

# Red para la Promoción de la Convivencia en los Gobiernos Locales



## Tokiko Gobernuetan Bizikidetzaren Sustatzeko Udal Sarea

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CONFLICTO KOMUNIKABIDEAK ETA GATAZKAK

Ya previamente a la Revolución Francesa, el escritor, orador y político anglo-irlandés Edmund Burke bautizó a la prensa de la época "cuarto poder". Este nombre se refería a la potencial influencia que la prensa, y más tarde, los medios de comunicación ejercen sobre la opinión pública.

Se podría decir que la labor periodística se ha enfocado básicamente en dos ámbitos: la información y la opinión.

- En cuanto a la información, uno de los pilares sobre los que se sostiene es el concepto de imparcialidad. La información como principio ha de asentarse en una serie de hechos, contrastados y contextualizados, veraces y oportunos, exentos de cualquier carga subjetiva y cuya finalidad es la de brindar datos neutros acerca de un tema.
- La opinión en cambio es totalmente parcial, atiende a pensamientos propios y/o a la línea editorial del medio de co-

municación, no precisa contextualización y su finalidad es la de suscitar debate en torno a un tema.

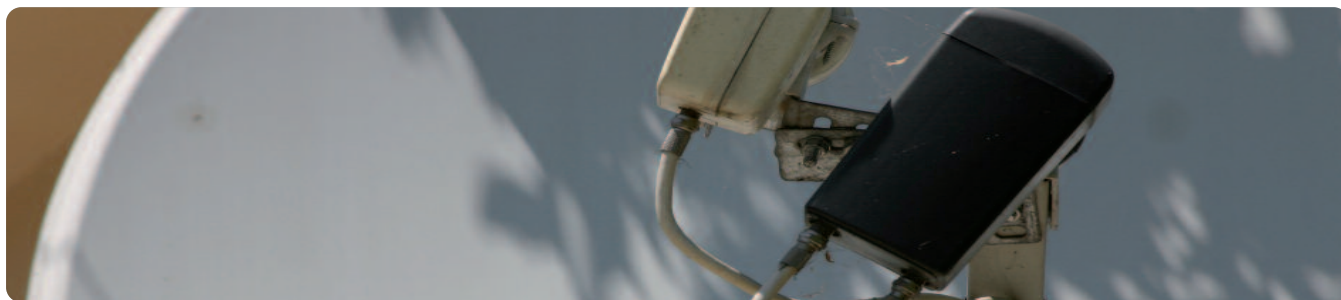
A día de hoy la información y la opinión siguen coexistiendo aunque se está dando un retroceso en la línea informativa principalmente a causa de un factor: la inmediatez. Hablamos ya de negocio informativo, los medios de comunicación entran en una carrera para ver quién da la exclusiva, la primicia, "hemos llegado donde otros/as no han podido".

Esta inmediatez además no permite contrastar los datos, verificar las fuentes, con lo que elaboramos una noticia a partir de interpretaciones y rumores. En pocas palabras, ¿tenemos una sobredosis de información o de desinformación?

Así empezó a forjar George W. Bush la idea de necesidad de una guerra en pos de la seguridad ciudadana entre la población estadounidense. Este párrafo forma parte de

### CONTENIDOS

- MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CONFLICTO  
KOMUNIKABIDEAK ETA GATAZKAK
- PRÓXIMO SEMINARIO:  
MEDIACIÓN COMUNITARIA  
BITARTEKARITZA KOMUNITARIOA
- LITERATURA AIPAMENA  
COMUNICACIÓN PERSUASIVA  
PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN



su discurso del 12 de septiembre de 2001, tras el ataque a las Torres Gemelas:

*"Los deliberados y mortíferos ataques que fueron perpetrados el día de ayer contra nuestro país fueron más que actos de terror. Fueron actos de guerra. Esto requerirá a nuestro país unirse en una firme determinación y resolución... La Libertad y la Democracia están bajo ataque... El enemigo atacó no sólo a nuestra gente sino a toda la gente amante de la libertad, en todas partes del mundo... Esta será una lucha monumental del Bien contra el Mal. Pero el Bien prevalecerá."*

¿Quién marca la programación? ¿Los medios de comunicación o las audiencias? ¿El público ve, escucha y lee lo que quiere o se amolda a lo que los medios de comunicación quieren que el público vea, escuche y lea? Es un círculo... ¿vicioso o virtuoso?

