica sobre el ejercicio del voto. Se hará una actividad semanal, cada semana en un bar diferente (Etapa 4).
- Acompañamiento a los líderes sociales, para que, en su medio universitario, repliquen la información sobre el ejercicio del derecho al voto y motiven a sus compañeros a salir a votar (Etapa 4).

Resultados esperados de la estrategia de comunicación

A partir del diseño de una estrategia de comunicación se espera obtener resultados concretos. Si bien esta estrategia no se implementó al interior de Viva la Ciudadanía, es importante identificar los resultados que se esperaban de haberla puesto en práctica.

Resultado de la actividad: “Creación del personaje María Paz: diseño de la caricatura” (Etapa 1).

La caricatura creada en formato digital compuesta en 3D, se busca que sea un personaje según lo planteado en el punto Paloma María Paz. Al momento de completar esta actividad, es importante saber que el personaje aparecerá en las piezas gráficas y que además se creará el disfraz para los BTL.

Resultado de la actividad: “Creación de piezas gráficas del personaje que se utilizarán a lo largo de la campaña” (Etapa 1).

Se obtendrán las piezas gráficas para las publicaciones en las distintas etapas que se usarán en las diferentes redes sociales:

- Etapa 2 (Paz): 115 piezas.
- Etapa 3 (Acuerdos de paz): 115 piezas
- Etapa 4 (Mecanismos de votación): 115 piezas
- Total, piezas *web*: 345
- Diseño de camisetas para el personal a cargo del BTL.

Resultado de la actividad: “Creación de los perfiles de *Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat y LinkedIn*” (Etapa 1).

Se crearán los perfiles correspondientes de cada red social con sus piezas gráficas y contenido para hacerlas crecer.

Resultado de la actividad: “Creación del disfraz del personaje para los eventos BTL” (Etapa 1).

Un disfraz creado a partir de la imagen de María Paz, con el fin de generar identificación directa al proyecto a partir del personaje.

Resultado de la actividad: “Publicación de piezas gráficas a modo de posicionamiento del personaje con un mínimo de cuatro publicaciones diarias” (Etapa 2).

Se espera aumentar los seguidores en las redes sociales de los perfiles de María Paz; se busca que el número de seguidores aumente mínimo a 150 por semana, para obtener 600 seguidores al mes y al final de la campaña un total de 1.8000.

Resultados de la actividad: “Campaña BTL con el personaje María Paz para hacer comunicación pedagógica sobre el tema de paz. Se harán en total seis apariciones públicas de la paloma los viernes y sábado de cada semana (tres semanas) en Zona T, Parque de la

**93, Chorro de Quevedo, Plazoleta de Carulla de la Calle 85, Usaquén y Plaza de Lourdes”
(Etapa 2).**

Se espera crear empatía con el público específico y así apoyar las actividades en redes sociales.

Resultado de la actividad: “*Live streaming* en *Facebook*, los miércoles de cada semana (4 miércoles) con María Paz. Las personas pueden enviar sus preguntas sobre los acuerdos y el personaje les responderá de manera divertida con un lenguaje acorde a sus códigos de comunicación” (Etapa 3).

Se busca resolver dudas y enseñar acerca de este tema llegando a un mínimo de 150 personas participantes por cada *live streaming* realizado.

Resultados de la actividad: “Publicación de piezas gráficas con temas relacionados con los tratados de paz, a modo de comunicación pedagógica con un mínimo de cuatro publicaciones diarias” (Etapa 3).

Para aumentar los seguidores en redes sociales de los perfiles de María Paz, se busca que el número de seguidores aumente mínimo a 150 por semana, para obtener 600 seguidores al mes y al final de la campaña un total de 1.8000.

Resultado de la actividad: “Publicaciones en redes sociales por parte de los líderes de opinión con la paloma María Paz, sobre la paz y el ejercicio del derecho al voto”. (Etapas 2, 3 y 4).

Se espera crear identificación entre el público específico y María Paz, además se reforzarán las actividades de crecimiento en redes sociales.

