



Sueños

que comunican



Cartilla audiovisual





Sueños que comunican

Cartilla audiovisuales

.....





El futuro
es de todos

Unidad para la atención
y reparación integral
a las víctimas



Sueños que comunican

CAJA DE HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS PARA
SUJETOS DE REPARACIÓN COLECTIVA

AUDIOVISUALES

Primera edición: septiembre de 2019

© **Unidad para la Atención y Reparación Integral
las Víctimas**

www.unidadvictimas.gov.co

Ramón Alberto Rodríguez Andrade
Director General

Lorena Mesa Mayorga
Subdirectora General

Enrique Ardila Franco
Director Técnico de Reparación

Juanita Ibáñez Santamaría
Subdirectora de Reparación Colectiva

Julián Forero González
Apoyo conceptual
Equipo de Fortalecimiento y Gestión del Conocimiento
Dirección Técnica de Reparación

Alexandra Villarreal Agudelo
Apoyo conceptual
Oficina Asesora de Comunicaciones

© **Banco Mundial**

Mariana T. Felicio
Especialista Senior en Desarrollo Social y Gerenta del
Proyecto Banco Mundial - Unidad para las Víctimas
TF018908

Embajada de Suecia

Catalina Hoyos
Oficina de Programas Nacionales y el resto de la
Embajada Sueca

Proyecto Banco Mundial - Unidad para las Víctimas

Ruth Eslendi Miranda
Coordinadora Proyecto Banco Mundial - Unidad para
las Víctimas TF018908

Equipo Técnico Proyecto Banco Mundial - Unidad para
las Víctimas TF018908

Ángela Velandia Cruz
Creación de contenidos
Consultora Comunicaciones Proyecto Banco Mundial
- Unidad para las Víctimas Proyecto TF018908

Melissa Díaz Gómez
Juanita Plata Porras
Diseño e ilustración

Esta publicación fue realizada con el apoyo y contenido
de la Unidad para las Víctimas, quien se reserva los
derechos de todo lo plasmado en esta obra.

Quedan reservados todos los derechos. La presente
publicación no podrá ser reproducida íntegra o
parcialmente, ni archivada o transmitida por ningún
medio (ya sea electrónico, mecánico, fotocopiado,
grabado u otro), sin la autorización previa del editor.

Impreso por: Melissa La Ilustradora
Impreso en Colombia. Printed in Colombia

Cartilla audiovisuales

Contenido

.....

Presentación	9
<i>Las herramientas</i>	10
Los medios audiovisuales y la comunicación comunitaria alternativa	12
<i>La radio</i>	12
Emisoras (comerciales, comunitarias y de interés público)	13
Formatos radiales	15
¿Cómo hacer una grabación?	17
Sonidos y planos	19
Edición de audio	21
Consejos para hacer radio alternativa y comunitaria	23
<i>Fotografía</i>	25
Consejos básicos de fotografía	25
Herramientas de edición fotográfica	35
<i>Video alternativo y comunitario</i>	37
Guion literario y técnico	37
Movimientos de cámara	40
¿Cómo hacer un video?	43
Errores comunes en la grabación	44





Sueños que Comunican

Caja de herramientas
comunicativas para sujetos
de reparación colectiva



Presentación

.....

Tienes en las manos la caja de herramientas *Sueños que Comunican*, diseñada para contribuir en la formación de personas que, como tú, quieren aprender sobre reportería comunitaria y trabajar en la reconstrucción, visibilidad y fortalecimiento de los sueños de los sujetos colectivos que han sufrido daños ocasionados en el marco del conflicto armado.

Cada vez que quieras contar a otras personas lo que ocurre en tu comunidad, podrás abrir estas cartillas y explorar herramientas que te ayudarán a organizar (preparar), crear (sembrar) y transmitir las ideas, problemas e historias que tienes en mente (cosechar). Aprenderás de manera fácil y práctica sobre comunicación comunitaria, prensa, radio, video, redes sociales, seguridad informática y estrategias de comunicación.

Sueños que Comunican ha sido construida con recursos de cooperación del pueblo sueco a través del proyecto "Reparación Colectiva a Víctimas para la Reconstrucción Social",

de la Unidad para las Víctimas y el Banco Mundial. Esta caja de herramientas, dirigida a sujetos de reparación colectiva, busca mostrar cómo la comunicación comunitaria, dentro de la reparación colectiva, es un vehículo hacia la dignificación y recuperación de la memoria histórica; la reconstrucción de proyectos colectivos, planes de vida o proyectos de desarrollo étnico; el fortalecimiento de las organizaciones y comunidades, a partir de las capacidades de acción política y ciudadana; la recuperación y restablecimiento del tejido social; y la promoción de la reconciliación, tanto al interior como en el entorno de los sujetos colectivos.

Tener en las manos *Sueños que Comunican* es una responsabilidad y un reto enorme. Trabajar en reportería comunitaria no es una labor fácil; se trata de tejer redes de apoyo para lograr incidencia, de construir solidaridad a través de las historias, de juntar esfuerzos para hacer visibles las problemáticas y los sueños colectivos; pero, sobre todo, de fortalecer a

los sujetos de reparación colectiva como actores sociales y políticos fundamentales en la construcción de la democracia y la paz.

¡Manos a la siembra, reporteros y reporteras! No hay sueños que perder...

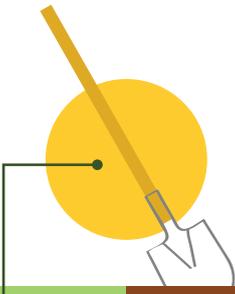
Las herramientas

Para comunicar hay que tener especial cuidado en todos y cada uno de los pasos.

Hemos dispuesto en estas cartillas unos elementos que te ayudarán en el proceso creativo.

Preparación

En esta etapa hay que abonar con una mezcla perfecta: dos bultos de curiosidad, uno de conocimientos, medio de empatía y unos cuantos kilos de dedicación. Usa las siguientes herramientas para lograrlo:



Pala. Sirve para preparar el terreno. Encontrarás la introducción a cada tema.

Abono. Se usa para enriquecer el terreno. Hallarás conceptos y contenidos que aportarán conocimientos sobre el tema tratado.



Siembra

Para obtener unos buenos frutos, es necesario conseguir semillas de creatividad, rigurosidad y encanto. No debes olvidar cuidar y regar las semillas para mejorar la siembra. Las siguientes herramientas te serán útiles en esta etapa:

Semillas. Encontrarás todo lo que necesitas para crear una pieza comunicativa. Son una guía paso a paso.



Regadera. Algunos consejos útiles que te ayudarán a profundizar los conocimientos y facilitarán el proceso de creación.

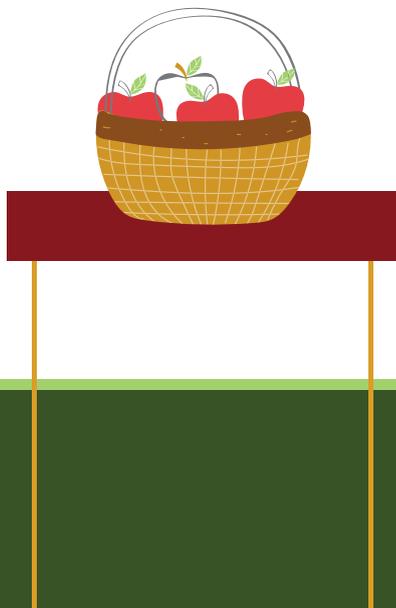


Cosecha

Una de las mejores formas de aprender a cosechar es observar cómo lo han hecho otras personas y colectivos. Usa estos frutos para guiarte y aprovecha el canasto para darle tu toque secreto.

Frutos. Todo lo que aprendes tiene resultados, revisa estos ejemplos para inspirarte.

Canasto. Recoge todo el conocimiento adquirido y ponlo en práctica con los ejercicios que encontrarás aquí.



Los medios

audiovisuales y la comunicación alternativa comunitaria

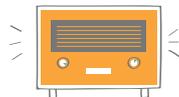


La radio

Es un medio de comunicación masivo que se caracteriza por tener una cobertura territorial amplia y ser de fácil acceso para la mayoría de personas, incluso de zonas del país que están alejadas de los cascos urbanos.

Estas dos particularidades permiten que los contenidos que se difunden a través de la radio lleguen a la gran parte de la población y, por lo tanto, tengan diversidad de públicos: niños, jóvenes, adultos mayores, indígenas, afrodescendientes, campesinos, personas en condición de discapacidad, entre otros.

En las zonas rurales, la radio es el medio de comunicación más efectivo y preferido. La mayoría de personas se informan a través de este medio por la cercanía que tiene con las comunidades, además de su vocación educativa y social.

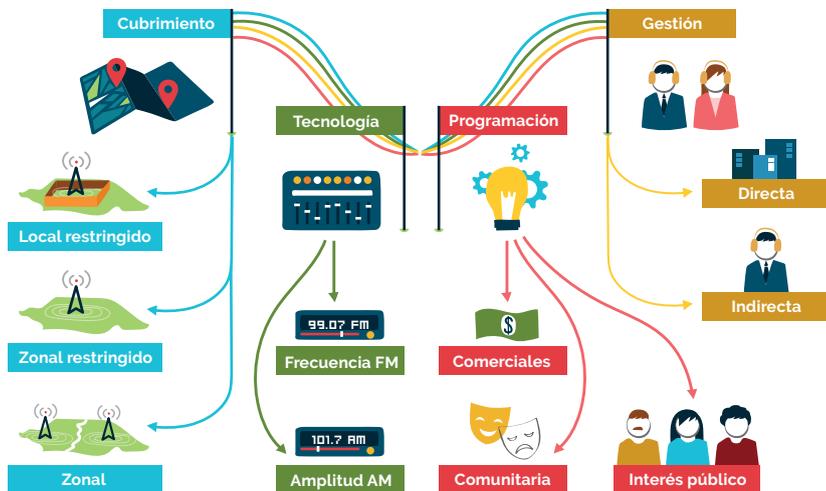


Usando música, sonidos y voces, la radio es una herramienta que genera participación de las comunidades, promueve la construcción de ciudadanías, difunde la cultura y fomenta los procesos de educación e inclusión.

Aunque para hacer radio se necesita de una infraestructura especial conocida como emisora, para la comunidades que no cuentan con una, existen diversas formas de crear y difundir contenido radial a bajo costo o de manera gratuita (parlantes comunales, perifoneo e internet, etcétera). En esta cartilla encontrarás una guía para hacerlo y avanzar en la construcción de una emisora de tu colectivo.

Según el Ministerio de la Información y Comunicaciones, las emisoras pueden clasificarse de cuatro maneras distintas¹:

¹ Ministerio de la Información y Comunicaciones. Clasificación de las emisoras [en línea]. Disponible en <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sistemas-MINTIC/Sector-de-Radiodifusion-Sonora/Radiodifusion-Sonora/9188:Clasificacion-de-las-emisoras>



Tomado de: MinTic <https://mintic.gov.co/porta1/604/w3-article-9188.html>
(Adaptación gráfica)

A. Por la gestión del servicio, de acuerdo a quien tiene a cargo la prestación del servicio (directa e indirecta).

B. Por la orientación de la programación (comercial, de interés público y comunitaria).

C. Por la tecnología de transmisión (Amplitud Modulada A.M. y Frecuencia Modulada F.M)²

D. Por el cubrimiento del servicio (zonal y restringido).

² La primera se caracteriza porque la calidad del sonido que transmite es muy alta, pero no tiene mayor alcance. Por el contrario, la segunda tiene una gran cobertura territorial, pero el audio tiene menor calidad al ser más sensible frente al ruido y permitir interferencias con facilidad.

Sin embargo, nos centraremos en la segunda clasificación que de acuerdo a la orientación de la programación las divide en:

Emisoras comerciales

Son aquellas de carácter privado que prestan el servicio con la intención de obtener beneficios económicos. Se financian con los recursos que reciben de las empresas que pagan por insertar publicidad en la programación.

Los contenidos y programación de esta clase de emisoras se centran en satisfacer a los oyentes teniendo en

cuenta sus gustos y hábitos de consumo. Aunque no pueden excluir el propósito educativo, científico, social e informativo que orienta el servicio de radiodifusión en Colombia, no es una prioridad, se centran en el mercado.

- Radio Cadena Nacional (RCN)
- Caracol Radio
- Tropicana
- Radio Uno
- Antena Dos
- Radio María
- Olímpica
- Otras

Emisoras de interés público

La programación de esta clase de emisoras se centra en mejorar la calidad de vida de la población, resaltar el patrimonio cultural y natural de la nación, además de enfocarse en satisfacer las necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades. Son sin ánimo de lucro y pertenecen al Estado.

- Emisoras de la radio pública nacional de Colombia
- Emisoras de la fuerza pública
- Emisoras territoriales
- Emisoras educativas
- Emisoras educativas universitarias
- Emisoras para atención y prevención de desastres
- Otras

Emisoras comunitarias

Estas emisoras están orientadas a amplificar la voz y la participación de las comunidades. Defienden el derecho a la información libre, la educación, la promoción cultural y la convivencia pacífica. Responden a las necesidades comunicativas de los colectivos al ser espacios de visibilización y fortalecimiento de los sueños, la democracia y la paz en los territorios. Son de interés social y sin ánimo de lucro.

Para el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), las emisoras comunitarias son:

“Un servicio público participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de comunicación en el municipio o área objeto de cubrimiento; a facilitar el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes, a través de programas radiales realizados por distintos sectores sociales, de manera que promuevan el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales”.

- Palmar FM Stereo (Chocó)
- Caribe Estéreo (Chinú, Córdoba)
- Cartago Estéreo (Valle)
- La Jota Estéreo (Trujillo, Valle)
- Emisora Comunitaria de Neiva
- Otras



Radios Comunitarias para la Paz y la convivencia, en Neiva.
Tomado de resander.com



Formatos radiales

Son estructuras o formas de presentar contenidos radiales. Los formatos sirven como guía para organizar de mejor manera la información que se quiere transmitir; sin embargo, no son de uso obligatorio.

Para obtener mejores resultados, puedes mezclar varios formatos de acuerdo a la intención del mensaje y el público al que va dirigido. Algunos formatos que emplean las emisoras comunitarias son:



AL AIRE

Entrevista

Es un diálogo que se establece con un personaje de interés general por tener relación con algún hecho importante, poseer conocimientos sobre un tema o ser reconocido públicamente.

Por lo general, las emisoras comunitarias emplean este formato para rescatar la historia de sus colectivos y reconocer las tradiciones culturales. Lo ideal durante el desarrollo de



la entrevista es mantener una conversación fluida que permita obtener el punto de vista y la información esencial de la persona.

Noticia

Es un producto radial breve y claro, que busca informar a las personas sobre un hecho de relevancia e interés público. Cuando estés construyendo una no olvides responder las seis preguntas básicas: ¿qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿quién o quiénes?, ¿dónde? y ¿por qué?

Por lo general, las noticias son presentadas en las emisoras en un formato denominado noticiero. Sin embargo, las noticias también se pueden difundir a través de otros medios como Whatsapp.

Los noticieros además de transmitirse en horarios en los que hay grandes audiencias, manejan temáticas variadas como política, economía, cultura, desarrollo, tecnología, entre otras. En ocasiones, las noticias radiales emplean el formato de entrevista para complementar la información.

Crónica

Así como en la prensa, la crónica radial va más allá del objetivo informativo e intenta atraer a los oyentes. Busca recrear y acercar a los ra-

dioescuchas a los sucesos que describe a través de la música, la voz y los efectos de sonido.

Una crónica radial bien elaborada transporta a las personas, las hace sentir, oler e imaginar. Es un recurso ideal para fortalecer la memoria e identidad de los sujetos de reparación colectiva porque permite contar historias y atraer a otras personas. ¡Anímate a usarlo!

Debate

Para desarrollar este formato radial se invitan dos o más personas para que expongan argumentos y defiendan su punto de vista sobre un tema particular. Los invitados deben tener opiniones diferentes, que el moderador debe guiar y motivar dentro del debate. En las emisoras lo que se hace con frecuencia es pedir a los oyentes para que participen con preguntas.

Informe especial

Posee las mismas características del reportaje para prensa, ya que involucra la investigación, el análisis y la consulta de diversas fuentes sobre un tema de interés general. Al tener un carácter informativo, se trabaja en un lenguaje formal y no contiene la opinión de la persona que lo realiza.

Magazín

Es uno de los formatos más usados en las emisoras y se caracteriza por su variedad de contenidos. En el magazín se presenta información de distintos temas y se busca llegar a una diversidad de audiencia. Por su estilo “descomplicado”, el lenguaje debe ser natural para generar comodidad y cercanía con los oyentes.

Asimismo, en este tipo de formato, la participación de los radioescuchas es fundamental en cuanto a recomendaciones musicales, opiniones y testimonios.

Radionovela

Es un formato de entretenimiento, que narra historias interesantes y divertidas para los oyentes. Son como las novelas que se observan en televisión pero llevadas a la radio.

Para transportar a las personas se hace uso de efectos de sonido, música e interpretación de los locutores. Aunque las radionovelas ya no son realizadas en las emisoras, son un gran recurso dentro de la comunicación alternativa comunitaria porque se pueden contar historias de los colectivos de forma entretenida.



¿Cómo hacer una grabación?



1. ¡Equípate! Para realizar una grabación, debes tener una grabadora o un celular con la aplicación de grabadora de voz. Si cuentas con micrófono y audífonos mucho mejor, la calidad del audio aumentará.

2. ¡Prueba! Haz pruebas de grabación y de sonido antes de hacer la producción final, ajusta las configuraciones y comprueba que el sonido es correcto. Para ello, observa que el micrófono esté conectado, que no haya mucho ruido alrededor y que la distancia entre la grabadora y el entrevistado no sea demasiada para que no se pierda la voz.

Hacer pruebas garantiza que no pierdas trabajo o información importante por errores técnicos.

3. ¡Cuida la voz! Antes de realizar la grabación, se recomienda hacer ejercicios para ejercitar las cuerdas vocales. Esto te permitirá tener una mejor pronunciación y evitar lesiones.

Aquí un mensaje claro y sencillo.

4. ¡Maneja un lenguaje sencillo! Evita el uso de palabras difíciles para que todas las personas que escuchen puedan entenderte. Emplea párrafos cortos para que el mensaje sea directo y cuando tengas que hablar de cifras procura redondearlas.



5. ¡Construye el guion! Procurar usar un guion para realizar tu producto radial. Esto facilitará la producción,

la edición del audio y, sobre todo, te dará un orden al hablar.

Ten en cuenta que existen dos tipos de guiones: el literario, que se refiere a las ideas, y el técnico, que describe los recursos y tiempos que se van a manejar. Generalmente, lo que se hace es construir uno solo que contenga lo literario y lo técnico.

Para realizar un guion radial, se debe definir el tema, hacer una investigación sobre el mismo, definir el material sonoro y seleccionar al locutor que leerá los textos. No importa el formato que se use para crear el mismo, lo importante es que sea entendible para el equipo de grabación.

Ejemplo:

DESCRIPCIÓN	CANAL PRINCIPAL
Entra música (30 segundos)	Nombre de la pista (Tres golpes, Toto la Momposina) y el tiempo (00:00-00:30)
Entra música (30 segundos)	LOCUTOR 1: ¡Buenos días! Les damos la bienvenida una vez más a su programa De Rolling por Colombia. Hoy les acompañamos Lina Linares y quien les habla, Pedro Pérez. ¿Cómo estás?, Lina.
Música de fondo	LOCUTORA 2: Bien, Pedro. Buenos días a nuestros oyentes. Hoy vamos a hablar de una de las principales artistas de la cultura colombiana, Toto la Momposina.
Sube música durante cinco segundos.	Tres golpes de Toto la Momposina

● REC

6. ¡Graba! Con base en el guion, después de las pruebas de sonido y el calentamiento de las cuerdas vocales, se puede grabar en una cabina radial, en la casa o en la calle, dependiendo del objetivo y los sonidos que necesites.

7. Con la grabación final y los demás recursos sonoros que definiste en el guion (música, sonidos y efectos), estás preparado para la edición y publicación del producto. Más adelante te mostraremos herramientas fáciles de usar para lograrlo.



Sonidos y planos

En la radio, los principales recursos sonoros son la voz, la música, el silencio y los efectos de sonido. Cuando estos elementos se combinan de manera adecuada tienen impacto en la audiencia y son efectivos para transmitir mensajes.

La voz

La forma en la que hablas es conocida como interpretación. Para conectar a los radioescuchas es

importante tener en cuenta algunas características de la voz que se pueden acomodar para lograr un mejor resultado: el volumen, el tono, el timbre, el ritmo y la vocalización.

El **volumen** es la intensidad con la que la voz va a llegar a los oídos de los oyentes, puede ser alto (grito), medio (neutral) o bajo (susurro).

El **tono** hace referencia a la forma en la que vibran las cuerdas vocales. Los tonos más comunes de voz son graves o agudos, y ayudan a transmitir autoridad, empatía, fragilidad, entre otros.



.....
Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones, Unidad para las Víctimas

El **timbre** es característico de cada persona, no se puede modificar. El ritmo es la velocidad con la que se pronuncian las palabras y se emplean los recursos sonoros; puede ser lento, rápido o pausado, pero lo ideal es alternarlo para captar la atención del oyente y no agotarlo.

Por su parte, la **vocalización** hace referencia a la forma en la que se pronuncian las palabras, es muy importante para que los radioescuchas puedan entender lo que se les está contando.