Por todas estas cuestiones, los medios de comunicación están coadyuvando a la generación de una cultura uniformizada, las generalizaciones son habituales lo que conduce a una descontextualización y una alimentación y perpetuidad de estereotipos. La realidad que se crea además es virtual pues si cada vez nos distanciamos más, tendemos a un individualismo, ¿dónde queda la experiencia real? Y por otro lado, por efecto de inmediatez y "dar al público lo que quiere", la información se simplifica a través de imágenes que apelan fundamentalmente a lo emocional, sin haber pasado por un ejercicio racional y de reflexión previo que permita ubicar y asimilar la noticia.

Señalar también que los medios de comunicación a su vez están a merced de otros poderes, básicamente político y económico.

Otro de los usos de los que se ha servido el poder político son las campañas propagandísticas en situaciones de conflicto armado con el fin de legitimar el uso de la

violencia. El objetivo es contar con el beneplácito del pueblo y para ello se lleva a cabo un proceso mediático de construcción de imagen de enemigo. Así se aseguran uniformizar una visión común y un blanco a combatir.

Ejemplo histórico es el de Joseph Goebbels, Ministro de Información y Propaganda del Partido Nacional socialista. A través de un regí control y censura, dominó la industria del cine alemán. Se exhibían películas patrióticas, apelando a valores ultranacionalistas, en las que se mostraba la parte "romántica" de la guerra. Supo someter el arte al poder político y militar.

Gaur egun informazioa eta iritzia batera existitzen dira, baina atzerakada bat sufritzen hari da ildo informatzailea, arrazoi bategatik batez ere: berehalakotasuna. Informazioaren gaia lantzen dugunean negozio bati buruz berba egiten gabiltza, komunikabideak lehiaketa baten murgildu egiten dira albistearen eskusiba edukitzeko, primizia, "besteak heldu ez diren lekura heldu gara gu"

Discurso de Goebbels declarando la "Guerra Total" ante el pueblo alemán, buscando su aquiescencia y complicidad:

*"Cuando la guerra comenzó, volteamos nuestros ojos a nuestra nación. Todo aquel que lucha por el triunfo es bueno y debe ser alentado. El que impide el triunfo es malo y debe ser eliminado y desechado (...) ¡Pueblo levántate y haz que la tormenta se desate!"*

Si tenemos en cuenta la clave del socio-construccionismo "las palabras construyen realidades", el riesgo de la dinámica en torno a los medios de comunicación es que efectivamente construyen estas rea-

lidades sociales. A día de hoy, generalizando, los medios de comunicación han dejado a un margen su responsabilidad social y crean estas realidades a base de reinterpretar el mundo de un modo dualista, incompleto y sin pasar por un proceso de reflexión.

Discurso en la Radio Televisión Libre de las Mil Colinas durante el genocidio de Rwanda

*"Cuando la gente me pregunta por qué odio a todos los tutsis, respondo: lean nuestra historia. Colaboraron con los colonizadores belgas. Nos robaron nuestra tierra hutu, nos azotaron. Ahora esos rebeldes tutsis han vuelto. Son cucarachas, son asesinos. Rwanda es la tierra de los hutus, somos mayoría. Son una minoría de traidores e invasores. Acabaremos con la plaga. Exterminaremos a los rebeldes del FPR (Frente Patriótico Ruandés). Esto es la RTLRC, la radio del Poder Hutu. Manteneos alerta. Vigile a sus vecinos!"*

Vista la capacidad de influencia de los medios de comunicación, habrá que reorientar su rol de cara a la opinión pública para promocionar la convivencia. Bastaría con brindar más espacios dialógicos, favorecer la escucha, aplaudir que se den distintos puntos de vista ante los temas, buscando en ellos los puntos en común y respetando las posturas dispares. El objetivo es alcanzar una sociedad basada en la complementariedad, no tratando de negar los conflictos, pero sí saber convivir con ellos y lo que es más importante, abordarlos y gestionarlos adecuadamente.

El enfoque que desde los medios de comunicación se otorgue a situaciones de tensión puede avivarlas o rebajarlas. Por tanto deberían de reorientar también sus criterios, que éstos estuvieran más basados en valores y en favorecer la convivencia, y no tanto en criterios comerciales y de audiencias. ■

## Próximo Seminario Datorren Mintegia

# MEDIACIÓN COMUNITARIA | BITARTEKARITZA KOMUNITARIOA

Fecha, Lugar y Hora: 5 mayo. Centro Cívico La Bolsa. Bilbao. 9:30-13:30 | 15:00-18:00 horas

Precio: 90 euros

Modo de Inscripción: Teléfono: 944733412 | mail: [info@fundaciongizagune.net](mailto:info@fundaciongizagune.net) (ficha de inscripción)

### Javier Wilhelm:

Licenciado en Psicología y Mediador. Director de Mediación y Convivencia, empresa que gestiona 9 centros públicos de mediación en Cataluña. Supervisor de Mediadores (Diputación de Barcelona). Formador de mediadores desde 1994.

### Javier Wilhelm:

Psikologoa eta Bitartekaria. Bitartekaritza eta Bizikidetzaren Zuzendaria, Katalunian 9 zentro kudeatzen dituen enpresa. Bitartekarien gainbegiratzaileria (Bartzelonako Aldundia). Bitartekariak prestatzen 1994. Urteetik.

### Programa:

La mediación comunitaria aborda los conflictos que afectan a un escenario social urbano concreto y su convivencia. Por ello tiene un doble objetivo: atender adecuadamente los conflictos que surjan y construir redes de convivencia que favorezcan las relaciones vecinales, el conocimiento mutuo y la comunicación con todas las partes (ciudadanía, sociedad organizada, instituciones) que conforman la realidad de dicha comunidad.

- Políticas públicas en mediación comunitaria.
- ¿Cómo negociamos en la comunidad?
- Formas de resolver conflictos en la comunidad.
- Facilitación y otras estrategias desde la cultura de la mediación.
- Mediación comunitaria, mediación multiparte y mediación con muchas personas.
- Conducción de grupos en mediación.
- Éxito de los programas municipales de mediación.

### Programa:

Bitartekaritza komunitarioa toki urbano konkretu batean eragiten duten bizikidetzaren eta gatazka kudeatzen ditu. Hau dela eta helburu bikoitz bat dauka: agertzen diren gatazkei era egoki batean erantzun eta bizikidetzaren sareak sortu, horrela auzokideen arteko erlazioak, elkarren arteko ezagutza eta komunitatearen horretako errealitatea osatzen duten parte (biztanleria, antolatutako gizarteak eta erakundeak) guztien arteko komunikazioa jorratzea.

- Bitartekaritza Komunitarioaren politika publikoak.
- Zelan negoziatu daiteke komunitatean?
- Komunitatean gatazka konpontzeko erak.
- Fasilitazioa eta bitartekaritza-kulturaren beste estrategiak.
- Bitartekaritza komunitarioa, parte anitzeko bitartekaritza eta pertsona askoren arteko bitartekaritza.
- Taldeak gidatzen bitartekaritzan.
- Bitartekaritza prozesuen arrakasta.



Más Información | Informazio Gehiago:

<http://www.fundaciongizagune.net/index.php/curso/show/nombreAmigable/Mediacion%20Comunitaria>

\* se adjunta la ficha de inscripción | PLAZAS LIMITADAS

\* Erantsita izena emateko fitxa | PLAZA MUGATUAK

## NUEVA WEB | WEB BERRIA

[www.fundaciongizagune.net](http://www.fundaciongizagune.net)



No dudes en participar en la página, con tus ideas y aportaciones.