Resultado de la actividad: “Campaña BTL con el personaje María Paz para desarrollar actividades pedagógicas sobre los acuerdos. Se hará una actividad semanal, cada semana en un bar diferente. Se hará un concurso con preguntas relacionadas con los puntos esenciales del Acuerdo de Paz que deberán ser dinámicas y divertidas. Tendrá una duración de máximo media hora” (Etapa 3).

Se espera crear empatía con el público específico y así apoyar las actividades en redes sociales, además se busca generar interés por parte del público hacia la temática de los acuerdos de paz; adicionalmente esta actividad ayudará a resolver algunas dudas, complementándose con la actividad de los *live streaming*.

Resultado de la actividad: “Capacitación de diez líderes sociales universitarios sobre el contenido y los puntos clave del Acuerdo de Paz y el ejercicio al voto, con el fin de que sean replicadores en su entorno universitario” (Etapa 3 y 4).

Ayudar a los líderes sociales para que sean un buen canal de comunicación: se busca que estos 10 líderes sepan y puedan transmitir los mensajes en torno al apoyo del Acuerdo de Paz y al ejercicio del voto a otras personas de su entorno.

Resultado de la actividad: “Publicación de piezas gráficas relacionadas con el ejercicio del derecho al voto, a modo de comunicación pedagógica con un mínimo de cuatro publicaciones diarias” (Etapa 4).

Se espera el aumento de los seguidores en redes sociales de los perfiles de María Paz; se busca que el número de seguidores aumente mínimo a 150 por semana, para obtener 600 seguidores al mes y al final de la campaña obtener un total de 1.8000.

Resultado de la actividad: “Rotar puestos de información por las distintas universidades dando asesoría sobre los puestos de votación, la inscripción de cédulas y otra información relacionada con el ejercicio del derecho al voto” (Etapa 4).

Se busca llegar a un mínimo de 1500 personas durante el mes para resolver dudas con respecto al tema.

Resultado de la actividad: “Campaña BTL con el personaje María Paz para hacer simulacros de votación en los cuales se lleve a cabo una comunicación pedagógica sobre el ejercicio del derecho al voto” (Etapa 4).

Se espera crear empatía con el público específico y así apoyar las actividades en redes sociales; además se busca generar interés por parte del público hacia la temática del ejercicio al voto, adicionalmente esta actividad ayudará a resolver algunas dudas, complementándose con la actividad de los puestos móviles en las universidades.

Resultado de la actividad: “Acompañamiento a los líderes sociales universitarios para que en su medio universitario repliquen la información sobre el ejercicio del derecho al voto y motiven a sus compañeros a salir a votar” (Etapa 4).

Se espera apoyar a los líderes sociales para que se constituyan en un buen canal de comunicación; se busca que estos 10 líderes sepan y puedan transmitir los mensajes en torno al apoyo de los acuerdos de paz y al ejercicio del voto a otras personas de su entorno.

Financiamiento de la estrategia de comunicación

Es importante en el diseño de la estrategia de comunicación contemplar los posibles financiadores para alcanzar los objetivos planteados, y obtener los resultados esperados de las actividades programas y por lo tanto de la estrategia en general.

Se consideró a la cooperación internacional, por medio de distintas alianzas con organizaciones de la sociedad civil internacionales, con países, y alianzas público-privadas.

