

X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2013.

Media y Opinión Pública: el caso del Haití.

Annelise Faustino da Costa.

Cita:

Annelise Faustino da Costa (2013). *Media y Opinión Pública: el caso del Haití*. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-038/542>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

X Jornadas de sociología de la UBA

20 años de pensar y repensar la sociología. Nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI 1 a 6 de Julio de 2013.

Mesa: Número 54- Política, Medios de comunicación y opinión pública.

Título de la ponencia: Media y Opinión Pública: el caso del Haití.

Autor: Annelise Faustino da Costa.

Instituciones: UNESP¹/ FAPESP²

Media y Opinión Pública: el caso del Haití

Introducción

Mirase en el cotidiano de la sociedad, que los medios de comunicación social son un importante factor en las relaciones sociales, en la construcción y compartición de ideas y actitudes. A lo largo de la historia obtuvieron cada vez más más funcionalidad en el escenario social con creciente evolución técnica e de las formas de organización, que posibilitaron alcance y formas de uso cada vez mayores por la sociedad. “La comunicación es un elemento básico de cualquier sociedad. La media torno esa comunicación posible, y contribuye para formar la opinión pública y el consenso democrático.” (Ianni, 2003, p. 152, traducción propia).

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) realizó 66 operaciones de paz en el mundo desde la década de 1940. Las operaciones más antiguas se referían a conflictos entre el Estado y sus fuerzas armadas y básicamente tenían la función “de buscar el cesar- fuego, treguas y armisticios, el patrullando de las fronteras y zonas de exclusión militar, el apoyo a la retirada de tropas y el acompañamiento de negociaciones para la firma de tratados de paz.” A partir del final de la década de 1980, los conflictos armados dentro de los Estados se intensificaron y las misiones incorporaron nuevas funciones, actividades y objetivos. Así, los mandatos se orientaron para las cuestiones de seguridad, derechos humanos, elecciones políticas, y auxilio al gobierno en diversas actividades del Estado. Esas nuevas funciones tratarían mejor de cuestiones internas del país, que buscasen reconstituir el Estado, lo que contribuiría efectivamente para el término de los conflictos (AGUILAR, 2012, p. 431, traducción nuestra).

El Haití, país más pobre de la América, con una turbulenta historia, necesitó de intervención de la ONU para intentar reparar sus graves problemas de desestructuración del Estado, con el establecimiento de una operación de paz, que continua en actividad hasta los días actuales (2013), que planeó estrategias y actividades para conseguir construir un Estado de paz, lo que aún no es efectivo. Una de las formas de auxilio para su suceso está en el campo de la comunicación social

¹ Financiación para participar en el evento: Escritorio de Relações Internacionais (ERI) de la Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP).

² Beca de Iniciación Científica: Fundação de Amparo à pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

El trabajo presentará consideraciones teóricas sobre la media, poder y opinión pública, enseguida presentará la importancia de la media para las operaciones de paz de la ONU, como la MINUSTAH utiliza los medios de comunicación para alcanzar los objetivos, y una breve conclusión.

La media y su poder simbólico

La media tiene la gran capacidad de expresar la realidad y las diversas expresiones culturales humanas. En el escenario actual de globalización económica y cultural puede ser considerada como el centro orientador de las relaciones humanas. Tiene ella la capacidad de formar, informar y entretener. “La media es la expresión de nuestra cultura, nuestra cultura funciona principalmente por intermedio de los materiales propiciados por la media” (CASTELLS, 2009, p. 422, traducción nuestra).

Así se sobrentiende que las diferentes formas de cultura se expresan en la media y son absorbidas por ella. La media “formatea la historicidad que nos atraviesa y nos constituye, modelando la identidad histórica” (Gregolin, 2007, p. 6) y tiene un gran poder de penetrabilidad en la estructura social, pudiendo ocasionar cambios en los conceptos tradicionales (Thompson, 2002).

Ianni (2003, p. 164) resaltó que:

Hay todo un inmenso e intrincado universo de signos, símbolo y emblemas, comprendiendo figuras y figuraciones, universo por medio del cual la media decanta el real, el ocurrir, el devenir y otras modulaciones de la realidad, cambiándoles en manifestaciones espurias del virtual.

Así, se puede decir que los sentidos que el ser humano lleva en consideración sobre la historia y la actualidad son provenientes de las formas simbólicas mediadas que expresan los hechos de la realidad.

Por lo tanto, es por medio de la media que buscamos entender el mundo en que vivimos, es por ella que construimos gran parte de nuestra idea sobre los hechos presentados, es a través de ella que interactuamos y podemos manifestar nuestras opiniones.

La recepción es una actividad situada: los productos de la media son recibidos por individuos que están siempre en específicos contextos socio históricos. Estos contextos se caracterizan por relaciones de poder relativamente estables y por un acceso diferenciado a los diversos recursos acumulados. La actividad de la recepción realizase adentro de los contextos estructurados que dependen del poder y de los recursos disponibles a los receptores en potencial (Thompson, 2002, p. 42, traducción nuestra).

Mirase, entonces, que las formas de recepción y acceso de los individuos cambian de acuerdo con el contexto que se insertan. “Ciertas mensajes, sobre ciertos asuntos, traídos a atención de cierto tipo de gente, viviendo en ciertas condiciones, producen ciertos tipos de efectos.” (Berelson, Bernard como citado por Rabaça & Barbosa, 2002, p. 479). Los sentidos de

esas mensajes deben ser vistos así, como un fenómeno complejo y mutable, dependientes del proceso de recepción, interpretación y reinterpretación del público (Thompson, 2002).

