

**MANUAL PARA EL CONOCIMIENTO Y PREVENCIÓN
DE LA PIRATERÍA TERRESTRE**

JUAN SEBASTIÁN GUERRERO OTERO
CÓDIGO. 2010848

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

BOGOTÁ
2005

MANUAL PARA EL CONOCIMIENTO Y PREVENCIÓN DE LA PIRATERÍA TERRESTRE

Trabajo de grado presentado por el graduado en Comunicación Social Juan Sebastián Guerrero Otero, realizado bajo la tutoría de la profesora Mireya Barón para la obtención del grado de periodista.

Vº. Bº .

Decano Facultad de Comunicación Social

Mónica Cuervo

Bogotá. Diciembre de 2005



*El estudioso es el que lleva a los demás
lo que él ha comprendido:
la Verdad*

Santo Tomás de Aquino



AGRADECIMIENTOS

La culminación de un proceso exige la preparación suficiente para continuar en la escala de la vida; la preparación y la experiencia la brinda la academia, pero la ganancia es personal, la aplicación y puesta en práctica de los conceptos son los que hacen ver el verdadero sentido del hombre, de recibir una información a cambio de divulgarla y hacerla pública para todos aquellos a los que le pueda ser útil.

Se esta la oportunidad de agradecer a todas aquellas personas que estuvieron de manera silenciosa siguiendo este proceso de ser un profesional en el campo de la Comunicación Social.

Agradecer a Dios por brindarme tan maravillosa oportunidad; a mi padres por que de no ser por ellos, por su apoyo y constantes consejos de vida, no sería quien soy hoy día; a mi hermano, quien a su manera me enseñó que es ser un profesional y quien me ha aportado su sabiduría como solo lo sabe hacer un verdadero amigo; a todos y cada uno de los docentes que pasaron dejando su aprendizaje en mí; a Mireya Barón, tutora de este proyecto; al Coronel Orlando Páez Barón, Comandante de la Policía de Carreteras y todos los hombres que bajo su mando laboran en la plana mayos de la especialidad; a la Oficina de Prensa de la especialidad en cabeza de Javier Enrique Baquero, quien de una manera profesional me enseñó a ser profesional y a mirar el verdadero campo laboral; y en general a todos y cada uno de los que en su momento, y aún ahora, apoyan incondicionalmente a este profesional.

A todos, mil y mil gracias.



TABLA DE CONTENIDO.

1. ANTECEDENTES	7
2. JUSTIFICACIÓN	15
3. MARCO TEORICO	19
3.1 COMUNICACIÓN Y PERIODISMO	20
3.1.1 CLASES DE PERIODISMO	21
3.1.1.1 PERIODISMO INFORMATIVO	21
3.1.1.2 PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN	22
3.1.2 LA COMUNICACIÓN	23
3.1.2.1 MODELOS DE COMUNICACIÓN	24
3.1.2.1.1 MODELO DE LASSWELL	26
3.1.2.1.2 MODELO DE SHANNON Y WEAVER	27
3.1.2.1.3 MODELO DE SCHRAMM Y OSGOOD	28
3.1.2.1.4 MODELO DE MALETZKE	29
3.1.2.1.5 APLICACIÓN DEL MODELO DE MALETZKE	30
3.2 PERIODISMO IMPRESO	38
3.2.1 FORMATO BOLETÍN – CARTILLA	39
3.2.2 DISEÑO EN MEDIOS IMPRESOS	40
3.3 COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN	41
4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA COMUNICATIVO	43
4.1 POBLACIÓN OBJETO	45
4.2 SITIOS ESTABLECIDOS PARA ESTUDIO	47

5. OBJETIVOS	49
5.1 GENERAL	49
5.2 ESPECÍFICOS	49
6. MARCO METODOLÓGICO	50
6.1 METODOLOGÍA DE TRABAJO	51
6.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	52
Indicadores de logro	
Actividades	
7. APORTES	54
8. RECURSOS	57
9. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	59
10. MANUAL PARA EL CONOCIMIENTO Y PREVENCIÓN DE LA PIRATERÍA TERRESTRE	64
(Ver archivo dos CD: Manual Piratería)	

1. ANTECEDENTES.

La Facultad de Comunicación Social para la Paz de la Universidad Santo Tomás, en su marco educativo y con miras en formar a un profesional íntegro en todos los aspectos tanto personales como laborales, desarrolla dentro de su pensum académico un proyecto de prácticas profesionales, donde el estudiante debe aplicar todos los conocimientos adquiridos en la academia.

De esta manera, y para este caso, el estudiante viene desempeñando su actividad laboral en la Oficina de Prensa y Enlace de la Policía de Carreteras, institución que depende directamente de la Dirección General de la Policía Nacional, y la cual tiene sede en la ciudad de Bogotá.

En el tiempo que ha estado vinculado a la institución, se ha comprobado que más allá de la aplicación práctica de los recursos académicos y teóricos que le ha brindado la academia, el estudiante se encuentra en un constante proceso de aprendizaje, razón por la cual tiene la capacidad de actuar conforme a las normas institucionales con sentido crítico-constructivo, creativo y sobre todo ético.

“Las prácticas profesionales son espacios logísticos en los cuales el estudiante desarrolla, mide y sopesa sus habilidades; practica los conocimientos teóricos humanísticos adquiridos; avanza en sus procesos de aprendizaje por la experimentación; sistematiza, analiza y teoriza a partir del manejo práctico de las herramientas propias de la comunicación social; y contrasta, mediante ejercicios prácticos, la teoría, permitiendo su cuestionamiento a la luz vivencial de la propia experiencia, de la realidad concreta”¹

¹ Universidad Santo Tomas. Estatuto de Practicas Profesionales. Facultad de Comunicación Social para la Paz. Pág. 5

De esta manera, el estudiante haciendo uso de sus facultades periodísticas, se ha vinculado a la institución con el ánimo de realizar su proyecto de grado basado en la implementación de un Manual para el conocimiento y prevención de la “Piratería” Terrestre, la idea es basarlo en un producto didáctico que muestre las normas básicas que deben cumplir los transportadores, agremiaciones y en fin todos aquellos que se ven afectados por este flagelo delincuencia; “problematizar la relación existente entre el saber y el trabajo productivo por medio del diseño de un proyecto comunicativo, la implementación del mismo, su seguimiento y, finalmente, por medio de la evaluación y la reflexión sistemática sobre el proceso”.²

Para realizar dicho proyecto, se hace necesario contar con el apoyo tanto de la oficina donde se desempeña el estudiante (Prensa y Enlace), así como de los miembros que componen la institución, teniendo en cuenta todos y cada uno de los departamentos que la componen, en cabeza del Comandante, Coronel Orlando Páez Barón y su Plana Mayor.

“La Policía de Carreteras será una unidad capacitada, eficiente, respetada y ejemplar, cuya labor estará basada en el profesionalismo y la integridad de sus hombres, así como la utilización de los medios técnicos actualizados, que inspire el respeto y la admiración que merece y cuente con la confianza de los ciudadanos, garantizándoles seguridad y tranquilidad en las vías”.³

Bajo ésta visión, la Policía de Carreteras busca proyectar en su personal administrativo y uniformado en carretera, así como en los usuarios de la red vial nacional, esa confianza que debe mantener un cuerpo de ésta naturaleza, pues es la Policía la que vela por la seguridad y los intereses de la ciudadanía; así mismo, la misión institucional se basa en “Contribuir con la seguridad y tranquilidad de los

² Ibídem. Pág. 7

³ Visión institucional Policía de Carreteras



usuarios de la red vial nacional, mediante un efectivo servicio policial, orientado a controlar el tránsito y transporte terrestre, prevenir accidentalidad y contribuir a la reducción de los delitos y contravenciones de mayor impacto social que tienen ocurrencia en las carreteras del país”⁴.

Historia Policía de Carreteras⁵:

En 1929, durante el gobierno de Miguel Abadía Méndez fue creada una sección de la Policía Nacional para el control de los caminos. Seis años más tarde fue designado el Servicio de Policía Vial, teniendo como función específica la vigilancia de los ferrocarriles, cables aéreos, embarcaciones, carreteras y vías públicas en general.

Posteriormente, con la nacionalización de la Policía, en el Gobierno del General Rojas Pinilla, el 25 de octubre de 1955 se creó la Especialidad de Policía Vial como cuerpo dependiente de las Fuerzas de Policía, adscrita al Ministerio de Obras Públicas y Transporte, cuya función sería la vigilancia de las carreteras nacionales.

En el año de 1980, se definió que la Policía Vial dependería jerárquicamente de la división de servicios especializados de la Dirección Operativa de la Policía Nacional y funcionalmente del Ministerio de Obras Públicas y Transporte, por lo cual laboraría en las instalaciones del mismo. En 1993 cuando esta Especialidad Policial era dirigida por el coronel Mario Alberto Marino Escobar, fue modificada su estructura e imagen.

⁴ Misión institucional Policía de Carreteras

⁵ CARTILLA POLICÍA DE CARRETERAS 46 AÑOS. Comando Policía de Carreteras. Bogotá 2001

Desde sus inicios la Especialidad se ha encargado de controlar las vías del país haciendo énfasis en la seguridad de las carreteras, brindando información permanente sobre el estado de las vías del territorio Nacional.

El trabajo desarrollado de manera conjunta con el gremio transportador y el Ministerio de Transporte, ha contribuido al desarrollo de campañas de seguridad vial y operativos encaminados a velar por el bienestar de los usuarios de las vías, los cuales se han ejecutado bajo el mando de oficiales que han estado al frente del comando de la Policía de Carreteras.

El comando de la Policía de Carreteras, mediante la Resolución No 02367 del 29 de Junio de 2001 fue facultado para crear y desarrollar su estructura interna, gestión adelantada bajo la dirección del coronel Jairo Cesar Agudelo Gómez.

De acuerdo con disposiciones de la Dirección General de la Policía Nacional, a cargo del señor General Luís Ernesto Gilibert Vargas, la Policía de Carreteras cambió su nombre por el de Agrupación Vial de Carabineros en ceremonia celebrada el 23 de mayo de 2002, pues desde tiempos remotos han sido los carabineros quienes han velado por la seguridad de los caminos, prestando vigilancia en las áreas rurales y estrechando lazos de amistad y confianza con sus habitantes. Actualmente, por directrices de la nueva cúpula de la Dirección General de la Policía Nacional, encabezada por el Mayor General Jorge Daniel Castro Castro, la Especialidad continuará llamándose Policía de Carreteras.

La Policía de Carreteras, está próxima a cumplir sus primeros 50 años al servicio del tránsito y la seguridad de las vías nacionales, con un cubrimiento aproximado de 860 kilómetros que comprenden grandes ejes viales de carácter nacional, haciendo siempre énfasis en el cumplimiento estricto de la normatividad vigente para el transporte de carga, de pasajeros y de turistas.

Así mismo dentro de sus labores está una parte de operatividad que consiste en realizar operativos para la incautación de alcaloides y material de guerra; la recuperación vehículos hurtados; la aprehensión de traficantes, terroristas y bandas delincuenciales dedicadas a la piratería terrestre o el robo de automotores. Todo esto dentro del margen de operación que tiene la institución, es decir en las vías nacionales.

Otra de las labores consiste en presentar un control de vigilancia permanente en puntos estratégicos, tales como peajes; vías cerradas, bien sea por causas naturales o por decretos; puntos de alta accidentalidad; comandos de estación departamentales, etcétera.

Tras observar la gran cantidad de actividades que presenta la especialidad de carreteras dentro de la institución policial, se vio la necesidad hace cerca de diez años de crear una oficina especializada en generar a la opinión pública los resultados de operatividad y prevención en las vías; así pues y mediante oficio radicado en la Dirección General de la Policía Nacional, se dio acceso a una oficina de Prensa que es la encargada de coordinar con los medios de comunicación la información que se suministra a la población sobre las labores institucionales.

Dicha oficina de prensa tiene contacto inmediato con el Centro de Información Estratégico Vial de la Policía de Carreteras – CIEV, el cual es el que recepciona todos los casos de accidentalidad, operatividad y cierre de vías; de esta manera la información que se puede suministrar a los medios es de carácter inmediato, cuando se presenta el caso, inmediatamente se tiene conocimiento por parte de la opinión pública.

Por otra parte dentro de la misma oficina de Prensa se elabora una revista semestral de carácter informativo, donde se condensan las actividades más

destacadas de la especialidad; así mismo se cuenta con la colaboración de artículos del Fondo de Prevención Vial, el Ministerio de Transporte, la Gobernación de Cundinamarca, entre otros. Este producto escrito es la **Revista Carreteras**, que también sirve como oportunidad para el estudiante practicante de realizar artículos que le sirvan como método práctico de familiarización con los medios de comunicación.

La labor fundamental de la Oficina de Prensa consiste en ser el puente de comunicación entre la institución y los medios que a su vez son los encargados de difundir la información; es generadora de noticia, pues es la fuente de la cual se emana la información hacia el exterior; la idea principal es que mediante boletines de prensa, los medios difundan la información tal cual como se redacta. Generalmente se elaboran de tres a cuatro boletines por semana, pues los casos de operatividad y accidentalidad no se detienen en nuestro país.

Para la realización de las labores mencionadas de la Oficina de Prensa y Enlace de Policía de Carreteras, se cuenta con un jefe inmediato y dos practicantes con labores plenamente establecidas en el énfasis de periodismo

La experiencia de trabajar en la Oficina de Prensa de la Policía de Carreteras ha traído consigo la comprobación de una serie de problemas que necesitan de una solución pronta para que el funcionamiento tanto de la institución como de la oficina traiga un resultado mucho más efectivo en cuanto a las labores que se desarrollan.

Por ejemplo en la Policía de Carreteras se hace evidente la falta de recursos técnicos y tecnológicos para el lanzamiento de campañas de prevención; y aunque hace poco se hizo una actualización del parque automotor con la adquisición de 1.030 motocicletas de alto cilindraje y 80 camionetas, gracias a los recursos captados por el Instituto Nacional de Vías, correspondientes a la sobretasa de

\$200 pesos, a través de los distintos pejes de la red vial del país⁶; se hace evidente la falta de cobertura y de recursos didácticos que le permitan a los conductores de servicio público y particular tener mayor conocimiento en cuanto a prevención se refiere. Así mismo se necesita más personal en las carreteras, al igual que una señalización pertinente, que aunque no depende directamente de la institución, si hace parte importante para la labor que desempeña. La falta de planeación en cuanto a campañas para temporadas altas o vacacionales, se ve reflejada en que casi siempre se presentan los mismos modelos.

En cuanto a la Oficina de Prensa, se evidencia la falta de recursos tecnológicos como equipos de computación, accesorios para las cámaras, y medios virtuales que le permitan estar a la vanguardia de lo que el mundo de hoy exige tanto para cumplir con la misión como con la visión de la institución y así permitir una difusión mucho más amplia.