Tabla 5. Financiamiento de la estrategia de comunicación

Financiamiento de la estrategia de comunicación	
<p>Alianzas con organizaciones no gubernamentales colombianas</p>	<p>Fundación Ideas para la Paz- FIP ONG colombiana creada en 1999 por un grupo de empresarios colombianos. Su misión es generar conocimiento, proponer iniciativas, desarrollar prácticas y acompañar procesos para contribuir a la construcción de una paz estable y duradera en Colombia. Busca aportar a la comprensión de las conflictividades del país, ejerciendo el liderazgo necesario para movilizar a ciudadanos, servidores públicos y empresarios alrededor del objetivo común de construir una sociedad en paz. (Ideas para la Paz. 2016)</p> <p>Fundación Paz y Reconciliación Creada en el 2013 por un grupo de interdisciplinarios profesionales con conocimientos sobre la temática de conflicto armado en Colombia con el propósito de crear un análisis en temas de posconflicto. Esta organización ha participado activamente en la aplicación de los Acuerdos de Paz, (Fundación para la Paz. 2016).</p>
<p>Alianzas bilaterales</p>	<p>Embajada de Noruega Los diálogos de paz entre el Gobierno de Colombia y las FARC-EP empezaron oficialmente en octubre de 2012 en Oslo, Noruega, con la instalación de la Mesa de Conversaciones. Desde el inicio Noruega ha participado como garante junto con Cuba en esta Mesa, que luego se trasladó a La Habana. Noruega participa también como garante en la fase exploratoria para iniciar diálogos de paz entre el Gobierno de Colombia y ELN, un proceso que se inició en enero de 2014 y se hizo público en junio de 2014 (Embajada de Noruega).</p> <p>En diciembre de 2015 Noruega firmó un convenio con la Corporación Viva La Ciudadanía, cuyo objetivo es contribuir a un mejor entendimiento</p>

	<p>de los Acuerdos de Paz y su importancia para la construcción de una paz estable y duradera. El proyecto está enfocado en proveer a la sociedad civil con herramientas para una mejor comprensión de lo que significa la construcción de paz, (Embajada de Noruega).</p> <p>GIZ Corporación Alemana para la Cooperación Internacional, o GIZ, es una agencia del Gobierno Federal Alemán, especializada en la cooperación técnica para el desarrollo sostenible en todo el mundo.</p> <p>Desde 1965, la GIZ trabaja en Colombia por encargo del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de Alemania y uno de los temas prioritarios es el desarrollo de la paz, prevención de crisis: Estado de derecho, justicia transicional, fomento de la paz y prevención de la violencia.</p> <p>Desde octubre de 2016, la GIZ apoya los esfuerzos del Gobierno colombiano por establecer la paz, también por encargo de la Unión Europea, que aporta fondos al programa de fomento de la paz financiado por el BMZ.</p>
<p>Alianzas público privadas</p>	<p>Bares Se harán alianzas con algunos bares ubicados en las zonas de influencia determinadas por el sujeto, para realizar las actividades planteadas.</p> <p>Universidades Se harán alianzas con algunas universidades para realizar las actividades propuestas.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo VI Conclusiones y Recomendaciones

La democracia da a los ciudadanos colombianos la posibilidad de participar en la elección de sus representantes en condiciones de igualdad y con respeto. Desde la creación de la Constitución Política de Colombia 1991, los ciudadanos han tenido la posibilidad de elegir entre una amplia oferta de representantes, pensamientos e ideologías, lo que ha reducido en gran medida los niveles de abstencionismo que se tenían en años previos a la constituyente.

A pesar de que los índices de abstencionismo se han ido reduciendo paulatinamente, esta problemática sigue presente en el panorama electoral colombiano; sin embargo, los colombianos tienen otros tipos de participación tales como las movilizaciones sociales que los han llevado a expresarse ante grandes eventos políticos de la sociedad como la firma del acuerdo de paz con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia – Ejército del Pueblo (FARC-EP).

A través de estas manifestaciones sociales, se ha podido destacar el interés que tienen algunos jóvenes por el futuro del país y la necesidad de información que existe de parte de ellos para que ejerzan su derecho/ deber al voto y sean ellos quienes tomen las decisiones. Es bueno que tengan una participación en espacios no convencionales, sin embargo, es una necesidad del país que esa opinión e información que tienen respecto a determinado tema o candidato se refleje en las urnas para que se lleve a cabo un correcto proceso electoral.

Del mismo modo, es importante tener claridad sobre la importancia de llevar a cabo estrategias políticas con un público específico, con el fin de identificar con facilidad su lenguaje,

necesidades y modelos comunicativos, para poder lograr efectividad en la implementación de la estrategia.

Este momento histórico por el que atraviesa Colombia no es responsabilidad exclusiva del Gobierno, también hace parte de la responsabilidad de todos los colombianos, pues en sus manos está la posibilidad de perdonar, de plantear un futuro mejor para las personas alrededor suyo, así como buscar soluciones a los problemas de la sociedad.