La media actualmente tiene un gran poder en la formación de opinión de la sociedad, estando en la centralidad de las relaciones, reproduciendo informaciones, tradiciones, estableciendo comunicación, entretenimiento, de entre otros. “Los medios de comunicación tienen una dimensión simbólica irreductible: ellos se relacionan con la producción, el almacenamiento y la circulación de materiales que son significativos para los individuos que los producen y los reciben.” (Thompson, 2002, p. 19, traducción propia).

Eso significado es tanto para el productor cuanto para el receptor. Para el primero, por el hecho de que lo que él produce normalmente condice con sus valores e intereses y, para él según, porque es inducido a los valores de producción que él tiene acceso.

Según Castells (2009, p. 459), “todas las realidades son comunicadas por intermedio de símbolos. Y en la comunicación interactiva humana, independientemente del medio, todos los símbolos son de cierta forma, desplazados en relación al sentido semántico que les son atribuidos.” Así, los símbolos repasados por los agentes de la media son apropiados de alguna forma por los receptores.

Thompson (2002, p. 21) enuncia:

poder es la capacidad de actuar para alcanzar los propios objetivos o intereses, la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos y en sus consecuencias. En el ejercicio del poder, los individuos emplean los recursos que le son disponibles; recursos son los medios que les posibilitan alcanzar efectivamente sus objetivos e intereses.

Poder, entonces, es la capacidad o posibilidad de actuar para la producción de intereses propios o colectivos. Esa acción se hace en la relación social, entre el individuo o grupo que ejerce, y el receptor, inducido a portarse como lo ejecutor querrá. Por lo tanto, para alcanzar ese poder permeado por intereses son necesarios recursos (Bobbio, Matteuci & Pasquino, 2004).

La media, siendo un gran medio de influencia en la actualidad, puede ser considerada como recurso para los “personajes” que buscan controlar la sociedad de alguna forma, ejerciendo autoridad y poder, para consiguieren sus fines. De esa forma al lado de los agentes hay “personajes” que intentan manipular las informaciones de acuerdo con sus ideales e intereses. Órganos, instituciones, partidos políticos, artistas y diferentes capas de la sociedad construyen una imagen pública que sustenta el poder de representación de esos “personajes” (Vizer, 2007).

De esa forma, la media puede ser usada para manipular simbólicamente la sociedad. Se percibe, por veces, que un hecho es presentado por la prensa sin discurso o investigación sobre otras posibles explicaciones. Hay una estandarización sobre cuales hechos deben o no ser presentados, siguiendo así la orden impuesta por los “personajes”, el gusto de la audiencia y las visiones predominantes.

Pero esa tentativa de manipulación de los datos simbólicos no es claramente visible.

Según Bourdieu (1989, p. 8, traducción nuestra) esta es una relación de poder ignorada por los receptores, los cuales no perciben el poder simbólico en que están inseridas. “El poder simbólico es, con efecto, ese poder invisible lo cual sólo puede ser ejercido con la complicidad de aquellos que no quieren saber que le son sujetos o mismo que o ejercen.”

Así, los seres humanos, no tendrían plena conciencia de ese poder simbólico ejercido sobre ellos, con la ayuda de mediadores estructurados, reproducidos en un campo de desigualdad social.

Se las personas quieren conocimiento sobre algo, generalmente buscan noticias acerca del hecho sin la preocupación de constatación y/o crítica, sin pensar que aquello que ve, le u oye, y o influencia de alguna forma, sea “una noticia de forma dirigida, parcial, preconcebida, para atender a determinados objetivos e intereses (de la dirección del vehículo o del propio reportero)”, de naturaleza manipulable (Rabaça & Barbosa, 2002, p. 452, traducción propia). Así “las relaciones de fuerza objetivas tienden a reproducirse en las relaciones de fuerzas simbólicas, en las visiones del mundo social que contribuyen para garantizar la permanencia de esas relaciones de fuerza.” (Capelle, Melo & Brito, 2005, p. 145, traducción propia).

Las “acciones simbólicas pueden provocar reacciones, liderar respuestas de determinado tenor, sugerir caminos y decisiones, inducir a creer y descreer, apoyar los negocios del estado o sublevar las masas en revolución colectiva.” (Thompson, 2002, p. 24, traducción propia).

El uso de las fuerzas simbólicas es entonces importante para adquisición y manutención del poder, que puede ocurrir en diferentes ámbitos. “Las instituciones, las empresas, los partidos políticos, los deportistas, los artistas, las ONG’s y los movimientos sociales todos buscan de forma deliberada generar y sustentar la imagen pública que los represente y los sustente.” (Vizer, 2007, p. 27, traducción propia).

Para los “personajes” se legitimaren y se mantuvieren en el poder, la visibilidad y la credibilidad del público son factores esenciales, y los medios de comunicación son instrumentos ideales en el mundo actual global. “En medio a la media y a la política están aquellos que necesitan de la visibilidad pública y disputan espacios.” (Maia & Castro, 2006, p. 130, traducción propia).

Como la media detiene de ese gran poder de moldear valores, opiniones y conciencias humanas a través de mensajes simbólicas, su utilización es necesaria en un mundo donde la visibilidad y la repercusión de la imagen es crucial para obtenerse suceso (Silva, 2009). “Sin habitar el espacio de visibilidad televisivo y el ambiente electrónico en red, que conforma la sociabilidad actual, queda imposible posicionar bien un actor en la escena política contemporánea.” (Marques & Silva, 2009, p. 47, traducción propia).