Para el proceso de prácticas, el estudiante que se desempeña en la Oficina de Prensa de la Policía de Carreteras debe cumplir las siguientes funciones:

- Elaboración de boletines de prensa.
- Manejo y organización de eventos.
- Manejo de fuentes externas -radio, prensa y televisión.
- Manejo de fuentes internas - Despacho Ministro y Viceministro de Transporte.
- Redacción de artículos para las publicaciones internas y externas.
- Elaboración y actualización de bases de datos.
- Asesoría de imagen.
- Asesoría en campañas de publicidad.

⁶ REVISTA CARRETERAS N° 7. Parque automotor. Diciembre 2004

- Revisión y evaluación de plan de medios.
- Coordinación periodística de los desplazamientos del Comandante de la Policía de Carreteras.
- Y demás funciones que sean necesarias en el buen funcionamiento de la oficina.

2. JUSTIFICACIÓN:

“Los estudiantes de periodismo tardan mucho tiempo en entender la diferencia entre un tema y una historia. Lo primero que proponen los novatos son ideas como <<quiero escribir sobre las prostitutas>> o <<sobre la pobreza>> o más general aún <<sobre la pobreza>>. Todos estos son temas y no historias periodísticas. El periodismo se centra en aquello que es nuevo, que cambia, que no es estático. Por esto, los temas hay que aterrizarlos en cosas concretas. Sólo hasta que el periodista logra expresar su historia en una frase hay un artículo. Antes no.”.⁷

El ejercicio del periodismo se centra principalmente en analizar, informar y opinar (Ponencia María Teresa Herrán, Analista de medios y Miembro de MPP), es decir que más allá de una labor netamente informativa, se debe adoptar una posición social, viendo diferentes ángulos de la historia, explorando diferentes fuentes, entrevistando a los actores que intervienen, etcétera.

Para esto se requiere un alto grado de responsabilidad y respeto, buscar puntos objetivos que no demuestren una postura inclinada hacia alguna de las partes, mirar con un ojo crítico, y sobre todo ser pieza clave en la construcción de la paz, es decir, sin dar la razón a las partes, intentar poner puntos centrales que puedan resultar convenientes para estas. Las historias ante todo deben ser verídicas y comprobables, no se trata de escribir por escribir, investigar por investigar o informar por informar.

En el marco de la Práctica Profesional que el estudiante debe realizar se encuentran inmersos los componentes técnico-creativos que deben ser entendidos como dinámicas pedagógicas y parte integral en la formación académico-

⁷ CÓMO HACER PERIODISMO. Semana. RONDEROS. Maria Teresa, LEÓN. Juanita, SAENZ. Mauricio, GRILLO. Andrés, GARCÍA. Claudia. Capítulo 2. Cómo planear la historia. Editorial Aguilar. Pág. 27. Bogotá. 2002.

profesional del comunicador social⁸. Es decir que se debe tener una aplicación clara y profunda de los conocimientos adquiridos a lo largo del proceso presencial en cada uno de los módulos que hacen parte del pensum académico que plantea la Universidad Santo Tomás en su programa de Comunicación Social para la Paz.

El hecho de realizar la práctica profesional en una institución de orden civil que vela por la seguridad del país y sus habitantes, hace que el estudiante identifique claramente la organización y cómo es manejada la comunicación tanto a nivel interior como exterior; este apartado tiene unas ciertas implicaciones, en cuanto se deben seguir los lineamientos establecidos y tener cuidado con el tipo de información. La Policía de Carreteras, como ente encargado de la protección y seguridad de lo que se movilizan por el país, pretende claramente incorporar todos los acontecimientos de orden público y accidentalidad que se presentan a lo largo de la Red Vial Nacional; para esto cuenta con un Centro de Información Estratégico Vial que se encarga de recopilar estos resultados y de ahí ser enviados a la Oficina de Prensa para hacerlos llegar a la opinión pública.

Tal como se señaló en el capítulo anterior, las funciones que el estudiante desempeña hacen que tenga un contacto permanente con las personas encargadas de suministrar la información (Policía de Carreteras) y quienes la van a recibir para hacerla pública (medios de comunicación); esto indica que se ejerce como filtro entre lo que se publica y lo que no, aparte debe ser encargado de velar por el buen funcionamiento en eventos que hagan referencia a la institución, empezando desde la imagen de quien ofrece el evento, hasta el desarrollo en sí.

El trabajo del comunicador social - periodista de la universidad Santo Tomás, está especialmente diseñado para que se pueda desempeñar en cualquier campo que implique un contacto con la información en bruto y convertirla en hechos

⁸ Universidad Santo Tomás. Estatuto de Prácticas Profesionales. Facultad de Comunicación Social para la Paz. Pág. 5

relevantes, interesantes y sobre todo entendibles para quien la recibe. La figura del periodista que se dedica solamente a “disparar” información, ha venido variando rápidamente, y más aún en un país como Colombia donde se debe tomar una actitud reflexiva y reflejarla a los destinatarios; de ahí que se convierta en un periodismo más social, más humano y sobretodo mas cívico, sin embargo este proceso requiere una educación a los consumidores de medios. Para esto, **Ignacio Aguaded** Director del Grupo Comunicar de Andalucía, Doctor en Psicopedagogía de la Universidad de Huelva, España, y Licenciado en Filosofía y Ciencias de la Educación, y en Filología Hispánica. Explica que:

“La educación es permitir que las personas sean autónomas y por tanto que sean críticas, responsables, tolerantes, en suma, que sean buenos ciudadanos. Para ser ciudadano, desde mi punto de vista, una persona tiene que tener cierta autonomía, cierta capacidad de decisión, de crítica. Un ciudadano no es una persona domesticada, es una persona con capacidad de enjuiciar, de evaluar, por eso es difícil una educación para los medios en un contexto dictatorial tiene que ser una sociedad democrática, que valora al ciudadano como tal, donde lo social siempre esté supeditado a la persona. La educación es el progreso de la persona de un punto de vista individual y social, por eso la educación para los medios está muy vinculada con la educación para la democracia y la educación de la ciudadanía”⁹

Es claro que la educación hace parte integral del crecimiento de las personas, es por esto que el proyecto que plantea el estudiante se basa en un **Manual Para Conocimiento y Prevención de la Piratería Terrestre**, teniendo en cuenta que este hecho delincuencial ha ido arrojando resultados negativos tanto para

⁹ Ignacio Aguaded en entrevista para el Boletín Chileno de Comunicación de la Universidad Diego Portales.. Web. <http://www.comminit.com/la/entrevistas/laint/entrevistas-82.html>. Fecha de consulta Agosto 30 de 2005.

transportadores como para las empresas que movilizan parte de la economía del país.

Para la elaboración de este manual se requiere tomar una posición crítico-reflexiva para que los conductores, empresarios y autoridades fijen su atención en este flagelo de la “Piratería” e implementen métodos de seguridad para ellos y su carga. Buscando un tipo de comunicación retroalimentada que permita al profesional y a la comunidad lectora del producto aportar elementos que cumplan con las necesidades y expectativas de ambas partes.

Las herramientas que se pretenden implementar están dadas en la información suministrada por cada una de las partes, una investigación profunda basada en los elementos conceptuales adquiridos en la academia, recopilación de fuentes sobre trabajos realizados con anterioridad sobre temas afines al que compromete el producto y hacer un llamado a la conciencia de los ciudadanos.

Es importante tener en cuenta que el flagelo de la “Piratería terrestre” no solo afecta a los transportadores, empresarios y autoridades; afecta en general a toda la ciudadanía que ciegamente no ve lo que ocurre sino hasta cuando se nota una falta en el arribo de productos o servicios que se desplazan por las carreteras,. Así que el manual también puede servir para que los habitantes conozcan y ayuden a prevenir este delito.

Finalmente, se trata de hacer un producto que sustente y apoye la labor del estudiante en el campo académico y profesional, utilizando la experiencia como elemento significativo. Esto para que la culminación del proceso universitario en aras de contribuir a la sociedad y la paz.

3. MARCO TEÓRICO

*Cuando cotidianamente se hace una imagen de los periodistas, viene a la mente una serie de acciones que los definen: Trabajar con hechos de actualidad, de andar casi siempre "a la carrera", preocupados por salir a tiempo con la información encomendada; comunicar a los sectores por medio de la información noticiosa sobre lo que acontece en la actualidad; angustiarse a la hora del cierre porque todavía la nota no está lista o porque el jefe de información está enojado.*¹⁰

La labor periodística se autodefine en varias formas de actuar, todas en pro de mantener a una sociedad al tanto de la actualidad y los hechos relevantes que afectan su entorno o grupo social; El estudiante de Comunicación social de la Universidad Santo Tomás, que se encuentra en el campo del periodismo debe de igual manera procurar por trabajar con temas de actualidad que relacionan todas sus bases teóricas e investigativas.

Para la elaboración de este producto, se hace necesario tener una base conceptual y teórica que sustente la información que en él se consigna, es por esto que el tratamiento y desglose de temas es una herramienta indispensable para poder estructurar de manera organizada el proyecto que soporta la investigación y la elaboración del Manual para el conocimiento y Prevención de la Piratería Terrestre.

Una de las mejores formas para exponer una información teórica es la que plantea ir de lo general a lo particular o en otras palabras de lo macro a lo micro; es por esto que se hace importante tratar inicialmente desde el campo periodístico, para pasar luego específicamente a los medios escritos definiendo sus formatos para elaboración de productos; y finalmente explicar la comunicación y la labor del

¹⁰ CANTARERO, Mario Alfredo. Periodismo, de la prensa a la imprecisión cultural, Revista Web Razón y Palabra, edición 24 Dic. 2201 – Ene. 2002

comunicador desde la educación explicando como se pueden promover espacios pedagógicos desde los medios de comunicación.

3.1 COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

*"Desde el comienzo de los tiempos, el hombre no sólo ha sentido la necesidad de comunicarse con los de su especie, sino también de hacerlo de la forma mas atractiva posible. El primer periódico del mundo nació en la Prehistoria, y hasta las ediciones **online** hay mucho papel en medio".¹¹*

El periodismo es el oficio o la profesión que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor. Si se define como oficio o profesión es porque puede ser cualquiera de las dos, ya que, anteriormente, para ser periodista no era necesario estudiar una carrera universitaria, y aunque en la actualidad esto sucede en muchos casos, hoy en día en muchas universidades existe la carrera de comunicación social, en donde, además de estudiarse las bases del periodismo, se enseña todo lo concerniente a los medios de comunicación.

No obstante, es importante tener en cuenta que para hacer un excelente periodismo no basta con estudiar comunicación social, pues se necesita práctica, mucho trabajo y, sobre todo, mucha pasión y amor por lo que se está haciendo, pues si bien es cierto que conseguir una noticia puede ser relativamente sencillo, la dificultad que implica el oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla, cuándo, en dónde y a quién.

El periodismo es, entonces, una especie de espejo donde se puede intentar entender lo que le pasa al ser humano en cualquier parte del mundo; es una manera de saber qué ocurre en lugares lejanos que no es posible visitar, en las

¹¹ Cita Web. P y P <http://www.terra.es/personal/rekello/home.htm>, Fecha de Consulta Septiembre 24 de 2005.

ciudades que ni siquiera sabemos que existen; es, en últimas, la forma más práctica de conocer el mundo y lo que sucede con él.¹²

El periodismo es una disciplina muy reciente. Apenas lleva un par de siglos y todavía no está claro cómo está configurado, cómo ha de ser. Actualmente vivimos un momento de inflexión, de cambio, en todos los aspectos. Hay que tener en cuenta muchos factores que influyen en este cambio en la forma de ver y practicar el periodismo, que fundamentalmente vienen de la mano de la introducción de las nuevas tecnologías en el proceso de producción, distribución y recepción de la información.

3.1.1 CLASES DE PERIODISMO

Aunque el objetivo del periodismo, como anteriormente se mencionó, es el de relatar lo que ocurre en la sociedad, hay varias formas de hacerlo; es decir, existen diversas clases de periodismo dependiendo del tema que se toque y de la manera como se exprese. Las dos grandes clases de periodismo existentes son la del periodismo informativo y la del periodismo investigativo.

3.1.1.1 PERIODISMO INFORMATIVO

La primera, como su nombre lo indica, consiste básicamente en informar hechos actuales que tienen importancia para un determinado grupo de personas o para el público en general. Su interés primordial es localizar sucesos presentes sobre un personaje o sobre un acontecimiento. La tarea más importante que ha de cumplir esta clase de periodismo es lograr que lo que se narre sea actual, a la vez que genera cierto impacto en el público, pues de lo contrario el carácter noticioso del periodismo informativo se perdería.

¹² ORTEGA, Felix y HUMANES, María Luisa, "**Algo más que periodistas**". *Sociología de una profesión*, Ariel, Barcelona, 2000.

3.1.1.2 PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

Por su parte, el periodismo investigativo, aunque también busca dar a conocer algo específico, tiene como principal característica que no sólo tiene en cuenta al presente sino que también se remite al pasado, a las causas que generaron un hecho en particular. Su punto de partida es la investigación, la búsqueda de datos, de consecuencias, de pistas, de personajes, de testimonios. Esta clase de periodismo no necesita como materia prima una noticia, pues aunque a partir de ésta pueda igualmente desarrollarse, el periodismo investigativo puede, por sí solo, generar una noticia. Para ser más claros, puede crearse noticia a partir de una investigación sobre un tema que en determinado momento no tiene importancia en la sociedad, ya sea porque dicho tema resulta ser relevante para una situación que se vive en la actualidad a pesar de que ello no se sabía, o porque se había olvidado y el periodista, mediante su investigación, le da la importancia que se merece y logra que la comunidad en la que acontece dicho tema tome conciencia acerca de él.

Basado en éste punto del periodismo investigativo y teniendo claro el objetivo que debe cumplir el estudiante de comunicación social de la Universidad Santo Tomás: *“El estudiante estará en capacidad de implementar el proyecto comunicativo diseñado durante el semestre anterior y de evaluar los resultados obtenidos con los diferentes productos comunicativos contenidos en el mismo”*¹³, se plantea la posibilidad de presentar un producto útil a una parte de la sociedad y así contribuir tanto para su aprendizaje como para el de los demás (entiéndase como destinatarios del producto – transportadores de carga).

En cuanto al tema sobre el cual hable, el periodismo puede ser cultural, deportivo, político, social, económico y de entretenimiento, entre otros. Hay tantas clases de periodismo como temas en la sociedad; un ejemplo son las secciones en un

¹³ Universidad Santo Tomas. Estatuto de Practicas Profesionales. Facultad de Comunicación Social para la Paz. Pág. 7

periódico, donde, además de haber periodismo informativo, hay periodismo investigativo sobre toda clase de temas, cada uno con un tratamiento, un fin y un público especial, pero todos con la intención de reflejar a la sociedad existente en el momento. Es importante resaltar que el tema de estudio para este caso es social, pues se plantea desde una problemática que afecta a los transportadores de carga al ser víctimas de hurtos y vandalismo en las carreteras por parte de los denominados Piratas Terrestres.

3.1.2 LA COMUNICACIÓN

Tiene su raíz en la palabra latina *communis*, que significa *común*, que a su vez quiere decir "poner a la luz de todos". Su definición formal es: *proceso de emisión y recepción de mensajes*¹⁴.