Por otra parte, el proceso de construcción de esta monografía me permitió ampliar mis conocimientos sobre Colombia, así como sobre la comunicación y su importancia en los procesos sociales, electorales y políticos del país. A partir de comparaciones del panorama electoral antes y después de 1991, se comprendió mejor la importancia histórica del bipartidismo, de la participación y su relación directa con el abstencionismo.

Otra de las percepciones que cambió totalmente la presente investigación es la percepción de la juventud y la importancia de los jóvenes en la toma de decisiones del país ejerciendo su derecho a opinar, pero sobre todo a movilizarse por las calles, a tomar decisiones informadas y aprovechar las nuevas tecnologías y los nuevos medios de comunicación para hacer una nueva forma de política, más participativa, pero sobretodo más exigente para los representantes.

Trabajar con una organización no gubernamental, como Viva la Ciudadanía, permitió que tener una gran experiencia de crecimiento personal y profesional, ya que aportó a que se

consideraran alianzas, a que se pudiera conseguir el mayor alcance para la estrategia, a que se tuviera una visión más objetiva del proyecto planteado inicialmente en clase.

Finalmente, se destaca la importancia de implementar estrategias que apoyen los procesos electorales de manera libre, en búsqueda del bien común y cuyos resultados estén enfocados al beneficio de la sociedad y del país.

Referencias Bibliográficas

Acuerdo de Paz. (s.f). Conozca los puntos del Acuerdo. Recuperado de:

<http://www.acuerdodepaz.gov.co>

Alberich (2004) citado por Hernández, (2010). Participación ciudadana y mediación social. Una reflexión desde la práctica del asesoramiento social. *Revista Medicaciones Sociales*, N° 7, ISSN electrónico: 1989 -0494, Universidad Complutense de Madrid, España.

Recuperado de:

<http://webs.ucm.es/info/mediars/MediacioneS7/Indice/HernandezAristuJ2010/hernandezaristuj2010.html>

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2017). *Ubicación de la ciudad*. Recuperado de:

<http://www.bogota.gov.co/ciudad/ubicacion>

Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (1966). *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*. Recuperado de:

<http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx>

Arias-Cardona, A. M. & Alvarado, S. V. (2015). Jóvenes y política: de la participación formal a la movilización informal. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13 (2), pp. 581-594. Recuperado de:

<http://www.scielo.org.co/pdf/rlds/v13n2/v13n2a03.pdf>

Banco de la República. (s. f.). *Constitución Política y Participación Ciudadana*. Recuperado de:

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/constitucion/participacion-ciudadana/articulos-relacionados>

Banco de la República. (s.f). *El Plebiscito*. Recuperado de:

http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/politica/el_plebiscito

Banrepcultural. (s.f). *Participación Ciudadana*. Recuperado de:

http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Constitución_Pol%C3%ADtica_de_Colombia_de_1991

Barrera, S. (2009). *La descentralización crea espacios para la participación ciudadana y comunitaria en la vía pública*. (Tesis de pregrado, Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario). Recuperado de:

<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1447/52990565.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cárdenas, J., Álvarez, E., Lizarazo, D. Et al. (2016). *Elecciones y medios de comunicación, elecciones locales 2015*. Misión de Observación Electoral (MOE). Bogotá, Colombia.

Cifras y Conceptos. (2016). *Polimétrica*. Recuperado de: <http://cifrasyconceptos.com/wp-content/uploads/2016/09/Presentación-final-Polimétrica-agosto.pdf?8ab3a8>

Colombia.com (s.f). *Antecedentes nacimiento de las guerrillas revolucionarias*. Recuperado de:

<http://www.colombia.com/actualidad/especiales/dialogos-de-paz/antecedentes/>

Comisión Independiente de Derechos Humanos de Morelos. (2012). *Participación Ciudadana y Derechos Humanos*. Recuperado de:

<https://cidhmorelos.wordpress.com/2012/11/01/participacion-ciudadana-y-derechos-humanos/>

Communication for Social Change Consortium. (2003). Tomado de Gumucio-Dagron, Alfonso.

Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y*

pensamiento 2011, ISSN 0120-4823. Recuperado de:

<http://sociales.redalyc.org/articulo.oa?id=86020038002>>

Correa, E. & Noé, M. (1998). *Nociones de una Ciudadanía que Crece*. Ed. FLACSO. Pg. 15.