Musicalización

La música es uno de los recursos sonoros más completos, ya que cumple distintas funciones como construir ambientes, evocar lugares, separar secciones y facilitar la narración. De igual forma, puede ser un elemento del cual hablar en un programa como se puede observar en los especiales de salsa, cumbia, rock, etcétera.

La recomendación para que puedas realizar una buena musicalización de tus productos radiales es construir una biblioteca de sonidos (fonoteca), investigar sobre nuevas producciones y seleccionar los fragmentos adecuados.



Fotografía: Felipe Suárez

Efectos de Sonido

Son recursos radiales que permiten dinamizar y construir ambientes sonoros, además de transmitir sentimientos y sensaciones a los oyentes. Ejemplo: sonido de la lluvia, carros, risas, pisadas, etcétera.



Los radioescuchas cumplen una función activa pues a partir de los efectos de sonido, imaginan y crean imágenes mentales de lo que se les cuenta.

Para obtener efectos de sonido, se debe hacer un trabajo de recolección dependiendo del contexto o tema a tratar. Sin embargo, existen bancos gratuitos en internet.





Silencios

Los silencios en la radio tienen un efecto dramático y generan suspenso. Si se manejan adecuadamente son aliados en la creación de ritmos de locución dinámicos y amenos.

Planos

En la radio los planos son herramientas que permiten definir la distancia o la intensidad con la que llegan los distintos sonidos a los oídos de los oyentes. Cada uno de los planos tiene un propósito distinto; por ejemplo, los más lejanos pueden ambientar y los más cercanos, generar sensación de intimidad.

- **Primerísimo primer plano**

Este se consigue cuando el locutor se acerca suficiente al micrófono susurrando y transmite confidencialidad, cercanía, seducción e intimidad.

- **Primer plano o plano principal**

Son los sonidos que llegan con una intensidad moderada, ocupan el espacio principal durante la locución. En la mayoría de casos, en este plano está la voz del locutor o una canción.

- **Segundo plano**

Se ubican los sonidos de fondo. Ejemplo: cuando el locutor está hablando y de fondo se escucha una canción o melodía.

- **Tercer plano**

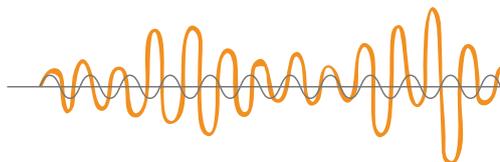
Son los sonidos que tienen menor intensidad, son sutiles y en algunas ocasiones apenas perceptibles. Los audios que se transmiten desde este plano complementan a los anteriores, ayudan a ambientar.



Edición de audio

Si necesitas unir varias grabaciones, cortar fragmentos de un audio, reproducir dos sonidos al tiempo o simplemente modificar una grabación para compartirla, debes editar el audio.

En la actualidad existen programas que permiten hacer edición fácil y rápido, algunos requieren pagar para acceder, pero otros son de uso libre y gratuito.



- **Audition**



Es un programa pago que te permite editar audios con muchas más herramientas que otros. Se puede vincular a Premiere, un programa de edición de videos. Para descargar una versión gratuita de prueba se debe hacer desde la página de Adobe, pero una vez superado el tiempo se debe pagar una licencia para seguir usándolo. Enlace: <https://www.adobe.com/la/products/audition/free-trial-download.html>

- **Audacity**



Es un programa libre que te permite grabar y editar, cortar pistas de audio, manejar el volumen, etcétera. Aunque no es tan completo como Audition, ofrece diversas funciones y se logran audios de muy buena calidad. Se puede descargar desde la página web del programa. Enlace: <https://www.audacityteam.org/>.

- **EterTICs GNU/LINUX**



Si tienes pensado tener una emisora comunitaria o ya cuentas con una, puedes descargar este software libre diseñado especialmente para periodistas comunitarios. Incluye herramientas como Audacity, conversores de audio y controladores de volumen, entre otros. Se puede obtener en la página web del proyecto: <https://gnetertics.org/>

En los celulares se pueden utilizar aplicaciones gratuitas como Editor musical, AudioLab, WavePad, entre otras.



Formatos de audio

Se refieren a las características que diferencian un audio de otro, de acuerdo a los datos que contienen, su calidad, reproducción y usos. Conocer los cuatro formatos de audio más utilizados te facilitará el proceso de creación y edición de tus piezas radiales.

- **WAV y AIFF**

Estos dos formatos se caracterizan porque no comprimen la información, es decir, no los vuelven más pequeños sino que son fieles al sonido original. Son archivos de audio más pesados, ocupan más espacio al guardarse, pero su calidad es máxima.

La diferencia entre ambos formatos está en que los archivos AIFF son hechos normalmente para computadores MAC de Apple y los WAV para Microsoft. Sin embargo, esta división no es tan marcada y los dos se manejan casi universalmente.

- **MP3 y ACC**
(MP4, M4A, M4B, M4R)

Este conjunto de formatos comprime la información. Los archivos ocupan poco espacio al ser guardados porque pesan poco, pero su calidad disminuye. De ellos, el formato MP3 es el más utilizado para compartir los audios en páginas web o redes sociales, ya que es reproducido por la mayoría de dispositivos y no tiene grandes pérdidas en cuanto a la calidad del sonido.

Por su parte, el ACC es un formato con mayor compresión que el MP3 y las pérdidas de calidad del sonido son menores. Es uno de los que ofrece mayor calidad.

Aunque no está tan posicionado, es usado principalmente por iTunes en iPhone y las radios digitales.



Consejos para hacer radio alternativa y comunitaria



Definir un equipo de trabajo en el que tengan representación los distintos grupos de la comunidad: jóvenes, mujeres, adultos mayores, artistas, profesores, etcétera.



Crear la identidad del equipo (nombre, misión, visión, principios, alcance y enfoque). Esto permitirá que haya un horizonte común con unas bases sólidas para la creación de contenidos y la búsqueda de convenios que permitan el desarrollo de la emisora y su financiamiento.



Equiparse con herramientas básicas: computador, gra-

badora de voz, micrófonos, audífonos y un programa que permita editar los audios.



Antes de crear un producto radial, es importante determinar la forma de difusión, horario, las temáticas, contenido, objetivo y público al que irá dirigido.



Recuerda que si tu comunidad no cuenta con la infraestructura de una emisora para difundir los contenidos que se crean, hay otras herramientas disponibles y muy efectivas: parlantes, perifoneo, internet, Whatsapp y redes sociales.



Es necesario hacer reuniones periódicas con el equipo para crear colectivamente la programación, distribuir responsabilidades y realizar evaluaciones que permitan el mejoramiento.



Llevar un archivo con la información de la emisora por programas, documentos administrativos, grabaciones, guiones y demás información

que manejen. Esto dará un orden a la producción que realicen y se convierte en un soporte de su trabajo.



Busquen fuentes de sostenibilidad para su emisora. En la actualidad son variadas, entre ellas está el apoyo de cooperación internacional, las pautas de publicidad, ceder espacio dentro de la emisora a instituciones o empresas, prestar servicios de producción de cuñas radiales, formación en radio o cubrimiento de eventos, incentivos gubernamentales y donaciones de los oyentes, entre otros.



La cuña radial es un anuncio publicitario corto que tiene un sentido de promoción comercial, de la emisora o propagandísticos.



Si la transmisión se quiere realizar en FM o AM se debe contar con la infraestructura (consola y transmisor). Adicionalmente, deben realizar el trámite con el MinTic para obtener una frecuencia.



1. **Graba un audio** que cuente una historia, empleando recursos sonoros distintos a la voz.

2. **Realiza una entrevista radial** sobre un tema de interés para tu colectivo.

3. **Descarga cualquier editor de audio** y edita la entrevista, incluyendo una introducción y un cierre con tu voz.



Fotografía

Es una herramienta al servicio de la información comunitaria alternativa que permite mostrar personajes, sueños y acontecimientos que se producen en los colectivos. En la mayoría de casos se emplea como complemento al informar, pero la fotografía puede ser por sí sola una pieza comunicativa.

Puedes compartir las fotografías en redes sociales o imprimir para hacerlas visibles en puntos de encuentro comunitario.



Consejos básicos de fotografía

Punto de interés

Para conseguir una buena fotografía tienes que responder una pregunta fundamental, ¿qué quiero fotografiar? Resolver este interrogante te permitirá definir el punto de interés. Veámos un ejemplo:

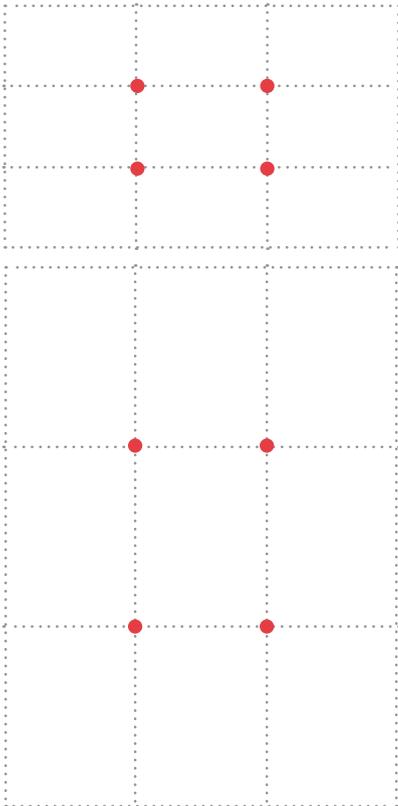


En la fotografía de la parte superior no hay un punto de interés definido, la vista se dispersa en varios de los objetos que hay dentro de la imagen.

Por el contrario, en la fotografía inferior el observador centra la mirada en el gato, es evidente la intención del fotógrafo.

A continuación encontrarás algunas herramientas que te ayudarán a no perder el punto de interés.

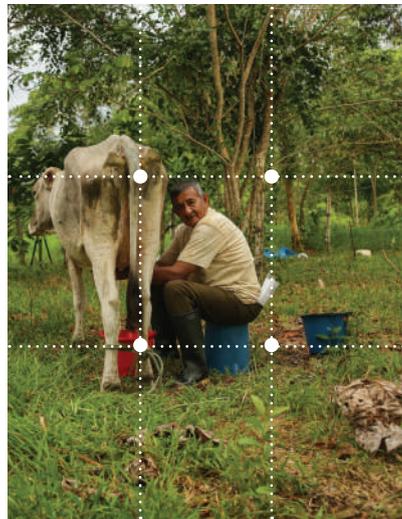
Regla de los tres tercios



Esta regla consiste en dividir la toma o pantalla en tres partes iguales vertical y horizontalmente para obtener

cuatro puntos de interés que sirven de guía para realizar la fotografía. Por lo general, las cámaras, incluyendo las de los celulares, incorporan estas líneas guía.

Las intersecciones o cruce de líneas forman cuatro puntos de interés; la clave está en ubicar el objeto principal de tu fotografía en alguno de ellos. De seguro conseguirás una buena fotografía. El tiempo y la práctica harán que tu sensibilidad visual aumente y no será necesario usar la cuadrícula guía.



Línea del horizonte

Usando la regla de los tres tercios, ubica el horizonte en la franja superior o inferior para resaltar el objeto central de la fotografía y lograr que el observador centre la atención en el punto de interés.



.....
Fotografía: Felipe Suárez

Marcos naturales

El uso de ventanas, portales, puertas o espacios naturales ayudan a centrar la atención del espectador en el punto de interés. Esta técnica requiere desarrollar sensibilidad frente a los espacios y paisajes, pues son una gran herramienta para lograr buenas fotografías.



.....
Fotografías. Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones, Unidad para las Víctimas.



Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones, Unidad para las Víctimas.



Relleno de encuadre

Siempre que hagas una fotografía debes tener una intención, piensa en qué quieres transmitir y evalúa qué elementos debes incluir en la toma. Es importante que no dejes grandes espacios en blanco, pues le restan importancia al objeto central de la fotografía.

Si te centras en el entorno, estarás fotografiando el contexto. Si por el contrario te centras en un objeto o personaje, le darás todo el protagonismo,

resaltando sus detalles y características.

En cualquiera de los dos casos debes rellenar la fotografía, no dejes grandes espacios en blanco o que no tengan relación con el objeto central que estás fotografiando.



El encuadre

Es la porción de realidad que vas a fotografiar, por eso debes elegir muy bien desde qué punto de vista y de



.....
Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones, Unidad para las Víctimas.
Encuadre horizontal.

qué manera lo harás, sin perder de vista lo que quieres transmitir.

- **Encuadre horizontal**

Este encuadre te permite dar la sensación de estabilidad y amplitud. Es la orientación más común, entre otras porque la mayoría de cámaras están dispuestas para fotografiar horizontalmente.

- **Encuadre vertical**

Este tipo de encuadre es alargado y permite hacer retratos debido a que se adapta a la figura humana.

- **Encuadre diagonal**

También llamado holandés o aberrante, es un encuadre arriesgado ya que puede ser asociado a fotografías



.....
Fuente: Unidad para las Víctimas.
Encuadre vertical

mal encuadradas. Sin embargo, en algunas ocasiones, puede ser más dinámico.

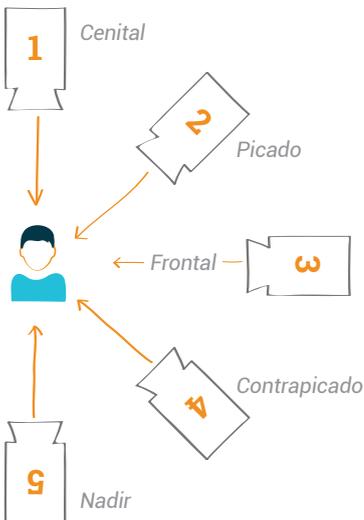


Fuente: Unidad para las Víctimas
Encuadre diagonal



Planos

Según la rotación



● Plano normal

Este es el plano donde la posición de la cámara está en línea recta respecto al horizonte, es decir, sin ningún tipo de inclinación respecto del objeto o sujeto de la fotografía; es el más usado y te permite un lugar de neutralidad frente al punto de interés.



Fuente: Unidad para las Víctimas

● Plano cenital

La cámara se sitúa de manera vertical y justo encima del sujeto u objeto que se está fotografiando. Permite ubicar una situación de manera general o captar muchos elementos en una sola toma, se ha vuelto muy común con el uso de drones.



Fuente: rawpixel.com

- **Plano picado**

Este plano se logra ubicando la cámara de arriba hacia abajo en diagonal. Generalmente, se usa para hacer fotografías de reuniones, pero narrativamente puede transmitir inferioridad o vulnerabilidad del objeto o sujeto fotografiado.



.....
Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones, Unidad para las Víctimas.

- **Plano contrapicado**

En este plano la cámara se sitúa de abajo hacia arriba de manera diagonal. Transmite grandeza o superioridad del objeto o sujeto fotografiado.

- **Plano nadir**

El plano nadir se consigue al poner la cámara justo debajo del punto de interés de la fotografía. Este plano es poco usual pero presenta una innovadora perspectiva de la realidad.



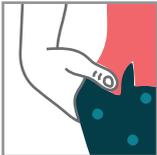
.....
Fuente: Unidad para las Víctimas
Plano contrapicado



Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones, Unidad para las Víctimas.
Plano nadir



Según el encuadre



Plano detalle



Primerísimo primer plano



Primer plano



Plano medio corto



Plano medio



Plano medio largo



Plano americano



Plano entero



Plano general



Gran plano general

- **Plano panorámico o gran plano general**

Este plano es el más amplio de todos, abarca una cantidad importante espacio físico. Permite fotografiar contextos y paisajes, no hay un objeto o sujeto como punto central de interés. Se usa también para generar sensaciones de soledad o insignificancia frente a la naturaleza.



.....
Fotografía: Felipe Suárez

- **Plano general**

El plano general es el más común, muestra el objeto o sujeto central y el entorno en el que se desarrolla la acción o se sitúa el objeto.



.....
Fuente: Unidad para las Víctimas

- **Plano entero**

También llamado plano general conjunto permite hacer énfasis en el objeto de la fotografía, que se toma en su totalidad. La diferencia con el plano general, es que en el plano entero se reduce sustancialmente el espacio del entorno en la foto; en el caso de las figuras humanas, la cabeza y los pies están ajustados a los bordes de la imagen.

De aquí en adelante los planos se centran en la figura humana y el espacio que el cuerpo ocupa dentro del encuadre.



.....
Fuente: Unidad para las Víctimas



- **Plano americano**

Abarca de las rodillas hacia arriba de los personajes. Tiene sus orígenes en las películas del Oeste de los Estados Unidos de América, se inventa para mostrar la pistola en la funda de la cintura de los personajes.



.....
Fuente: Unidad para las Víctimas

- **Plano medio**

En este plano toma al sujeto desde la cintura hacia arriba. Toda la fotografía cubre el cuerpo y se usa para transmitir cercanía y conexión con el sujeto fotografiado. Se ha empezado a considerar como un retrato.



.....
Fuente: Unidad para las Víctimas

- **Primer plano**

Este plano encuadra al personaje a la altura de los hombros, hace un énfasis especial en el rostro, su expresividad y las emociones que transmite.



.....
Fuente: Unidad para las Víctimas

- **Primerísimo primer plano**

Este plano centra la atención en la expresividad del personaje y en la mayoría de casos el punto de interés se ubica en los ojos. Cuando el encuadre es horizontal toma desde la mitad de la barbilla hasta la frente; en el caso del encuadre vertical, se toma del cuello hasta el final de la cabeza.



.....
Fuente: Unidad para las Víctimas

- **Plano detalle**

En este plano se resalta un elemento particular de un objeto o sujeto más grande. En el caso de las personas no necesariamente es el rostro, pueden ser las manos, las piernas o cualquier otra parte. Los ojos son un clásico.



.....
Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones, Unidad para las Víctimas.



Herramientas de edición fotográfica

Cambiar el color, ajustar la luz, resaltar un objeto o modificar cosas básicas de tus fotografías es posible. Los celulares o las galerías en las que se almacenan las fotografías

traen incorporada esta opción. Sin embargo, si decides usar otro programa, por ejemplo, en el computador, hay herramientas gratuitas que pueden ayudarte:

PhotoScape



Es un programa gratuito que puedes descargar y usar en tu ordenador sin necesidad de estar conectado a internet. Permite hacer ediciones de color, filtros, cortes, entre otros. Lo puedes descargar escribiendo tu nombre en un navegador o accediendo directamente en este enlace: <http://www.photoscape.org/ps/main/download.php>

Be Funky



Para usar este editor de fotografía es necesario tener conexión a internet. Es intuitivo, sencillo y perfecto para hacer cambios sencillos. Puedes encontrarlo en cualquier navegador con su nombre o acceder a través de este enlace: <https://www.befunky.com/es/>

Inkscape



Este es un editor gratuito es muy completo, permite hacer ediciones de alto nivel, como correcciones de

color y definición. Lo puedes descargar de internet usando este enlace: <https://inkscape.org/>

Ligthroom



Este es el editor profesional más común, sin embargo, requiere el pago de una licencia para su uso. Sus opciones son muy completas y es un editor más avanzado. La versión de prueba se puede descargar desde cualquier navegador en la página de Adobe o accediendo a: <https://lighthouse.adobe.com/>



Ejercicio

1. **Con tu celular toma al menos tres fotografías** por cada plano y encuadre que permitan a otros conocer tu colectivo (características, lugares turísticos, sitios de encuentro, costumbres, personajes, entre otros).
2. **Repite el ejercicio** con una cámara fotográfica y compara las tomas.
3. **Descarga cualquier editor** y realiza cambios en cuatro fotografías.



Video alternativo y comunitario

El video es una herramienta de comunicación que se caracteriza por captar imágenes en movimiento a través de una cámara. Los colectivos lo emplean para mostrar lo que se hace desde y para las comunidades, puesto que lo audiovisual genera mucha cercanía, su alcance de difusión es alto y permite transmitir mensajes de manera efectiva.

Como todos los medios que se emplean en la comunicación alternativa y comunitaria, además de buscar el desarrollo social, atendiendo a las necesidades propias de cada población, se centra en fortalecer los procesos de participación política de los sujetos y no tiene interés comercial.

En la actualidad, hacer video es posible incluso con dispositivos móviles como celulares y tablets. Además, existen diversos recursos que permiten incluso organizar las ideas.



Guion literario y técnico

Son herramientas que permiten ordenar por escrito lo que quieres mostrar a los espectadores. Los guiones te ayudarán a tener claro lo que se va a hacer para no perder tiempo al momento de grabar.

Sin embargo, debes tener en cuenta que aunque elabores un guion, este estará en constante construcción, incluso hasta el final del proceso.

Guion literario

En el guion literario se incluye todo lo relacionado con el desarrollo de la historia.

Se debe describir detalladamente lo que ocurrirá en el inicio, nudo y desenlace, además de los espacios, personajes y diálogos.

Existen varios formatos que puedes emplear para realizar un guion literario, no importa cuál emplees siempre que quede clara la información. Si usas abreviaturas no olvides especificar qué significan para que otros puedan entenderte, ejemplo: Esc (escena), Sec (secuencia), Int (interior), Ext (exterior).

Encabezado

Esc. 1 Emisora del Barrio Obrero La Chinita / Int.

Acción

Yuly se sienta frente al micrófono y recibe la señal del director del sonido para empezar a hablar. (En su mano tiene una agenda de la emisora, una cartilla de emisoras comunitarias y un esfero). Inmediatamente comienza a hablar, saludando al programa de radio.