La comunicación es una condición inherente al hombre y por consiguiente hace parte de sus necesidades básicas para sobrevivir (y de ello debemos hablar antes de comenzar con los modelos de la comunicación), es por esto que analizar los procesos de comunicación toma un papel tan trascendental para la elaboración de un proyecto dirigido específicamente para tal fin, el de comunicar a cierta parte de la sociedad el resultado de un estudio que les colaborará para su bienestar y seguridad.

Desde que conocemos acerca de la aparición de nuestra especie en la Tierra. El proceso de comunicación antropológicamente hablando se da en 3 etapas:

- La primera fue tal vez la *era de los signos y señales* con antepasados que ni siquiera caminaban erguidos (los prehomínidos o vida protohumana).
- La segunda fue la *era del habla y el lenguaje* con el hombre de Cromagnon, que ya tenía una comunicación muy cercana a la actual.

¹⁴ Diccionario Esencial de la Real Academia Española. Editorial ESPASA. Madrid, España. 2001

- Por último la era de *los medios de comunicación de masas* donde no sólo se transmite lenguaje a grandes cantidades de individuos, sino que se personaliza el lenguaje y se provoca un proceso de individualización de masas.

La comunicación, es una forma de expresarnos y dar a conocer las ideas ante los demás, y además es un instrumento básico para la sobre vivencia, por que por medio de la comunicación podemos obtener alimentos entre otros bienes que son de vital importancia, el hombre tiene la necesidad de comunicarse para sobrevivir, ya sea comunicándose de forma oral o escrita

Para comunicarse se debe saber el mismo código del receptor para que sea entendido, y bien por eso se dice que la comunicación es aprendida, y desde que el hombre nace aprende a comunicarse de una manera u otra, los bebes se comunican o expresan lo que sienten o lo que quieren mediante gestos y gemidos y conforme van pasando los años aprende mas formas de comunicarse, aprendiendo el código que se les es enseñado en su hogar y fuera de él por medio de la comunicación escrita.

3.1.2.1 MODELOS DE COMUNICACIÓN

Para poder hacer una comparación entre los diversos modelos de comunicación es importante hacer una explicación previa de lo que significa hacer un modelo.

Un modelo es “una representación o idealización previa”¹⁵ a la realización de una teoría o construcción a grandes escalas; son construcciones realizadas por el investigador. Es decir, es una construcción teórico – hipotética de la realidad. Por lo tanto los modelos son postulados de interpretación del mundo.

¹⁵ ALSINA, Miquel Rodrigo. **Los modelos de la comunicación**. Pp. 18

Un modelo pretende representar la realidad descrita. Pero describe esta realidad simplificándola y dando una imagen sintética sin tomar en cuenta todas las variables, sólo toman en cuenta las variables más importantes.

A su vez la estructura de los modelos debe contener ciertos elementos para que sean funcionales en la investigación de problemáticas previamente planteadas, tales como:

- Un grupo de conceptos, definidos nominalmente, que corresponden a partes de un tipo específico de fenómenos empíricos, originados en la experiencia, pero reducidos hasta que sean relativamente inequívocos y precisos. Con respecto a las Teorías de la Comunicación los conceptos básicos que tienen como mínimo en común todos los modelos son: emisor, mensaje y receptor. O como diría Aristóteles en la *Retórica*, los tres componentes de la comunicación son: el orador, el discurso y el auditorio.
- Un principio racional que explique los fenómenos incluidos en el modelo y conduzca las definiciones nominales de sus conceptos. Los elementos significativos y relevantes del fenómeno comunicativo varían de una teoría a otra.
- Una estructura de relaciones entre los conceptos del modelo, es decir su mecanismo que parte de una concepción dinámica del hecho comunicativo.

A su vez los modelos sirven como punto de partida de los programas de investigación, porque dan los conceptos fundamentales que servirán para explicar un objeto de estudio.

A lo largo de la historia del periodismo y de las teorías de la comunicación han sido muchos los modelos referentes al proceso de comunicación. Un modelo pretende mostrar los elementos de una estructura y su proceso y establecer las

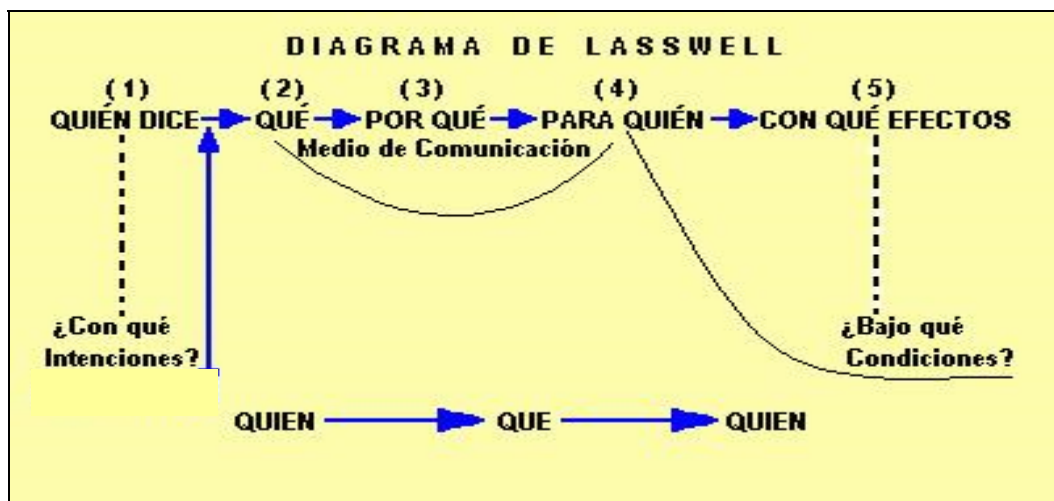
relaciones que existen entre estos elementos. Los elementos básicos son los 'actores' que son el emisor y el receptor. Dentro de todo modelo nos fijamos no sólo en quienes son esos 'protagonistas', sino en las relaciones que se establecen entre ellos. Schramm plantea que las relaciones vienen condicionadas por el medio, el propósito comunicativo y por la intención comunicativa, y son tres:

Codificación: es la traducción del mensaje de la comunicación a un 'idioma' o código adecuado para el medio por el que se transmite y de los que lo reciban.

Decodificación: es el proceso inverso al proceso de codificación, de retraducción del mensaje de la comunicación con el fin de extraer su significado.

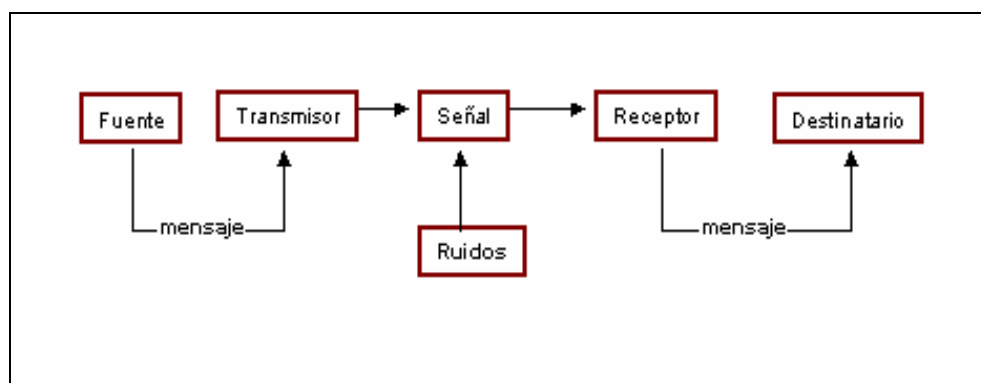
Retroalimentación o feedback: es el proceso por el que el emisor obtiene información acerca de sí mismo y de cómo ha recibido el receptor el mensaje. Es un proceso circular e interpersonal (permite el intercambio de papeles entre el emisor y el receptor).

3.1.2.1.1 MODELO DE LASSWELL



En su diagrama Lasswell hace un perfil de las relaciones y mediaciones que se dan en la comunicación colectiva: No sólo los sujetos que se comunican son considerados, también, sus intenciones, así como lo que comunican, las razones, motivos o justificaciones, que determinan el medio de comunicación, junto con las condiciones de recepción. Braddock completó este modelo añadiéndole el contexto en el que se envía el mensaje y el propósito con el que el comunicador dice algo¹⁶. Este modelo sin embargo no utiliza el elemento del feedback, es decir que no permitan establecer el grado de retroalimentación del receptor acorde a la información que recibe.

3.1.2.1.2 MODELO DE SHANNON Y WEAVER



Shannon y Weaver emplean varios elementos en su modelo, pero tampoco emplean el feedback: una fuente produce un mensaje que se vehicula a través de un transmisor que lo convierte en una señal. La señal se filtra a través de un proceso de ruido que la purifica, amplifica o reduce hasta que llega a un receptor.

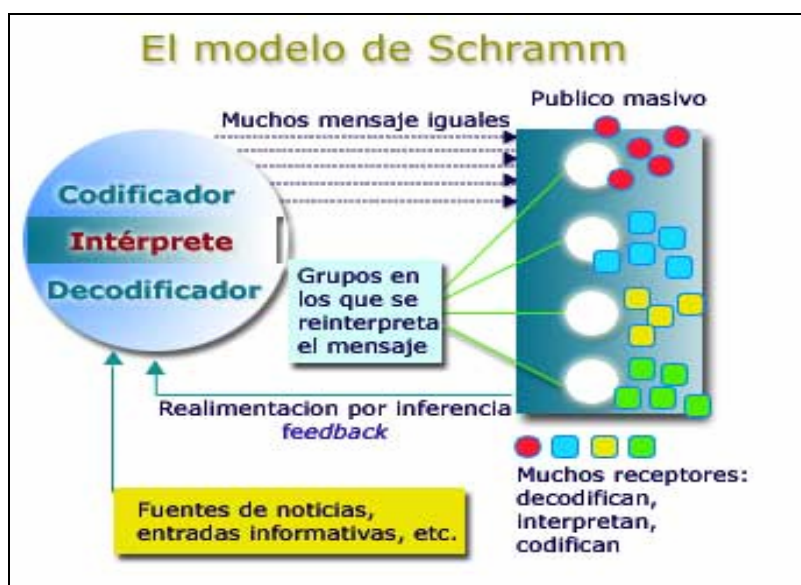
¹⁶ MCQUAIL, D. y WINDAHL, S.: **Modelos para el estudio de la comunicación colectiva**, Navarra: EUNSA, 1997, pág. 41

Éste interpreta la señal y la reconvierte en un mensaje para que llegue a su destino, produciendo un efecto en su destinatario¹⁷

"Shannon y Weaver no estaban interesados en los aspectos psicológicos de la comunicación. Así, cuestiones del orden: ¡Qué papel tienen las actitudes del receptor en la comunicación! no son directamente derivable de su modelo. Tampoco estaban interesados en los aspectos dinámicos de la comunicación humana, considerada separadamente de otros posibles sistemas de comunicación".¹⁸

Este modelo fue llamado el "Modelo de las telecomunicaciones" campo en el que sí cumplía fielmente con su labor, pero para el campo del periodismo es poco funcional pues representa un "peligro" al momento de no brindar fidelidad en la recepción del mensaje.

3.1.2.1.3 MODELO DE SCHRAMM



¹⁷ Ibid., pág. 43

¹⁸ BETTINGHAUS. E. **Communication Models**. In National Project Agricultural communication. Michigan State University, 1960. Cita web. Fecha de consulta Octubre de 2005.

Es el primer modelo circular, es decir que se completa el ciclo de la comunicación con la retroalimentación.

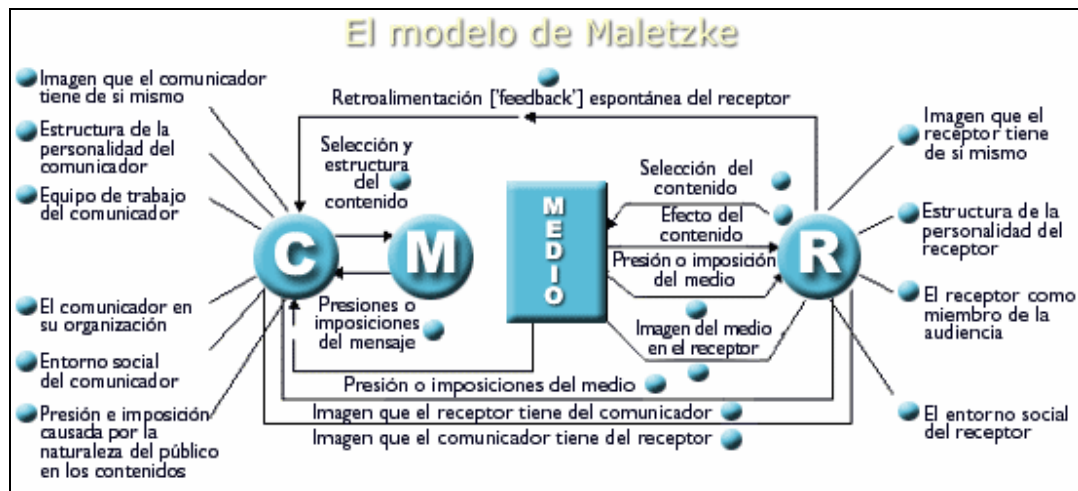
Schramm considera que en la comunicación colectiva se envían, a través de los medios, múltiples mensajes idénticos, los cuales se reciben por un público constituido por receptores inmersos en grupos sociales, desde cuyos parámetros se hace la interpretación de los mensajes y dentro de los cuales funcionan los líderes de opinión, que tienen enorme influencia en los receptores. Este modelo considera la existencia de una determinante cultural en los efectos de la comunicación

Se centra fundamentalmente en los procesos internos dados en los actores de la comunicación, en el ámbito del emisor y el receptor. En él el emisor decodifica la realidad, interpreta el mensaje, lo codifica y lo transmite al receptor. Éste lo decodifica, interpreta y genera el código de un nuevo mensaje¹⁹.

3.1.2.1.4 MODELO DE MALETZKE

Por otro lado, Gerhard Maletzke, describe un modelo que se basa en una idea de comunicación social definida por una serie de características determinantes. La comunicación de masas es pública, emplea medios técnicos, tiene un carácter indirecto (que utiliza intermediarios) y unilateral (el comunicador comunica y el receptor recibe) y se proyecta sobre un público disperso. Los elementos del modelo son, como se observa en el gráfico, el comunicador, el mensaje, el medio y el receptor.

¹⁹ Ibid., pág. 46



Modelo de Maletzke (1963), definido por las interacciones entre el comunicador, el mensaje, el medio y el receptor.²⁰

Maletzke presenta al receptor en su dimensión individual, sujeto de una personalidad, formación, experiencia e intereses que le sitúan con singularidad ante el hecho de la percepción o recepción del mensaje. Esa dimensión individual no es la única considerada, ya que el receptor forma parte de estructuras sociales compartidas y de segmentos de audiencia mediática. También influye la imagen que el receptor tiene del comunicador, la credibilidad que le confiere. El comunicador, que aparece con un relativo nivel de autonomía en el modelo, no sólo toma en consideración las características del medio, su especificidad, a la hora de seleccionar y valorar la información, sino el interés y la naturaleza de sus audiencias²¹.

3.1.2.1.5 APLICACIÓN MODELO DE MALETZKE

Aunque los cuatro modelos anteriores plantean los elementos básicos del proceso de comunicación, tras un análisis se ha podido establecer que cada uno es la

²⁰ MALETZKE, Gerard: "*Psychologie der Massenkommunikation* "Psicología de la comunicación social, Quito: CIESPAL, 1976

²¹ MALETZKE, Gerard: "*Psychologie der Massenkommunikation* "Psicología de la comunicación social, Quito: CIESPAL, 1976

ampliación del anterior, es decir que se parte del proceso básico planteado por Lasswell respondiendo de manera básica el qué, cómo, cuándo, por qué y para qué; luego se incorpora el factor ruido que puede amplificar, purificar o reducir el mensaje original al momento de llegar al destinatario, sin embargo éste proceso se aplica más en el campo de las telecomunicaciones que en el de la comunicación de mensajes periódicos; luego se pasa a un modelo que empieza a hablar de la retroalimentación como elemento indispensable para analizar las audiencias, pues se puede identificar de manera fácil los sentimientos del *focus grupo* y de esta manera saber como fue recibido el mensaje dependiendo de las emociones o el momento en que éste es transmitido.

Finalmente el modelo de Maletzke, que para este caso de estudio del comunicador social va a ser el aplicado, y aunque un poco complejo, es el que logra explorar todo lo que se mueve a través de la comunicación social relacionándolo con los aspectos psicológicos de cada una de las partes, es decir las intenciones del comunicador, lo que brinda el medio para difundir el mensaje y las necesidades del receptor para acoplar la información a su vida, pues no se trata solamente de tener dos partes codificando mensajes, una que emite y una que recibe; es indispensable tener en cuenta toda una serie de sentimientos e impulsos que llevan al emisor a dar un mensaje por un medio específico, y no por otro, para que el receptor analice y entienda la información también desde su posición actual.

Maletzke entiende la Comunicación social como un proceso dinámico, basado en múltiples relaciones de inter-dependencia entre los diferentes factores que concurren en dicho proceso como un mensaje que crea una vivencia / efecto en el receptor.

Relaciones que se producen en el proceso.

- ⇒ Comunicador y mensaje
- ⇒ Comunicador y el medio

- ⇒ Comunicador y el receptor
- ⇒ Mensaje y el medio
- ⇒ Receptor y el mensaje
- ⇒ Receptor y el medio

Interrelaciones entre los diferentes elementos.

- 1) Comunicador y mensaje: Hay dos aspectos importantes, la creación del mensaje y la coacción del mensaje sobre el comunicador. Dentro de la creación del mensaje tenemos que tener en cuenta las intenciones del consumidor y la selección de los temas, en este caso el estudio sobre la Piratería Terrestre resulta un tema interesante tanto para los actores afectados (transportadores) como para los gremios y autoridades. Las intenciones pueden ser conscientes e inconscientes. Maletzke clasifica distintos tipos de intención del comunicador. Por ejemplo, puede haber intenciones subjetivas u objetivas, es decir, hay intenciones relacionadas con la realidad objetiva o subjetiva del destinatario del mensaje, se “juega” de alguna manera con la realidad objetiva y subjetiva. Un segundo nivel en intenciones serían las intenciones manifiestas. Hay un 3er nivel en las intenciones del comunicador en el que nos encontramos una intencionalidad dispersa; audiencia heterogénea u orientada; audiencia homogénea.. En cuanto a selección de los temas nos encontramos con un proceso básico en producción periodística donde influyen las características propias del comunicador y del medio, de ambiente profesional y la imagen del público o audiencia. .

En el caso del trabajo adelantado por el comunicador se va a tomar el segundo nivel, es decir las intenciones manifiestas, el comunicador tras el estudio de las problemáticas que le han sido posible descubrir en su proceso de prácticas profesionales, se da cuenta que la Piratería Terrestre

aunque es un flagelo detectado por transportadores, gremios y autoridades, no se ha compilado en un documento el cómo es posible prevenirlo.

- 2) Comunicador y el medio: Hay que tener en cuenta que cada medio de comunicación tiene unas peculiaridades y condicionantes técnicos y esos dos factores son los que establecen límites en el proceso de comunicación. No es lo mismo trabajar para el medio televisivo, radial o escrito, y ahora con el surgimiento de los medios alternativos y los multimedia, se hace necesario establecer un margen mediático.

Se decidió trabajar en un medio alternativo escrito, Manual, por la facilidad de su entendimiento por medio de íconos y gráficas que le permiten al público objetivo una fácil lectura. Además por su alto carácter descriptivo.

- 3) Comunicador y receptor: Las relaciones entre ambos son muy amplias y complejas. Maletzke las clasifica:
 - Funciones representativas del consumidor en la comunicación social. Emisor y receptor no se intercambian, sus roles están prefijados y no hay posibilidad de intercambio. Maletzke ve en el comunicador a una especie de líder, de orientador.
 - La imagen del receptor que tiene el comunicador. El comunicador tiene una imagen del destinatario que le condiciona inevitablemente. Por ejemplo la imagen que se tiene de los transportadores es de personas con un nivel educativo posiblemente bajo que no se interesan por medios saturados en texto, disfrutan más el lenguaje visual y les es más fácil el entendimiento por medio de cartillas o manuales que les indiquen unas condiciones o sugerencias básicas para su autoprotección.
 - Contactos del receptor con el comunicador. Se parte del proceso de comunicación unilateral, donde el comunicador solo le da la información al

receptor, sin embargo por medio del proceso de feedback (retroalimentación) se hace inevitable la relación entre estos dos actores, el comunicador aporta la información, el receptor aporta la comprensión y apropiación de la misma.

- La imagen que el receptor tiene del comunicador. Tal y como se planteó anteriormente, el proceso se puede dar a la inversa y tener en cuenta lo que el destinatario del mensaje piensa del emisor (comunicador), por ejemplo se puede dar que piense en él como una persona estudiada con el criterio suficiente para poderle plantear en el manual una serie de recomendaciones que influyen en su bienestar.
 - Idea de comunicador como ídolo o líder. Son ideologías que señala Maletzke que pueden representar los comunicadores para el receptor.
 - Las funciones de prestigio, credibilidad, sugestión, influencia. Cada una de estas características en el comunicador sirven para medir su influencia en el receptor.
- 4) Relaciones entre el mensaje y el medio. El mensaje se concreta a través de un medio. En este punto lo que importa son las características técnicas del canal su posibilidad de llegar a la gente, su influencia, etcétera.
- 5) Receptor y mensaje: 2 problemas, las funciones del mensaje respecto al receptor y los procesos psicológicos que aparecen en esta relación entre mensaje y receptor
- Funciones del mensaje respecto al receptor: Maletzke considera que el receptor es activo respecto a los mensajes. Con estos mensajes, intentamos seleccionar entre los contenidos de los medios aquello que nos produce más satisfacción. Los mensajes han de desempeñar una función para el receptor. Una de las características

de los medios según Maletzke, es la creación de un mundo de ficción (búsqueda de necesidades insatisfechas) El contenido de los medios de comunicación sirve como elemento de las relaciones interpersonales.

- Los procesos psicológicos que surgen en la relación entre mensaje y receptor: Maletzke distingue tres fases;
 1. Fase pre-comunicativa
 2. Fase comunicativa
 3. Fase Post-comunicativa
- En la fase pre-comunicativa seleccionamos los contenidos. Se concibe una pre-representación del mensaje. Nos creamos unas expectativas respecto al mensaje en cuestión, expectativas que pueden triunfar o fracasar.
- En la fase comunicativa, fase propiamente dicha entre emisor→mensaje→receptor, se aprecia la problemática de la recepción (determinada por los marcos de referencia). La percepción tiene mucho que ver con nuestro proceso de aprendizaje. Solemos proyectarnos a través de la percepción a aquellos contenidos prefijados. En esta fase tenemos que plantearnos como recibe el receptor el mensaje. Otro factor importante sería la atención. La atención depende en gran parte de la concentración, cansancio, interés etc. Otro factor sería la comprensión, también el nivel de representación que cada uno de los medios de comunicación condicionan técnicamente los mensajes, lo que hace variar la percepción de la realidad que nos trasmite. Cada medio genera una representación. Otro punto a tener en cuenta serían los procesos emocionales, como afectan los mensajes sobre nuestros procesos emocionales. Ej: No quiero ir a ver una película triste porque estoy deprimida.

- Fase post-comunicativa: En esta fase englobamos desde el punto de vista psicológico los efectos. Procesos psicológicos que se dan a partir de los mensajes:
 - a- Efectos sobre el comportamiento. Es importante estudiar como los mensajes de los medios cambian nuestra conducta.
 - b- Efectos sobre el saber general. Inevitablemente siempre que consumimos mensajes enriquecemos nuestro capital cultural (conocimiento). Maletzke distingue entre el nivel de conocimiento adquirido de los procesos de la educación y el adquirido de forma informal a través de los medios de comunicación.
 - c- Efecto sobre las opiniones y actitudes.
 - d- Efecto sobre las emociones, a largo plazo puede haber cambios emocionales tras haber visto un determinado mensaje de los medios (película)
 - e- Efectos sobre la personalidad de manera inconsciente.

6) Relación entre el receptor y el medio. A tener en cuenta la influencia del medio sobre el receptor y la imagen que tiene el receptor del medio.

CONDICIONAMIENTOS DEL MEDIO.

- Cada medio de comunicación genera nuevas concepciones de percepción. “Grado de libertad en nuestra conducta como consumidores
- Grado de libertad respecto al tiempo de consumo. Hay medios que nos dan mas libertad respecto al tiempo (periódico) y otros menos (TV), aunque ahora existan nuevos avances que ponen en duda esto, como la grabación.
- La situación espacial. El lugar donde comunicamos los mensajes de los medios.

- La situación social. Ej: La TV mantiene un vínculo mas colectivo mientras que el periódico es mas individual..

Por último, Maletzke destaca en el proceso de la comunicación y sus efectos sobre el receptor el papel del medio en sí, su naturaleza específica, el valor comunicativo de sus extensiones tecnológicas. Hay tres pares de elementos en la comunicación: comunicación directa/indirecta, comunicación recíproca/unilateral y comunicación pública/privada²².

a. Comunicación directa / indirecta:

Directa: es la que se establece cara a cara (el emisor y el receptor están presentes en el proceso de comunicación).

Indirecta: es la que utiliza intermediarios, mediadores que superan la distancia espacio-temporal.

b. Comunicación recíproca / unilateral.

Recíproca: es aquella en la que se posibilita el intercambio de funciones entre el emisor y el receptor (pueden cambiarse los roles).

Unilateral: es la que no permite el intercambio de roles (el emisor sólo emite y el receptor sólo recibe).

c. Comunicación pública / privada:

Pública: no presenta limitaciones en cuanto al número de receptores (se dirige a un número indeterminado e indiscriminado de personas).

²² Ibidem

Privada: es aquella que está limitada a una audiencia concreta y no aspira a una mayor (audiencia delimitada por el emisor).

Según esta tipología, para Maletzke, la comunicación en los medios de comunicación tradicionales, en nuestro caso periódicos, es indirecta (pues se necesitan multitud de intermediarios para que el periódico pueda llegar al lector), unilateral (no permite el intercambio de roles, ya que el periodista siempre es el emisor y el lector siempre es el receptor) y pública (el periódico es el mismo para todos los lectores, sean el número que sean).

Igualmente en el caso del Manual para el Conocimiento y Prevención de la Piratería terrestre se presenta el mismo esquema indirecto, unilateral y público, pues actúa de igual manera que un periódico o una revista, solo que varía el receptor y su grado de alfabetización, si embargo esto no se convierte en pretexto para variar la estructura.

3.2 PERIODISMO IMPRESO.

Durante varias décadas los periódicos han sufrido la erosión de su público por causa de los medios electrónicos más rápidos y llamativos. Los diarios metropolitanos que una vez fueron el medio masivo de los Estados Unidos urbanos afrontan hoy el deterioro de las ciudades que atienden y la fragmentación de sus mercados a través de medios como los periódicos suburbanos y las empresas de correo directo que pueden entregar mensajes a unos públicos más selectos. El emergente sistema de entrega de información a que bautizó con el nombre de “autopista de la información” ofrece grandes oportunidades pero solamente a riesgo de unas velocidades suicidas.²³

²³ FULLER, Jack. Valores Periodísticos – ideas para la era de la información. Colección Chapultepec. Sociedad Interamericana de Prensa. Chicago. 1996

A través de los años se ha venido formando la idea que los nuevos medios tienden a desaparecer a sus antecesores, por ejemplo tras el nacimiento de la radio, se pensó de manera subjetiva que los diarios (prensa escrita) estaba sentenciada a desaparecer; y pues por décadas de los cincuenta y setenta se temió que la televisión haría desaparecer a lo impreso.

Sin embargo, dos factores incidieron, el primero, lo permanente del mensaje publicitario impreso frente a la fugacidad del mensaje audiovisual. El segundo, la creciente complejidad del mercado. A partir de la década de los setenta, hemos asistido a la aparición de los más insólitos grupos de presión, agremiaciones y asociaciones que requieren un tratamiento publicitario específico.

3.2.3 FORMATO BOLETÍN O CARTILLA

La elaboración de medios alternativos de carácter impreso, sugieren un alto grado de creatividad y análisis de audiencias, pues es bien sabido que a causa de las nuevas tecnología, los medios como la prensa, la radio o la televisión han perdido un poco de terreno, principalmente el primero.

Aunque no existe una definición concreta de estos dos conceptos, si se puede establecer que un manual es un instructivo de uso diario que se compone de una serie de notas guía que sirven para presentar a alguien un tema determinado que es manejado por el emisor y se quiere compartir con el receptor.

Igualmente el boletín es una publicación de carácter seriado que en un espacio reducido muestra notas de interés general y actual, por ejemplo los boletines internos que emite la Policía de Carreteras para dar a conocer sus noticias. (ver anexo de boletín).

Por su parte la cartilla tiene elementos muy parecidos al del manual, a diferencia que presenta un carácter mucho más académico.²⁴

Otras definiciones aproximadas que se pueden dar son²⁵:

- El manual es como una separata, pero la diferencia es que en ella encontramos indicaciones de como desarrollar una actividad psicomotora Ej. , Para reparar un equipo determinado.
- SEPARATA.- Es un resumen de un tema bibliográfico, sobre un asunto determinado.

3.2.4 DISEÑO EN MEDIOS IMPRESOS

Aunque la labor del comunicador no consiste en el diseño gráfico ni la publicidad, sí es indispensable tener las bases o conocimientos básicos en diagramación e impacto dependiendo del público objetivo; es por esto que saber la ubicación de los elementos, los textos, los gráficos y demás hace parte importante en la comprensión y entendimiento fácil y didáctico de los manuales.

El texto y el título, a menudo, son los factores más importantes en la preparación de los anuncios; sin embargo, el diseñador o comunicador desempeña un papel crucial en la presentación.

La esencia de un buen diseño de anuncio es una presentación clara e impecable. La utilización de tipos bien estudiados es extremadamente importante y, si hay que incluir fotografías e ilustraciones, deben ser relevantes y claras, y estar en armonía con el tema o el producto anunciados.

²⁴ Estas definiciones fueron concertadas con la Doctora Aida Bejarano, Editora General de Publicaciones USTA de la Universidad Santo Tomás, en visita realizada el día 1 de noviembre de 2005.

²⁵ Glosario de Comunicación, Términos básicos Ciencias de la Comunicación, Relaciones públicas, Marketing, periodismo y publicidad. www.monografias.com; Autor de la recopilación, Lic. Kart Vladimir Mena Farfán.

La primera tarea es determinar el texto y los elementos visuales que han de incluirse. El texto debe tipografiarse de tal modo que sea fácil determinar el número de pulsaciones y que los tipógrafos puedan operar confortablemente con el texto. El modo más simple de determinar el cuerpo del tipo consiste en encontrar algunos ejemplos existentes y utilizarlos como base para calcular cuantas pulsaciones caben²⁶.

3.3 COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Al comunicarnos establecemos algo en común con alguien, o con grupos de personas en forma interpersonal frente a frente o también a través de las nuevas tecnologías de comunicación e información en forma indirecta. La palabra comunicación proviene del latín *communis*, que significa común. La comunicación es la acción de comunicar que a su vez proviene del latín, *communicare*.

En los últimos años se ha dado mucha importancia a la relación: Educación--Comunicación. Educación, hoy, es construcción de significados que tienen como base la comunicación

Ningún ámbito en la educación puede prescindir de un esfuerzo de Mediación Pedagógica. Jesús Martín Barbero, reconocido en el campo de las comunicaciones y de la educación; de acuerdo con Francisco Gutiérrez Pérez y Daniel Prieto Castillo, quienes han venido trabajando en proyectos de comunicación y educación, coinciden en destacar la importancia de lo comunicacional en lo pedagógico, afirman que: si todo lo que el hombre hace está mediado; si no hay ser humano posible sin mediaciones; reconozcamos entonces como un espacio amplio de reflexión y de trabajo la mediación educativa.

²⁶ SWANN, Alan. "Bases del Diseño Gráfico". Colección Manuales de Diseño. Pag. 117.

Daniel Prieto Castillo (1995), nos comenta sobre su trabajo con Francisco Gutiérrez y su propuesta por recuperar para la práctica educativa al interlocutor, a los seres que participan en ella. Según los investigadores, lo pedagógico en la educación nace en el sentido de la preocupación por el otro, por el aprendiz que aparece en tantas propuestas a lo largo de la historia, pero en especial en nuestro tiempo y proponen el concepto de Mediación Pedagógica así:

"Llamamos Pedagógica a toda mediación capaz de promover y acompañar el aprendizaje de nuestros interlocutores, es decir, de promover en los educandos la tarea de construirse y de apropiarse del mundo y de sí mismos".

Cuando el asunto es la dimensión educativa de los medios de comunicación en masa, la inmensa mayoría de los textos académicos que se refieren a ese asunto se restringe apenas a la televisión.

Teóricamente, si se cree que alguno de los medios de comunicación pueda desempeñar una acción positiva o negativa en el proceso educativo, no hay razón para dejar de creer que los otros medios puedan hacerlo también.

Mientras tanto, la única explicación sobre este hecho es que la misma se ha transformado en el centro de las polémicas por causa de su alcance, de su dimensión y en el carácter de su audiencia. Así, podemos decir que la televisión tiene un alcance nacional, y que es accesible a todas las clases sociales, al paso que pocas son las radios o periódicos que consiguen llegar a esta magnitud, limitándose al ámbito regional.

4. PROBLEMA COMUNICATIVO:

Según la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Colombia es uno de los países más peligrosos en el mundo para ejercer el periodismo. En los últimos 10 años han sido asesinados más de 114 comunicadores²⁷.

Sin embargo, cada vez y con mayor fuerza el periodismo está llamado a ser consciente de que es una pieza clave en la construcción de paz, democracia y país. es muy diferente informar sobre la guerra, que tomar una posición irresponsable y sin profesionalismo, sobre la guerra. En medio de un conflicto el mejor camino hacia la paz no es silenciar la prensa, por el contrario, ésta debe informar y construir criterio de opinión y decisión en la sociedad.

En el marco de la facultad de Comunicación Social para la Paz de la Universidad Santo Tomás se deben tener en cuenta los elementos para la construcción de escenarios que fortalezcan las relaciones entre los ciudadanos, teniendo claro que la paz no se define como la ausencia de la guerra, sino como la aceptación del otro como diferente; y la labor del periodista es informar y ser el puente de comunicación entre las diversas partes que actúan en los acontecimientos.

El conflicto armado que se vive en Colombia y que lleva más de 80 años hace que la labor periodística se haga de una manera mas neutral e imparcial, desafortunadamente, se tiene que manejar un perfil mucho más diferente a comparación de otros países, sin embargo esto representa mucha más

²⁷ <http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=16>; fecha de consulta, Agosto 30 de 2005. MPP - Medios Para la Paz (Herramientas profesionales de periodistas, para periodistas, por el cubrimiento responsable del conflicto armado y los esfuerzos de paz en Colombia).

responsabilidad y objetividad, siempre teniendo como guía la normatividad vigente que se establece en un sistema de leyes claras como la Constitución Política.

El sistema político nacional y las situaciones violentas que afrontan los ciudadanos hacen que los cuerpos de seguridad creen especialidades que puedan brindar una cobertura nacional en cualquier situación que esté por fuera de la ley; es por esto que hace cincuenta años la Policía Nacional de Colombia decidió crear un grupo que se especializara en el cuidado de la Red Vial Nacional, teniendo en cuenta que es por allí por donde se moviliza gran parte de la economía y el turismo nacional.

Como la gran mayoría de instituciones, la Policía de Carreteras necesita un centro de recepción y divulgación de información del acontecer diario sobre las vías, para esto nace la Oficina de Prensa, la cual con ayuda de otras instituciones como el Instituto Nacional de Vías -INVIAS, el Fondo de Prevención Vial, Las agremiaciones de transportadores de pasajeros y de carga, se encargan de presentar proyectos para la prevención de robos, piratería, y demás acciones delictivas, así como la creación de campañas en pro de la disminución de la accidentalidad.

Una de las campañas más representativas, y que hace parte del Programa de Seguridad Democrática del gobierno Uribe, han sido las Caravanas “Vive Colombia, Carga por Ella” que está dirigida directamente a los transportadores de mercancía que se desplazan por las carreteras.

Sin embargo, la falta de credibilidad que se manifiesta en ocasiones hacía las instituciones de seguridad, hacen que la ciudadanía desconozca muchas veces las maneras de afrontar situaciones que van en contra de su integridad física o moral, es decir hurtos, atracos, intimidaciones, etcétera; hechos que se presentan a diario en Colombia. Por ejemplo la Piratería Terrestre se muestra actualmente

como uno de los flagelos que más preocupa a los conductores de camión o en general transportadores de carga, así como a las empresas y gremios que los reúnen.

Las autoridades, en cabeza de la Especialidad de Carreteras de la Policía Nacional, han diseñado estrategias para evitar esta serie de hechos delictivos, sin embargo, la falta de conocimiento y autoprotección presente en los directos afectados (transportadores) hace que se vuelvan vulnerables para los “piratas de las vías”.

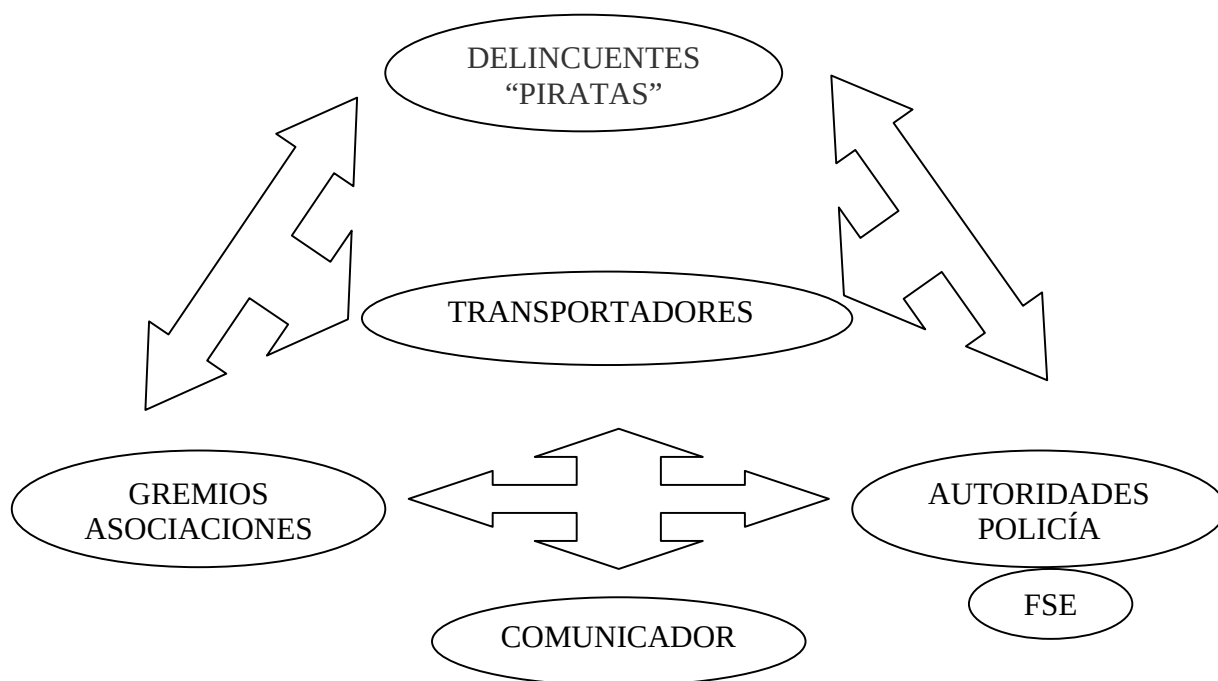
Es precisamente de esa vulnerabilidad, de donde se desprende la propuesta del estudiante, de crear un **“Manual Para el Conocimiento y Prevención de la Piratería Terrestre”**, propuesta que se enmarca en un método de comunicación integral que comprenda todo el potencial que ofrece el individuo, la academia y la experiencia en un medio como la Policía. *“Uno de los desafíos del periodismo es escoger bien los temas de las historias. No cualquier idea es periodística. Hay algunas que son de corte académico y sirven más para una tesis doctoral que para un artículo de prensa (...) para que una idea funcione periodísticamente requiere tener un alcance justo, no ser demasiado ambiciosa ni demasiado superflua”.*²⁸

4.1 POBLACIÓN OBJETO

Se plantea igualmente tener presentes todos los actores que intervienen en la problemática de la Piratería Terrestre, es decir, transportadores, autoridades, gremios (Asociaciones de carga) y por supuesto los delincuentes (“Piratas”).

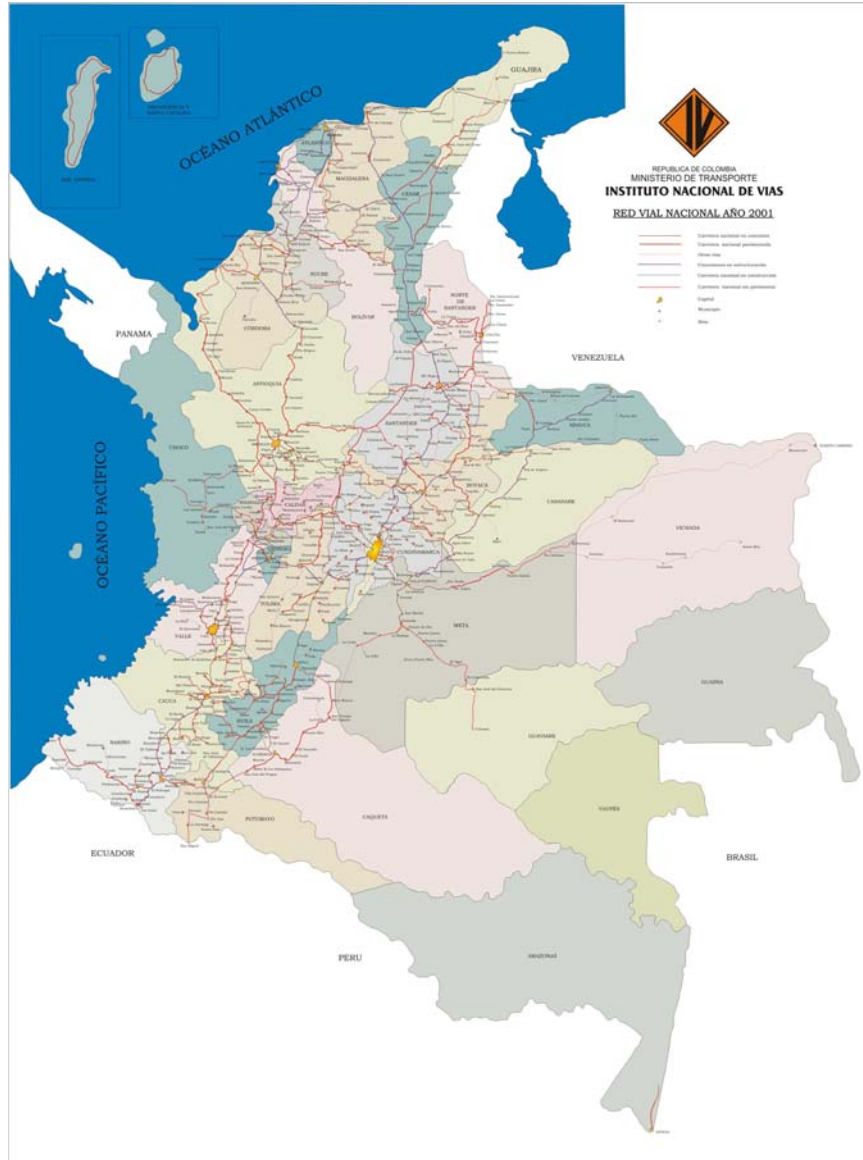
²⁸ CÓMO HACER PERIODISMO. Semana. RONDEROS. Maria Teresa, LEÓN. Juanita, SAENZ. Mauricio, GRILLO. Andrés, GARCÍA. Claudia. Capítulo 1. Cómo encontrar las ideas. Editorial Aguilar. Pág. 13. Bogotá. 2002.

SUJETOS INVOLUCRADOS EN PROCESO



Otro de los actores que hay que tener en cuenta son los Frentes de Seguridad Empresarial (FSE), que son un sistema de comunicación ínter empresarial para la prevención del hurto en la modalidad de Piratería Terrestre; funciona como una organización de apoyo a la Policía Nacional para el beneficio de transportadores, empresas y la economía del país que se desplaza en las carreteras.

El comunicador como persona que elabora el proyecto entra a hacer parte de los actores, pues es el que mediante el producto muestra a las autoridades, gremios transportadores y sobre todo a los transportadores qué es y como prevenir el flagelo de la "Piratería Terrestre".



Sin embargo, si es posible quizá saber departamentos o ubicaciones tales como el trayecto entre límites de Tolima y Quindío (Alto de la Línea) o el Magdalena Medio, en inmediaciones de los municipios de La Lizama o San Alberto.

Para esto, la Policía de Carreteras presenta en sus boletines diarios de operatividad los casos que se presentan, estableciendo departamento, sitio exacto en kilómetros, fecha y hora, y descripción del hecho; por ejemplo²⁹:

III. OPERATIVIDAD

DEPARTAMENTO MAGDALENA MEDIO

DESMANTELADA BANDA

PUERTO PARRA - SANTANDER. Sitio Panamericana Jueves 7 de Julio 02:00 horas, fueron capturado: Eduardo Córdoba Mur, Alejandro Duran Olaya, Lu: Stella Zea Gañan y Patricia Helena Valencia Jiménez Anteriores se movilizaban en camión de placas SNG 929, el cual fue robado momentos antes, de igual forma fueron recuperadas 30 impresoras valuadas en 150.000.000. Caso dejado a disposición Fiscalía Seccional de Barrancabermeja. Informo caso, MY Zambrano Rojas Cetro.

²⁹ Centro de Información Estratégico Vial de la Policía de Carreteras –CIEV- Boletín Número 189. Julio 8 de 2005.

5. OBJETIVOS:

GENERAL.

- Redactar un manual preventivo-pedagógico que compile las normas básicas de autoprotección para los transportadores del país, con la intención de re-educar a los sujetos participantes que se ven afectados por el flagelo de la Piratería Terrestre.

ESPECÍFICOS.

- Hacer una guía de apoyo par todos los transportadores y gerentes de agremiaciones de carga, así como colaborarle a las autoridades encargadas para prevenir acciones delincuenciales, violatorias a la normatividad de tránsito y transporte, y respeto por todos aquellos que son usuarios de la Red Vial Nacional.
- Realizar un producto didáctico y de fácil entendimiento para ser comprendido por todos los habitantes que se desplazan por las carreteras nacionales.
- Presentar testimonios que evidencien y sustenten las normas básicas de uso de las vías, teniendo en cuenta a transportadores, pasajeros, conductores, ciclistas, motociclistas y demás.

6. MARCO METODOLÓGICO.

Para la concreción de este trabajo el estudiante de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, se apoyó en seis pilares que le ayudaron a abordar el tema en cuestión.

Estos puntos son:

- El material bibliográfico: El material para la temática abordada es prácticamente inexistente. Para temas en general se recurrió a fuentes de texto como libros, revistas y publicaciones internas de la Policía de Carreteras, así como una extensa consulta Web que aportó valiosos elementos para la investigación y la documentación.
- Registros orales: En este caso se hará la consideración de este grupo bajo dos aspectos: En primer lugar las fuentes “oficiales” tales como agremiaciones de transportadores de carga, autoridades como Policía de Carreteras en cabeza de su comandante, Coronel Orlando Páez Barón, los Frentes de Seguridad Empresarial, que son un sistema de comunicación inter empresarial y funciona como una unidad de apoyo a la Policía Nacional para el beneficio de transportadores y demás actores que desde un escritorio suministran información valiosa. Por otra parte están las fuentes “no oficiales” que en gran parte fueron los mismos transportadores que se han visto afectados por esta modalidad delictiva. Para la definición de los conceptos de boletín y cartilla se recurrió a la editora general de Publicaciones USTA, Doctora Aida Bejarano.
- Publicaciones relacionadas al tema: Se tomó como base publicaciones en formato manual hechos con anterioridad tales como El Manual Para

el Transporte de Carga realizado por el Fondo de Prevención Vial o el Manual de Autoprotección para Periodistas en el Conflicto Colombiano, elaborado por la Fundación para la Libertad de Prensa – FLIP. Así como otros productos escritos que sirvieron como base y guía para la elaboración del producto.

6.1 METODOLOGÍA DE TRABAJO.

La elaboración del presente trabajo de grado se dividió en dos grandes partes:

Elaboración del trabajo escrito. Este se basó en una serie de pautas fijadas en el Estatuto de Practicas Profesionales de la Facultad de Comunicación Social para la Paz de la universidad Santo Tomás, donde se establecía un orden básico que contenía cada uno de los capítulos que hacen parte de la investigación; obviamente también se necesitó hacer un estudio de las falencias que se presentaban al interior de la institución donde el estudiante lleva a cabo sus prácticas profesionales, para así establecer el tema que mejor se acomodara según las necesidades o gustos del estudiante.

Elaboración de producto comunicativo. Una vez escogido el tema y realizada la investigación pertinente, se dio inicio a la elaboración de un producto comunicativo que uniera la teoría con la practica.

Se estableció un cronograma de actividades que sirvió como hoja guía para la organización de fechas y actividades a realizar en cada una de las semanas. Se plantea cierto grado de flexibilidad en esta parte debido a que hubo algunas actividades que no fueron cumplidas en la fecha estipulada, sin decir esto que no se realizaron.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

INDICADOR ACTIVIDAD	ACEPTACIÓN POR PARTE DEL TUTOR.	PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS Y ESCOGER UNA DE ELLAS	ENTREGA CAPÍTULO VI	APROBACIÓN	RECIBIR Y DAR APORTES PARA UNIFICAR CRITERIOS	LECTURA DE LIBROS E INTERNET.	APROBACIÓN	CAPÍTULO MARCO TEÓRICO	CAPÍTULO MARCO TEÓRICO	MACHOTE, DISEÑO	ENTREVISTAS	ENTREVISTAS	MACHOTE, DISEÑO	ENTREVISTAS	
ANÁLISIS DEL PROYECTO QUE SE VENÍA MANEJANDO EL SEMESTRE PASADO.	AGO 1														
DEFINICION DEL TEMA NUEVO PARA EL PROYECTO		AGO 16													
PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA COMUNICATIVO Y OBJETIVOS			AGO 23												
LECTURA DE LOS PUNTOS REALIZADOS DEL TRABAJO ESCRITO (ANTECEDENTES, JUSTIFICACIÓN, ETC)				AGO 30											
PLENARIA EN GRUPO, REVISIÓN EN PANTALLA DE LOS PROYECTOS Y APORTES POR PARTE DE LOS COMPAÑEROS.					SEP. 5										
REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA PARA MARCO TEÓRICO						SEP 12									
REVISOR POR PARTE DE LA TUTORA DE CORRECCIONES SOBRE CAPITULO DE PROBLEMA, OBJETIVOS Y RECURSOS.							SEP 19								
PROPUESTAS PARA LECTURAS, NAVEGACION EN INTERNET CON LA TUTORA.								SEP 19							
PRESENTACIÓN MARCO TEÓRICO A LA TUTORA PARA CORRECCIONES									SEP 26						
PRESENTACIÓN DE PRIMER BORRADOR DE MACHOTE DEL MANUAL (PRODUCTO)										SEPT 26					
ELABORACIÓN Y CORRECCIÓN DE FORMATOS PARA ENTREVISTAS											OCT. 4				
ELABORACIÓN DE ENTREVISTA AL CORONEL PÁEZ BARÓN COMANDANTE												OCT. 11			

POLCA															
PRESENTACIÓN DE SEGUNDO BORRADOR MACHOTE PARA CORRECCIONES													OCT. 18		
ELABORACIÓN DE ENTREVISTA A ASECARGA														OCT. 18	
INDICADOR ACTIVIDAD	DIAGNÓSTICO DE ZONA	UNIFICACIÓN DE CONCEPTOS.	MACHOTE DISEÑO	PRE-PRESENTACIÓN	PREPARACIÓN PARA PRESENTACIÓN Y SUSTENTACIÓN	PRESENTACIÓN FINAL									
ESTABLECER LAS ZONAS DE MAYOR IMPACTO RESPECTO A LA "PIRATERIA TERRESTRE"	OCT. 18														
EDITAR ENTREVISTAS Y DIAGNOSTICO DE ZONA.		OCT. 25													
PRESENTACIÓN TERCER BORRADOR-MACHOTE PARA CORRECCIONES			NOV. 1												
ARREGLOS FINALES A TRABAJO ESCRITO Y A PRODUCTO COMUNICATIVO				NOV. 11											
DUDAS Y COMENTARIOS RESPECTO A SUSTENTACIÓN FINAL. CHARLA CON TUTORA Y CON JEFE INMEDIATO					NOV. 11										
PRESENTACIÓN FINAL PROYECTO (ESCRITO Y PRODUCTO) EN MEDIO MAGNÉTICO Y FÍSICO						NOV. 18									

7. APORTES:

El proyecto planteado por el estudiante de Comunicación Social, presenta un manual dirigido a los conductores de transporte de carga por carreteras, quienes a menudo son víctimas del flagelo de la Piratería Terrestre, un delito que ha venido significando una gran pérdida en la economía empresarial que contrata y transporta las mercancías; y por consiguiente tiene eco en la economía nacional, teniendo en cuenta que por las carreteras y vías nacionales se moviliza cerca del 80% de la actividad económica.

El Manual Para el Conocimiento y Prevención de la Piratería Terrestre se convierte en una herramienta óptima para mostrar a aquellos que desconocen el tema y para quienes se ven afectados por las bandas que delinquen en las vías.

La información consignada en este producto compila de forma sencilla pero completa todo lo referente a las definiciones, recomendaciones, campañas y todo lo relacionado con el transporte de carga por carretera, mostrando formatos de ruta, manifiestos de carga, entre otros.

Al tratarse de un producto dirigido a un *Focus Group* tan específico como lo son los propios transportadores, de quienes se tiene una imagen estigmatizada de ignorancia y analfabetismo; hay que entrar a estudiar el perfil de ellos y conforme a los resultados manejar el concepto visual y la relación imagen – texto. Y dejar claro que los que movilizan la mercancía tienen que tener un perfil determinado como lo es el de ser bachilleres, responsables, buena presentación personal y sobretodo muy valientes, pues los costos que llevan consigo son bastante altos teniendo en cuenta el contenido de containeres y el vehículo en sí.

MANEJO DE IMAGEN.

El Manual plantea una imagen que se basa principalmente en dos colores, el amarillo y el negro, representando la riqueza que tiene el país y la seriedad que tiene el producto.

La portada plantea un camión que su carga es el título y de fondo entre un color amarillo se levanta el mapa de Colombia representando que éste es un problema a nivel nacional.

Cuenta con tres escudos: el de la Universidad Santo Tomás, por que es de esta institución de donde sale la parte teórica y de aprendizaje conceptual; el de la Policía Nacional al ser la institución de orden civil armado que procura por la erradicación o disminución del flagelo; y el de la Policía de Carreteras, Especialidad de la Policía Nacional encargada de velar por la seguridad y la movilidad a lo largo de la Red Vial Nacional, y por supuesto por que fue en esta especialidad donde el estudiante desempeñó su proceso de prácticas profesionales.

Las imágenes manejadas reflejan la situación de la que se está hablando, por ejemplo cuando se habla de carga, se manifiesta un gráfico de unas cajas que se sabe que contienen elementos.

Las páginas interiores manejan una imagen en marca de agua de un pirata para contextualizar el tema de la Piratería Terrestre; igualmente se incluyen fotos de camiones y del Coronel Orlando Páez Barón, Comandante de la Policía de Carreteras.

Este proyecto y su respectivo producto son el resultado de un trabajo mancomunado entre la Universidad Santo Tomás, la Policía de Carreteras y el

estudiante que realiza sus prácticas en la oficina de Prensa de dicha especialidad policial.

Es el resultado de un proceso de estudio teórico a lo largo de dos semestres de inducción, cuatro de medios, dos de énfasis en periodismo y dos de prácticas profesionales en una Institución que brinda la oportunidad de aplicar los conocimientos y aporta mucha experiencia tanto personal como profesional.

Pretende ser un producto dirigido únicamente a los conductores, quienes son los que en realidad se exponen cada día transportando la economía del país; y de igual manera unifica toda la información que se encuentra dispersa sobre el tema de la Piratería Terrestre.

8. RECURSOS:

Para la elaboración del Manual para el Conocimiento y Prevención de la Piratería Terrestre, el practicante debe tener en cuenta con que disponibilidad de recursos, tanto humanos como materiales y logísticos, puede contar como estructura de apoyo.

De esta manera:

Recurso humano

- Principalmente se requiere de un investigador, que en este caso viene a ser el practicante que está elaborando el producto comunicativo.
- El personal que compone tanto la parte administrativa como de campo en la Policía de Carreteras, los comandantes de estación y demás hombres y mujeres pertenecientes al grupo policial.
- Igualmente, los conductores de transporte de carga, así como las agremiaciones que los reúnen entran a hacer parte importante en el producto, pues es de ellos de donde se desprende directamente el tema de investigación.
- Para la parte de cifras y estadísticas se hace necesario contar con el personal del Centro de Información Estratégico Vial de la Policía de Carreteras - CIEV.
- El Jefe de Prensa y Enlace de Policía de Carreteras (cuerpo civil), en calidad de jefe inmediato del practicante, desempeña una labor importante al momento de guiarlo en la preparación tanto profesional como de manejo del tema.
- El tutor (a), al ser la persona que mediante aportes corrige y califica el desempeño y desarrollo del proyecto.

Recursos materiales y logísticos

- La oficina de Prensa de Policía de Carreteras
- Computador
- Software especializado para la diagramación de cartillas o productos escritos; por ejemplo Corel Drawn, Photoshop o PageMaker.
- Teléfono
- Grabadora periodística.,
- Cuaderno de anotaciones
- Viáticos para desplazamientos y alimentación (en caso de ser necesario).

9. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES.

- AGAUDED, Ignacio. en entrevista para el Boletín Chileno de Comunicación de la Universidad Diego Portales.Web. <http://www.comminit.com/la/entrevistas/laint/entrevistas-82.html>. Fecha de consulta Agosto 30 de 2005.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. **Los modelos de la comunicación**. Pp. 18
- CANTARERO, Mario Alfredo. **Periodismo, de la prensa a la imprecisión cultural**, Revista Web Razón y Palabra, edición 24 Dic. 2201 – Ene. 2002.
- CARDOSO Milanés, Heriberto. **Periodismo de Investigación, ¿Un nuevo Género?**. Santiago de Cuba. 1942
- Constitución Política de Colombia. 1991
- Fondo de Prevención Vial. **Manual del conductor de transporte de carga**. Bogotá. 2004
- FULLER, Jack. **Valores Periodísticos**_Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Colección Chapultepec. Chicago. 1996.
- Fundación para la Libertad de Prensa. **Manual de Autoprotección para periodistas en el conflicto colombiano**. Auspiciado por UNESCO. Bogotá. 2003
- KATZ, Maria. **JUSTICIA Y LIBERTAD DE PRENSA**: Ensayos de la Cumbre Hemisférica. Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Miami, FL. 2003.
- KLAPER, J.T.: **Efectos de las comunicaciones de masas**. Madrid, Aguilar, 1974.
- MCQUAIL, D. y WINDAHL, S.: **Modelos para el estudio de la comunicación colectiva**, Navarra: EUNSA, 1997, pág. 41.

- MALETZKE, Gerard: **“Psychologie der Massenkommunikation”** Psicología de la comunicación social, Quito: CIESPAL, 1976
- MARTÍN Barbero, Jesús. **La educación desde la comunicación**, 2002.
- MARTIN Barbero, Jesús. **La educación tiene que ser reinventada**. Entrevista realizada por Francisco Irigarav.
- MARTINEZ, José Luís, **Curso General de Redacción Periodística**, Segunda Edición. Editorial Parafino. Madrid, España. 1993.
- ORTEGA, Felix y HUMANES, María Luisa, **“Algo más que periodistas”**. Sociología de una profesión, Ariel, Barcelona, 2000.
- PASQUALI, ANTONIO. **Comunicación y Cultura de Masas**. Monte Avila Editores. Caracas, 1.980
- RONDEROS. Maria Teresa; LEÓN, Juanita; SÁENZ, Mauricio; GRILLO, Andrés; GARCÍA, Claudia. **Cómo Hacer Periodismo**. Revista Semana Editorial Aguilar. Bogotá. 2002.
- TARRONI, A. y Otros.: **Comunicación de Masas: Perspectivas y métodos**. Barcelona, Gustavo Gili, 1978.
- SWANN, Alan. **“Bases del Diseño Gráfico”**. Colección Manuales de Diseño. Pag. 117.
- Universidad Santo Tomas. **Estatuto de Practicas Profesionales**. Facultad de Comunicación Social para la Paz.

INSTITUCIONES QUE COLABORARÓN EN LA ELABORACIÓN.

- CIEV (Centro de Información Estratégico Vial de la Policía de Carreteras)
- Comandos departamentales Policía de Carreteras.



- Fondo de Prevención Vial.
- INVIAS
- Ministerio de Transporte.
- Oficina Prensa y Enlace Policía de Carreteras.
- Policía de Carreteras

ANEXO. 1



POLICÍA NACIONAL DE COLOMBIA
POLICÍA DE CARRETERAS

BOLETÍN DE PRENSA No. 57
Bogotá D.C., SEPTIEMBRE 8 DE 2005

Piratazo de un Reinsertado

La Policía Nacional de Colombia, a través de Unidades de Carreteras capturó un reinsertado que delinquía en vías del departamento de Nariño.

Así lo dio a conocer el Coronel Orlando Páez Barón, Comandante de la Policía de Carreteras, quién indicó que en

la vía que conduce de la ciudad de Pasto a la población de Cauca, en el kilómetro 4, hombres bajo su mando recuperaron una tractomula con carga de maquinaria agrícola, que había sido hurtada horas antes, por dos “piratas terrestres”.



En el operativo fueron capturados Jhon Roiman García Ordóñez y Franco Burbano Burbano, quienes portaban 4 pistolas, calibre 9 milímetros, marca Pietro Bereta.

Según lo informado por el Comandante de Carreteras el



capturado que responde al nombre de Jhon Roiman García Ordóñez, en el momento de la detención portaba el carné 14608583 que lo identificaba como reinsertado. Por su parte, Franco Burbano, no portaba documentos de identificación.

El Coronel Páez manifestó que los capturados fueron puestos a disposición de la Fiscalía General de la Nación.

10. MANUAL PARA EL CONOCIMIENTO Y PREVENCIÓN DE LA PIRATERÍA TERRESTRE.



Ver archivo dos CD. Manual Piratería



2005





CONTENIDO



● **Presentación**

● **Parte UNO.**

Qué ES PIRATERÍA TERRESTRE?

- La lucha contra esta modalidad delictiva
- Cómo operan los piratas terrestres

● **Parte DOS.**

Transporte de Mercancía por Carretera

- Plan de Ruta por Carretera (Formato PRC-01)
- Código de ruta
- Actualización de la información
- Calidad del empaque
- Almacenamiento de la mercancía en el vehículo
- Reporte de anomalías
- Lista de chequeo
- Reserva de la información
- Recibo de la mercancía
- Protocolos de incidentes y accidentes
- Selección del vehículo y del conductor

● **Parte TRES.**

Campañas

- La Policía de Carreteras
- Entidades Asociadas contra este delito.

● **Parte CUATRO.**

Recomendaciones

- Coronel Orlando Páez Barón
Comandante Policía de Carreteras





Convenio realizado entre la Universidad Santo Tomás y su proyecto de Prácticas Profesionales en Comunicación Social y la Revista Carreteras - Policía de Carreteras

Juan Sebastián Guerrero Otero

Redacción
Diagramación

Mireya Barón

Tutora Proyecto
Coordinadora Editorial

Javier E. Baquero Pardo

Jefe Oficina Prensa y Enlace Policía de Carreteras

Las ideas y opiniones contenidas en éste producto son responsabilidad exclusiva de su autor y no reflejan necesariamente el pensamiento de la Policía de Carreteras. Se permite la reproducción total o parcial con previa autorización.

PRESENTACIÓN

El siguiente producto nace como una iniciativa de un estudiante de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás que ha venido realizando su proceso de Prácticas Profesionales en la Oficina de Prensa y Enlace de la Policía de Carreteras.

El transporte de carga por las vías nacionales lleva aproximadamente el 80% de la economía del país, razón por la cual se debe velar por la seguridad de transportadores, empresas y mercancía.

La Piratería Terrestre, es un flagelo que atenta directamente a los transportadores y por consiguiente a los habitantes del país pues los productos o servicios que son llevados por las carreteras no llegan a sus destinos de manera optima.





PARTE UNO.



MANUAL PARA CONOCIMIENTO Y PREVENCIÓN DE LA PIRATERÍA TERRESTRE

Qué es la PIRATERÍA TERRESTRE

- La lucha contra esta modalidad delictiva
- Cómo operan los piratas terrestres





SABE USTED...

QUÉ ES PIRATERÍA TERRESTRE?

Desde el punto de vista jurídico no es un delito tipificado así como se escribe técnicamente en la ley, pero obviamente dentro del desarrollo de los delitos contra el patrimonio económico, esta modalidad se ubica dentro de los hechos de hurto calificado.

La Piratería Terrestre no es otra cosa distinta que el apropiarse de mercancías que se movilizan en vehículos de carga, con el objetivo de lucrarse a través de esta actividad ilícita

Claro está que no es solo la mercancía lo que apetecen los delincuentes de las vías, pues por el alto costo de los camiones y tractomulas, estas también se vuelven blanco de actos delictivos.

Gran parte de la economía del país se mueve a través de las carreteras, es por esto que la responsabilidad tanto de transportadores como de agremiaciones y autoridades debe ser notable para combatir esta problemática que no solo afecta al dueño de la mercancía y al transportador, sino al destinatario y a la nación entera.



¿CÓMO OPERAN LOS PIRATAS?

Los piratas terrestres por lo general contactan a personas claves dentro de las empresas de transporte, es decir, a conductores e intermediarios. Posteriormente proceden a planear el delito, identificando el blanco y determinando las rutas. Luego buscan bodegas de almacenamiento y finalmente, comercializan las mercancías hurtadas. Existen casos en los cuales las mercancías salen “vendidas” desde las bodegas del cliente, las zonas aduaneras o la empresa transportadora.

Entre las estrategias más comunes para perpetrar este delito figuran:

- Buscar la complicidad de los conductores.
- Situar un supuesto pasajero en la vía.
- Simular una falla mecánica.
- Suplantar a las autoridades.

El aviso de un escolta sobre cualquier acontecimiento sospechoso puede reducir significativamente los efectos del hurto de la mercancía.



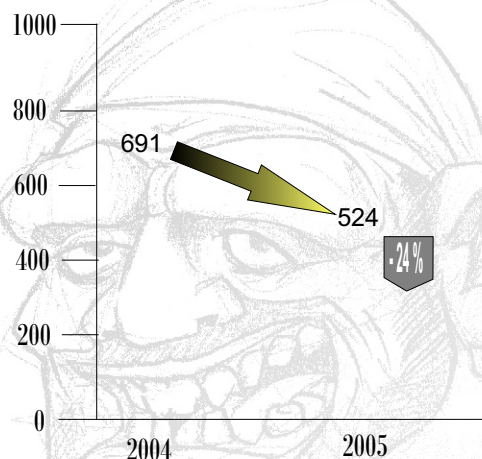
LA LUCHA CONTRA ESTA MODALIDAD DELICTIVA

El compromiso de combatir la piratería terrestre no es sólo del Estado ni de los empresarios dedicados al transporte, sino de todas las empresas de seguridad que prestan el servicio de escolta de mercancía. En el transporte moderno se impone el control, de tal modo que se pueda manejar adecuadamente el riesgo y garantizar así que las cargas lleguen a su destino final, en el momento y las condiciones contratadas con el cliente.



UNA IMPORTANTE DISMINUCIÓN...

Gracias a la labor mancomunada entre autoridades, transportadores y agremiaciones, las cifras de Piratería Terrestre han tenido una importante disminución entre el periodo comprendido entre enero y octubre de 2005 y el año inmediatamente anterior.



Fuente Boletín No. 7 Resultados 2005, al tercer trimestre. Policía Nacional

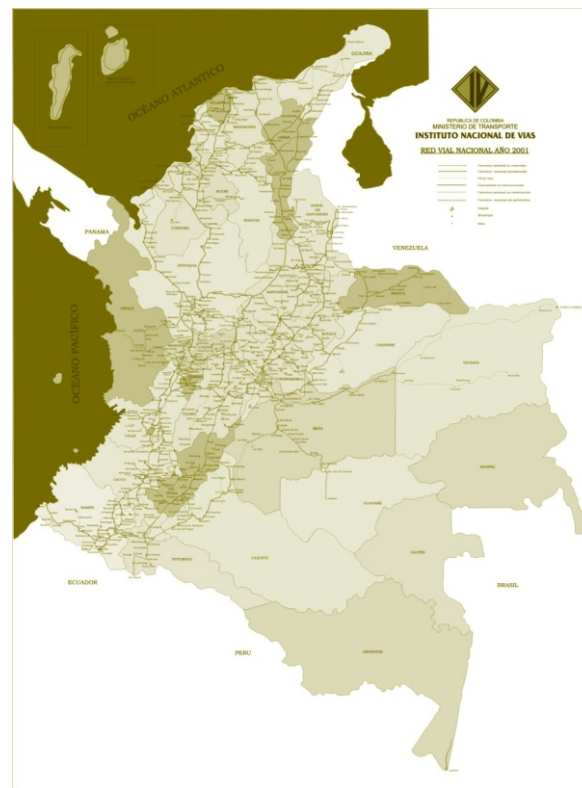


Hay que seguir mostrando excelentes resultados a favor de la prevención de la Piratería Terrestre, con la ayuda suya como transportador y teniendo en cuenta las recomendaciones básicas de autoprotección es seguro que estas cifras seguirán

disminuyendo en pro de los conductores, las empresas y en general del país y su economía.

DÓNDE...

OPERAN LOS PIRATAS?



La Piratería Terrestre al ser un flagelo nacional que se extiende por todas las carreteras no tiene sitios claros establecidos, además si se tiene en cuenta que se pretende crear un manual, éste puede ser utilizado por todos los actores en diferentes vías del país

Sin embargo si es posible quizá saber departamentos o ubicaciones tales como el trayecto entre límites de

Tolima y Quindío (Alto de la Línea) o el Magdalena Medio por los lados de los municipios de La Lizama o San Alberto, igualmente Cundinamarca también presenta alta cantidad de estos hechos delictivos.



PARTE DOS.

Transporte de Carga por Carretera

- Plan de Ruta por Carretera (Formato PRC-01)
- Código de ruta
- Actualización de la información
- Calidad del empaque
- Almacenamiento de la mercancía en el vehículo
- Reporte de anomalías
- Lista de chequeo
- Reserva de la información
- Recibo de la mercancía
- Protocolos de incidentes y accidentes
- Selección del vehículo y del conductor





PLAN DE RUTA POR CARRETERA

El Plan de Ruta por Carretera Formato **PRC-01** deberá entregarse al escolta o al conductor, quien deberá firmarlo y refrendar su firma con la huella del dedo índice derecho.

La huella debe ser tomada con un huellero, las manos deben estar limpias y la falange debe desplazarse en un solo sentido, sin dejar borrones ni tachones. En el Plan de Ruta por Carretera se especifican tiempos de recorrido, sitios de descanso del conductor, etc.

CÓDIGO DE RUTA

Es necesario elaborar un plan para cada una de las rutas establecidas por la empresa y asignar a cada ruta un número de código. Por ejemplo:

- * Cartagena–Bogotá se codificaría **PRC-01**
- * Bogotá–Medellín **PRC-02**,
- * Bogotá– Cali **PRC-03**, etc.

La idea es establecer un código para las distintas rutas y que éstas se actualicen constantemente de acuerdo con las condiciones de seguridad.

ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN



Para las actualizaciones es importante la retroalimentación de información con las autoridades, con otros vehículos de la empresa que estén transitando por la ruta y con los informes de empresas amigas o colegas.

CALIDAD DEL EMPAQUE



Verificar la calidad del empaque de las mercancías que se van a transportar.

ALMACENAMIENTO EN EL VEHÍCULO



Verificar que el almacenamiento de la mercancía dentro del vehículo se realice en forma segura contra movimientos bruscos y evitando que queden espacios debido a los cuales la carga se mueva.

REPORTE DE ANOMALÍAS



Cualquier anomalía que se presente debe comunicarse a la Unidad de Control Operativo de cada empresa para recibir instrucciones.

LISTA DE CHEQUEO



Diligencie la lista de chequeo de las condiciones mecánicas y asépticas del vehículo y de las condiciones humanas del conductor, mediante el Formato **Rv-01**.

Hágala firmar luego por el conductor, quien refrendará su firma con la huella del dedo índice derecho. La huella debe ser tomada con un huellero, las manos deben estar limpias y la falange debe desplazarse en un solo sentido, sin dejar borrones ni tachones.

RESERVA DE LA INFORMACIÓN



Mantener en reserva la información, tanto de la transportadora como de los clientes.

RECIBO DE LA MERCANCÍA



Verifique que al recibir la mercancía los documentos legales necesarios se encuentren en orden.

PROTOCOLO DE INCIDENTES Y ACCIDENTES



Los escoltas y los conductores deben conocer los protocolos a seguir en caso de incidentes y accidentes en la carretera.

SELECCIÓN DEL VEHÍCULO Y DEL CONDUCTOR

Seleccione el vehículo y el conductor teniendo en cuenta las características de la mercancía a transportar.



DEBEN EVITARSE...

-  Sobremanejos que deterioren la carga.
-  Carga compartida que sea compatible pero sobrepase el valor del amparo
-  Protuberancias o filos que puedan dañar la carga.
-  Carga compartida que no sea compatible.
-  Planchas o carpas en mal estado que permitan filtración de polvo o agua.
-  Es importante que el conductor desconozca el tipo de mercancía que transportará. Si es necesario que porte documentación sobre la mercancía transportada, dicha información debe guardarse en un sobre sellado, el cual solamente podrá ser abierto en caso de que una autoridad competente lo requiera.
-  Efectúe la ampliación de las placas del vehículo o remolque en la carrocería, a fin de permitir su visualización e identificación, incluso vía aérea.
-  Tenga en cuenta el modelo del vehículo y su estado técnico y mecánico, sobre todo para mercancías delicadas.
-  Incremente en lo posible las caravanas con vehículos de modelo y peso similares, de tal modo que efectivamente se puedan acompañar durante el trayecto.

FORMATOS

Fuente. Frentes de Seguridad Empresarial

REVISIÓN DE VEHÍCULOS - LISTA DE CHEQUEO				
Formato RV-01				
Fecha _____ Marca vehículo _____ Placa _____				
Nombre del conductor _____ CC _____				
Conductor	Estado psicológico	Bueno	Regular	Malo
	Presentación personal			
	Estado físico			
	Otro			
Equipo carretera				
	Extintor			
	Herramienta			
	Tacos de madera			
	Triángulos			
	Mecheros			
	Gato			
	Cruceta			
	Llantas de repuesto			
	Otro			
Estado mecánico				
	Fugas de combustible			
	Fugas de agua			
	Fugas de aceite			
	Luces			
	Llantas			
	Repuestos básicos			
	Otro			
Apariencia				
	Limpieza y aseo del vehículo			
	Estado del piso			
	Estado de las estacas			
	Estado de la carpa			
	Estado del furgón			
	Espejos retrovisores			
	Cámara fotográfica			
	Otro			
Documentos				
	Vehículo:			
	Carga:			
HUELLA				HUELLA
	OBSERVACIONES			
Pulgar derecho				Índice derecho
Firma revisor _____	Firma conductor _____			
CC _____	CC _____			

FORMATOS

Fuente. Frentes de Seguridad Empresarial

FORMATO PRU-01		PLAN DE RUTA URBANO		OBSERVACIONES	
Nombre de conductor Nombre del ayudante Identificación del vehículo: Placas		CC	CC	De	De
DIRECCIÓN		Modelo	Color	CONTROL TELEFÓNICO	TIEMPO ACUMULADO
BARRIO		Marca	TELEFONO	TIEMPO DURACIÓN	TIEMPO ACUMULADO
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					

FORMATOS

Fuente. Frentes de Seguridad Empresarial

FORMULARIO SC-41		SELECCIÓN DE CONDUCTORES		CÓD. INTERNO	
Fecha de recepción de la información		Estudio aprobado		☐ SI ☐ NO Aprobado ☐ SI ☐ NO Efectuado	
INFORMACIÓN PERSONAL Y FAMILIAR					
1. Nombre y apellidos		CC		De	
Dirección mail/e-mail		Ciudad		Calle	
Teléfono residencial		Celular		Año	
Padre		Profesión		Dirección	
Madre		Profesión		Dirección	
Esposa		Profesión		Dirección	
Hijos		Profesión		Dirección	
INFORMACIÓN LABORAL					
2. Empresa					
Nombre de la persona que lo atiende en la empresa		Dirección		Ciudad	
Años en los que trabajó para la empresa		Cargos		Años	
¿Se presentó algún incidente con la empresa o la mercadería?		NO		SI	
3. Empresa					
Nombre de la persona que lo atiende en la empresa		Dirección		Ciudad	
Años en los que trabajó para la empresa		Cargos		Años	
¿Se presentó algún incidente con la empresa o la mercadería?		NO		SI	
4. Empresa					
Nombre de la persona que lo atiende en la empresa		Dirección		Ciudad	
Años en los que trabajó para la empresa		Cargos		Años	
¿Se presentó algún incidente con la empresa o la mercadería?		NO		SI	
REFERENCIAS PERSONALES					
5. Nombre		Profesión		Ciudad	
Nombre		Profesión		Ciudad	
Nombre		Profesión		Ciudad	
IMAGENES DIGITALES DE LA MANO PERSONA					
ÍNDICE		ÍNDICE		ÍNDICE	
ÍNDICE		ÍNDICE		ÍNDICE	
DOCUMENTOS					
6. Cédula de ciudadanía		SI		NO	
Pasaporte judicial		SI		NO	
Licencia de conducción		SI		NO	
Libreta militar		SI		NO	
Certificados de capacitación		SI		NO	
Afiliación a EPS		SI		NO	
Afiliación a ARP		SI		NO	
OBSERVACIONES					
OTROS PROCEDIMIENTOS Y VERIFICACIONES					
7. Antecedentes penales y Policía		SI		NO	
Indicadores en carretera		SI		NO	
Base datos de control de mercancías		SI		NO	
Paz y salvo nacional de mercancías		SI		NO	
Control de tránsito de mercancías		SI		NO	
Visita domiciliar		SI		NO	
Poligrafía computarizada		SI		NO	
OBSERVACIONES					
RESTRICCIONES					
8.					
AUTORIZO A QUE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA SEA VERIFICADA POR LA EMPRESA O POR SU CUYA AUTORIDAD, ASÍ COMO A QUE ME REALICEN VISITA DOMICILIARIA Y POLIGRAFÍA COMPUTARIZADA EN CASO DE QUE LA EMPRESA O EL CLIENTE LO CONSIDEREN NECESARIO.					
Firma:		CC:		DC:	

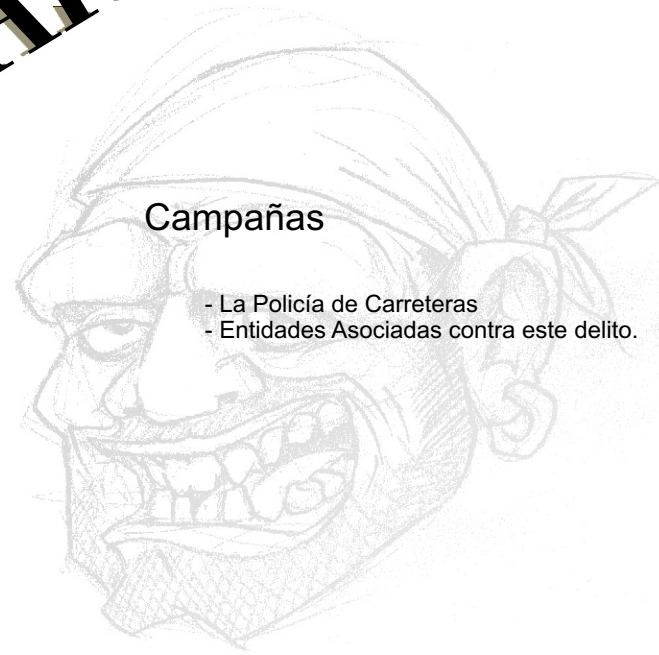
FORMATOS

Fuente. Frentes de Seguridad Empresarial

[illegible]



PARTE TRES.



Campañas

- La Policía de Carreteras
- Entidades Asociadas contra este delito.





De una parte, lo que tiene que ver con el transporte de carga, incluso de paquetes, debido a que desempeña un papel primordial en la economía del país.

Las empresas transportadoras de carga en nuestro país están asociadas en tres grandes gremios; por una parte están asociados lo de la ACC (Asociación Colombiana de Camioneros), de otra parte esta COLFECAR y el otro gran gremio es ASECARGA.

En conjunto con esos tres grandes gremios tenemos los Frentes de Seguridad Empresarial, que los direcciona la DIJIN, a nivel directivo nacional, en Bogotá se hacen reuniones, análisis y coordinaciones; y a nivel departamental, las estaciones de Policía se encargan de la conformación de estos Frentes de Seguridad.

La policía de Carreteras le da orientación a los conductores en el sentido de hacer aprovechamiento de la tecnología que hoy se emplea, especialmente de orden satelital; y de esta manera poder realizar un proceso de monitoreo a las cargas como a los automotores,

Hoy por hoy, se le instala un dispositivo, bien sea a la carga o a un container, y a través del satélite y los monitores se permite establecer minuto a minuto, saber



en que lugar de la geografía colombiana se encuentra cualquier elemento que las autoridades estén necesitando monitorear.

De otra parte la Policía de carreteras hace los análisis de orden criminológico para establecer cuál es la mercancía más apetecida por los delincuentes, cuáles son los departamentos más afectados por piratería, cuáles son los tramos viales de mayor afectación, el *modus operandi*, el día más afectado, la hora que presenta mayores cifras de delincuencia de piratería; y establecer los actores que intervienen dentro de este proceso de la Piratería Terrestre, por que se sabe que hay gente de las mismas empresas que hacen parte de las organizaciones, los ciudadanos que compran las mercancías hurtadas (eso se llama receptación).

Hay necesidad también de establecer las ciudades y cuales son las personas que se dedican a esa actividad, y obviamente también conocer las organizaciones criminales que están dedicadas a esta actividad.





PARTE CUATRO.

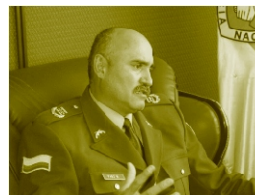
Recomendaciones

- Coronel Orlando Páez Barón
Comandante Policía de Carreteras





RECOMENDACIONES DEL COMANDANTE DE POLICÍA DE CARRETERAS



El Coronel Orlando Páez Barón, Comandante de la Policía de Carreteras, sugiere una serie de recomendaciones para transportadores, empresas y agremiaciones para que las cifras de Piratería Terrestre sigan teniendo importantes disminuciones.



La recomendación más importante es...

NO DE PAPAYA, no se exponga innecesariamente



No transite solo a altas horas de la noche, después de las diez de la noche, procure mantener constante comunicación por radioteléfono con otros vehículos y con la empresa.



Recurra a las autoridades cuando note algún hecho inusual



SELECCIÓN DE CONDUCTORES Y PROPIETARIOS

El proceso de selección de conductores y propietarios debe incluir, adicionalmente a los requeridos por la empresa transportadora, los siguientes procesos:



Verificación de la autenticidad de los documentos (cédula de ciudadanía, libreta militar, pasado judicial, licencia de conducción, referencias laborales, referencias personales y certificados de capacitación).



Verificación de los antecedentes penales y de policía.



Verificación de los antecedentes de incidentes en carretera (con el Frente de Seguridad Empresarial, la DIJIN, la SIJIN, la base de datos de Colfecar y/o Defencarga y de otras empresas de transporte).



Visita domiciliaria.



Verificación de la afiliación a la seguridad social (EPS y ARP).



Verificación de los sistemas de comunicación (celular o Avantel).



Mantener actualizada la base de datos de conductores y propietarios.



Fotografía de conductores y propietarios con su respectiva huella del índice

SELECCIÓN DE VEHÍCULOS

La selección de vehículos debe incluir los siguientes aspectos:



Tarjeta de propiedad del vehículo. Si tiene reserva de dominio, debe incluir paz y salvo por estar al día en el pago de obligaciones.



Seguro obligatorio de accidentes de tránsito (SOAT), verificado ante la aseguradora correspondiente.



Seguro de responsabilidad civil extracontractual (preferible aunque no indispensable).



Registro nacional de transporte de carga.



Verificación de incidentes en carretera.



Verificar que el vehículo no sea hurtado, ante la Policía Nacional (DIJIN-SIJIN).



Fotografías del vehículo por los cuatro costados en que se observen las placas del mismo.



Cumplimiento de todas las disposiciones legales vigentes a la fecha.



Tarjeta y ficha de mantenimiento del vehículo, en donde se registren los mantenimientos efectuados, las recomendaciones y el cronograma de mantenimiento. Este procedimiento debe llevarlo a cabo la empresa transportadora y consignarse en un formato adicional para conductores incluidos



Tarjeta vigente de emisión de gases.



Establecer condiciones o características de aceptación de vehículos (modelo, tipo, marca, color, motor, sistemas de comunicación, etc.), Conforme a las necesidades del servicio, y hacerlas cumplir, de acuerdo con las exigencias de la póliza.



Mantener actualizada la base de datos de vehículos. Establecer un plazo prudencial para actualizar los datos de los vehículos. Si cumplidos los términos el vehículo no ha cargado, inhabilitarlo y proceder como si fuera nuevo.



Confirmar antes de cada despacho la información personal y del vehículo suministrada por cada conductor. Comprobar que esté actualizada.



Elaborar una base de datos de personal y vehículos aprobados y rechazados.

SELECCIÓN DE

EMPRESAS DE SEGURIDAD Y ESCOLTAS



Los escoltas deben ser personas idóneas y capacitadas para tal labor, empleadas mediante contrato de trabajo con una empresa de seguridad o un departamento de seguridad legalmente autorizado mediante resolución vigente expedida por la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada,



El escolta debe portar credencial actualizada (con menos de un año de vigencia), expedida por la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada y carné de la empresa de seguridad.



Si el escolta está armado, el arma debe estar amparada por un salvoconducto de porte otorgado por el Ministerio de Defensa Nacional a nombre de la empresa de seguridad.



La empresa de seguridad debe tener certificación BASC.



El escolta tiene entre sus funciones:

- Practicar la revisión general del estado mecánico del vehículo y verificar que el conductor no presente signos evidentes de intoxicación por alcohol o algún tipo de alucinógeno.

- Llevar a mano el plan de ruta dispuesto para cada caso, darlo a conocer al o a los conductores y hacer cumplir lo dispuesto en ese plan de ruta.

- Cumplir los protocolos diseñados y mantener permanente comunicación con la empresa de seguridad y con la de carga o con la Unidad de Control Operativo de la empresa de transporte, según sea el caso.



La empresa o el departamento de seguridad debe vigilar el proceso de selección y capacitación del personal de escoltas. Este proceso de selección debe incluir:

-  Verificación de antecedentes penales y de policía a nivel nacional.
-  Verificación de documentos (cédula de ciudadanía, libreta militar, pasado judicial refrendado y licencia de conducción para carro y/o moto).
-  Verificación del certificado de capacitación expedido por una escuela autorizada por la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada (con vigencia no superior a 11 meses), de referencias laborales, de referencias personales y de prueba de conocimientos y confiabilidad en seguridad.
-  Verificación de incidentes con las empresas de seguridad o de transporte con las que ha trabajado el escolta.
-  Verificación de multas o comparendos pendientes con la SIMIT.
-  Verificación de afiliación a seguridad social (EPS y ARP).
-  Verificación de los sistemas de comunicación (radio, celular, Avantel).
-  Visita domiciliaria.



PUBLICACIÓN GRATUITA
prohibida su reproducción

CONTACTENOS.

Policía Nacional de Colombia
Policía de Carreteras
Oficina de Prensa y Enlace
CAN- Ministerio de Transporte Oficina 601
Teléfono. 3240800 Ext. 1669 - 1699
polprensa@mintransporte.gov.co