Santiago de Chile, Chile. Recuperado de:

<http://flacsochile.org/biblioteca/pub/publicos/1998/libro/002297.pdf#page=15>

Daza, X. (s.f). El papel de los medios de comunicación en el proceso de paz en Colombia.

Universidad de San Buenaventura. Cali, Colombia. Recuperado de:

<https://www.redsociojuridica.org/red/wp-content/uploads/2017/06/Papel-medios-de-comunicacion.pdf>

De La Calle, H. (2014). *La Paz Territorial*. Oficina del Alto Comisionado para la Paz.

Recuperado de:

http://www.altocomisionadoparalapaz.gov.co/herramientas/documentos-y-publicaciones/Documents/todo_lo_que_deber%C3%ADa_saber_sobre_el_proceso_de_paz.pdf

Departamento Nacional de Estadística, DANE. (2016). *Geo-portal*. Recuperado de:

<https://geoportal.dane.gov.co/v2/?page=elementoEstimaciones>

El Espectador. (2016), *¿Dónde estaban los medios en la campaña del Plebiscito?* Recuperado

de: <https://www.elespectador.com/noticias/paz/donde-estaban-los-medios-campana-del-plebiscito-articulo-658886>

El Nuevo Diario. (2012). *Comunicación para el cambio social*. Recuperado de:

<https://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/266168-comunicacion-cambio-social/>

El Tiempo. (2016), ¡Acuerdo ya!, fue la proclama de la marcha por la paz de Colombia. *Diario el Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/marcha-por-la-paz-en-colombia-57164>

Embajada de Noruega. (s.f). Noruega y la paz en Colombia. Recuperado de: http://colombia.norway.info/News_and_events/Proceso-de-Paz/Noruega-y-la-paz-en-Colombia/#.WC3tVqLhD8M

Enciclopedia de Conceptos (2017). *Redes Sociales*. Recuperado de: <http://concepto.de/redes-sociales/>

Equipo IGOPnet. (2014). Jóvenes, Internet y Política. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. Madrid, España. Recuperado de: http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/portal_social/import/fad/fad0007.pdf

Feixa, C. (2006). Generación XX. Teorías sobre la juventud contemporánea. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, niñez y juventud*. Volumen 4, N° 2. Manizales, Colombia. Recuperado de: <http://revistaumanizales.cinde.org.co/r/icsnj/index.php/Revista-Latinoamericana/article/view/394/229>

FMM Educación. (s.f). *Declaración de los Derechos del Hombre del Ciudadano*. Recuperado de: <http://www.fmmeducacion.com.ar/Historia/Documentoshist/1789derechos.html>

Franco B., Florez, J. (2009). Participación Electoral: ¿Esencia de la democracia?, *Revista Desafíos*, N. 21, Segundo semestre de 2009, recuperado de: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2734/23.pdf>.

Fundación Ideas para la Paz. (s.f). *¿Qué hacemos?* Recuperado de: <http://www.ideaspaz.org/foundation/about>

Fundación Paz y Reconciliación. (s.f). *¿Quiénes somos?* Recuperado de:

<http://www.pares.com.co/quienes-somos/>

Gardeazábal, A. (2014). *La influencia de la transformación hacia una democracia más competitiva en el abstencionismo y la legitimidad en Colombia (1974 - 2010)*. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de:

<https://repository.javeriana.edu.co:8443/bitstream/handle/10554/18594/GardeazabalLuqueAnaMaria2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Goofmam, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*.

Guba, E. (1985). *Criterios de credibilidad en la investigación naturalista*. Citado por Gimeno, J; Pérez, A. *La enseñanza: su teoría y su práctica*. Akal. Madrid.

Gumucio, A. (2010). *Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo*.