Ez zalantzarik izan gure orrian parte hartzeko, zure ideia eman eta ekarpenak eginez.

# LITERATURA AIPAMENA

## Comunicación persuasiva para la sociedad de la información

En esta obra se contemplan tres manifestaciones precisas de comunicación persuasiva, que se han desarrollado y han conformado la sociedad que acaba y constituyen plataforma básica para irrumpir en la llamada "sociedad de la información" o "sociedad del conocimiento" que inaugura el siglo XXI. En primer lugar se ocupa de la publicidad en un sentido amplio y no sólo comercial o como instrumento de marketing. Y en segundo lugar, de la propaganda, especialmente en su faceta de comunicación política y de las relaciones públicas, principalmente aplicadas a la comunicación empresarial e institucional.

La publicidad tiene tanto que ver con la cultura, su incidencia en la vida cotidiana de las personas es tan relevante, que no se puede observar como un fenómeno exclusivo de la vida comercial. ■



### Fitxa Teknikoa:

#### Izenburua:

Comunicación persuasiva para la sociedad de la información

#### Idazlea:

Juan Maciá Mercadé

ISBN: 978-84-7991-099-2

Urtea: 2000

Orrialde Kopurua: 406

Editoriala: Universitat



## SEMINARIOS 2011 MINGEGIAK

- **IV Seminario Internacional: Metodologías de Diálogo para la Promoción de la Convivencia | Nazioarteko IV. Mingegia: Bizikidetzeta Sustatzeko El-karrizketa Metodologiak:**

junio 30 ekaina / julio 1-2 uztaila | 380 €

Marilee G. Adams | Sergio Abrevaya

- **Diálogos Generativos | Elkarrizketa Sortzaileak:**

septiembre 29 iraila | 90 €

Dora Fried Schnitman

## AGENDA

- **"Videseminario PNL para mediadores"**

**Objetivos:** Comprender el proceso del conocer con el fin de aproximarnos a analizar la génesis del conflicto. Mejorar la eficacia de las intervenciones como mediadores pues nos permite detectar a qué plano se están dirigiendo.

**Precio:** 36 €

**Definición:** La Programación Neurolingüística puede ser:

- Una herramienta muy poderosa de transformación personal que nos permite comprender cómo operan los modelos mentales en los procesos comunicativos de nuestra vida.
- Un excelente complemento para el proceso de la comunicación que se despliega en la mediación.

**Docente:** Cecilia Ramos Mejía

**Información:** <http://www.solomediacion.com/default.aspx?ACCIO=PORTAL&NIVELLO=245&NIVELL1=239&NIVELL2=3955&NIVELL3=40320&NIVELL4=43773&PAGE=1>

- **"Curso en Mediación comunitaria "**

**Duración:** 60 horas

**Tipo:** online

**Precio:** 412 €

**Programa:** La mediación en el ámbito comunitario \* Estrategias para manejar conflictos comunitarios \* El equipo de mediadores \* Experiencias de mediación comunitaria \* Diseño de un programa de mediación comunitaria \* Caso práctico de mediación comunitaria

**Información:** [http://www.todomaster.com/Curso/mediacion-comunitaria-cursos\\_608610616610614615.html](http://www.todomaster.com/Curso/mediacion-comunitaria-cursos_608610616610614615.html)

[www.elkargunea.net](http://www.elkargunea.net)

Si quieres recibir el Boletín Elkargunea por e-mail solicítalo en:

[info@fundaciongizagune.net](mailto:info@fundaciongizagune.net)

**Edición y Dirección:**

Fundación Gizagune

Si no deseas que te enviemos el Boletín

Elkargunea Agerkaria háznoslo saber en:

[info@fundaciongizagune.net](mailto:info@fundaciongizagune.net)



[www.fundaciongizagune.net](http://www.fundaciongizagune.net)