Los recursos mediáticos pueden ser usados, por lo tanto, para el convencimiento, adhesión, moción, reconocimiento, apoyo de determinado grupo de personas a las ideas, movimientos, acciones defendidas por el “personaje” en cuestión (Marques & Silva, 2009). Con actos, discursos, ilustraciones, signos, mecanismos lingüísticos, estrategias discursivas, el individuo o institución intenta mantener una visión determinada delante de su

público. Los receptores situados en sus respectivos contextos captan esas informaciones difundidas, comparten, e interpretan a su modo así constituyendo la imagen pública del “personaje”.

La imagen pública de algo o alguien es así, “un complejo de informaciones, nociones, conceptos, compartidos por una colectividad, y que lo caracterizan.” (Gomes, 2004, p. 254). La formación de la imagen pública se produce por lo que “alguien dice o do que es dicho sobre él, de que él hace, de su capacidad reconocida de hacer y de que de él es hecho y de cómo él se presenta” (COSTA, 2002, p. 267 como citado por Silva, 2009, p. 213, traducción propia). Esa caracterización final puede muchas veces no ser la esperada por el “personaje”, por eso es esencial un conocimiento de la audiencia para la adecuación y organización de la transmisión de sus valores de acuerdo con la expectativa del público (Marques & Silva, 2009).

La imagen pública del ideal consiste en uno “conjunto de propiedades que un público considera deber existir en una persona o institución para que pueda cumplir adecuadamente determinada función real” (Costa, 2002, p. 271-2 como citado por Silva, 2009, p. 213, traducción propia). Una buena imagen pública es por lo tanto una especie de adhesión pública a los valores y objetivos del “personaje”, una credibilidad al que el enuncia.

La media como un medio de manipulación simbólica, por lo tanto, reproduce la orden social dominante y es un medio de lucha por el poder. Pero sirve también, para auxiliar los procesos de paz en el mundo, siendo un factor fundamental en la “construcción de paz” en países asolados por conflictos armados, un recurso valioso en pro de las acciones de resolución y/o gerenciamiento de conflictos armados, como las operaciones de paz.

Aquello que se torna visible a través de la media produce segmentaciones, construye solidaridades, disemina proyectos o visiones de mundo, cataliza debates, hace disparar procesos de prestación de cuentas o estimula la movilización cívica. Las instituciones de la media conectan diferentes actores, instituciones y mundos sociales (MAIA & CASTRO, 2006; p. 27, traducción propia).

La media, con su significativo poder simbólico, tiene una gran capacidad de influencia en las relaciones sociales. Sin un espacio libre para que las ideas prosperen y repercutan puede no haber desarrollo, diálogo, democracia y paz (Fernandes, Oliveira & Santos, s.d, p. 421, traducción propia). El desarrollo de nuevas tecnologías de información y comunicación es capaz de abrir una serie de posibilidades para la interacción entre individuos y grupos, para la coordinación de acciones políticas entre ellos y capacitación y movilización de las personas de un modo bien más eficaz (Maia & Castro, 2006, p. 15).

Los medios de comunicación facilitan las movilizaciones sociales. A través de ellos discursos, actos, avisos, orientaciones, informaciones útiles pueden se tornar públicos (Maia & Castro, 2006).

Comunicación con las comunidades afectadas de crisis es un componente decisivo de la respuesta humanitaria. De terremotos a conflictos armados, la sobrevivencia humana puede depender de saber las respuestas a algunas

preguntas esenciales: Cual es la extensión del daño? Es seguro volver para casa? Dónde puedo obtener agua limpia? (“Participation...”, n.d., para. 1, traducción nuestra).

Con su potencialidad cada vez más reconocida, la media está ganando últimamente una gran importancia en el ámbito de promoción de paz.

En las situaciones de conflictos, zonas de post-conflictos y regiones en crisis, la media tiene sido un actor central en la promoción de información libre, independiente y plural. Por medio de trabajo de garantizar la libertad de expresión, defender la libertad de prensa, difundir informaciones libre plurales, fortalecer el periodismo profesional, fiscalizar acuerdos de cesar fuego, apoyar acuerdos de paz, y principalmente, colaborando con la difusión de conocimiento, la media contribuye significativamente para el proceso de reconstrucción y reconciliación (“Participation...”, n.d, p. 420, traducción nuestra).

Sin embargo, para que la media tenga una real contribución para el proceso, debe actuar de forma independiente de presiones políticas o presiones económicas, ser libre, independiente y plural (“Participation...”, n.d.).

Hay tres tipos de media en la actualidad. La media comunitaria, estatal y la comercial. La primera tiene como meta garantizar un espacio de participación de todas las parcelas de la sociedad y generalmente es mantenida por medio de donaciones. La segunda es mantenida por medio del poder público, pudiendo muchas veces mostrar apenas una “cara” de los problemas, siendo condescendientes con su poder. La tercera es compuesta por grupos empresariales que se mantienen por formas publicitarias, pudiendo muchas veces no ser neutras en sus representaciones para mantener relación con los “poderosos” que las apoyan. En Haití prevalece la de tipo comercial y su neutralidad no es generalmente mantenida, por el factor de relación con personas de poder.

La media es una herramienta delicada que, para generar suceso en la actividad prevista, tiene de si conducir de forma organizada. Para generar resultados en el proceso de construcción de paz se debe adecuar la forma, diseño y contenido de acuerdo con las condiciones culturales, políticas, territoriales, etc. del local (Spurk, 2002, p. 38).

La operación de paz en Haití

El Haití fue la primera república negra independiente del mundo y la segunda nación a convertirse independiente en la América. Pero su historia fue permeada por violencia e intervenciones extranjeras, como por ejemplo, la intervención de los EUA en el país por 19 años en el inicio del siglo XX. La salida del norte-americano resultó en más de dos décadas de violencia interna, golpes y contragolpes hasta la “Dictadura de los Duvaliers”, iniciada en 1957 y terminada sólo en 1986. Ese período tuvo dos gobernantes, François Duvalier (conocido como “Papa Doc”) y su hijo Jean- Claude Duvalier (conocido como “Baby Doc”) marcado por una intensa represión a los

opositores. Después de la queda de “Baby Doc”, el autoritarismo, los problemas sociales, económicos y políticos permanecieron generando problemas de seguridad. En consecuencia, la ONU y la Organización de los Estados Americanos (OEA) establecieron varias operaciones de paz, iniciadas en la década de 1990, pero que no resolvieron los graves problemas estructurales del país.

Los acontecimientos históricos, el *duvalierismo*, la violencia como característica de la sociedad, la influencia de otros países, fueron responsables por la desestructuración del Estado (Verenhitch, 2008, p. 99).

En 1990 con el auxilio de la ONU, ocurrieron las primeras elecciones presidenciales y el padre católico romano Jean- Bertrand Aristide fue elegido. Meses después, fue depuesto por un golpe militar, y en 1994, nuevamente con el auxilio de las Naciones Unidas, volvió al poder quedando hasta 1996, cuando René Preval se eligió y condujo un gobierno discreto, menos turbulento que de su antecesor (Brigagão, 2007).

Aristide fue reelecto nuevamente en el año de 2000 por una elección cuestionada por el mundo. En 2003, una nueva inestabilidad política, económica, y social resultó en una grave onda de violencia por todo el país que culminó con la salida y el exilio de Aristide, en el inicio de 2004. El país no tenía condiciones de restaurar la seguridad. A pedido de Boniface Alexandre, presidente de la Suprema Corte que asumió el gobierno del país, la ONU instituyó una misión de paz denominada: Misión de Estabilización de las Naciones Unidas en el Haití (MINUSTAH).

Establecida por la Resolución 1542 del Consejo de Seguridad la MINUSTAH tenía como objetivos: apoyar al gobierno de transición con fin de garantizar ambiente seguro y estable en el Haití, permitiendo desarrollo del proceso político y constitucional; auxiliar el gobierno de transición en la supervisión, reforma y reestructuración de la policía nacional haitiana; contribuir para el restablecimiento y manutención del estado de derecho; apoyar el proceso político democrático y el desarrollo institucional; auxiliar el gobierno con apoyo técnico, logístico y administrativo en la organización, supervisión y ejecución de elecciones libres, justas y representativas; implantar medidas con el fin de protección de los derechos humanos (Naciones Unidas, 2004).

Después de casi seis años en el país, la tragedia del terremoto en 2010 hizo con que la ONU aumentase el efectivo de la MINUSTAH e incorporase la asistencia humanitaria a su mandato por medio de la Resolución 1908, que priorizó los esfuerzos de recuperación, reconstrucción y estabilidad del país (Naciones Unidas, 2010).

La misión era necesaria para el país económicamente devastado, desprovisto de instituciones públicas funcionales y de cualquier tradición pacífica de gobierno.

Para una misión de Paz, la situación del Haití es extremadamente delicada, visto que los polos de poder son maximalistas, y los métodos políticos son extremadamente violentos, no hay Estado en Haití y, sobretodo, hay la percepción de que todo lo que viene de fuera no es bueno y contraria los intereses nacionales (“Reunião de Estudos...”, 2005, p. 56, traducción nuestra)

Para que una misión de paz tenga suceso son necesarios objetivos, tácticas, organización, presupuesto, y involucramiento de la sociedad internacional, de entre otros. Pero unos de los factores fundamentales para su suceso son los medios de comunicación social.

La Resolución 1608 de 2005 del Consejo de Seguridad de la ONU presentó una parte narrando la importancia de comunicación en la operación, incitando “ la MINUSTAH a que prepare y ponga en práctica con urgencia una estrategia proactiva de comunicación y relaciones públicas a fin de que la población de Haití comprenda mejor el mandato de la MINUSTAH y la función que realiza en el país.” (Naciones Unidas, 2005, p.4). Las resoluciones siguientes, de números 1702, 1780, 1840 y 1892 también reafirmaron esa necesidad y reconocieron los progresos del sector (Internal Audit Division, 2011).

Para fornecer la comunicación necesaria, en la MINUSTAH se estableció *Communications and Public Information Office* (CPIO). La política de información en operaciones de paz exige que la jefatura del CPIO desarrolle estrategias para cada fase de la misión. Ese escritorio es compuesto por 104 miembros, con un jefe y seis unidades temáticas, que planean estrategias, y organizan o apoyan acciones de órganos internos e/o externos que puedan contribuir para la misión de construcción de paz (Internal Audit Division, 2011).

Campañas de Informaciones públicas de la MINUSTAH (PI) fueron consistentes con el resultado de presupuesto y del apoyo de amplios objetivos programáticos como la reconciliación y el diálogo político, el proceso electoral, promoviendo la cultura de paz y reforma de la policía. A este respecto, CPIO colocó en práctica un mecanismo adecuado para la consulta regular con los jefes de otras secciones de la Misión, a fin de determinar las prioridades de las tareas e información pública. Como resultado, el CPIO produce continuamente grandes campañas de información en soportes de secciones del fondo (Internal Audit Division, 2011, p. 2, traducción nuestra).

MINUSTAH y la media en Haití

En el inicio de la misión, la MINUSTAH pensó en instalar una radio propia en el Haití, idea traída de las operaciones del África, con fin de auxiliar en la operación. Reconocieron, pero, que no sería válido, ya que no había grandes radios en el país, resultando en pocas personas que oírían esa nueva y desconocida radio operada por la ONU. En el inicio de la operación la ONU no consiguió montar una buena estrategia de comunicación y tener acceso satisfactorio a la prensa, lo que contribuiría para difundir objetivos de la misión y garantizar condiciones al gobierno de transición hasta las elecciones (“Palestra...”, 2005).

Decidieron, entonces, valerse de la red haitiana creando la MINUSTAH FM en sociedad con once radios emisoras del país. Pero, a pesar de buena cobertura nacional, no atinge un público regular significativo

(Infoasaid, 2012). La radio inició su transmisión en el año de 2007 por medio de la internet, por el hecho del presidente Rene Préval rechazar la licencia de radiodifusión en la época. En el año de 2008, la ONU organizó y compró tiempo de esas emisoras locales para así iniciar su transmisión por el radio.

La misión de paz, con el decurso del tiempo, pasó por muchos problemas en su desarrollo. Como la logística, el número de soldados, el idioma, etc. Uno de los principales fue el sistema de comunicación civil haitiano, que no era mucho desarrollado. Esto era un gran problema para los agentes de la operación, que quedaban incomunicables entre sí dependiendo de la área en que estuviesen en el país (“Palestra...”, 2005).

Un proyecto fue lanzado por la misión y apoyado por la *United Nations Office for Project Services* (UNOPS), puesto en práctica del año de 2007, para superar ese problema, fue la creación de los *Multi-Media Centers* (MMCs). La MINUSTAH estableció grandes centros en las principales ciudades del Haití con salas de informática con acceso a la internet y salas de conferencia equipadas con sistema de video conferencia para promover eventos públicos, reuniones y disponer acceso de esos equipamientos a los haitianos (Centres Multimédia, n.d.).

Esos centros atendían a las asociaciones y grupos de la sociedad civil y tenían como objetivo la promoción del diálogo y la reconciliación nacional. Para eso, promovieran el papel de los jóvenes y de las mujeres en el proceso de reconciliación nacional, buscaron establecer diálogos entre las diferentes regiones del país y diferentes sectores de la sociedad, establecieron foros para cambio de experiencias de iniciativas del desarrollo social y económico, crearon espacio de reflexión sobre la cuestión del desarrollo sustentable, desarrollaron las actividades de la misión MINUSTAH, que tenía la meta de apoyar el gobierno haitiano en la resolución de problemas políticos, sociales, ambientales y culturales (Centres Multimédia, n.d.).

En la ausencia de buenas comunicaciones entre las regiones del Haití, este servicio proporciona grupos de profesionales, ONGs, autoridades locales y otros beneficiarios de los MMCs con un recurso que les permitan discutir con los sus homólogos cuestiones relacionadas para los problemas comunes que pueden enfrentar en sus propias regiones y, a través de la comparación de experiencias partidas encontraren soluciones para mejor lidiar con ellos (Centre Multimedia MINUSTAH, 2008, p.2, traducción nuestra).

Un ejemplo de evento promovido por uno de esos centros ocurrió en 2007 en el día internacional de la juventud en la ciudad Fort- Liberté, con el objetivo de promover la no violencia entre los jóvenes. Oradores expusieron declaraciones y motivaciones para incentivar los jóvenes a adoptar una cultura de no violencia.

Durante la conferencia, los jóvenes mostraron su gran preocupación con esta cuestión. Dentro de este cuadro, ellos se comprometieron en la realización de campañas de sensibilización a través de los medios de comunicación para esparcir el mensaje a través de la palabra de boca y realizar sesiones de formación para continuar a promover la no violencia

entre los jóvenes (Centre Multimedia MINUSTAH, 2008, p.6, traducción nuestra).

Una gran desgracia que el país pasó de entre los años de misión fue el gran terremoto ocurrido en el año de 2010. Esto volvió necesaria una gran ayuda de colaboradores para reconstituir el país.

Uno programa que ayudó fue él *Communicating with disaster affected communities Haiti* (CDAC Haiti). La red global CDAC es:

Una fuente de conocimientos y noticias, una comunidad de práctica y plataforma de defensa que pretende garantizar que el sector humanitario y medios de comunicación locales desempeñen que un papel vital en la maximización de la eficacia de la ayuda, prestación de cuentas y transparencia en las comunidades (Nelson, Sigal & Zambrano, 2010, p. 7, traducción nuestra).

El CDAC Haití reunió actores humanitarios, organizaciones de desarrollo de la media, media local y representantes gubernamentales del país para, en colectivo, mejorar la comunicación entre prestadores de ayuda y a la población haitiana. Incluye especialistas de los diversos tipos de comunicación para difundir a las informaciones necesarias de auxilio. La Rede operó por un tiempo como un subgrupo de comunicación de la ONU para la MINUSTAH (“What we do- CDAC HAITI”, n.d.).

Algunos de los servicios que el grupo realizó fueron: la creación de programa de radio diario humanitario, divulgación de informaciones de salvamiento, apoyo a las medias locales, investigaciones de opinión, cursos de capacitación sobre comunicación, desarrollo de trabajo entre la media local y prestadores de servicios para la comunicación, evaluación de las necesidades de las medias locales, entre otros (“What is CDAC?”, n.d.).

“De los canales de media de masa del Haití, el radio es sin duda lo medio más popular. Después del terremoto las estaciones de radio locales se tornaron centros vitales de la comunidad de noticias, informaciones, actualizaciones y consuelo en toda la área afectada.” (Pale, 2011, p. 56, traducción nuestra).

La ONU y socios crearon un programa de radio diario humanitario con el fin de ayuda en razón de las inúmeras consecuencias que la tragedia natural ocasionó, fue nombrada en criollo de *Enfòmasyon Nou Dwe können* (ENDK), en inglés, “News You Can Use”. Fue transmitido por cerca de 30 estaciones de radio socias en las principales áreas afectadas del país. Era distribuido por medio de CDs a las radios por el fato de la precaria infraestructura en que el país se encontraba. Fornecía informaciones útiles para la sobrevivencia, más allá de dar informaciones sobre la localización de personas para la población en un momento de extrema tensión en el territorio (Infoasaid, 2012). “Mientras otros grupos distribuían alimentos, agua y remedios para los sobrevivientes, ENDK distribuía algo esencial: informaciones sobre dónde y cómo acceder los servicios de salvamiento.” (“When informations is a lifeline...”, 2013, para. 5, traducción nuestra).

El ENDK se desarrolló de una forma rápida para un gran público, que percibió como aquellas informaciones eran esenciales y neutras, con el fin

exclusivo de ayuda. Cerca de 80% de los haitianos sabían del programa un mes después de su lanzamiento. Hubo 615 ediciones de enero de 2010 hasta el mes de mayo de 2012, cuando el programa tuvo fin (Infoasaid, 2012).

El terremoto no fue la única emergencia que necesito de un amplio auxilio en el país en 2010. La cólera, una enfermedad nueva, contagiosa y mortal en el país inició un brote en final del mismo año. Para un país con saneamiento y sistemas de salud muchos flacos, más allá de desconocimiento total de la enfermedad, comenzaba una grave amenaza. “La respuesta de los actores de la comunicación desde las primeras horas fue esencial para la sobrevivencia de potencialmente millares de personas, cuya capacidad de reconocer los síntomas y tomar rápidamente medidas fue, literalmente, la diferencia entre la vida e la muerte.” (Pale, 2011, p. 56, traducción nuestra).

Esas respuestas fueron dadas por una fuerte campaña en radios, televisiones, mensajes de celular, cartel y PSAs (*Public service announcement*) desarrolladas por el gobierno e instituciones, como UNICEF (*The United Nations Children's Fund*), CDAC y la Organización Mundial de la Salud. Las estaciones de radio comunitarias del país fueron uno de los principales medios para su desarrollo. El programa ENDK fue uno de ellos, que posibilitó varias informaciones a respecto de la enfermedad fatal (“For Haitians...”, 2011).

De acuerdo con investigaciones, la mayoría de las personas que recibieron las informaciones cambió su comportamiento, lo que se tornó factor esencial para que fuese reducida la chance de propagación de la enfermedad. La porcentaje de personas en las áreas rurales, que antes hacían tratamiento de la agua era de 25,8% pasando para 80,2%. “Las conclusiones [...] muestran que el radio es una herramienta poderosa para comunicar informaciones esenciales de la salud y causa alteraciones de comportamiento que reduzcan la propagación de la enfermedad.” (“For Haitians...”, 2011, para. 1, traducción propia).

Marcelo Solervicens, Secretario- General de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc), destacó en una entrevista a la agencia de noticias IPS la importancia de radio comunitaria para el manejo de la seguridad de la ONU. Relató que la experiencia haitiana de fornecer informaciones practicas para la salud fue productiva. “Si consideráremos el desarrollo como un tipo de trabajo complejo e integrado, la radio comunitaria es reconocida como un componente fundamental para conseguir los objetivos de desarrollo en cada área, principalmente como una manera de transmitir factos.” (Gao, 2013, para. 9, traducción propia). La comunicación de factos es esencial para la población y así para el sistema de operación de paz de la ONU. Eso trabajo complejo e integrado en la operación de construcción de paz consiste en la creación de un nuevo Estado y el condicionamiento de este a autogobernarse, lo que demanda un conjunto de acciones integradas y planeadas, estando la comunicación entre ellas (“Reunião de Estudos...”, 2005).

Como la situación del sistema de salud del país es precaria, los haitianos valorizan las informaciones prácticas sobre prevención de enfermedades y riesgos climáticos, y estas son mejores diseminadas a través de los medios de comunicación, siendo en el caso haitiano, el radio lo medio más abarcador.

“Muchas veces las personas sienten que no tienen acceso a las informaciones suficientes a través de los medios existentes.” Es necesario ampliar aún más entonces la propagación de esas informaciones (Chazaly, 2011, p. 23).

Aunque no tan desarrollada, la televisión es el segundo medio más confiable de informaciones en el país. Es el medio más utilizado por las personas con buen poder adquisitivo, concentradas en las principales ciudades. De acuerdo con la investigación de la institución Internews, solamente un tercio de la población de los haitianos tiene acceso a la televisión. Esto se debe a la pobreza extrema y a la falta de acceso a energía eléctrica. Fue relatado por la empresa nacional de energía del país que en el año de 2012 fueron fornecidas seis o siete horas de energía por día en la mayoría del país. Así, solamente las personas con fuente independiente de energía tienen la capacidad de ver la televisión con regularidad. Un hábito frecuente de los haitianos es reunirse en grupo para alquilar un generador y ver una misma televisión en la calle, por ejemplo, cuando quieren mucho ver un juego de fútbol (Infoasaid, 2012).

Un proyecto interesante realizado por la MINUSTAH en la área de comunicación en el medio televisivo fue la producción de un seriado intitulado “Under the Sky”. Fue proyectado para reflejar la vida en el campo de desalojados por el terremoto y, al mismo tiempo, fornecer informaciones de cuestiones importantes como violencia, género, vulnerabilidad infantil, higiene, etc. Fue realizado en asociación con el CDAC y sus exhibiciones eran en telas construidas en los campos de desalojados, además de exhibir en algunas estaciones de televisión haitianas. Sin embargo, además que la equipe tenga hablado con el público sobre sus reacciones, no hubo un monitoreo formal en términos de la evaluación del impacto para saber la eficacia real del proyecto (Pale, 2011).

Conclusión

La media tiene la capacidad de expresar la realidad y las diversas expresiones culturales humanas, es un gran medio de manifestación del ser humano. Puede ser considerada como la principal fuente de información y formación pública en la actualidad.

Un medio amplio como ese, con un gran poder simbólico, que puede compartir, unir, divulgar, archivar, fornecer informaciones y establecer relaciones, puede ser mucho útil para diversos fines como las operaciones de construcción de paz. Con ello es posible ampliar la interacción, el diálogo, las movilizaciones y el consecuente desarrollo del uno Estado post-conflicto.

En las perspectivas de corto y medio plazo de la resolución del conflicto el papel principal de la media es el fornecimiento de noticias neutras, reportar y analizar el conflicto y sus factores, recoger opiniones diferentes, asegurar condiciones de recibir y transmitir informaciones, crear plataformas de diálogos y preparar el local del conflicto para un desarrollo sólido y duradero de la media. La análisis del contexto en que el individuo se insiere es esencial para la organización de las acciones pretendidas.

Al longo plazo el papel de la media para la efectucción de la democracia es esencial. Con el sector mediático desarrollado de entre a un establecimiento de un flujo libre, independiente y plural de informaciones, los ciudadanos tendrían la posibilidad de hacer elecciones conscientes, dialogar y compartir sobre las cuestiones necesarias en su territorio sin presiones externas les influenciando. Para esto sector se desarrollar es necesario una serie de acciones como reglamentar el ambiente jurídico que lidie con cuestiones de la media, como libertad de expresión, leyes de la prensa, entre otros; fortalecer ambiente de trabajo de las asociaciones mediáticas; promover el acceso a la información; apoyar los medios individuales; reformar las media estatales, entre otras.

La radio MINUSTAH FM, así como los *Multi-Media Centers*, la novela “Under the Sky”, el programa CDAC Haití, la radio ENDK, constituidos en gran parte por la misión de paz, son ejemplos de actividades que contribuirán para las acciones de la ONU en la construcción de paz en aquel país. En las tragedias del terremoto y de la cólera la MINUSTAH preciso de respuestas urgentes para minimizar los impactos, y la media auxilio esa rápida respuesta necesaria, para que los haitianos pudiesen reconstruir sus vidas después de la catástrofe.

La operación MINUSTAH, que tiene como objetivo la construcción de un nuevo Estado, ejecuta un trabajo complejo e integrado con las diversas áreas de la sociedad en las acciones realizadas como las presentadas en el texto. La utilización de la media presenta entonces una importante herramienta para la construcción de paz en el país.

La influencia y la capacidad de los medios de comunicación social puede ser expresa entonces en esto caso de las acciones, organizaciones, procedimientos de la operación MINUSTAH que tiene como una de las bases el sistema de comunicación social para sus debidos fines.

Referencias Bibliográficas:

Aguilar, Sérgio Luiz Cruz (2012). Segurança pública e as operações de construção de paz pós-conflitos armados. *Estudos sociológicos*, Araraquara. V. 17, n. 33, pp. 429-455.

Bobbio, N., Matteuci, N., & Pasquino, G. (2004). *Dicionário de Política*. (12ª Ed). (Vol. 2). Brasília: Editora UnB; LGE.

Bourdieu, Pierre.(1989). *O poder simbólico*. (2ª Ed). Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Brigagão, Clovis (Ed.). (2007). Haiti: o Brasil e a MINUSTAH. *Cadernos GAP Conflitos I*. Rio de Janeiro: FKA/ GAPCON.

Capelle, M. C. A., Melo, M. C. O. L., & Brito, J. M. (2005). Relações de poder segundo Bourdieu e Foucault: uma proposta de articulação teórica para a análise das organizações. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, Lavras, V. 7, n. 3, pp. 356-369. Recuperado en 10 de noviembre, 2012, de [http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/43936/2/Artigo%209%20\(05.196\).pdf](http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/43936/2/Artigo%209%20(05.196).pdf)

Castells, M. (2009). *A sociedade em rede*. (6ª Ed). São Paulo: Paz e Terra.

“Centre Multimedia MINUSTAH”. (2008, 1 de febrero). Newsletter. Recuperado en 11 de marzo, 2013, de http://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resourcess/FD6C0894C6CAA42C12574090039EA15-Full_Report.pdf

“Centres Multimédia”. (n.d.). Recuperado en 10 de marzo, 2013, de http://minustah.org/?page_id=8692

Chazaly, Catherine. (2011, julio). *Beneficiary Communications Evaluation-Haiti Earthquake Operation 2011*.

Fernandes, T. D. C., Oliveira, T. S. & Santos, V. M. S.(s.d.) A mídia em crises e conflitos internacionais. Recuperado en 01 de marzo, 2013, de <http://www.sinus.org.br/2011/press/downloads/unesco.pdf>

For Haitians, Radio is Key Information Source on Cholera. (2011). Recuperado en 01 de febrero de 2013 de <http://www.internews.org/our-stories/program-news/haitians-radio-key-information-source-cholera&usg=ALkJrhHWGuhs9IlgHI0liFNATyq0Z4CAeAg>

Gao, George. Rádios Comunitárias, democracia e desenvolvimento. Recuperado en 15 de febrero de 2013 de <http://ips.org/ipsbrasil.net/nota.php?idnews=9164>

Gomes, Wilson.(2004). Transformações da política na era da comunicação de massa. São Paulo: Paulus – SP.

Gregolin, M. R. (2007). Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. In *Comunicação, mídia e consumo* (pp. 11-26). São Paulo: ESPM, vol. 4, n .11.

Infoasaid (2012, 22 de octubre) HAITI- Media and Telecoms Landscape Guide. Londres. Recuperado en 15 de marzo, 2013, del http://www.infoasaid.org/sites/infoasaid.org/files/haiti_media_guide_final_211012_1.pdf

Ianni, O. (2003). O príncipe eletrônico. *Enigmas da modernidade – mundo* (pp. 132-166). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira

Internal audit division. (2011, 29 de marzo) Audit Report- Public Information function in MINUSTAH. Recuperado en 10 de marzo, 2013, de <http://usun.state.gov/documents/organization/167905.pdf>

Maia, R., & Castro, M. C. P. S. (orgs). (2006). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Edictora de la UFMG.

Marques, Ângela Cristina Salgueiro, & Silva, Célia Lúcia.(2009, julio/diciembre). Estratégias comunicativas para a (des)construção da imagem pública: a política de imagem no contexto de campanhas eleitorais. *Questão*, Porto Alegre, v. 15, n. 2, pp. 45 - 63.

Naciones Unidas. (2010, 19 de enero).Consejo de Seguridad. *Resolución 1908 de 2010*. Recuperado en 12 de noviembre, 2012, del [http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1908\(2010\)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2010.shtml&Lang=S](http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1908(2010)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2010.shtml&Lang=S)

Naciones Unidas. (2004, 30 de abril).Consejo de Seguridad. *Resolución 1542 de 2004*. Recuperado en 12 de noviembre, 2012, del [http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1542\(2004\)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2004.shtml&Lang=S](http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1542(2004)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2004.shtml&Lang=S)

Naciones Unidas. (2005, 22 de junio). Consejo de Seguridad. *Resolución 1608 de 2005*. Recuperado en 12 de noviembre, 2012 del [http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1608\(2005\)&referer=http://www.un.org/en/peacekeeping/missions/minustah/mandate.shtml&Lang=S](http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1608(2005)&referer=http://www.un.org/en/peacekeeping/missions/minustah/mandate.shtml&Lang=S)

Nelson, Anne; SIGAL, Ivan, ZAMBRANO, Dean. (2010, 24 de mayo)*Media, Information Systems and Communications: Lessons from Haiti*. Miami: CDAC, Internews y Knight Foundation.

Pale, Ann Kite Yo (Let them speak). (2011). *Best Practice and Lessons Learned in Communication with Disaster Affected Communities: Haiti 2010*. Infoasaid, BBc y Internews.

Palestra: Operação de Paz no Haiti. (2005). *Palestra: Operação de Paz no Haiti*. Brasília: Gabinete de Segurança Institucional; Secretaria de Acompanhamento e Estudos Institucionais.

“Participation of affected communities in humanitarian aid projects.” (n.d.). Recuperado en 04 de marzo, 2013, de <http://www.cdacnetwork.org/public/resource/participation-affected-communities-humanitarian-aid-projects>

Rabaça, C. A; Barbosa, G. A. (2002). *Dicionário de comunicação*. (2ª Ed.) Rio de Janeiro: Campus.

Reunião de estudos: Operações de Paz. (2005). IV Reunião de Estudos: Operações de Paz. Brasília: Gabinete de Segurança Institucional; Secretaria de Acompanhamento e Estudos Institucionais.

Silva, Noêmia Félix. (2009). *A Construção da imagem pública do governo do PT*. Recuperado en 22 de febrero, 2013, de <http://seer.ucg.br/index.php/fragmentos/article/viewFile/987/689>

Spurk, Christoph.(2002). KOFF Media and peacebuilding- Concepts, Actors and Challenges. *Working Paper 1/02*. Suíza: editora swisspeace.

Thompson, John B. (2002). *A mídia e a modernidade*. (4ª ed.). Petrópolis: Vozes

Verenhitatch, G. D. (2008). *A MINUSTAH e a política externa brasileira: motivações e consequências*. 122 h. Dissertação (Máster em Integração latino Americana) – Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2008.

Vizer, Eduardo A. (2007). Movimentos sociais: novas tecnologias para novas militâncias. In *Mídia e Movimentos Sociais: linguagens e coletivos em ação* (pp. 23-52). FERREIRA, Jairo e VIZER, Eduardo (orgs.). São Paulo: Paulus.

“What is CDAC?”. (n.d). Recuperado em 10 de febrero, 2013, de <http://cdac-haiti.org/en/content/what-cdac>

“What we do- CDAC HAITI”. (n.d.). Recuperado em 01 de febrero, 2013, de <http://www.cdacnetwork.org/public/about/cdac-haiti>

“When information is a lifeline: the Role of Local Media in Humanitarian Crises”. (2013). Recuperado em 02 de febrero, 2013, de <http://www.internews.org/our-stories/news/when-information-lifeline-role-local-media-humanitarian-crises>