Recuperado de:

<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/2454/1728>

Hernández, J. (2010). Participación ciudadana y mediación social. Una reflexión desde la práctica del asesoramiento social. *Revista Mediaciones Sociales N° 7, ISSN Electrónico: 1989-0494*. Madrid, España. Recuperado de:

<http://webs.ucm.es/info/mediars/MediacioneS7/Indice/HernandezAristuJ2010/hernandezaristuj2010.html>

IEBS. (s.f). *¿Qué es el BTL?* Recuperado de:

<https://comunidad.iebschool.com/miriamolmedo/que-es-btl/>

- Laverde, M. (2009). La comunicación pedagógica: elemento transformador de la práctica educativa. *Revista Actualidades Investigativas en Educación* N° 9, E-ISSN: 1409-4703. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/447/44713058013.pdf>
- Luna, P. (2010). *Participación Ciudadana: de lo Consultivo a lo resolutivo*. (Tesis doctoral). Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/703/pol138.pdf?sequence=1>
- Mendivil Calderón, C; Racedo Durán, Y.; Meléndez Solano., K.; Rosero Molina, J. (2015). El papel de la Comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. *Revista Encuentros* N° 1, ISSN: 1692-5858. Universidad Autónoma del Caribe. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/encu/v13n1/v13n1a01.pdf>
- Ministerio de Desarrollo Social de Chile, (s.f). *Definición de Participación Ciudadana*. Recuperado de: <http://participacionciudadana.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/que-es-participacion-ciudadana>
- Ministerio de Educación. (s.f). Participación Ciudadana. Recuperado de: http://www.mineduccion.gov.co/1759/articles-177283_recurso_1.pdf
- Ministerio del Interior. (2016). *Ley Estatutaria de Participación Ciudadana*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=hMYk6x-nlcE>
- Ministerio del Interior. (s.f). *Ley Estatutaria de Participación Ciudadana*. Recuperado de: <http://participacion.mininterior.gov.co/participacion/ley-estatutaria-de-participacion-ciudadana>

Misión de Observación Electoral, MOE. (2011). *Encuesta: Percepción electoral de los votantes colombianos*. Recuperado de: <http://moe.org.co/home/doc/encuesta/encuestamoe.pdf>

Munarriz, B. (s.f). *Técnicas y métodos de Investigación Cualitativa*. Universidad del País Vasco. Recuperado de: <http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/8533/CC-02art8ocr.pdf>

Naciones Unidas. (s.f). *Declaración Universal de Derechos Humanos*. Recuperado de: <http://www.un.org/es/documents/udhr/>

Nohlen, D. (2003). *Ampliación de la participación política y la reducción del abstencionismo: Ejes de una cultura democrática y una nueva ciudadanía para el siglo XXI, XVII*. Conferencia Protocolo de Tikal, San José de Costa Rica, Recuperado de: http://www.iidh.ed.cr/comunidades/redelectoral/docs/red_publica/Cuadern_o%2049/I-D.Nohlen-Ampliacion.pdf.

Nohlen, D. (2004). *Participación electoral como objeto de estudio, en Elecciones*, 3, 137, recuperado de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/0832E6B1448EFA19052575A50082DEE9/\\$FILE/1objeto.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/0832E6B1448EFA19052575A50082DEE9/$FILE/1objeto.pdf).

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2016). *La UNESCO: trabajando con y para los jóvenes*. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/popular-topics/youth/>

Organización de los Estados Americanos. (s.f) *Convención Americana sobre Derechos Humanos*. Recuperado de: https://www.oas.org/dil/esp/tratados_B32_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.htm

Ortiz, E. (1999). *Pedagogía 99. ¿Cómo desarrollar la competencia comunicativa del maestro?*

(Curso 3). La Habana: Ministerio de Educación. 89 p. Recuperado de:

<https://web.ua.es/es/revista-geographos-giecryal/documentos/idalmis-vargas.pdf>

Postelnicu, M. (s.f.). *Two-step Flow model of Communication*, Encyclopaedia Britannica,

recuperado de: [https://www.britannica.com/topic/two-step-flow-model-of-](https://www.britannica.com/topic/two-step-flow-model-of-communication)

[communication](https://www.britannica.com/topic/two-step-flow-model-of-communication)

Ramírez, J. (2016). *El NO ha sido la campaña más barata y más efectiva de la historia*. Asuntos

Legales. Recuperado de: [https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/el-no-ha-](https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/el-no-ha-sido-la-campana-mas-barata-y-mas-efectiva-de-la-historia-2427891)