Diálogos

YULY (Con entusiasmo)

Buenos días, a toda la comunidad del Barrio Obrero. Hoy vamos a hablar de cómo la radio comunitaria ha sido una herramienta para la reparación colectiva de La Chinita. Pero antes vamos a escuchar esta canción que nos ayudará a acercarnos al tema.



Guion técnico

En el guion técnico se especifica todo lo relacionado a los aspectos técnicos, como su nombre lo indica. Allí se detallan los movimientos de cámara, sus posiciones, los planos, el sonido, la iluminación y otros. Su construcción se realiza a partir del guion literario.

Esc	Plano	Encuadre	Movimiento / Dirección	Acción	Texto	Sonido
1	1	P. Medio	Dirección al operador	Yuly se sienta frente al micrófono y recibe la señal del director del sonido para empezar a hablar	-	Ambiente

Esc	Plano	Encuadre	Movimiento / Dirección	Acción	Texto	Sonido
1	1	Primer plano	Travelling hacia la derecha	Inmediatamente comienza a hablar, saludando al programa de radio.	Buenos días, a toda la comunidad del Barrio Obrero. Hoy vamos a hablar de...	Am-biente

Nº plano	Vídeo	Audio	Tiempo plano	Tiempo total
42	PG. EXTERIOR DÍA Un coche deportivo rojo avanza solitario, por una carretera sobre un paisaje pelado. El coche viene hacia la cámara y rebasa.	Motivo musical indicador del programa fundiéndose con ruido creciente del motor del coche.	10"	6' 10"
43	PG. EXTERIOR DÍA CONTRAPLANO DEL 42 Un coche se aleja de la cámara. Se descubren, en el horizonte, los edificios de una ciudad.	Ruido del motor que funde con motivo musical indicador del programa que finalmente se impone.	8"	6' 18"
44	G. P. G. EXTERIOR DÍA La ciudad está desierta. El sol cae a plomo sobre sus calles sin apreciarse rastro de vida.	Motivo musical indicador del programa.	6"	6' 24"
45	P. M. EXTERIOR DÍA Los dos ocupantes del coche con expresiones que indican preocupación. El conductor aferrado al volante. El acompañante fuma, con energía un cigarrillo.	Ruido del motor del coche.	6"	6' 30"



Movimientos de cámara

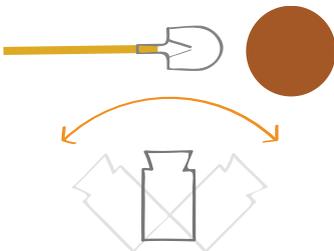
Hay dos grandes tipos de movimientos de cámara: aquellos que se realizan con un punto fijo de rotación de la cámara a mano alzada o en trípode, y aquellos que hacen trasladando la cámara de un lugar a otro a mano alzada, con estabilizadores o con ayuda de rieles.

Los términos usados para describir los movimientos sirven para que los guiones técnicos puedan ser leídos en un "lenguaje universal" por otros.

Movimientos con la cámara fija

- **Paneo**

El paneo es el movimiento de la cámara hacia la derecha o izquierda sobre su propio eje. Permite introducir nuevos elementos en la escena y la clave está en realizarlo lentamente para que la cámara no se mueva de forma brusca.



.....
Escena completa

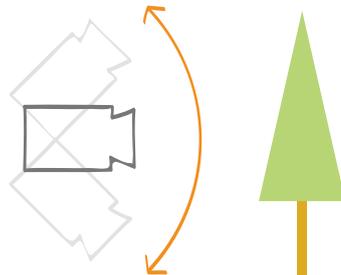


.....
Fuente: Unidad para las Víctimas
Paneo de derecha a izquierda

- **Tilt up y tilt down**

Tilt traduce inclinación y se refiere al movimiento vertical de la cámara sobre su mismo eje. El movimiento de la cámara de abajo hacia arriba se denomina *tilt up*, y de abajo hacia arriba (*tilt up*).

Este movimiento se emplea para describir un escenario o un personaje, ya que nos permite recorrer gran parte de los espacios en poco tiempo.





.....
Escena completa



.....
Fuente: Unidad para las Víctimas
Tilt up (abajo hacia arriba)

● **Acercamiento o zoom**

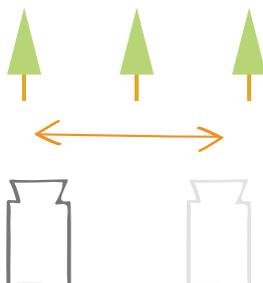
El *zoom* permite destacar una característica particular dentro de una escena, acercando o alejando la imagen. Aunque el *zoom* no es en estricto sentido un movimiento de cámara, y es más un efecto óptico logrado con la cámara al ampliar o reducir el campo de visión, está incluido en esta sección porque a ojos del espectador parece un movimiento.

Movimientos con traslado de cámara

● *Travelling*

El *travelling* es un movimiento en el que la cámara se traslada de derecha a izquierda o viceversa. Se puede realizar a mano alzada o empleando herramientas como estabilizadores y rieles.

Es un movimiento común y puede usarse de diversas maneras dentro de un video, especialmente para seguir a los personajes dentro de una escena.



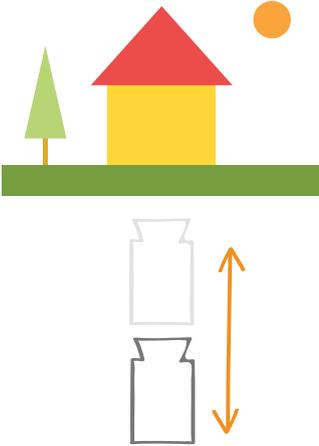
.....
Escena completa



.....
Fuente: Unidad para las Víctimas
Travelling de izquierda a derecha

- **Dolly**

Se denomina así al movimiento de la cámara hacia adelante (*dolly in*) y hacia atrás (*dolly out*); este permite hacer énfasis en un personaje o un detalle dentro de una escena,



.....
Fuente: Unidad para las Víctimas
Dolly in



Edición básica de video

La edición o posproducción es la etapa en la que a través de distintas herramientas podrás modificar aspectos del video (color, enfoque, luz, contraste, entre otros). Aunque hay errores que son muy difíciles de corregir, siempre hay trucos que permiten mejorar los errores que se cometieron a la hora de grabar.

Adicionalmente, en la edición podrás recortar y unir los fragmentos para crear un solo video, agregar sonido y dar coherencia de acuerdo al guión literario que construiste previamente. La idea es lograr videos atractivos visualmente para no cansar al espectador.

Al igual que en la radio y la fotografía, existen aplicaciones y programas fáciles de usar -gratuitos o de pago- para editar video. Se obtienen de las páginas web a través de cualquier navegador o de las tiendas incorporadas en los celulares. Se destacan algunos como Filmora, iMovie, Open Shot, Video Editor, Movie Maker, Adobe Premiere, etcétera.



¿Cómo hacer un video?

1. ¡Investiga y decide! Debes encontrar una historia que contar. Es importante investigar para obtener información y decidir qué fuentes vas a emplear antes de grabar.

2. ¡Prioriza! Organiza la información que tienes disponible y piensa cuál es la forma más clara y efectiva para mostrarle a los espectadores lo que quieres. Imagina un inicio, un nudo y un desenlace de la historia.

3. ¡Redacta! Construye los guiones (literario y técnico) para tener claridad sobre los recursos y el material audiovisual que necesitas grabar para poder construir el video.

4. ¡Graba! Manos a la obra, coge la cámara y graba usando los guiones para orientarte. No olvides que la mayoría de veces, de todo el material grabado para un video, solo se usa alrededor de un 5%. Las tomas de apoyo son fundamentales para darle dinamismo y no cansar el ojo del espectador con una toma fija, por lo que te recomendamos hacer muchas tomas para que a la hora de editar no se presenten problemas por falta de imágenes.

5. ¡Ordena los archivos! Busca la manera de organizar los audios, videos e imágenes que tienes para construir el producto final. Puedes hacerlo por espacio, cronología, personaje o de acuerdo a los guiones. No importa la opción escojas, pero tener el material ordenado te ahorrará mucho tiempo a la hora de editar.

6. ¡Selecciona y edita! Elige el programa o aplicación en la que realizarás la edición del producto final. Luego, selecciona el material que vas a emplear y edita.

No tengas miedo de equivocarte o de no saber usar la herramienta de edición en su totalidad, puedes revisar tutoriales en Youtube cuando tengas dudas.





Errores comunes en la grabación

Evita estos errores comunes que se cometen en el proceso de grabación:

Sobreexposición

Cuando se graba con demasiada luz, la imagen se ve muy clara o blanca. Esto es un problema porque significa que la cámara no ha podido captar nada, no hay información que pueda ser corregida porque simplemente no existe. Te recomendamos grabar con baja exposición en espacios abiertos y evitar grabar a contraluz (cámara frente a una fuente de luz).

Demasiada vibración

Este efecto es molesto para el ojo humano y produce cansancio en el espectador. La mayoría de acciones que se realizan con la cámara se caracterizan por la armonía en el movimiento, por lo que la vibración nunca será un buen síntoma. Las correcciones que logran hacerse en la edición de este error son mínimas.

Movimientos bruscos o excesivamente rápidos

La velocidad de la imagen no debe molestar al ojo humano, por lo que el video exige que los movimientos

que se hagan con la cámara sean armónicos y estéticos. Es muy difícil corregir en la edición un movimiento excesivamente brusco o rápido porque al bajar la velocidad se cambia la naturalidad y será evidente en el producto final.



Ejercicio

1. **Escoge un tema de interés** para tu colectivo y construye los guiones para realizar un video de un minuto.
2. **Graba y edita el video**, luego compártelo con tus amigos y familiares.

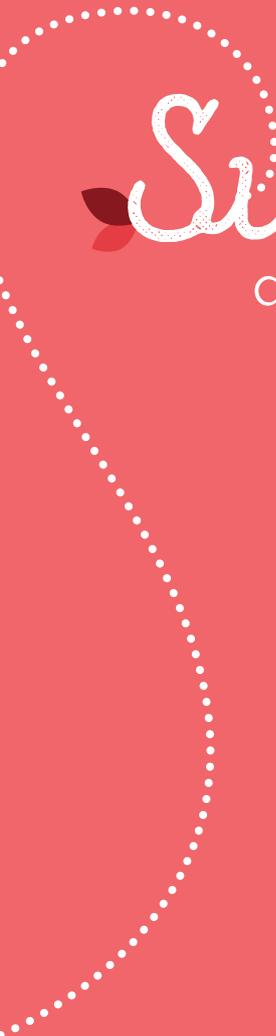




Caja de herramientas
comunitativas para sujetos
de reparación colectiva

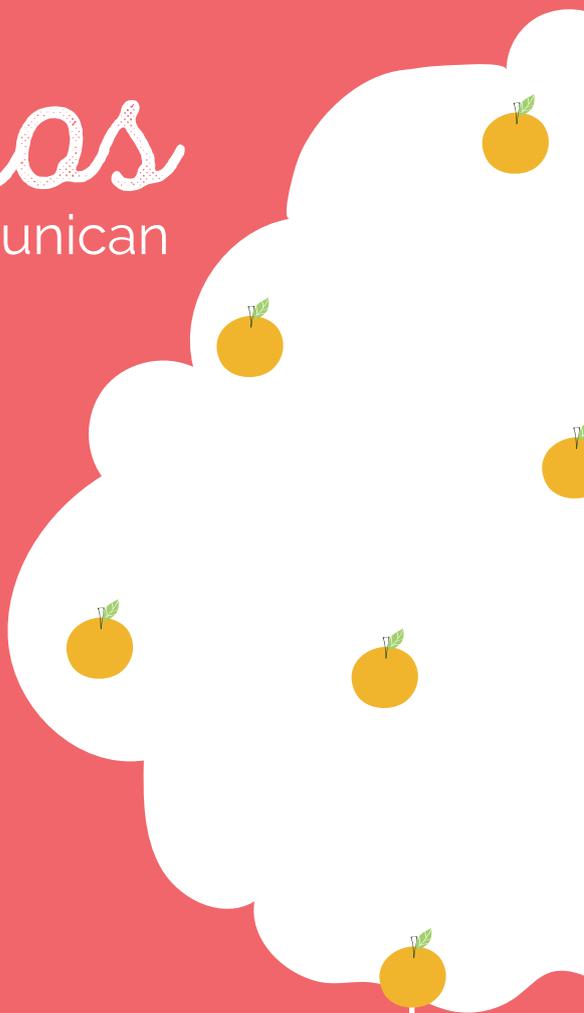


GRUPO BANCO MUNDIAL



Sueños

que comunican



Cartilla comunicación
y prensa





Sueños que comunican

Cartilla comunicación y prensa

.....



GRUPO BANCO MUNDIAL



El futuro
es de todos

Unidad para la atención
y reparación integral
a las víctimas



Sueños que comunican

CAJA DE HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS PARA
SUJETOS DE REPARACIÓN COLECTIVA

COMUNICACIÓN Y PRENSA

© **Unidad para la Atención y Reparación Integral
las Víctimas**

www.unidadvictimas.gov.co

Ramón Alberto Rodríguez Andrade
Director General

Lorena Mesa Mayorga
Subdirectora General

Enrique Ardila Franco
Director Técnico de Reparación

Juanita Ibáñez Santamaría
Subdirectora de Reparación Colectiva

Julián Forero González
Apoyo conceptual
Equipo de Fortalecimiento y Gestión del Conocimiento
Dirección Técnica de Reparación

Alexandra Villarreal Agudelo
Apoyo conceptual
Oficina Asesora de Comunicaciones

© **Banco Mundial**

Mariana T. Felicio
Especialista Senior en Desarrollo Social y Gerenta del
Proyecto Banco Mundial - Unidad para las Víctimas
TF018908

Embajada de Suecia

Catalina Hoyos
Oficina de Programas Nacionales y el resto de la
Embajada Sueca

Proyecto Banco Mundial - Unidad para las Víctimas

Ruth Eslendi Miranda
Coordinadora Proyecto Banco Mundial - Unidad para
las Víctimas TF018908

Equipo Técnico Proyecto Banco Mundial - Unidad para
las Víctimas TF018908

Ángela Velandia Cruz
Creación de contenidos
Consultora Comunicaciones Proyecto Banco Mundial
- Unidad para las Víctimas Proyecto TF018908

Melissa Díaz Gómez
Juanita Plata Porras
Diseño e ilustración

Esta publicación fue realizada con el apoyo y contenido
de la Unidad para las Víctimas, quien se reserva los
derechos de todo lo plasmado en esta obra.

Quedan reservados todos los derechos. La presente
publicación no podrá ser reproducida íntegra o
parcialmente, ni archivada o transmitida por ningún
medio (ya sea electrónico, mecánico, fotocopiado,
grabado u otro), sin la autorización previa del editor.

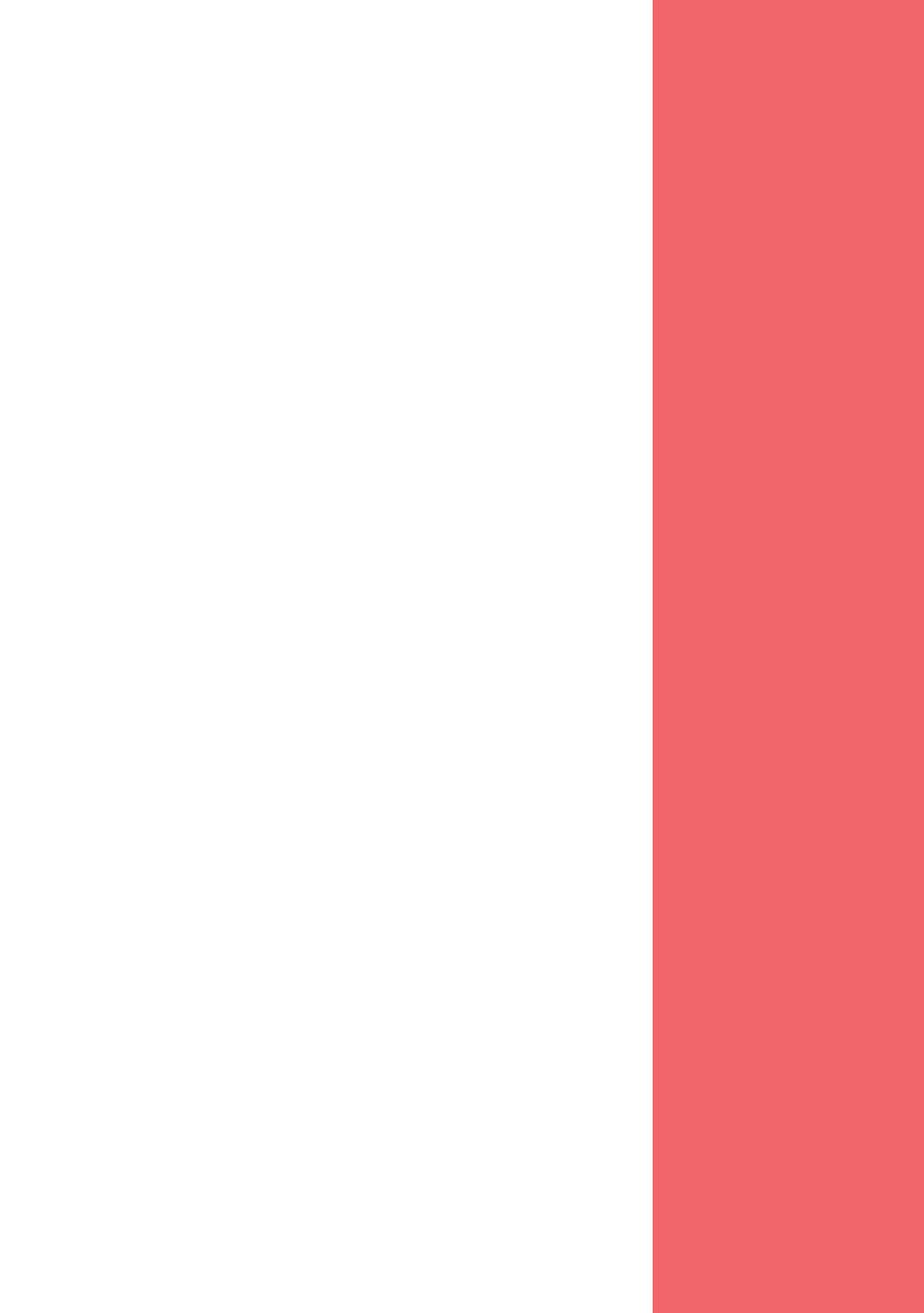
Impreso por: Melissa La Ilustradora
Impreso en Colombia. Printed in Colombia

Cartilla comunicación y prensa

Contenido

.....

Presentación	9
<i>Las herramientas</i>	10
Comunicación comunitaria alternativa	12
Medios de comunicación	14
<i>Tradicionales</i>	14
<i>Alternativos</i>	15
<i>Experiencias exitosas de comunicación comunitaria alternativa</i>	16
<i>Fuentes de información</i>	20
<i>Los géneros periodísticos</i>	22
<i>Consejos básicos de escritura</i>	33
<i>Creación de piezas gráficas</i>	36
<i>Comunicar los sueños, plan de comunicaciones</i>	43





Sueños que Comunican

Caja de herramientas
comunicativas para sujetos
de reparación colectiva



Presentación

.....

Tienes en las manos la caja de herramientas *Sueños que Comunican*, diseñada para contribuir en la formación de personas que, como tú, quieren aprender sobre reportería comunitaria y trabajar en la reconstrucción, visibilidad y fortalecimiento de los sueños de los sujetos colectivos que han sufrido daños ocasionados en el marco del conflicto armado.

Cada vez que quieras contar a otras personas lo que ocurre en tu comunidad, podrás abrir estas cartillas y explorar herramientas que te ayudarán a organizar (preparar), crear (sembrar) y transmitir las ideas, problemas e historias que tienes en mente (cosechar). Aprenderás de manera fácil y práctica sobre comunicación comunitaria, prensa, radio, video, redes sociales, seguridad informática y estrategias de comunicación.

Sueños que Comunican ha sido construida con recursos de cooperación del pueblo sueco a través del proyecto "Reparación Colectiva a Víctimas para la Reconstrucción Social",

de la Unidad para las Víctimas y el Banco Mundial. Esta caja de herramientas, dirigida a sujetos de reparación colectiva, busca mostrar cómo la comunicación comunitaria, dentro de la reparación colectiva, es un vehículo hacia la dignificación y recuperación de la memoria histórica; la reconstrucción de proyectos colectivos, planes de vida o proyectos de desarrollo étnico; el fortalecimiento de las organizaciones y comunidades, a partir de las capacidades de acción política y ciudadana; la recuperación y restablecimiento del tejido social; y la promoción de la reconciliación, tanto al interior como en el entorno de los sujetos colectivos.

Tener en las manos *Sueños que Comunican* es una responsabilidad y un reto enorme. Trabajar en reportería comunitaria no es una labor fácil; se trata de tejer redes de apoyo para lograr incidencia, de construir solidaridad a través de las historias, de juntar esfuerzos para hacer visibles las problemáticas y los sueños colectivos; pero, sobre todo, de fortalecer a

los sujetos de reparación colectiva como actores sociales y políticos fundamentales en la construcción de la democracia y la paz.

¡Manos a la siembra, reporteros y reporteras! No hay sueños que perder...

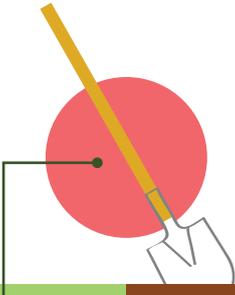
Las herramientas

Para comunicar hay que tener especial cuidado en todos y cada uno de los pasos.

Hemos dispuesto en estas cartillas unos elementos que te ayudarán en el proceso creativo.

Preparación

En esta etapa hay que abonar con una mezcla perfecta: dos bultos de curiosidad, uno de conocimientos, medio de empatía y unos cuantos kilos de dedicación. Usa las siguientes herramientas para lograrlo:



Pala. Sirve para preparar el terreno. Encontrarás la introducción a cada tema.

Abono. Se usa para enriquecer el terreno. Hallarás conceptos y contenidos que aportarán conocimientos sobre el tema tratado.



Siembra

Para obtener unos buenos frutos, es necesario conseguir semillas de creatividad, rigurosidad y encanto. No debes olvidar cuidar y regar las semillas para mejorar la siembra. Las siguientes herramientas te serán útiles en esta etapa:

Semillas. Encontrarás todo lo que necesitas para crear una pieza comunicativa. Son una guía paso a paso.



Regadera. Algunos consejos útiles que te ayudarán a profundizar los conocimientos y facilitarán el proceso de creación.

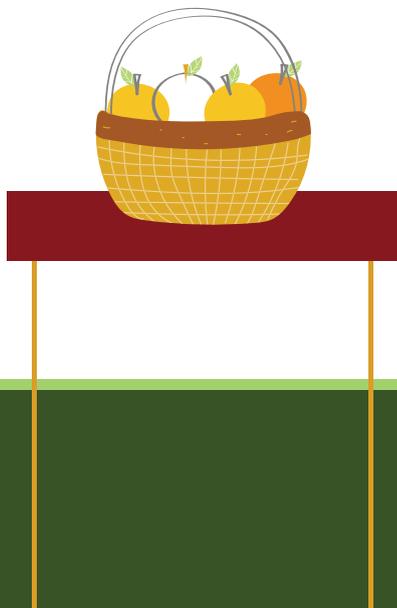


Cosecha

Una de las mejores formas de aprender a cosechar es observar cómo lo han hecho otras personas y colectivos. Usa estos frutos para guiarte y aprovecha el canasto para darle tu toque secreto.

Frutos. Todo lo que aprendes tiene resultados, revisa estos ejemplos para inspirarte.

Canasto. Recoge todo el conocimiento adquirido y ponlo en práctica con los ejercicios que encontrarás aquí.



Comunicación

comunitaria y alternativa



La comunicación es un proceso participativo mediante el cual grupos sociales como el tuyo logran intercambiar ideas, experiencias, problemáticas, sentimientos, sueños y valores¹. Se pueden emplear diversos medios y lenguajes, dependiendo de la intención, el público al que quieres llegar y las herramientas con las que cuentas para elaborar y transmitir mensajes de manera efectiva.

Se conoce como comunicación comunitaria a aquella que se hace desde y para las comunidades. Su principal característica es que además de buscar el desarrollo social, atendiendo a las necesidades pro-

1 Ver más en Beltrán, Luís Ramiro. Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años. (En línea) Discurso de inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el Instituto para América Latina (IPAL) en Lima, Perú, entre el 23 y el 26 de febrero de 1993. Disponible en: https://www.infoamerica.org/teoria_articulos/beltran1.htm

pias de cada población, se centra en fortalecer los procesos de participación política de los sujetos y no tiene interés comercial.

Es comunicación alternativa porque está al servicio de las personas que buscan construir un mundo mejor². Es una herramienta para visibilizar y empoderar, que supera las barreras geográficas y tecnológicas porque no se enfoca únicamente en medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa, sino que reconoce la fortaleza de otras formas de comunicar como el teatro, la danza, la música, el arte, el mural, entre otras.

Sin embargo, se debe reconocer que los medios tradicionales pueden

2 Corrales, Fernanda & Hernández Hilda. La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. (En línea). Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/CO-RRALES-HERNANDEZ-REVISADO.pdf>

llegar a ser útiles en los procesos comunicativos de las comunidades. Lo alternativo está en el uso que se hace de esos medios y el objetivo que se busca alcanzar. Esto quiere decir que puedes emplear el medio que mejor se adapte a las necesidades y condiciones de tu comunidad.

La diferencia entre la comunicación tradicional y la comunicación comunitaria alternativa es que en esta última la información es cercana, no hay grandes intereses económicos y se tocan los temas que interesan directamente a las comunidades. Los protagonistas son los hombres y mujeres con los que se convive en el día a día, se amplifican las voces que son invisibles en los grandes medios de comunicación y se posibilita el conocimiento de realidades

que no se muestran en los medios tradicionales.

La comunicación comunitaria alternativa tiene diversas funciones. Dentro del proceso de reparación colectiva puede servir a los sujetos de reparación colectiva como vehículo para lograr:

1. **Reconstruir** proyectos colectivos, planes de vida o proyectos de desarrollo étnico.
2. **Fortalecer** capacidades políticas, ciudadanas y de incidencia.
3. **Recuperar** y restablecer el tejido social y las relaciones de confianza.
4. **Dignificar** y recuperar la memoria histórica.
5. **Promover** la reconciliación y los pactos de convivencia, tanto al interior como con el entorno.



Medios

de comunicación

.....



Son herramientas que permiten transmitir los mensajes. Los medios de comunicación se clasifican de distintas formas, pero la más conocida es la que de acuerdo a la cantidad de gente a la que llegan, los divide en medios masivos (televisión, radio, prensa, y recientemente, las redes sociales) y medios no masivos (interpersonales, como el correo y el teléfono).



Los medios de carácter masivo también son conocidos como medios tradicionales, pero la comunicación va mucho más allá de ellos. No son las únicas herramientas que existen para comunicar.

A lo largo de la historia los grupos humanos han buscado y empleado

múltiples formas para expresarse, sobrepasando la prensa, la radio y la televisión.

En su mayoría, los medios alternativos son de bajo costo y no se concentran en ser masivos para llegar a un gran número de personas, aunque lograrlo puede ser parte de sus objetivos. El teatro, la danza, el mural, el performance, el perifoneo, el voz a voz y otros, permiten transmitir mensajes al tiempo que articulan a las comunidades, fortalecen el sentido de pertenencia de los sujetos a su colectividad, aportan al tejido social y facilitan la participación activa de las personas en la reconstrucción de los sueños colectivos.

Tradicionales:

Masivos:

- Televisión
- Radio
- Prensa
- Redes sociales

No masivos:

- Correo
- Teléfono

Alternativos

- Vídeo
- Teatro
- Música
- Danza
- Mural
- Voz a voz
- Perifoneo
- Carnaval



- Literatura
- Otros

De todas formas, no es una lista cerrada, puede crecer con un poco de creatividad y empeño. No olvides que la comunicación alternativa comunitaria puede emplear cualquiera de los medios mencionados u otros que logren cumplir con el objetivo de comunicar; pues lo alternativo en la comunicación no está definido por el medio que se usa, sino por el contenido y la intención de los mensajes que vas a transmitir.

CLASIFICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	EJEMPLOS
Masivos nacionales e internacionales	<p>Son medios de comunicación que, por sus capacidades técnicas, logísticas y financieras, logran llegar con sus contenidos a un gran número de personas.</p> <p>En su mayoría están organizados como empresas y sus intereses económicos y políticos son marcados. Sin embargo, pueden ser de carácter privado o público.</p>	<p>Nacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caracol Televisión y Caracol • Radio • RCN y RCN Radio • Canal Uno • Semana • El Espectador • El Tiempo • Radio Nacional de Colombia • La República <p>Internacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cable News Network (CNN) • British Broadcasting Corporation (BBC) • Agencia EFE • Agence France-Presse (AFP) • El Clarín (Argentina) • El País (España) • The New York Times (Estados Unidos)

CLASIFICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	EJEMPLOS
Medios regionales	Tienen capacidades limitadas en términos de su alcance. El cubrimiento que realizan se enfoca en un territorio específico, llegando a zonas geográficas delimitadas. En Colombia la mayoría de estos medios son públicos.	Públicos: <ul style="list-style-type: none"> • Telepacífico • Teleantioquia • Telecaribe • Canal Capital Privados: <ul style="list-style-type: none"> • El País (Cali) • El Nuevo Día (Ibagué) • El Heraldo (Barranquilla) • El Universal (Cartagena) • El Colombiano (Medellín) • La Nación (Neiva)
Medios locales	Son medios que se proponen cubrir un espacio geográfico específico y ahondar en las problemáticas de las comunidades locales.	<ul style="list-style-type: none"> • La Chiva de Urabá • Notiriosucio • Extra • Q'Hubo • El Tabloide (Tuluá) • Emisora Ecos del Cobeima (Ibagué)



Experiencias exitosas de comunicación comunitaria alternativa

Hemos visto que esta clase de comunicación tiene una vocación de servicio con la comunidad y los medios que se emplean son solo herramientas para expresar las necesidades cotidianas de las personas.

De los muchos que existen, hemos seleccionado algunas experiencias

exitosas que pueden servir para orientar el trabajo del equipo de corresponsales comunitarios del que haces parte.

1. Radio Sutatenza:

En 1947, el padre Salcedo Guarín, perteneciente a la Acción Cultural Popular (ACPO) -entidad católica-, fundó Radio Sutatenza en el Valle de Tenza (Boyacá).



.....
 Fuente: Colección Biblioteca
 Luis Ángel Arango

A través de esta iniciativa radial que llegó a tener emisiones de 19 horas, se buscó la alfabetización de miles de campesinos que no sabían, leer, escribir o hacer operaciones aritméticas básicas, pero que tenían acceso a la radio. Radio Sutatenza fue la experiencia de educación rural radial más grande del continente y funcionó hasta 1994. Su consigna “La educación nos hace libres”

logró vincular a miles de campesinos, en su mayoría mujeres, a las escuelas radiofónicas que poco a poco incluyeron contenidos que buscaban el desarrollo rural y campesino del país.

Youtube: Radio Sutatenza: Las cartillas del progreso campesino <https://www.youtube.com/watch?v=eX0Ir-VhYutI>

2. Tejido de Comunicación del pueblo Nasa, de la Asociación de Cabillos Indígenas del norte del Cauca

*“La palabra sin acción es vacía.
 La acción sin palabra es ciega.
 La palabra y la acción fuera
 del espíritu de la comunidad,
 son la muerte”*

Pensamiento Nasa

Esta iniciativa reúne desde el año 2004 los esfuerzos comunicativos de los indígenas del norte del Cauca, especialmente los del pueblo nasa. En esa época, como resultado de diversos talleres y escuelas de comunicación, se lograron constituir tres emisoras indígenas y un telecentro comunitario que funcionaban de forma independiente.



.....
 Fuente: Facebook Tejido de Comunicación del Pueblo Nasa

Se hizo evidente la necesidad de fortalecer su estrategia de comunicación y articularse para mantener la relación con la naturaleza, sus prácticas culturales y defenderse del exterminio desde la resistencia pacífica. Como consecuencia, se fundó el Tejido de Comunicación del Pueblo Nasa, que busca abrir espacios externos y en escenarios políticos para visibilizar, proteger y fortalecer los planes de vida.

Jóvenes, mujeres y hombres interesados en la comunicación se han apropiado de medios de comunicación como la radio, la prensa, el video y las redes sociales para cumplir con sus objetivos colectivos. Sin embargo, esto no ha implicado que sus formas propias de comunicación, como las mingas y las movilizaciones, se hayan dejado en el olvido; por el contrario, los nuevos recursos tecnológicos se han aprovechado para darles visibilidad y fortalecer sus procesos.

3. Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21

Según la reseña publicada en su página web, este colectivo fue creado por un grupo de comunicadores sociales, maestros, líderes comunitarios y gestores culturales de El Carmen de Bolívar, interesados en promover la apertura de espacios de comunicación alternativos que posibilitaran la construcción de ciudadada-



.....
Fuente: Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21

nía, participación e identidad. Fue el resultado de un taller de periodismo para el desarrollo comunitario en la Casa de la Cultura de El Carmen de Bolívar, dictado por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Regional Bolívar - Sucre.

Utilizan el video y las redes sociales para visibilizar sus actividades. La información que publican busca fortalecer la identidad cultural de la población montemariana y mantener viva la memoria para aportar a la construcción de paz.

Participaron activamente en el lanzamiento del Museo Itinerante de la

Memoria y la Identidad de los Montes de María (MIM), en San Jacinto, que busca la reparación simbólica para las comunidades y víctimas afectadas por el conflicto en los Montes de María.

4. Salón de la Memoria, Pueblo Bello

En el 2014 se inauguró en el Urabá Antioqueño, exactamente en el municipio de Pueblo Bello, un salón de la memoria para rendir tributo a las



Tomado de: Centro Nacional de Memoria Histórica. Memoria y dignidad de Pueblo Bello

víctimas. Este sujeto de reparación colectiva empleó el lugar no solo para dignificar la memoria, sino también para comprender lo que había sucedido con los seres queridos que perdieron en medio del conflicto.

Esta iniciativa de memoria y comunicación intenta reconstruir los lazos comunitarios que habían sido debilitados por la violencia y avanzar en la construcción de paz. Hoy es un sitio de encuentro social.

5. Iniciativas audiovisuales

Las nuevas tecnologías permiten accesos relativamente fáciles para la difusión de la información. Colectivos y movimientos sociales han aprovechado esta ventaja para producir piezas audiovisuales y difundirlas a través de redes sociales; incluso hay algunos que tuvieron la iniciativa de hacer programas de manera periódica y subirlos a plataformas como Youtube.

Algunos ejemplos son Ojo al Sancocho (Ciudad Bolívar, Bogotá); TV Kankuama, primer canal de televisión indígena; Formato 19K (Ciudad Bolívar, Bogotá); Ríos Vivos (Antioquia, canal Youtube); Mejoda (distri-



Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones, Unidad para las Víctimas

to de Aguablanca, en Cali); Pasolini (barrios de la comuna nororiental de Medellín)³.

³ Román, María José. Mirar la mirada: para disfrutar el audiovisual alternativo y comunitario. (En línea). Disponible en: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/6438/5908>



Fuentes de información

Son las personas, documentos o instituciones que buscamos para obtener datos, testimonios e imágenes que permiten realizar los contenidos de nuestros medios de comunicación.

Siempre que produzcas una pieza comunicativa es importante consultar diversas fuentes y verificar la información antes de publicarla o difundirla. Entre más fuentes consultes, más completa será la información.



● Documentales

Son archivos, investigaciones e informes que realizan diversas instituciones. Algunos de los sitios donde puedes encontrar estas fuentes son bibliotecas, hemerotecas, archivos de universidades y bases de datos.

● Institucionales

Son archivos, investigaciones e informes que realizan las instituciones estatales o no estatales como parte de su funcionamiento. Algunos de los sitios donde puedes encontrar

este tipo de información son las bases de datos, páginas web, salas de prensa y ruedas de prensa.

● Testimoniales

Son conocidas también como fuentes primarias. Es la información que recolectamos de las personas que han estado presentes, que son los actores directos de los hechos que queremos comunicar o cuya experiencia personal es relevante para la información que vamos a transmitir.

Te dejamos algunas fuentes que pueden ser de utilidad para construir tus piezas comunicativas:



Institucionales

1. Páginas web y redes sociales de instituciones estatales y ministerios: Ministerio del Interior, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Defensa, Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo, Unidad para las Víctimas, Centro Nacional de Memoria Histórica, Presidencia de la República, Policía Nacional, entre otras.
2. Comunicados de prensa, redes sociales y sitio web de alcaldías municipales, gobernaciones, corporaciones autónomas regionales, etc.
3. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), link pá-

gina web: <http://www.dane.gov.co/>.

4. Repositorio TerriData del Departamento Nacional de Planeación (DNP), link página web: <https://terridata.dnp.gov.co/>

5. Organizaciones internacionales como ONUMujeres, el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), entre otras.

6. Organizaciones no gubernamentales culturales, sociales, ambientales y deportivas.

Bibliotecas

1. Luis Ángel Arango, link página <http://www.banrepcultural.org/bo-gota/biblioteca-luis-angel-arango>

2. Biblioteca Nacional, link página <http://catalogoenlinea.bibliotecanacional.gov.co>

3. Biblioteca digital CLACSO, link página web: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/>

Hemerotecas

1. Hemeroteca digital del Banco de la República, link página web: <http://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/colecciones-digitales/hemeroteca-historica>

2. Hemeroteca digital de Google, link página web: <https://news.google.com/newspapers>

3. Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de España, link de página web: <http://www.bne.es/es/Catalogos/HemerotecaDigital/>

Repositorios

1. Repositorio de la Universidad Nacional de Colombia, link página web: <http://www.bdigital.unal.edu.co/>

2. Repositorio de la Universidad Javeriana, link página web:

<https://repository.javeriana.edu.co>3.

Repositorio de la Universidad de Antioquia, link página web:

<http://bibliotecadigital.udea.edu.co/>

Bases de datos

1. Datos Abiertos Colombia, link página web: <https://www.datos.gov.co/>

2. Base de datos del Banco Mundial, link página web:

<https://datbank.bancomundial.org>

3. Base de datos de la ONU, Link página web: <https://www.un.org/es/databases/>

Otras

1. Medios y agencias de comunicación internacionales, nacionales, regionales y locales.

2. Libro de Datos de la Agencia Central de Inteligencia (CIA), link página web: <https://www.cia.gov/library/publications/>

Prensa

Se denomina así al conjunto de publicaciones escritas que son periódicas y masivas. Se caracteriza por la facilidad que brinda para desarrollar información, ya que además del texto permite incluir apoyo gráfico para reforzar y hacer atractivos los men-

sajes (fotografía, imágenes, infografías, etcétera).

Actualmente, la prensa, en su diversidad de publicaciones, ha pasado del papel a la internet para tener mayor alcance, economizar gastos y responder a las necesidades informativas de las personas. Este cambio ha impactado en la forma de escribir; hoy hay muchas más herramientas para atrapar a los lectores y conectarlos con el mensaje. Por ejemplo, el apoyo de los textos ya no se limita a las imágenes y fotografías, sino que incluye videos, audios, encuestas, juegos, mapas interactivos, entre otros.

La prensa fue el primer vehículo para el periodismo y por los avances tecnológicos ha sufrido múltiples transformaciones. Esto es evidente en la periodicidad de las publicaciones, las formas de escritura, el medio físico de difusión, sus objetivos y su alcance.

Publicaciones en prensa

Periódico

- Diario: todos los días
- Semanario: cada semana
- Quicenario: cada quince días
- Anuario: cada año

Revista

Fanzine

Boletín

Panfleto

Los géneros periodísticos



Noticia

Es un texto informativo con la mayor brevedad y claridad posible, sobre un hecho de relevancia e interés público. Debe responder a seis preguntas básicas: ¿Qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿quién o quiénes?, ¿dónde? y ¿por qué?

Cuando estés escribiendo una noticia, no debes incluir opiniones ni juicios de valor. Es importante que contenga la mayor cantidad de fuentes y datos relevantes.



¿Cómo hacer una noticia?

1. ¡Investiga! Debes recurrir a las fuentes de información para rastrear el hecho sobre el que construirás la noticia, es importante que contrastes la información de diferentes fuentes.

2. ¡Prioriza! Organiza la información que tienes disponible como si

construyeras una pirámide invertida, donde la información más relevante se encuentre al principio de la noticia y su importancia vaya reduciéndose conforme avanzas.

3. ¡Redacta! Debes empezar con un primer párrafo conocido como *Lead* o *entradilla*, donde debes procurar responder las seis preguntas básicas de la noticia.

A continuación, tendrás que redactar el cuerpo de la noticia, donde ampliarás la información que enunciaste en la *entradilla*. Introduce los datos relevantes y termina con un párrafo de cierre. En el cual expondrás una idea final a manera de conclusión, con los posibles desenlaces e impactos de la noticia.

4. ¡Impacta! Luego de redactar la noticia sabrás cuál es la información más importante que posees; usa esto para redactar un titular con lo más destacado y atractivo de la noticia. No olvides captar la atención del lector con el titular.

5. ¡Corrige! Siempre es importante revisar lo que hagamos antes de publicar. Revisa la ortografía, gramática y claridad del texto. Recuerda que lo esencial en la comunicación es la capacidad de transmitir. Pregúntate si lo que acabas de escribir lo entenderán tus familiares, amigos y vecinos. Si la respuesta es positiva, la noticia está lista.



EL ESPECTADOR

Viernes 02 de agosto

LAS FIESTAS PATRONALES VUELVEN A TOMAR RITMO EN EL MUNICIPIO DE VILLANUEVA

Zipacoa (Bolívar), en la recta final de la reparación colectiva

Posconflicto 16 Dic 2017 - 9:00 PM
Germán Gómez Polo - Twitter: @TresEnMil

En 2001, paramilitares llegaron a este corregimiento, a 40 minutos de Cartagena, y se llevaron a cuatro de sus habitantes, quienes aparecieron asesinados en una finca cercana. Hoy, su población está en la última etapa del proceso de reparación colectiva junto a la Unidad para las Víctimas.



Como parte de una medida de satisfacción dentro del plan de reparación, una niña zipacoera plasmó la paz en un mural del pueblo. Germán Gómez Polo - El Espectador

"Cómo no me voy a acordar del día en que mataron a mi hijo". Carmen Murillo tiene 64 años y desde la sala de su casa, a pocos

Fragmento tomado de: El Espectador.



Entrevista

Es un diálogo que se establece con una o varias personas alrededor de temas de interés general mediante preguntas. La entrevista puede tener diversos propósitos: obtener información, ahondar en un tema, mostrar elementos de la personalidad de alguien, pedir la opinión de una persona frente a un tema o situación, conseguir un testimonio, entre otros. Aunque es un género periodístico independiente, complementa a los demás como una herramienta para conseguir información.



¿Cómo hacer una entrevista?

1. ¡Define! Debes determinar a quién le harás la entrevista (fuente de la que vas a obtener la información), el tema sobre el que se va a dialogar, qué información deseas obtener y cuándo y dónde se puede llevar a cabo el encuentro.

2. ¡Investiga! Recuerda indagar sobre la persona o personas que vas a

entrevistar antes del encuentro; además, debes tener conocimiento del tema que van a discutir. Es fundamental tener mucha información para aprovechar al máximo la posibilidad de hacer preguntas y contrapreguntas, es decir, realizar otras preguntas de acuerdo a lo que te vayan respondiendo.

3. ¡Prepara las preguntas! Previo a la entrevista prepara las preguntas y anótalas para tener una guía. Las preguntas deben ser abiertas, es decir, no hay que formular interrogantes que se respondan con sí o no. Como la idea es obtener la mayor información posible, las preguntas deben tener distintos niveles de intensidad o profundidad; empieza con las preguntas más fáciles y a medida que se vaya desarrollando la entrevista aumenta su complejidad.

4. ¡Hazlo! La entrevista debe ser un diálogo tranquilo, procura mantener un ritmo para hacer las preguntas y controlar los tiempos. Recuerda ser empático, es decir, haz contacto visual y presta siempre atención a las respuestas de manera que generes confianza para poder indagar sobre un tema o formular contrapreguntas. No olvides registrar la entrevista para no dejar escapar datos importantes y tener una copia que te permita verificar lo que vas a publicar. Informa al entrevistado antes de empezar cómo harás dicho registro y si está de acuerdo. Hay varias formas de

pendiendo de lo que tengas a mano: cámara (audiovisual), grabadora (audio) o libreta de apuntes (escrito).

5. ¡Contrasta! Recurre a otras fuentes de información para comprobar la veracidad y exactitud de la información que el entrevistado te proporcionó. Procura ser imparcial y comparar varias fuentes.

6. ¡Redacta! Las entrevistas se pueden redactar de dos formas. La primera es escribir unos párrafos introductorios explicando quién es tu fuente, el tema que se abordó y su relevancia; para luego escribir literalmente las preguntas y respuestas, de acuerdo al desarrollo de la conversación, seleccionando aquellas que son relevantes para cumplir con la intención comunicativa que te planteaste.

La segunda forma es redactar un párrafo introductorio e ir enlazando otros párrafos con base en las respuestas que dio el entrevistado. Siempre se debe mantener la línea de la conversación. En este estilo se emplea una estructura parecida a la de la noticia: introducción, desarrollo —con los datos e información obtenidos— y cierre.



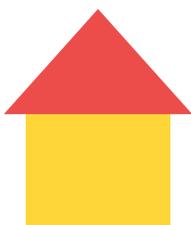
Ejemplo

La fuerza maya

Por: Juan Camilo Maldonado Tovar

Una impactante entrevista de Rigoberta Menchú, la nobel de paz guatemalteca, para la revista BOCAS.

(...) Leí buena parte de *Me llamo Rigoberta* durante la noche previa a nuestro encuentro, un viernes de febrero durante la Cumbre Mundial de Premios Nobel de Paz, en Bogotá. Cuando por fin la tuve al frente —con un huipil de flores doradas bordadas en el pecho y una balaca arcoíris sobre su pelo recogido—, tuve la sensación de que con sus ojos negros me dio un abrazo hondo y sereno. Me había pasado horas leyendo su historia. Había alcanzado a sentir su hambre, su soledad y la indignación de una adolescencia que recién despertaba enardecida ante el abuso de los terratenientes blancos, tan pero tan cercano a la esclavitud. Había sentido, sobre todo, el inmenso dolor de ver morir a tantos que se atrevían a denunciar la injusticia, entre ellos papá, mamá, hermanos, amigos. Rigoberta lo había perdido todo en la guerra guatemalteca. ¿Cómo podía saludarme con tanta calidez y dulzura



ra? ¿Cómo podía transmitirme esta calma profunda una persona que creció bajo los rigores del horror y el abuso?

Inquieto, ese viernes prendí mi grabadora para descubrir a esa mujer maya que en 1983 le prestó su voz a un pueblo, para luego salir al exilio, ganar el Nobel de Paz y hacer de la lucha por la justicia un proyecto de vida y de nación.

Antes de hablar del Nobel, arranquemos por el principio. ¿Usted tuvo una infancia feliz?

Tuve una infancia muy feliz. Nací a la orilla de un bosque nuboso, crecí recorriendo los cerros y las montañas como venada. Conocí los nacimientos de los ríos y la brisa de la neblina, porque en mi tierra llueve mucho, día y noche. Chimel es una cuna mágica, donde las piedras cambian de rostro de acuerdo con la claridad de las nubes.

También creció en una zona muy pobre...

La pobreza era fuerte. Nosotros crecimos sin zapatos, dormíamos con la ropa mojada. Aguantamos todo tipo de problemas... Pero teníamos huesos fuertes. De niña trabajé en las fincas y lo que hoy recuerdo es el aroma del café.

¿Qué aprendió usted de su padre, Vicente Menchú?

Mi papá era católico y me dio a co-

nocer la Biblia. Yo era su consentida. Gracias a él desarrollé el liderazgo, pues me llevaba a todos lados y me permitía verlo resolver los problemas de la comunidad.

¿Quién era su madre?

Mi madre fue una mujer dura, fuerte. Y dura con nosotros. Teníamos todos que tener una disciplina propia. Por ejemplo, nunca permitió que nosotros anduviéramos sucios.

Nosotros éramos pobres, pero no sucios, decía. También me enseñó que las mujeres somos prodigiosas y tenemos que cuidarnos, que nuestro cuerpo es sagrado. Y además nos inició en la medicina tradicional: a masajear, a trabajar las plantas... Muchas cosas aprendimos: secretos para que abunde el maíz, para que abunde la comida, para que tengamos bienestar...

Se nota que su madre también tenía una profunda vocación de servicio.

No en vano era la principal partera de la región, encargada de facilitar la llegada de la vida a la comunidad...

Claro. Mi madre era una referencia de señora patan, que significa "señora del servicio comunitario". Y también era una mujer de fe, absolutamente maya. Ella nos enseñó acerca de la madre, de las fuerzas del mar, del oxígeno y las piedras. Siempre me dijo: "Mire hija, si algún día sueña de noche no se deje con ese sueño, cuéntelo, cuéntelo, porque al contarlo se te va a cumplir en buenas co-

sas". Y por eso yo siento que mi misión siempre fue contar y comunicar. Yo escribo cuentos infantiles gracias a mi madre. Mucho de lo que yo proyecto de la niña que se llama Ixquem, el personaje de mis libros, proviene de las enseñanzas de mamá (...).

Fragmento Tomado de El Tiempo



Crónica

Es el género periodístico más utilizado para contar historias que tienen rostro, pues combina la investigación periodística con el estilo literario, como si fuera un cuento. Una buena crónica logra atraer y atrapar al lector, lo conecta afectivamente con la historia y al leerla se transporta junto a los personajes al lugar donde se desarrollan los hechos.

Con las crónicas puedes contar historias reales a profundidad a través de la descripción minuciosa de espacios, sensaciones, situaciones, olores y personajes. Los acontecimientos que se narran en una crónica son variados y pueden organizarse de forma cronológica o no, pero siempre tratando de contar la historia completa. No responden a la

coyuntura como las noticias, pero su forma de narración permite que los relatos sean trascendentes y tengan recordación.



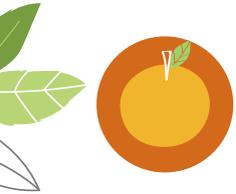
¿Cómo hacer una crónica?

1. ¡Elige! Escoge un tema que te apasione y pueda llegar a ser de interés para otros. Cada persona tiene un estilo propio y deja su huella distintiva, por lo que antes de sentarte a escribir, piensa en cómo quieres que se vea tu crónica (enfoque) y qué es lo que quieres transmitir.

2. ¡Explora! El proceso de construcción de la crónica tiene un elemento de investigación como todos los géneros periodísticos. Sin embargo, su particularidad es que además de buscar datos y hechos relevantes, el cronista debe sentir los lugares, las palabras, los olores y los gestos. La curiosidad es fundamental para moldear la historia y poder transmitir a otras personas lo encontrado.

3. ¡Inspírate y crea! La crónica es un proceso artesanal donde gran parte del éxito está en la capacidad de innovación dando al relato un estilo propio. Debes cultivarla sin afán y buscando siempre buenos frutos;

puedes leer a otros para inspirarte. Anota todo lo que pueda ayudarte en el proceso, habla con varias personas, entrevista, siente los lugares y observa todo detenidamente. Puedes usar herramientas como contar cronológicamente, describir a través de comparaciones, encontrar similitudes, etcétera.



Ejemplo

La Travesía de Wikdi

Por: Alberto Salcedo Ramos

(...) En la áspera trocha de ocho kilómetros que separa a Wikdi de su escuela se han desnucado decenas de burros. Allí, además, los paramilitares han torturado y asesinado a muchas personas. Sin embargo, Wikdi no se detiene a pensar en lo peligrosa que es esa senda atestada de piedras, barro seco y maleza. Si lo hiciera, se moriría de susto y no podría estudiar. En la caminata de ida y vuelta entre su rancho, localizado en el resguardo indígena de Arquía, y su colegio, ubicado en el municipio de Unguía, emplea cinco horas diarias. Así que siempre afronta la travesía con el mismo aspecto tranquilo que exhibe ahora, mientras cierra la corredera de su morral.

Son las 4:35 de la mañana. En enero la temperatura suele ser de extremos en esta zona del Darién chocono: ardiente durante el día y gélida durante la madrugada. Wikdi -trece años, cuerpo menudo- tiritaba de frío. Hace un instante le dijo a Prisciliano, su padre, que prefiere bañarse de noche. En este momento ambos especulan sobre lo helado que debe de haber amanecido el río Arquía.

-Menos mal que nos bañamos anoche -dice el padre.

-Esta noche volvemos al río -contesta el hijo.

Diagonal adonde ellos se encuentran, un perro se acerca al fogón de leña emplazado en el suelo de tierra. Arquea el lomo contra uno de los ladrillos del brasero, y allí se queda recostado absorbiendo el calor. Prisciliano le pregunta a su hijo si guardó el cuaderno de geografía en el morral. El niño asiente con la cabeza, dice que ya se sabe de memoria la ubicación de América. El padre mira su reloj y se dirige a mí.

-Cinco menos veinte -dice.

Luego agrega que Wikdi ya debería ir andando hacia el colegio. Lo que pasa, explica, es que en esta época clarea casi a las seis de la mañana y a él no le gusta que el muchachito transite por ese camino tan anochecido. Hace unos minutos, cuando él

y yo éramos los únicos ocupantes despiertos del rancho, Prisciliano me contó que el nacimiento de Wikdi, el mayor de sus cinco hijos, sucedió en una madrugada tan oscura como esta. Fue el 13 de mayo de 1998. A Ana Cecilia, su mujer, le sobrevinieron los dolores de parto un poco antes de las tres de la mañana. Así que él, fiel a un antiguo precepto de su etnia, corrió a avisarles a los padres de ambos. Los cuatro abuelos se plantaron alrededor de la cama, cada uno con un candil encendido entre las manos. Entonces fue como si de repente todos los kunas mayores, muertos o vivos, conocidos o desconocidos, hubieran convertido la noche en día solo para despejarle el horizonte al nuevo miembro de la familia. Por eso Prisciliano cree que a los seres de su raza siempre los recibe la aurora, así el mundo se encuentre sumergido en las tinieblas. Eso sí -concluye con aire reflexivo-: aunque lleven la claridad por dentro arriesgan demasiado cuando se internan por la trocha de Arquía en medio de tamaña negrura.

Prisciliano -treinta y ocho años, cuerpo menudo- espera que el sacrificio que está haciendo su hijo valga la pena. Él cree que en la Institución Educativa Agrícola de Unguía el niño desarrollará habilidades prácticas muy útiles para su comunidad, como aplicar vacunas veterinarias o manejar fertilizantes. Además, al culminar el bachillerato en ese colegio de

“libres” seguramente hablará mejor el idioma español. Para los indígenas kunas, “libres” son todas aquellas personas que no pertenecen a su etnia.

-El colegio está lejos -dice- pero no hay ninguno cerca. El que tenemos nosotros aquí en el resguardo solo llega hasta quinto grado, y Wikdi ya está en séptimo.

-La única opción es cursar el bachillerato en Unguía.

-Así es. Ahí me gradué yo también. Prisciliano advierte que con el favor de Papatumadi -es decir, Dios- Wikdi estudiará para convertirse en profesor una vez termine su ciclo de secundaria.

-Nunca le he insinuado que elija esa opción -aclara-. Él vio el ejemplo en casa porque yo soy profesor de la escuela de Arquía.

¿Podrá Wikdi abrirse paso en la vida con los conocimientos que adquiera en el colegio de los “libres”? Es algo que está por verse, responde Prisciliano. Quizá se enriquecerá al asimilar ciertos códigos del mundo ilustrado, ese mundo que se encuentra más allá de la selva y el mar que aíslan a sus hermanos. Se acercará a la nación blanca y a la nación negra.

De ese modo contribuirá a ensanchar los confines de su propia comarca. Se documentará sobre la historia de Colombia, y así podrá, al

menos, averiguar en qué momento se obstruyeron los caminos que vinculaban a los kunas con el resto del país. Estudiará el Álgebra de Baldor, se aprenderá los nombres de algunas penínsulas, oirá mencionar a Don Quijote de la Mancha. Después, transformado ya en profesor, les transmitirá sus conocimientos a las futuras generaciones. Entonces será como si otra vez, por cuenta de los saberes de un predecesor, brotara la aurora en medio de la noche.

-Las cinco y todavía oscuro -dice ahora Prisciliano.

Anabelkis, su cuñada, ya está despierta: hierve café en el mismo fogón en el que hace un momento tomaba calor el perro. Su marido intenta tranquilizar al bebé recién nacido de ambos, que llora a moco tendido. Nadie más falta por levantarse, pues Ana Cecilia y los otros hijos de Prisciliano durmieron anoche en Turbo, Antioquia. En el radio suena una conocida canción de despecho interpretada por Darío Gómez.

Ya lo ves me tiré el matrimonio
y ya te la jugué de verdad
fuiste mala, ay, demasiado mala
pero en esta vida todo hay que
aguantar.

El fogón es ahora una hoguera que esparce su resplandor por todo el recinto. Cantan los gallos, rebuznan los burros. En el rancho ha empeza-

do a bullir la nueva jornada. Más allá siguen reinando las tinieblas. Pareciera que en ninguna de las 61 casas restantes del cabildo se hubiera encendido un solo candil. Eso sí: cualquiera que haya nacido aquí sabe que, a esta hora, la mayoría de los 582 habitantes de la comarca ya está en pie.

Wikdi le dice hasta luego a Prisciliano en su lengua nativa ("¡kusalmallo!"), y comienza a caminar a través del pasillo que le van abriendo los cuatro perros de la familia (...).

*Fragmento tomado de
Colombia Aprende*



Reportaje

Es el género periodístico más complejo. Su grado de exigencia es mayor que el de los demás ya que reúne elementos de los otros géneros en cuanto a la investigación, la descripción de los detalles y el uso de recursos escritos y visuales para exponer la información. El reportaje es la profundización de una noticia, y aunque no se caracteriza por su inmediatez sí debe estar ligado a la actualidad. Asimismo, debe ser de interés gene-

ral, exponer distintos puntos de vista a través de diversas fuentes y apoyarse en gráficos y otros elementos de narración.



¿Cómo hacer un reportaje?

1. ¡Define! Debes pensar sobre cuál noticia quieres profundizar, por ejemplo: corrupción de una obra pública, una enfermedad que afecte a la población o un proyecto de ley que se esté discutiendo, entre otros.

2. ¡Investiga! Este es el paso al que debes dedicar más tiempo. Se debe recopilar la mayor cantidad de información (datos, informes, otras investigaciones, etcétera), recurrir a fuentes testimoniales y buscar imágenes o videos de archivo si es necesario.

3. ¡Contrasta! Cuando ya tengas la mayor cantidad de información posible, debes comprobar su validez para que sea veraz el reportaje que vas a escribir.

4. ¡Elige! Con base en la información recopilada debes definir cómo vas a apoyar tu texto, puedes escoger entre hacer tablas de datos, infografías, diagramas y fotografías, entre otros.

5. ¡Redacta! Al momento de redactar debes tener en cuenta que el reportaje es versátil en cuanto a su narración. Puedes iniciar con la descripción de un suceso al estilo de la crónica o a manera de noticia. La información y la multiplicidad de voces de las fuentes que consultaste deben ir apareciendo en el transcurso del texto. Además, dependiendo de la forma en la que escribas, el lector leerá todo tu texto, por eso debes procurar que todo se entienda, no pongas información innecesaria y maneja una escritura atractiva.

6. ¡Atrae! Realiza los contenidos para apoyar tu texto, dependiendo de la información que quieres ampliar o ilustrar mejor.



1. Agua Bendita.

Un grupo de periodistas de la revista Semana recorrió con un equipo de fotografía, video y drones, cinco fuentes hídricas estratégicas para la supervivencia del país. De su conservación dependerán las futuras generaciones, la economía y el liderazgo de Colombia en el mundo.

Enlace: <https://especiales.semana.com/agua-bendita/>



Tomado de: Revista Semana,
Proyecto Agua Bendita

2. Desaparecidos, duelo eterno.

Dos caras, una misma realidad. Ayotzinapa en México. Buenaventura en Colombia. Dos regiones donde la violencia campea. Donde las madres claman justicia y exigen cerrar sus duelos interminables. La mexicana comienza hasta ahora a despuntar el horror de las desapariciones. En ambos países el horror alcanzó límites inhumanos y reina la impunidad.

Enlace: <https://www.eltiempo.com/multimedia/especiales/desaparecidos-duelo-eterno/16382245/1/index.html>



Tomado de: eltiempo.com
Proyecto: Desaparecidos, duelo eterno



Ejercicio

1. **Construye una noticia** sobre un hecho que haya ocurrido en tu comunidad en el último mes. No olvides contestar las seis preguntas que son necesarias para una buena noticia.

2. **Realiza una entrevista** a algún personaje de tu comunidad siguiendo los pasos que ya conoces. Luego, plásmala en papel o en el medio que escojas.

3. **Selecciona un tema** que te apasione y escribe una crónica. Recuerda que debes enamorar y atrapar a tu lector.





Consejos básicos de escritura

- Revisa la ortografía, una letra puede cambiar el sentido de una oración. El diccionario será tu mejor aliado para consultar cuando no sepas cómo escribir una palabra ¡No tengas miedo de usarlo, es fácil y rápido!
- ¿Sabías que hay palabras que se escriben igual, pero significan cosas distintas cuando les ponemos una tilde? Esa tilde se conoce como tilde diacrítica. Por ejemplo, sí lleva tilde cuando es una afirmación; si, sin tilde, es el condicional de una situación, por ejemplo:
Afirmación:
- ¿Vas a comer esta noche?
- Sí
Condicional:
- Si comes, no podrás dormir bien.
- Revisa la gramática y procura escribir una idea por párrafo. Sé claro cuando escribas y evita que el lector se canse con párrafos extensos. Es recomendable que no superen las cinco líneas de texto.
- Cuando termines un texto hazte estas preguntas: ¿He sido claro?, ¿otra persona entendería lo que escribí?, ¿he dado toda la información que alguien que no conozca el tema necesita para comprender el texto?, ¿si no fuera el autor y me encontrara con el texto, lo leería?. Si las respuestas son afirmativas, entonces ten la certeza de que está bien.
- Evita usar adjetivos o calificativos sobre el tema que estás escribiendo. No es correcto, como periodista debes procurar ser imparcial y permitir que las personas saquen su opinión a partir de las fuentes e información que les presentes.
- Relee tu texto en voz alta e incluso pídele a una persona que lea lo que escribiste. Esto permitirá que encuentres los errores de redacción que a veces no notas cuando escribes.
- Explica o traduce el lenguaje técnico, sobre todo cuando manejas temas judiciales, económicos, de salud y científicos. Procura que lo que escribas lo entienda cualquier persona.

Recuerda que los signos de puntuación son las señales de tránsito para tus lectores.

“Gris es la teoría, afirma Mefistófeles, pero verde es el árbol de la vida (Goethe).”



La coma

La coma es el pare en el tránsito de tu texto, te obliga a hacer una pausa para luego continuar con tu idea. Sin embargo, existen distintas formas de usarla:

- Para separar varios elementos de una misma idea:
“Cuando el hambre entra por la puerta, el amor sale por la ventana” (Cervantes).
- Para enumerar diversos elementos que componen una idea o una descripción:
“Cuando Roma es cloaca, calabozo, catatumba, inmundicia, ventanas rotas, grietas, cornisas que se caen” (Rafael Alberti).
- Cuando quieres introducir información adicional:
“Allí donde se queman libros también se terminará, a la postre, por quemar a seres humanos” (Heine).
- Cuando introduces una referencia en medio de una idea:



Punto y coma

El punto y coma es un semáforo en amarillo, es una pausa mayor que la coma, pero menor que el punto. Tiene varios usos entre los que se encuentran:

- Indicar contrastes entre una frase con ideas próximas:
“Cuando hagas favores, no los recuerdes; cuando los recibas, no los olvides” (Proverbio chino).
- Separar una enumeración larga, que incluye comas:
“El adivino chino que lee las antiguas marcas en el caparazón de una tortuga; el amante que, de noche, bajo las sábanas, lee a ciegas el cuerpo de la amada; el psiquiatra que ayuda a los pacientes a leer sus propios sueños desconcertantes; el pescador hawaiano que, hundiendo una mano en el agua, lee las corrientes marinas; el granjero que lee en el cielo el tiempo atmosférico; todos ellos comparten con los lectores de

libros la habilidad de descifrar y traducir signos" (A. Manguel).



El punto

El punto se puede entender como un semáforo en rojo. Se usa cuando has terminado de escribir completamente una idea. Existen tres formas de manejar los puntos dentro del texto, el **punto seguido** une dos ideas dentro de un mismo párrafo, **el punto y aparte** marca el final de un párrafo y le da continuidad al siguiente y **el punto final** señala que el texto ha terminado. El punto también suele usarse después de las abreviaturas. Algunos ejemplos son:

- **Punto seguido** | No sé si podamos seguir practicando la coreografía en la cancha. Ayer me encontré al entrenador del equipo de fútbol y me dijo que va a hacer un campeonato ahí.
- **Punto y aparte** | "Cuando llegó y le pidió su deseo al Brujo, este hizo dos bebidas: una roja para convertirse en Caimán y otra para volver a ser Humano. Tras esto, el Hombre fue con un amigo y cuando llegaron al río donde estaban

las mujeres, tomó el brebaje rojo y se convirtió en Caimán.

Su amigo tras ver la transformación, del susto dejó caer la botella que contenía el otro brebaje que era para ser Humano al piso y unas cuantas gotas cayeron en la cabeza del otro transformándolo en un "Hombre Caimán" mitad hombre, mitad animal. Tras la bulla y sorpresa, las mujeres huyeron de inmediato a ver este ser pensando que las comerían".

● Punto de abreviatura

Junta de Acción Comunal (J.A.C.)
El Departamento Nacional de Planeación (D.N.P)
Señor Presidente - Sr. Presidente



Las comillas

Son como un "ceda el paso" dentro del texto. Las comillas se usan para introducir exactamente lo que dijo una fuente de información; para referirse a artículos, textos literarios o en general para referirse a cualquier tipo de publicación; para enmarcar palabras que no son propias del periodista sino de un idioma extranjero o para referirse con ironía sobre un concepto. Algunos ejemplos son:

- El alcalde afirmó que en su administración “construirá cinco parques y tres colegios para la niñez de la ciudad”.
- En el capítulo 3, “la contrarreforma”, del libro Historia de Europa, el investigador...
- Las “fake news” influenciaron la elección de Jair Bolsonaro como el nuevo presidente de Brasil, según distintos analistas políticos.

Creación de piezas gráficas



¿Qué es la diagramación?

Es la creación o diseño de piezas gráficas. Se unen elementos como el color, el estilo y forma de las letras, símbolos y números (tipografía), los espacios en blanco y las imágenes para agrandar y atraer a los lectores.

Diagramar es como preparar un sancocho. Seleccionas ingredientes ricos en color y sabor; los cortas, añades ajos, cebolla y sal para darles sabor, y finalmente cocinas. Los comensales quedan encantados cuando logras la mezcla perfecta, así mismo sucede con las piezas gráficas.

Puedes crear piezas gráficas con o sin herramientas tecnológicas. Cuando haces un cartel, un mural, un periódico, un comunicado u otras cosas que combinan color, letras e imágenes, también estás diagramando. Recuerda que la comunicación no tiene límites, se trata de ser creativos y usar las cosas que tenemos a la mano.



El color

Este es uno de los principales elementos que debes tener en cuenta al momento de diagramar porque permite transmitir sensaciones, sentimientos y llamar la atención. Cuando se tiene conocimiento de las propiedades de cada tipo de color, primarios y secundarios, podrás preparar los mejores gráficos.



Antes de empezar vamos a repasar un poco. Los colores primarios son aquellos que no se pueden conseguir mezclando otros. Por ejemplo, el amarillo, el azul y el rojo. Por su parte, los colores secundarios son los que se obtienen mezclando los primarios, como el naranja, el verde y el morado. Si continuamos combinando los secundarios lograremos más coloraciones y así sucesivamente.

¿Qué significa cada color?

Cada color transmite y estimula una sensación o sentimiento. Acá tienes algunos significados.



Rojo

Este color puedes usarlo cuando quieras transmitir amor, pasión y peligro.



Azul

Es el color ideal para expresar sinceridad, confianza, calma y seriedad.



Amarillo

Este color transmite felicidad, optimismo e innovación. Incluso, junto al rojo es usado para estimular las ganas de comer.



Negro

Puedes usarlo cuando quieras representar el poder, la elegancia, la formalidad y el misterio.



Blanco

Si en tu pieza gráfica quieres emitir pureza, limpieza, inocencia y simplicidad, este color es ideal.



Verde

Cuando necesites transmitir libertad, frescura, naturaleza, esperanza y equilibrio.



Gris

Si quieres construir tus piezas con neutralidad, sobriedad, elegancia y duda.



Morado

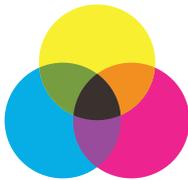
Si quieres que algo se transmita con creatividad, nostalgia, sabiduría, sensualidad y serenidad.

Cuando crees alguna pieza gráfica no pierdas de vista los significados de cada color, podrás comunicar de mejor forma las ideas.



Los colores también se clasifican entre RGB y CMYK , según el lugar en el que se van a aplicar. Cuando vayas a hacer una pieza gráfica para medios digitales o para imprimir en papel fotográfico, debes realizar el documento con colores RGB (por sus siglas en inglés, RED, GREEN AND BLUE: ROJO, VERDE Y AZUL), teniendo en cuenta que los monitores, celulares, cámaras y tablets están configuradas para leer las imágenes desde estos tonos.

Si por el contrario quieres realizar una pieza gráfica para imprimir, debes editar la imagen en colores CMYK (azul, fucsia, amarillo y negro, por sus siglas en inglés, cyan, magenta, yellow y key) , teniendo en cuenta que son los pigmentos que utilizan las imprentas para producir los colores.



CMYK



RGB



La tipografía

Se refiere a las letras, símbolos y números que se utilizan en una pieza gráfica y se organizan de forma que sean comprensibles y agradables para el lector. La tipografía se relaciona con la caligrafía y se debe escoger con base en lo que quieres comunicar, así podemos encontrar unas que son más elegantes, alegres, geométricas o creativas.

Si cuentas con un dispositivo que tenga conexión a internet, en la siguiente lista podrás encontrar algunos recursos que son útiles. Si por el contrario no cuentas con las herramientas tecnológicas, no te preocupes, animate a usar los recursos que tienes a la mano: papel, revistas, colores, temperas, recortes y cualquier

REPARACIÓN
Comunidad
Comunicación
Sueños colectivos
Fortalecimiento
Memorias vivas

material que pueda servirte para crear una pieza gráfica. Se trata de comunicar, no hay límites.



Recursos para diagramar en internet

1. Creador de paletas de colores, Colors: <https://colors.co/>
2. Herramienta de diseño, Canva: <https://www.canva.com/>
3. Herramienta para diagramar, Creately: <https://creately.com/>
4. Editor de imágenes, Pixlr: <https://pixlr.com/>
5. Buscador de íconos, Iconfinder: <https://www.iconfinder.com/>
6. Página de tipografías: <https://www.fontsquirrel.com/>
7. Página de tipografías: <https://www.dafont.com/es/>



La imagen

Las imágenes dentro de una pieza gráfica son las que van a transmitir de forma directa nuestro mensaje. Como dice el proverbio chino, "una imagen vale más que mil palabras".

En ese sentido, debes escoger bien cuáles cumplen este propósito y son atractivas para el público.

Los murales, carteles, periódicos murales y otros son más efectivos cuando llamamos la atención con imágenes: dibujos, fotografías, pinturas, etcétera.

Si vas a diagramar usando dispositivos electrónicos, debes tener en cuenta algunos conceptos adicionales.

Vector y píxeles



Vector



Píxeles

Al momento de trabajar con imágenes en cualquier programa de edición, debes conocer la diferencia entre una imagen en píxeles y en vectores. La primera está compuesta por cuadros de colores o píxeles, que se pueden observar al ampliarla. Además, pierden calidad. Un ejemplo de éstas pueden ser las fotografías.

La segunda está conformada por puntos o manchas de color, a las que se pueden modificar su tonalidad y el tamaño. Aunque se amplíen, nunca

pierden calidad. Las imágenes vectoriales son ideales para la creación de logos o iconos.

Formatos de imagen

Un formato de imagen puede entenderse como la información o el conjunto de reglas sobre cómo es la imagen y cómo se deben leer. En el manejo de medios impresos y digitales se manejan tres formatos principales: JPG, PNG y GIF.

El formato JPG es el más utilizado por su versatilidad. Se caracteriza porque comprime la información de las imágenes, ocupa poco espacio de la memoria del computador y puede manejar alta resolución para imprenta de calidad.

Por su parte, el PNG lee y muestra más colores y a su vez maneja la transparencia. Guarda mayor calidad de la información, lo que también hace que sea más pesado y recomendado para el trabajo de gráficos en Internet.

Finalmente, el GIF tiene una paleta de colores limitados porque reduce la información que guarda, es usual para crear animaciones y guardar contenidos en fondo transparente.



Consejos básicos de diagramación



Presta atención a los colores que escoges para tus piezas gráficas. Tienes que buscar tonos que sean complementarios, que no se opaquen y que hagan un buen juego. Esto hará que la imagen sea agradable para el público.



No excedas el uso de imágenes o procura que estén bien distribuidas por el espacio para que tu pieza gráfica sea armónica y no sobrecargue a los lectores.



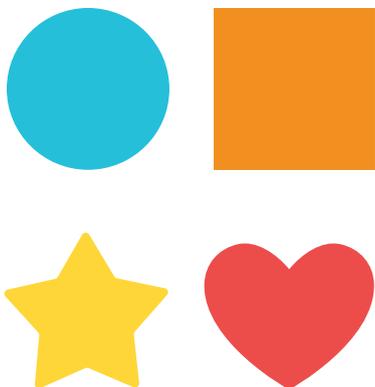
Los tamaños, la escala, la forma y posición de la tipografía y las imágenes determinan la importancia que va a tener ese elemento dentro de la composición.

Posición

Los objetos que se encuentran en el costado derecho tienen mayor peso visual, son los primeros que se ven dentro de una pieza y transmiten continuidad, hay más por ver. Si se ubican en el costado izquierdo determinan el final y tienen un sentido de ligereza. Los ojos humanos observan primero de derecha a izquierda. Cuando los elementos se encuentran en el costado superior tienen mayor ligereza, dan la sensación de elevación y dependiendo de su tamaño atraen la visión. Por su parte, los que se encuentran en la parte inferior tienen mayor peso visual.

Forma

Las formas sencillas tienen mayor facilidad de recordación y las simétricas dan la sensación de armonía y perfección.



La creación y el significado de las formas también depende de los elementos que hagan parte de tu creación y cómo juegas con ellos para transmitir.

- Haz uso de los contrastes, estos sirven para llamar la atención y dar profesionalismo a tu pieza. Por ejemplo, manejar colores vivos y colores oscuros, figuras grandes y pequeñas.
- Los colores vivos tienen mayor impacto y presencia dentro de la pieza a diferencia de los tonos pasteles, pálidos y tenues.
- Guía la lectura sobre la imagen, puedes usar líneas, figuras, colores, incluso los mismos elementos que hay en tu pieza.



El cartel

Es de las piezas gráficas más antiguas. Emplea imágenes y textos para comunicar de forma clara y llamativa mensajes que son de interés general.

En la comunicación comunitaria alternativa el cartel tiene diversos usos, entre los que se destacan la difusión de información, invitar a

eventos organizados por los colectivos sociales y realizar campañas educativas.



Diseño de cartel (Ejemplo)



Infografía

La infografía es un recurso comunicativo que te permite resumir y explicar un tema a través de herramientas gráficas. Se combinan imágenes, gráficos y mapas acompañados de textos cortos que permiten transmitir la información de una manera dinámica y entretenida.



Tomado del blog ecosiglos.com



¿Cómo se hace una infografía?

- **¡Define e investiga!** la temática de tu infografía, recopila la información relevante y explora datos que impacten al lector.
- **¡Ordena!** los datos que tienes por temáticas para definir qué tipo de información presentarás en tu infografía. Además, puedes hacer un boceto en papel que te sirva de guía al momento de diseñar.
- **¡Elige!** la herramienta que usarás para diseñar tu infografía, algunos diseñadores usan programas profesionales como Adobe Illustrator. Sin embargo, a continuación, te hemos dejado algunos más sencillos que encuentras en internet de manera gratuita.
- **¡Diseña!** tu infografía. Recuerda los consejos de escritura, aplica

los de diagramación, recuerda la teoría de los colores y ordena tu información para que sea clara y dinámica.

Herramientas para crear infografías

1. Piktochart: <https://piktochart.com/>
2. Venngage: <https://venngage.com/>
3. Infogram: <https://infogram.com/>
4. Easel: <https://www.easel.ly/>



Comunicar los sueños, plan de comunicaciones

Hemos hecho un recorrido por distintas opciones que ofrece la comunicación alternativa comunitaria. Para organizar el trabajo del equipo de corresponsales comunitarios es necesario construir un plan.

Seguramente tienen muchas ideas para contarle al mundo sus sueños colectivos. ¡No se detengan! es hora de aprovechar los herramientas con las que cuentan y lo que van aprendiendo.

Revisen el siguiente plan y construyan uno propio para obtener mejores resultados:

1. Definir qué contar, a quién y cómo. Ejemplos:

- Mostrar a los niños y jóvenes del colectivo la importancia de mantener vivas las tradiciones culturales a través de la realización de un festival de talentos y unos carteles para invitar a la comunidad a participar.
- Contar al resto del país cómo la comunidad ha recuperado sus sueños gracias a la reparación colectiva, haciendo videos de testimonios que se publicarán en redes sociales.

Los mensajes deben llegar a la mente y el corazón de las personas. Si se quiere mostrar todo lo que se ha avanzado como comunidad con la reparación colectiva, hay que transmitir los valores, tradiciones y sueños que los hacen ser un sujeto de reparación colectiva único.

2. Identificar los medios y herramientas con los que cuenta el equipo para difundir información. Contestar las siguientes preguntas será de gran ayuda, ¿Cuántas personas somos? ¿Existen cámaras, grabadoras en la comunidad? ¿Contamos con acceso a internet? ¿Cuáles son nuestros aliados para difundir? ¿Qué medios de comunicación propios tenemos?

3. Elaborar una lista de tareas que oriente el trabajo para lograr el objetivo: ¿qué contenidos necesitamos

crear?, ¿quiénes serán los responsables?, ¿en qué tiempo lo haremos?, ¿cómo lo difundiremos?

4. Iniciar su difusión cuando los contenidos estén listos.

Ideas:

- Los carteles pueden pegarse en los lugares en los que se reúne la comunidad a compartir.
- Los audios y videos pueden difundirse en redes sociales para que otras personas conozcan lo que sucede en nuestra comunidad.
- Los murales y actividades culturales pueden hacerse en sitios públicos que las personas frecuenten.
- Si el mensaje va dirigido a los miembros de la comunidad, puede enviarse a través de Whatsapp, ya que un gran número de personas tiene esta aplicación instalada en los celulares.
- Los audios pueden enviarse a emisoras cercanas o periodistas amigos.

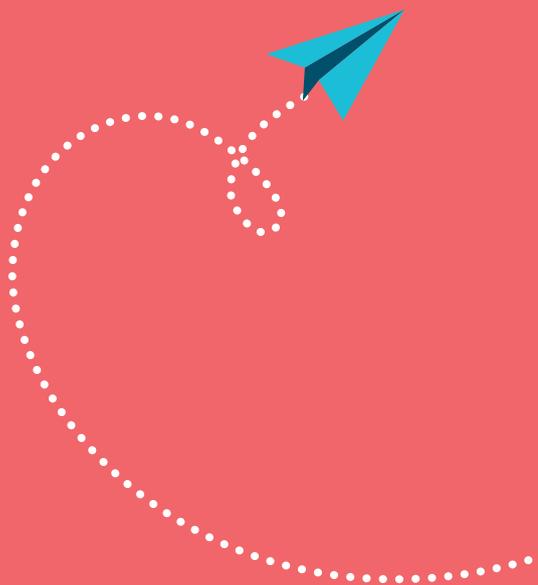
5. Evaluar en equipo para mejorar el trabajo. No hay que preocuparse si las primeras veces no funciona como se esperaba, es normal, es una cuestión de práctica.

¿Logramos transmitir el mensaje de manera adecuada?, ¿qué hicimos bien? ¿qué dificultades tuvimos? ¿qué nos faltó? ¿cómo lo podemos mejorar?

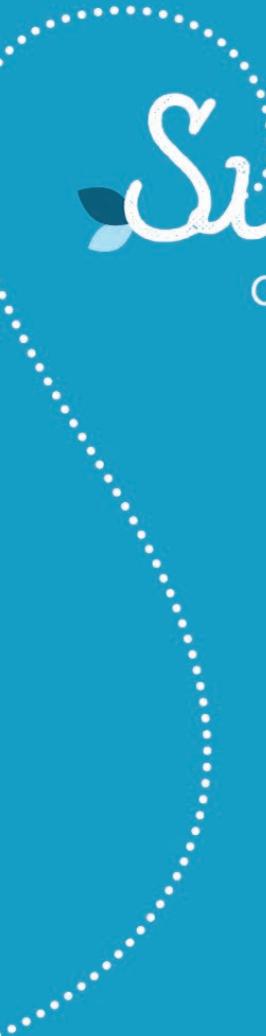




Caja de herramientas comunitativas para sujetos de reparación colectiva



GRUPO BANCO MUNDIAL



Sueñas

que comunican



Cartilla digital





Sueños que comunican

Cartilla digital

.....



GRUPO BANCO MUNDIAL



El futuro
es de todos

Unidad para la atención
y reparación integral
a las víctimas



Sueños que comunican

CAJA DE HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS PARA
SUJETOS DE REPARACIÓN COLECTIVA

DIGITAL

© **Unidad para la Atención y Reparación Integral
las Víctimas**

www.unidadvictimas.gov.co

Ramón Alberto Rodríguez Andrade
Director General

Lorena Mesa Mayorga
Subdirectora General

Enrique Ardila Franco
Director Técnico de Reparación

Juanita Ibáñez Santamaría
Subdirectora de Reparación Colectiva

Julián Forero González
Apoyo conceptual
Equipo de Fortalecimiento y Gestión del Conocimiento
Dirección Técnica de Reparación

Alexandra Villarreal Agudelo
Apoyo conceptual
Oficina Asesora de Comunicaciones

© **Banco Mundial**

Mariana T. Felicio
Especialista Senior en Desarrollo Social y Gerenta del
Proyecto Banco Mundial - Unidad para las Víctimas
TF018908

Embajada de Suecia

Catalina Hoyos
Oficina de Programas Nacionales y el resto de la
Embajada Sueca

Proyecto Banco Mundial - Unidad para las Víctimas

Ruth Eslendi Miranda
Coordinadora Proyecto Banco Mundial - Unidad para
las Víctimas TF018908

Equipo Técnico Proyecto Banco Mundial - Unidad para
las Víctimas TF018908

Ángela Velandía Cruz
Creación de contenidos
Consultora Comunicaciones Proyecto Banco Mundial
- Unidad para las Víctimas Proyecto TF018908

Melissa Díaz Gómez
Juanita Plata Porras
Diseño e ilustración

Esta publicación fue realizada con el apoyo y contenido
de la Unidad para las Víctimas, quien se reserva los
derechos de todo lo plasmado en esta obra.

Quedan reservados todos los derechos. La presente
publicación no podrá ser reproducida íntegra o
parcialmente, ni archivada o transmitida por ningún
medio (ya sea electrónico, mecánico, fotocopiado,
grabado u otro), sin la autorización previa del editor.

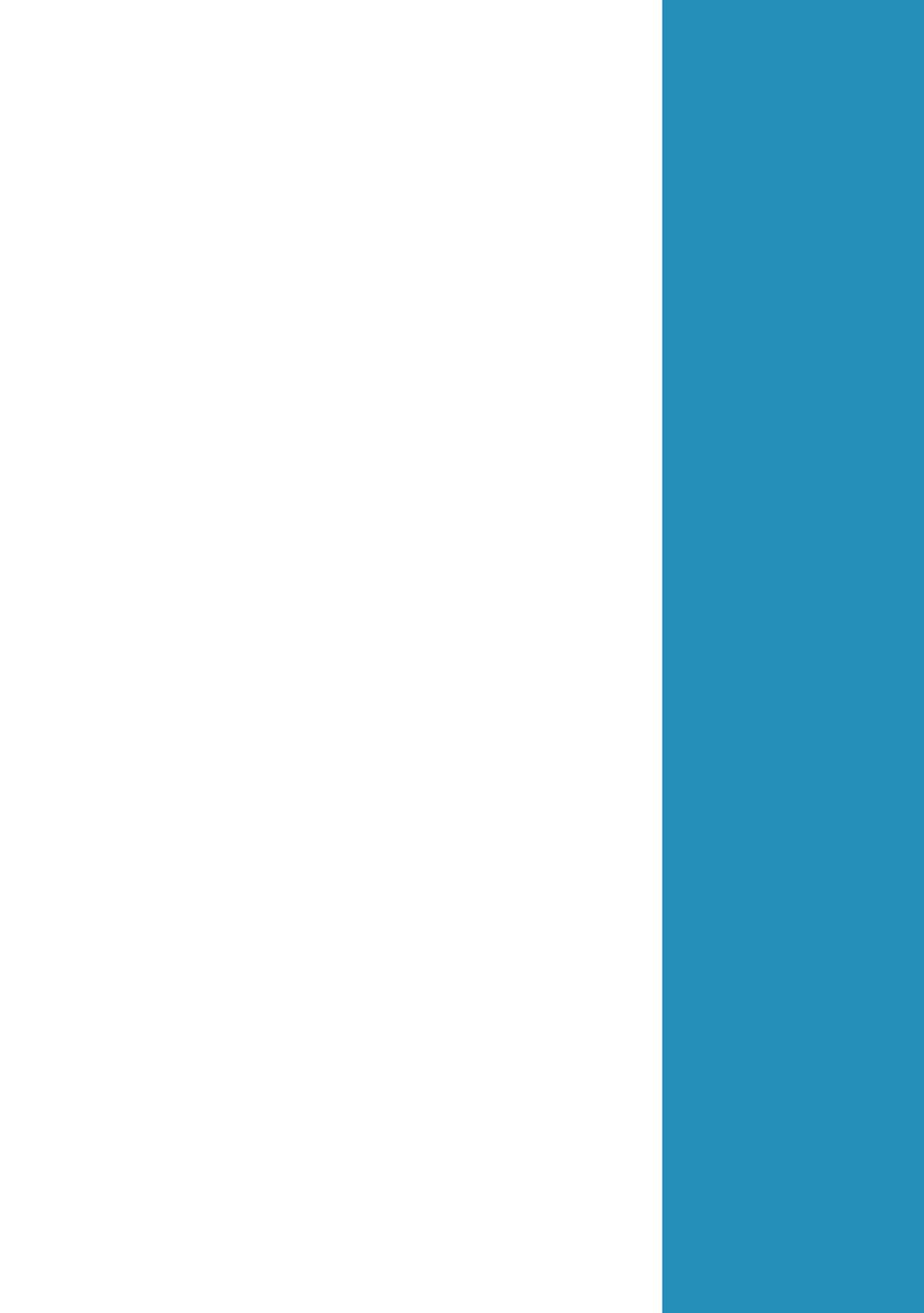
Impreso por: Melissa La Ilustradora
Impreso en Colombia. Printed in Colombia

Cartilla digital

Contenido

.....

Presentación	9
<i>Las herramientas</i>	10
Internet y la comunicación comunitaria alternativa	12
¿Cómo navegar en la web?	16
Redes sociales	17
<i>Facebook</i>	17
<i>Twitter</i>	22
<i>Instagram</i>	25
<i>YouTube</i>	28
<i>WhatsApp</i>	29
<i>Blog y páginas web</i>	32





Sueños que Comunican



Caja de herramientas
comunicativas para sujetos
de reparación colectiva



Presentación

.....

Tienes en las manos la caja de herramientas *Sueños que Comunican*, diseñada para contribuir en la formación de personas que, como tú, quieren aprender sobre reportería comunitaria y trabajar en la reconstrucción, visibilidad y fortalecimiento de los sueños de los sujetos colectivos que han sufrido daños ocasionados en el marco del conflicto armado.

Cada vez que quieras contar a otras personas lo que ocurre en tu comunidad, podrás abrir estas cartillas y explorar herramientas que te ayudarán a organizar (preparar), crear (sembrar) y transmitir las ideas, problemas e historias que tienes en mente (cosechar). Aprenderás de manera fácil y práctica sobre comunicación comunitaria, prensa, radio, video, redes sociales, seguridad informática y estrategias de comunicación.

Sueños que Comunican ha sido construida con recursos de cooperación del pueblo sueco a través del proyecto "Reparación Colectiva a Víctimas para la Reconstrucción Social",

de la Unidad para las Víctimas y el Banco Mundial. Esta caja de herramientas, dirigida a sujetos de reparación colectiva, busca mostrar cómo la comunicación comunitaria, dentro de la reparación colectiva, es un vehículo hacia la dignificación y recuperación de la memoria histórica; la reconstrucción de proyectos colectivos, planes de vida o proyectos de desarrollo étnico; el fortalecimiento de las organizaciones y comunidades, a partir de las capacidades de acción política y ciudadana; la recuperación y restablecimiento del tejido social; y la promoción de la reconciliación, tanto al interior como en el entorno de los sujetos colectivos.

Tener en las manos *Sueños que Comunican* es una responsabilidad y un reto enorme. Trabajar en reportería comunitaria no es una labor fácil; se trata de tejer redes de apoyo para lograr incidencia, de construir solidaridad a través de las historias, de juntar esfuerzos para hacer visibles las problemáticas y los sueños colectivos; pero, sobre todo, de fortalecer a

los sujetos de reparación colectiva como actores sociales y políticos fundamentales en la construcción de la democracia y la paz.

¡Manos a la siembra, reporteros y reporteras! No hay sueños que perder...

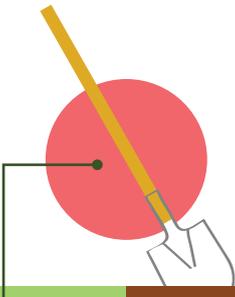
Las herramientas

Para comunicar hay que tener especial cuidado en todos y cada uno de los pasos.

Hemos dispuesto en estas cartillas unos elementos que te ayudarán en el proceso creativo.

Preparación

En esta etapa hay que abonar con una mezcla perfecta: dos bultos de curiosidad, uno de conocimientos, medio de empatía y unos cuantos kilos de dedicación. Usa las siguientes herramientas para lograrlo:



Pala. Sirve para preparar el terreno. Encontrarás la introducción a cada tema.

Abono. Se usa para enriquecer el terreno. Hallarás conceptos y contenidos que aportarán conocimientos sobre el tema tratado.



Siembra

Para obtener unos buenos frutos, es necesario conseguir semillas de creatividad, rigurosidad y encanto. No debes olvidar cuidar y regar las semillas para mejorar la siembra. Las siguientes herramientas te serán útiles en esta etapa:

Semillas. Encontrarás todo lo que necesitas para crear una pieza comunicativa. Son una guía paso a paso.



Regadera. Algunos consejos útiles que te ayudarán a profundizar los conocimientos y facilitarán el proceso de creación.

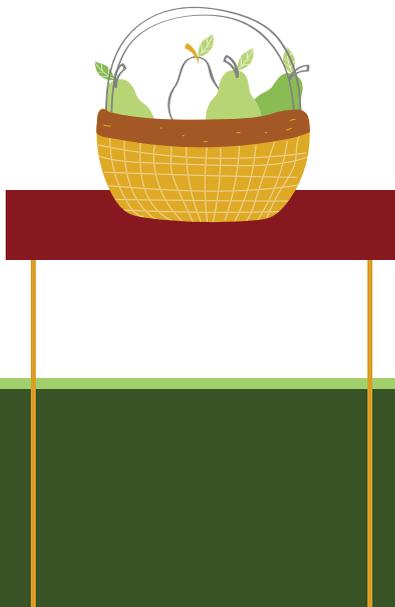


Cosecha

Una de las mejores formas de aprender a cosechar es observar cómo lo han hecho otras personas y colectivos. Usa estos frutos para guiarte y aprovecha el canasto para darle tu toque secreto.

Frutos. Todo lo que aprendes tiene resultados, revisa estos ejemplos para inspirarte.

Canasto. Recoge todo el conocimiento adquirido y ponlo en práctica con los ejercicios que encontrarás aquí.



Internet

y la comunicación comunitaria alternativa



Internet es una red enorme y mundial de comunicaciones que puede ser empleada por cualquier persona, colectivo u organización que tenga acceso a un dispositivo electrónico conectado a la misma (celular, tableta, computador de mesa, portátil u otros).

En Colombia, el servicio de conectividad a internet lo ofrecen los operadores privados que se dedican a las telecomunicaciones. Sin embargo, hay sitios de acceso público a la red como los puntos Vive Digital, bibliotecas y parques de algunos municipios.

Internet es una herramienta importante para la comunicación comunitaria alternativa porque además de ser de bajo costo y de fácil uso, gracias a los avances que ha tenido, se puede compartir y conocer información en tiempo real.



Un poco de su historia

¿Sabías que fueron distintos desarrollos científicos y militares los que permitieron que hace más de dos décadas se consolidara la WWW (World Wide Web) o Red Informática Mundial?

Desde su divulgación en 1995, se han impulsado la aparición de diversas herramientas dependiendo del objetivo. Por ejemplo, para acceder a información tenemos los navegadores o buscadores como Google, Internet Explorer y otros; para comunicarnos, los servicios de mensajería como los correos electrónicos o las aplicaciones de mensajería instantánea, entre las que se encuentran Whatsapp; y finalmente, para compartir nuestras ideas e interactuar con otros, redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, entre otras.

Internet impactó a los medios de comunicación tradicionales de manera directa. Los obligó a transformarse, tuvieron que actualizarse en forma, contenido e interacción con las audiencias para no salir del mercado. Como resultado, varios periódicos, radios y canales de televisión se trasladaron a plataformas virtuales o

incorporaron herramientas de la web a su trabajo con la información. Adicionalmente, los medios crearon su identidad en el espacio digital, el cual se ha convertido en un escenario vital para darse a conocer al mundo y transmitir de manera efectiva la información que producen.

¿Pero Para qué sirve saber que existe internet? ¿Cuál es su relación con la comunicación comunitaria alternativa?, veamos:

- El mundo digital potencia la comunicación comunitaria alternativa y puede estar a su servicio. En la mayoría de casos no hay censura, es de fácil acceso y se amolda a las necesidades. Además, te permite la interacción con otros colectivos e incluso con la opinión pública, las instituciones estatales y algunos personajes reconocidos.
- Internet puede potenciar los procesos organizativos y sociales, puesto que permite hacer visible a los colectivos, sus sueños, memorias, problemáticas y prácticas.
- Las herramientas que se ponen a disposición con internet y las nuevas tecnologías son variadas, pueden emplearse de diversas maneras. Además, se adaptan a los objetivos comunicativos personales o colectivos fácilmente. Lo importante es siempre seleccionar la herramienta adecuada,

de acuerdo a la información que quieres difundir.

- Son herramientas de bajo costo y con una gran efectividad a la hora de difundir información. Si las empleas con habilidad, la tarea de comunicar será más fácil.
- La comunicación comunitaria alternativa puede valerse de cualquier medio tradicional o no para ser eficiente y efectiva. Que las personas no sólo obtengan información de los medios tradicionales, como las empresas de radio, televisión y prensa, configura una ventaja para los equipos de corresponsales comunitarios: tienen la certeza de que la información que divulgan tiene eco en internet, ya que hay personas que se informan de esta manera.

A continuación te presentamos algunos casos de éxito que recurren al mundo digital como herramienta de difusión desde la comunicación alternativa comunitaria:



Radios comunitarias para la paz

Es una red de cerca de 40 emisoras comunitarias de los departamentos

de Caquetá, Guaviare, Nariño y Putumayo, dedicada al fortalecimiento de las capacidades para crear, producir, circular y difundir contenidos asociados a la construcción de paz y la promoción de la convivencia.

Adicionalmente, busca que los comunicadores comunitarios mejoren en sus dinámicas de autoprotección frente a los riesgos de informar sobre la implementación de los Acuerdos de Paz.

La mayoría de las emisoras asociadas cuentan con página web o al menos hacen presencia en el mundo digital en redes sociales como Facebook y Twitter.

Según la reseña en su página, el proyecto funciona con recursos de cooperación internacional, y han establecido alianzas con organizaciones como la Fundación para la Libertad de Prensa (Flip). No obstante, cada emisora intenta ser autosostenible empleando herramientas de gestión, empresas sociales y procesos administrativos.

Web: <https://www.radioscomunitariasparalapaz.co/>

Facebook:

@RadiosComunitariasParaLaPaz

Twitter: @RadiosParaLaPaz

Movimiento Nacional Ríos Vivos



Movimiento Ríos Vivos de Colombia es una agrupación conformada por comunidades afectadas por la megaminería y las represas. Funciona en el norte, occidente y Bajo Cauca antioqueño.

Los líderes sociales que hacen parte del movimiento buscan defender los derechos de las comunidades afectadas por estas problemáticas, abogan por la permanencia en los territorios en condiciones dignas y buscan la transición energética.

Tienen reconocimiento gracias a su proceso comunicativo y político. Este movimiento combina el uso de distintos medios de comunicación con actividades de tipo cultural, que se difunden a través de redes sociales.

Web: <https://riosvivoscolombia.org>

Facebook: @MovimientoRiosVivos

Twitter: @RiosVivosColom

@RiosLibresAn

Liga de Mujeres Desplazadas (LMD)



Es una organización de mujeres jóvenes, viudas y/o madres cabeza de familia, de diversas razas y culturas, que en el marco del conflicto armado colombiano han sido víctimas. Su objetivo como organización es la defensa de los derechos humanos individuales y colectivos de las mujeres víctimas y sus familias a nivel nacional e internacional.

Cuentan con página web y redes sociales que emplean para visibilizar el proceso, además de sus problemas y avances en la reconstrucción de los sueños colectivos.

Web: <https://ligamujeres.org/>

Facebook:

ligademujeresdesplazadas

Twitter: @LigaMujeresLMD

Caminando el Territorio



Esta organización social de jóvenes que habitan en Soacha (Cundinamarca) busca la defensa del medio ambiente, a través de la apropiación del territorio por parte de las comunidades. La organización emplea las redes sociales como medio de difusión de las actividades que realiza en defensa del medio ambiente (caminatas, investigaciones, murales, intervenciones artísticas, entre otras). Combinar el trabajo social con la comunicación alternativa comunitaria, le ha permitido a Caminando el Territorio posicionarse como un actor importante en la lucha contra la minería y la protección del medio ambiente en Soacha.

Facebook: @CaminandoSuacha

Twitter: @CaminandoElTerr



¿Cómo navegar en la web?



La web es un mar de información. Para encontrar lo que buscas son necesarios los denominados navegadores, programas que se instalan en los computadores para ubicar y acceder a los datos en la web.

Los buscadores o navegadores permiten encontrar música, imágenes, textos, videos, noticias, documentos oficiales, comunicados de organizaciones, redes sociales, tutoriales y otros.

Los navegadores más conocidos y de fácil acceso son: Google Chrome, Safari, Mozilla Firefox, Opera y Duck Duck Go.

Navegador de Google

Escribe aquí tu búsqueda

Google

Reparación colectiva

plan integral de reparación colectiva (pirc)
casos de reparación colectiva en colombia
guía práctica de reparación colectiva
mesas de participación de víctimas
programa administrativo de reparación colecti...
comunidades que apliquen para la reparación...

Resultados

[PDF] **reparación colectiva - Unidad para las Víctimas**
<https://www.unidadvictimas.gov.co/sites/default/files/.../carrepcol2.pdf>
reparación colectiva para los comités territoriales de Justicia Transicional (CTJT). Disclaimer. Esta publicación fue posible

Redes sociales



Las redes sociales en la era digital son sitios y aplicaciones a través de las cuales las personas interactúan con otras, comparten sus gustos, información, venden productos y se actualizan.

Para la comunicación alternativa comunitaria, las redes pueden ser herramientas muy útiles para difundir la información que se produce en las comunidades. Permite la visibilización de tradiciones, iniciativas, actividades, sueños, problemáticas y otros temas de interés colectivo.

Existen varias redes sociales y se puede acceder a ellas desde cualquier dispositivo con conexión a internet (celulares, tabletas, computadores, entre otros). Las más populares son Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y LinkedIn.



Facebook

Es la red social más popular del mundo. Hay personas, instituciones, empresas y colectivos que interactúan constantemente en ella.

Esta red permite mantenerse en contacto con otras personas, crear nuevas amistades, compartir fotografías, videos y noticias. Asimismo, las empresas, medios de comunicación



y organizaciones emplean Facebook para tener visibilidad, difundir contenidos, productos y servicios. A través de esta red los colectivos pueden darse a conocer a nivel nacional e internacional.



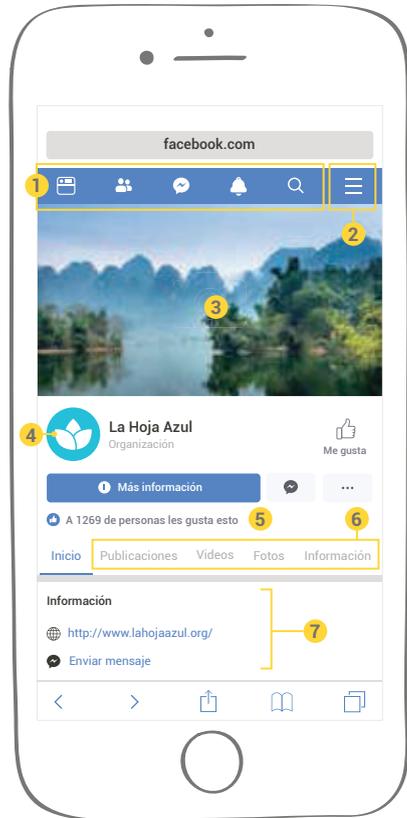
¿Cómo usar Facebook?

Para tener un perfil o identidad en Facebook, primero debes crear una cuenta en la página web de esa red social y llenar el formulario. Luego podrás mantenerte en contacto con otros y construir tu imagen empleando texto, fotografía y videos.

Dependiendo del uso que quieras darle a esta red social, puedes utilizar los distintos espacios que ofrece:

Perfil. Es de uso personal y es ideal para mantenerse en contacto e interactuar con personas determinadas; permite, además, tener un poco de control frente a quienes observan tus publicaciones. Se puede mantener algo de privacidad.

Página. Es ideal para colectivos, marcas comunitarias, instituciones, medios de comunicación y figuras públicas. Posibilita la difusión de información, servicios y productos.



Interfaz página:

1. Grupos, mensajes, notificaciones, etc.,
2. Tres líneas: Opciones,
3. Foto de portada,
4. Imagen de perfil (Inicio),
5. # de personas que te siguen,
6. Pestañas según tu tipo de página,
7. Área de Información.



Las páginas se crean para interactuar con los clientes, fans o seguidores; por lo tanto, son de carácter público, incluyendo la información que allí se publica.



Grupos. Agrupan personas alrededor de temáticas u objetivos comunes, además de permitir la discusión y difusión de información sobre temas específicos. Los grupos pueden ser privados o públicos dependiendo de la configuración que se haga al momento de su creación desde un perfil o página.



Me gusta



Me encanta



Me divierte



Me sorprende



Me entristece



Me enoja

Cada red social tiene herramientas propias para la interacción entre los usuarios. En el caso de Facebook, existe la posibilidad de publicar, comentar y compartir contenidos. Asimismo, esta red social permite reaccionar a las publicaciones a través de distintos íconos (mano: me gusta; corazón: me encanta; cara sonriente: me divierte; cara de asombro: me asombra y cara roja: me enoja).



¿Qué contenidos puedes publicar?

Facebook es una red social que puede ser útil en la difusión de los sueños, situaciones y problemáticas de tu comunidad. Para los sujetos de

reparación colectiva es una herramienta práctica y gratuita que permite compartir texto, video y fotografía en una misma publicación.



Videos

En esta red social puedes publicar videos y hacer transmisiones en vivo (directo). La recomendación general es que los videos que compartas tengan una duración máxima de 90 segundos porque esto permite llamar la atención de las personas que usan la red.

Sin embargo, si necesitas compartir un video más largo, no hay problema. Facebook permite cargar videos de hasta 20 minutos de duración; ten en cuenta que el peso máximo que acepta esta red social es de 1.024 megabytes.

Si necesitas publicar videos o contenidos que estén en otras redes sociales y plataformas como YouTube, solo debes copiar y pegar el enlace en tu publicación.

Recientemente, Facebook permite realizar transmisiones en vivo. Esta herramienta es ideal para registrar y difundir situaciones, actividades

y eventos que se produzcan en las comunidades. Es fácil, solo debes oprimir el botón En Vivo y empezar a grabar



Paso a paso, Transmisión en vivo

1. Haz clic en "¿Qué estás pensando?" para desplegar las opciones
2. Selecciona "Transmitir"
3. La aplicación te pide que aceptes uno o varios permisos para continuar. Ahora ya puedes comenzar a transmitir en vivo haciendo clic en el botón de "Iniciar..."



Imágenes

Las imágenes tienen un gran poder, no desaproveches la oportunidad que brinda esta red social para hacer más atractivas tus publicaciones. Puedes acompañar la información que quieres difundir con fotografías e imágenes para que las personas sientan cercana la información y entiendan de mejor manera lo que les estás contando.

Todas las iniciativas de comunicación alternativa pueden tener eco en las redes sociales. El teatro, la danza, la pintura, el arte, el mural, la música y las demás expresiones artísticas de tu comunidad necesitan ser conocidas por otras personas, colectivos e instituciones. ¡Arriésgate a mostrar los sueños y la riqueza cultural del sujeto colectivo al que perteneces!

Para aprovechar mejor el espacio que brinda Facebook para imágenes, puedes tener en cuenta los tamaños que se recomiendan:

Imagen de perfil: 180 x 180 píxeles

Portada: 851 x 315 píxeles

Publicaciones cuadradas: 1200 x 1200 píxeles

Publicaciones horizontales: 1200 x 900 píxeles

Estas medidas son una guía para que cuando las personas accedan a tu perfil, página o grupo, vean de manera clara la información sin importar el dispositivo que empleen (celular, computador, tablet, etc). Sin embargo, puedes intentar con otros tamaños, probar distintas imágenes y definir cuál es el aspecto de la red que más se adapta a lo que quieres comunicar.

Facebook permite crear galerías de fotos y videos. Esta opción es perfecta para hacer visibles las actividades sociales, políticas y culturales de los colectivos.

Portada
851 x 315 px.

Perfil
180 x 180 px.

Publicación cuadrada
1200 x 1200 px.

Publicación horizontal
1200 x 900 px.

.....
Proporción medidas de las imágenes



Twitter

Es una plataforma fácil de usar que a través de mensajes cortos permite la interacción de personas, instituciones, comunidades, figuras públicas, académicos, medios de comunicación y empresas alrededor del mundo.

Twitter se emplea con distintos objetivos: opinar, informarse, hacer denuncias, posicionar marcas, discutir, difundir información o simplemente interactuar con amigos y conocidos.



¿Cómo usar Twitter?

Para tener un perfil en Twitter debes registrarte en la página web de la red social y responder algunas preguntas de identificación como nombre, correo electrónico y número de contacto. Después puedes personalizar tu perfil o identidad usando fotografías y texto.

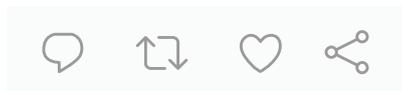
Los tweets o tuits, mensajes cortos que se publican en los perfiles de cada persona o colectivo, son lo más



Interfaz Twitter

característico de esta red social. Twitter es como un pequeño diario en el que se plasman ideas y está abierto a que otros lo lean.

Los mensajes cortos se pueden responder (comentar), compartir (retuitear) o contestar con una emoción (me gusta).



La red ofrece herramientas que permiten a los usuarios identificar discusiones y temas populares que se están desarrollando. Adicionalmente, las personas pueden unirse a las conversaciones o hacerle seguimiento a los acontecimientos.

Se manejan los numerales o *hashtags* (#) para hacer referencia directa a los temas que son de interés general y se quieren hacer visibles. Para la creación de *hashtags* se sugiere seleccionar varias palabras llamativas, significativas y que juntas resuman lo que se quiere comunicar. Ten en cuenta que no se recomienda unir más de cuatro palabras para que los *hashtags* se lean con facilidad.

Ejemplo:

#PeriodismoComunitario, #ComunicandoSueños, #ReparaciónColectiva, etcétera.

Entre más personas usen un numeral o *hashtag*, este se posiciona como

tendencia, es decir, como un tema popular del que muchas personas o colectivos están hablando. Es una herramienta útil para hacer visible en internet lo que ocurre en comunidades de las que no hay información en los medios de comunicación tradicionales.

En Twitter se utilizan las menciones para invitar a otros usuarios a interactuar en las discusiones. La forma correcta para hacer una mención es escribir un @ seguido con nombre de la persona, institución o colectivo que se quiere invitar a unirse al tema de conversación.

Por ejemplo, si un sujeto de reparación colectiva desea que alguna institución o personaje público conozca una situación, puede emplear las menciones como herramienta comunicativa. Ejemplo: @UnidadVíctimas o @BancoMundial.

¿Qué contenidos se pueden compartir?

Aunque lo representativo de Twitter son los tuits o mensajes cortos de máximo 180 caracteres (letras, símbolos y números), también se pueden compartir imágenes, videos, encuestas y enlaces.

Videos

Comparado con Facebook, Twitter ofrece menos posibilidades para publicar videos.

Esta red social solo permite compartir videos de máximo 30 segundos y 512MB de tamaño; además, los formatos deben ser MP4 o MOV. Sin embargo, Twitter tiene habilitada la opción de transmitir en directo para que puedas mostrar en tiempo real lo que ocurre en tu comunidad.

Imágenes

Se pueden subir distintas imágenes a Twitter. Al igual que sucede con Facebook, existen algunas recomendaciones de tamaño que no son obligatorias, pero que garantizan que la información de las imágenes no se pierda. Se trata de probar y ver qué es lo que mejor se adapta a lo que quieres comunicar.

Imagen de perfil: 400 x 400 píxeles

Portada: 1500 x 500 píxeles

Imagen de un tweet: 600 x 355 píxeles

Debes oprimir el botón, configurar las opciones y publicar. Una vez las personas accedan y respondan la pregunta, podrás recibir un consolidado de los votos.

Perfil
400 x 400 px.

Portada
1500 x 500 px.

Imagen tweet
600 x 355 px.

Proporción medidas de las imágenes



Encuestas

Con frecuencia, Twitter es un medidor de lo que piensan las personas que usan la red social. Debido a esto, han aparecido las encuestas como una forma de obtener esa opinión. Crear encuestas es fácil y rápido.



Instagram

Instagram es un álbum digital de fotografías y videos que puedes compartir con otros usuarios. Es fácil de usar y se caracteriza por la variedad de filtros que tiene para hacer más atractivas las imágenes y captar la atención de las personas.

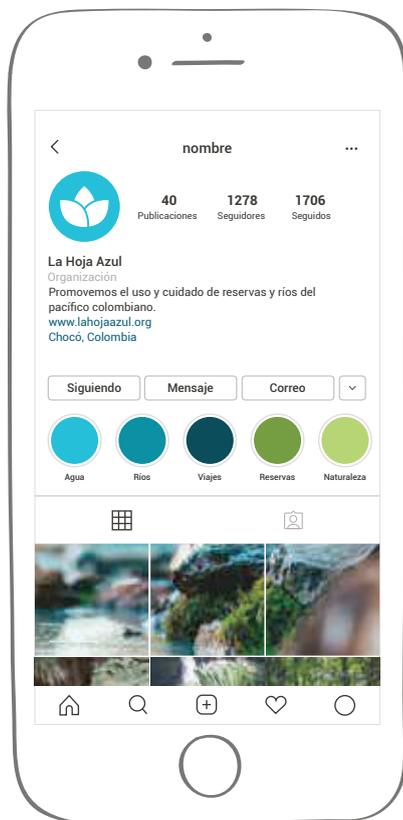
A diferencia de otras redes sociales, para interactuar en Instagram debes descargar la aplicación en tu celular, ya que desde el computador no puedes subir ningún contenido.

Este espacio ha tomado fuerza en los últimos años, por lo que organizaciones, celebridades y algunas instituciones han empezado a difundir sus ideas, productos y servicios por allí.



¿Cómo usar Instagram?

Para crear tu perfil en Instagram tienes dos opciones: llenar el formulario que aparece en la aplicación o en



Interfaz Instagram (mi perfil)

la página web con tu información básica (nombre, correo, nombre de usuario y contraseña) o ingresar desde tu cuenta de Facebook para que queden vinculadas ambas redes sociales.

Luego de crear tu cuenta, tienes la posibilidad de interactuar con otros usuarios a través de fotografías y videos que desees compartir. Para esto, Instagram cuenta con dos espacios: las historias y tu cuenta. El primero se refiere a publicaciones que después de 24 horas desaparecen. Estas son usadas frecuentemente para alguna invitación o difundir algo que ocurre en el momento. Cuando utilizas el segundo, quedan consignadas en la cuenta y las puedes visualizar en cualquier momento.

Las interacciones entre personas con las que cuenta Instagram son las siguientes: me gusta, comentar y compartir. Éstas son similares a las de Facebook, solo que la opción de compartir permite hacerlo en otras redes como Facebook, Twitter, correo electrónico y Messenger. Frente a las historias también hay posibilidad de reaccionar y comentar.

¿Qué contenidos se pueden subir?

Instagram se caracteriza por ser una red social donde se comparten fotografías y videos exclusivamente.



Interfaz Instagram (inicio):

1. Nombre usuario, 2. Tres líneas: Opciones, 3. Imagen de publicación, 4. Acciones, 5. # de me gusta, 6. Mensaje publicación 7. Espacio para comentar, 8. Pestañas (izq-der): Perfil, Búsqueda, Publicar, mis "me gusta", Mi perfil.



Acciones:

1. Me gusta, 2. Comentar, 3. Enviar/compartir, 4. Guardar en mi colección

Imágenes

Son las protagonistas de la red social, por lo tanto hay que tener especial cuidado en su manejo. Existen recomendaciones sobre los tamaños al igual que con Facebook y Twitter.

Foto de perfil: 110 x 110 píxeles, con esta imagen los demás usuarios podrán identificarte.

Publicación principal cuadrada:

640 x 640 píxeles o de 1080 x 1080 píxeles

Publicación horizontal: 1080 x 566 píxeles

Publicación vertical: 1080 x 1350 píxeles

Videos

Los videos han subido su popularidad. El tamaño máximo aceptado es de 20MB y no debe pasar de 60 segundos de duración. Puedes explorar la opción de transmisión en vivo en las historias.

Perfil
110 x 110 px.

Publicación cuadrada
1080 x 1080 px.

Publicación horizontal
1080 X 566 px.

Publicación vertical
1080 X 566 px.

Proporción medidas de las imágenes
para Instagram



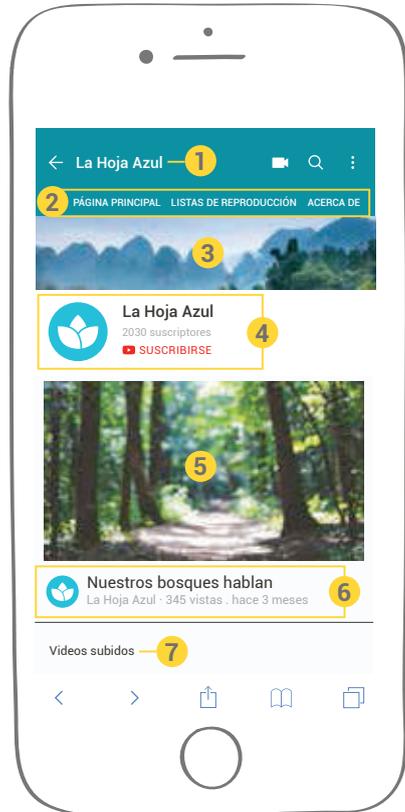
YouTube



Este es conocido como el sitio web de los videos. Allí los usuarios pueden acceder y publicar programas de televisión, películas, cortometrajes, videos musicales o cualquier otro formato audiovisual que exista. La única restricción son los derechos de autor; el contenido que publiques en esta red debe ser propio o debes contar con el permiso para poder difundirlo.

Como red social permite la interacción con otros usuarios. Los colectivos y organizaciones sociales crean canales con su nombre para subir todos los videos que producen y que otras personas los encuentren de manera fácil y rápida.

Recientemente, YouTube ha desarrollado una plataforma para creadores, donde podrás encontrar audiolibros, herramientas y consejos.



Interfaz YouTube (perfil)

1. Nombre usuario, 2. Pestañas: Página principal / Listas de reproducción / Acerca de, 3. Imagen de portada, 4. Nombre de usuario / # de suscriptores / Botón para suscribirse, 5. Visualización video destacado 6. Título de video y breve descripción (# de vistas y fecha), 7. Inicio del área de los otros videos subidos.



WhatsApp

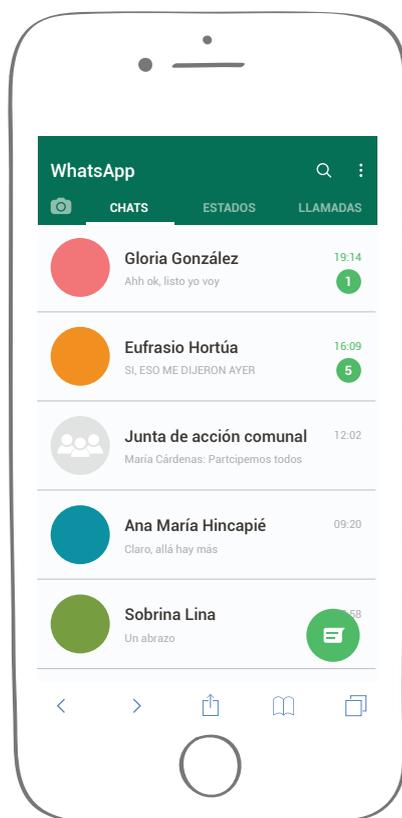
Es el servicio de mensajería instantánea más importante del país. Por lo general se emplea como medio de comunicación entre amigos y familiares por su facilidad de uso y porque un gran número de personas cuentan con la aplicación en sus teléfonos celulares.

Sin embargo, para la comunicación alternativa comunitaria es una herramienta de difusión de bajo costo y efectiva.



Por este medio podemos enviar texto, audio, video, imágenes y documentos de manera instantánea. Se recomienda incluir una pequeña descripción del contenido enviado para que las personas conozcan el contexto y queden informadas frente a lo que estás contando.

WhatsApp ofrece la posibilidad de crear grupos y listas de difusión. Los primeros permiten agrupar personas en torno a un interés o característica



Interfaz WhatsApp

común para que puedan interactuar entre sí. Todo lo que se envíe a un grupo podrá ser visto por las personas que hacen parte de él.

Ejemplo: grupo familiar, grupo de amigos, grupo de trabajo, entre otros.



¿Cómo crear uno?

1. **Acceder** a WhatsApp y oprimir los tres puntos que están en la parte superior derecha.



2. **Elegir** la opción nuevo grupo.



3. **Seleccionar** los participantes.



4. **Personalizar** el grupo asignándole un nombre e imagen.



Proporciona el asunto del grupo y un ícono (opcional)

5. **Empezar** a usarlo.



Las listas de difusión permiten entregar el contenido que queramos de manera rápida a muchas personas al tiempo. La diferencia con un grupo es que la lista no permite la interacción directa entre las personas que reciben los mensajes, pues no hay una conversación común, sino se generan conversaciones individuales entre la persona que envía el mensaje y la que lo recibe.



¿Cómo crear una?

1. **Acceder** a WhatsApp y oprimir los tres puntos que están en la parte superior derecha.

2. **Elegir** la opción nueva difusión.

3. **Seleccionar** los participantes (importante hacer una lista con personas de medios aliados que pueden ayudar a compartir la información: periodistas, amigos y amigas en otras ciudades, familiares, funcionarios de instituciones, etcétera).

4. **Empezar** a usarla.

Para hacer atractivos los mensajes que envías por WhatsApp te recomendamos usar herramientas como la negrilla (escribir un * antes y después de lo que quieres resaltar), los iconos (muñequitos) y las preguntas orientadoras.

Ejemplos:



RED+ Noticias
¿Cómo queda parada la oposición luego del Paro Nacio...
web.facebook.com

 **#Atención Conéctate!**

Seguimos tejiendo la palabra x la vida y los derechos en Colombia; a esta hora por Canal Red+ #ParoNacional

<https://web.facebook.com/RedMasNoticias/videos/406488536842152/?t=0>

@Zonafranca
#Francamente
#ParoNacional

9:20 p. m.



VOCES UNIDAS ONU
VOCES UNIDAS ONU está transmitiendo en vivo.
web.facebook.com

CONÉCTATE: en pocos minutos daremos inicio al conversatorio sobre Etnorecetas de Comunicación

<https://www.facebook.com/vocesunidasonu/videos/1290434924442389/>

Información, educación propia y alimentación

#VocesUnidasONU

10:20 a. m.



Comisión Étnica PAZ on Twitter
"#PóngaseEnMisZapatos IV...
twitter.com

<https://twitter.com/comsionetnica/status/1139859370597072902?s=08>

#PongaseEnMisZapatos IV RONDA POR LA VIDA, LA DEFENSA DE LOS TERRITORIOS Y LA PAZ iniciativa que vincula los distintos esfuerzos de Paz que adelantan las comunidades en sus territorios frente al conflicto armado y los megaproyectos 21-23 junio Jolombó Suárez Cauca.

#PongaseEnMisZapatos

6:55 a. m.

 Si estás aburrido este fin de semana, ven y acompáñanos en la **Gran Fiesta Comunal**

Comida, juegos y diversión para recolectar fondos para arreglar la casa de la cultura.

-  **¿Qué?** Gran Fiesta Comunal
-  **¿Quién?** Vereda San Vicente
-  **¿Cuándo?** Sábado 6 de agosto
-  **¿Cuánto?** Aporte voluntario

Un abrazo

6:51 a. m.



Blogs y páginas web

Los blogs son conocidos como diarios o bitácoras digitales que crean las personas, organizaciones y colectivos para difundir sus ideas, actividades, fotografías, videos, entre otros contenidos.

Son muy importantes en la actualidad porque permiten a cualquier persona o colectivo con acceso a internet presentar opiniones y compartir hechos importantes de su comunidad, lugar de trabajo, familia, país, etcétera. En la comunicación alternativa comunitaria los blogs son una herramienta importante para la difusión de información.

Para crear un blog, debes definir el tema que vas a tratar y su objetivo, ¿de qué voy a hablar? y ¿para qué? Responder estos interrogantes te permitirá encontrar la forma apropiada para llegar a otras personas (lenguaje y contenidos que necesitas crear para compartir).

Una vez lo tengas claro, puedes escoger la plataforma en la que vas a crear el blog. Las más famosas y reconocidas por su facilidad de uso son Blogger y Wordpress, que cuen-

tan además con plantillas gratuitas para organizar los contenidos.

Blogger y Wordpress

Estas dos plataformas te permitirán diseñar y organizar el blog. A continuación te presentamos algunas ventajas y desventajas que debes tener en cuenta para poder elegir.

Blogger



Es uno de los servicios gratuitos que ofrece Google cuando creas un correo en Gmail. Se caracteriza por ser fácil de usar y por permitir la publicación de contenidos diversos. Cuenta con varias herramientas que se pueden agregar al blog: mapas, videos, calendario, reloj, etcétera. Adicionalmente, los blogs que se crean con Blogger pueden ser rastreados fácilmente por los buscadores al ser un servicio directo con Google.

Las principales desventajas que tiene esta plataforma son el diseño básico y que hay que pagar para obtener mayor espacio de almacenamiento (1GB incluida).

Wordpress



Es un espacio para crear blogs y sitios web más grandes. Se caracteriza por ofrecer plantillas más elaboradas y con varias opciones de diseño que facilitan la organización de los contenidos. Wordpress permite incluir diversas herramientas para hacer atractivas las publicaciones: mapas, videos, calendario, reloj, galerías, entre otros.

Entre los aspectos negativos se encuentra la rigidez para modificar la versión gratuita de los diseños y la dificultad para almacenar información (3 GB).

¿Qué contenidos se pueden publicar?

Los blogs permiten la publicación de todos los contenidos que has visto en las cartillas de la caja de herramientas Sueños que Comunican: textos, gráficos, audios, fotografías y videos. Incluso, ofrece la opción de vincular las redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram y Youtube.



Ten en cuenta que:



Todas las plataformas para crear blogs tienen un panel de control en el que podrás modificar los contenidos para su publicación (letra, color, tamaño, ubicación de los elementos como fotos y video, entre otros). Con el tiempo te adecuás, se trata de practicar para aprender a hacerlo.



Crea contenidos atractivos, que sorprendan, informen y diviertan a las personas. Tienes que pensar que si llegas al corazón y la mente de las personas, es muy posible que difundan tus sueños y los de tu comunidad.



Al diseñar tu blog (color, distribución, tipo de letra) pregúntate si es adecuado para los usuarios, si se sentirán cómodos y encontrarán la información fácilmente. No olvides que menos es más, no sobrecargues a las personas que visitan tu sitio.



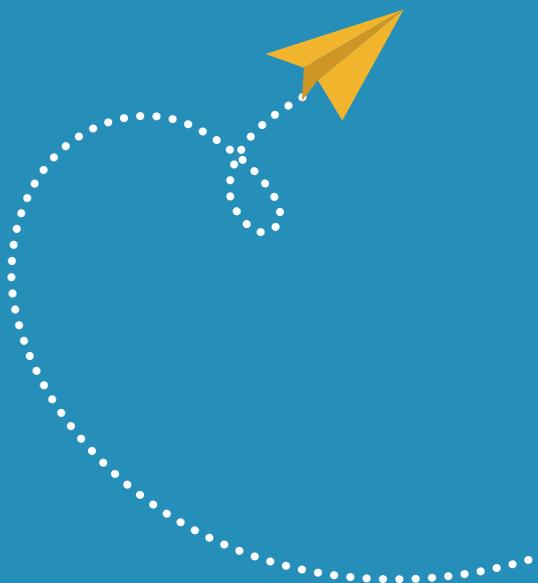
Lo recomendable es que los contenidos sean de tu autoría para no tener problemas de derechos de autor, ya que son muy importantes para evitar que personas ganen reconocimiento o dinero con lo que han hecho otras. Sin embargo, no está prohibido; si vas a usar algo que no es tuyo, escribe de dónde lo tomaste o quién es el autor.



Agrega *widgets* a tu blog (pequeñas aplicaciones para mejorar la experiencia de los usuarios). Las plataformas de blogs permiten incluir varias como botones para compartir el contenido en redes sociales, encuestas *online*, tiendas en línea, calendario, chat en línea, etcétera.



Caja de herramientas comunitativas para sujetos de reparación colectiva



GRUPO BANCO MUNDIAL