[sido-la-campana-mas-barata-y-mas-efectiva-de-la-historia-2427891](https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/el-no-ha-sido-la-campana-mas-barata-y-mas-efectiva-de-la-historia-2427891)

Registraduría Nacional del Estado Civil. (2013). *Abstencionismo electoral en Colombia: una*

aproximación a sus causas. Recuperado de:

http://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/CEDAE_-

[_Abstencionismo electoral en Colombia.pdf](http://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/CEDAE_-Abstencionismo_electoral_en_Colombia.pdf)

Registraduría Nacional del Estado Civil. (2016). *Plebiscito 2016*. Recuperado de:

http://www.registraduria.gov.co/?page=plebiscito_2016

Registraduría Nacional del Estado Civil. *Mecanismos de Participación Ciudadana*. Recuperado

de: http://www.registraduria.gov.co/Informacion/part_ciudadana.htm

Rodríguez, R. (s.f). *Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria*.

Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. Madrid, España. Recuperado de:

[http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/opinion-publica-evolucion-de-la-](http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/opinion-publica-evolucion-de-la-teoria-de-la-Agenda-Setting.pdf)

[teoria-de-la-Agenda-Setting.pdf](http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/opinion-publica-evolucion-de-la-teoria-de-la-Agenda-Setting.pdf)

Rubio, J. (2009). Opinión Pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda Setting.

Gazeta de Antropología ISSN 0214-7564. Recuperado de:

https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferrerres.html

Ruiz, J., (2015). *Elecciones y Medios de Comunicación, Elecciones locales 2015*. Misión de Observación Electoral.

Sánchez, I. & López, A. Jóvenes y democracia: Comportamiento electoral y actitudes políticas en Costa Rica. *Revista Derecho Electoral N° 20*. Recuperado de:

http://www.tse.go.cr/revista/art/20/treminio_pignataro.pdf

Secretaría general de la Alcaldía Mayor de Bogotá. (s.f). *Estructura general del Distrito Capital*.

Recuperado de:

http://secretariageneralalcaldiamayor.gov.co/sites/default/files/estructura-distrito_1.pdf

Senado de la República. (2015). *Ley Estatutaria de Participación Ciudadana*. Recuperado de:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1757_2015.html

Soto, H. (2013). Abstencionismo Decisional : La tensión entre la ausencia de la participación electoral y la ausencia de la decisión electoral. (*Trabajo de Grado para optar por título de Magíster en Estudios Políticos*). Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá D.C. p.6

Tuesta, Fernando, (2003), Abstencionismo y ausentismo, ¿son iguales?, en XVII Conferencia Protocolo de Tikal, *Cuaderno CAPEL*, núm. 49, 24-26 septiembre, San José, Costa Rica.

Universidad del Valle. (2016). *Medios de Comunicación y plebiscito*. Recuperado de:

<http://www.univalle.edu.co/universidad-y-region/medios-de-comunicacion-y-plebiscito>

Urueña, A., Ferrari, A, Blanco, D. *et al.*, (2011). *Las Redes sociales en Internet*. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI. Madrid, España. Recuperado de:

http://www.osimga.gal/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf

Valverde, M. (2009). La comunicación pedagógica: elemento transformador de la práctica educativa. *Revista Actualidades Investigativas en Educación*, ISSN 1409-4703. Universidad de Costa Rica. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/pdf/447/44713058013.pdf>

Vargas, A. & Segura, M. (2013). *Inclusión de la comunicación para la consulta previa con indígenas: un aporte para el ishtana de la etnia Bari*. (Tesis de pregrado). Universidad de La Sabana, Chía, Colombia. Recuperado de:

https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/8928/ANDR_S%20EMILIO%20VARGAS%20%28T%29FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vive Digital. (2016). *Bogotá*. Recuperado de:

<http://www.cesarvivedigital.co/index.php/contacto/2-uncategorised>

Wolff, M. (1987). *La investigación de comunicación de masas*. Barcelona, España. Recuperado de <https://catedracoi2.files.wordpress.com/2014/05/wolf-mauro-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf>