



TITULO:

“COMUNICACIÓN EDUCATIVA EN LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN ALIMENTARIA EN LA ZONA RURAL MEDIA DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA, CORREGIMIENTO DE MONTERREY”.

AUTOR:

Javier Eduardo Rendón Cárdenas.
Comunicación Social.

Guadalajara de Buga

Abril 2 de 2018.



TITULO:

“COMUNICACIÓN EDUCATIVA EN LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN ALIMENTARIA EN LA ZONA RURAL MEDIA DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA, CORREGIMIENTO DE MONTERREY”.

AUTOR:

Javier Eduardo Rendón Cárdenas.

Trabajo de Grado para optar al título de Profesional en Comunicación Social.

DIRECTOR:

Especialista en Comunicación Organizacional - Gustavo Adolfo Silva Paz

Guadalajara de Buga

Abril 2 de 2018.

Dedicatoria:

Dedico este trabajo de grado principalmente a Dios, por ser el motor de mi existencia, a mi madre por tan infinito amor, porque es quien me ha forjado como la persona que soy actualmente, porque ha sido ella, la que ha moldeado las bases y los principios que hoy rigen mi vida, porque es mi heroína, porque todo lo que soy y todo lo que quiero ser es por ella. Porque de ella he aprendido el valor y la importancia de la familia, de no renunciar a los sueños, de perseguirlos hasta finalmente alcanzarlos, porque me ha inculcado los valores más importantes para mi vida, por su compromiso, entrega y sacrificio, por su valentía y fortaleza, por su vida y por su amor.

A mis primos, por hacer de mi vida la más grande y caótica felicidad, a ellos por su compañía, por su amor, porque son talentosos, y porque son las personas que más admiro en el mundo. Porque a través de sus vidas, me han enseñado el verdadero significado de la familia, de la unión y la fraternidad.

Y finalmente a Sarita, mi favorita, mi pequeño amor y la luz de mi vida. A ella, porque a sus tres años, llena mi espíritu, porque me invade de amor y porque recibo siempre en sus abrazos la más pura e inocente muestra de amor y bondad.

Agradecimientos:

Agradezco a Dios por ser el motor de mi vida, a mi madre por su dedicación, por su entrega y sacrificio, por su compañía, por creer en mí, por ser el centro de mi vida y la razón de mis sueños y finalmente a mis primos por compartir conmigo la alegría de vivir.

Quiero agradecer a dos grandes seres humanos increíbles, dos personas que me increíbles que me acompañaron, guiaron y aconsejaron para hacer realidad este trabajo de grado.

Principalmente, agradezco a la persona que estuvo conmigo desde el inicio de este trabajo, desde la construcción del Anteproyecto, el Docente Frank Soto Ocampo, que siempre tuvo la voluntad, la paciencia y el agrado de contribuir a mi crecimiento profesional y personal.

Al Docente Gustavo Silva Paz, el asesor y la persona que con alegría y voluntad, aceptó contribuir desde su experiencia y sus conocimientos, a la realización y terminación de este trabajo de grado.

A ustedes infinitas gracias, por compartir conmigo este camino de aprendizajes, por la confianza que desde el día cero depositaron en mi trabajo y me ayudaron a pulirlo.

Tabla de Contenido:

	PAG
Resumen	08
Abstract	10
Introducción	11
1. Problema	13
1.1. Descripción del Problema	
1.2. Formulación del Problema	
2. Objetivos	18
2.1. Objetivo General	
2.2. Objetivos Específicos	
3. Justificación	20
4. Marco de Referencia	24
4.1. Marco Normativo	
4.2. Marco Teórico	
5. Metodología	42
5.1. Tipo de investigación y enfoque	
5.2. Población y muestra	
5.3. Actividades	
5.4. Recolección de la información	
6. Resultados	51
7. Presupuesto	57
8. Conclusiones	59
9. Recomendaciones	62

10. Referencia Bibliográfica 70

11. Anexos..... 73

Resumen:

La presente sistematización está realizada a partir de la experiencia de práctica profesional llevada a cabo en la Alcaldía Municipal de Guadalajara de Buga en la Secretaría de Agricultura y Fomento, y tiene por objetivo exponer las acciones pedagógicas implementadas a partir de la Comunicación Educativa en los procesos de Transformación Alimentaria de la zona rural media del Municipio de Guadalajara de Buga en el corregimiento de Monterrey.

El contexto rural en Colombia, al igual que los diferentes sectores sociales de la Nación, se encuentra fortalecida por propias formas de producción, tradiciones, culturas, educación y saberes.

Este escrito da cuenta de los modelos y procesos que han transformado la experiencia rural tradicional en el corregimiento de Monterrey, aplicando la comunicación educativa y dando un giro en los contenidos curriculares formados a partir de la realidad rural de la comunidad campesina.

La sistematización, reflexiona principalmente sobre el proceso llevado a cabo a través de la experiencia de práctica profesional, haciendo un trabajo de inserción en la comunidad rural del corregimiento de Monterrey, estableciendo el estado de la ruralidad en el Municipio, aplicando acciones educativas en el proceso de transformación de alimentos

con fines de apropiación y soberanía alimentaria desde el campo de la comunicación educativa, determinando las características de los pobladores rurales, la tenencia de las tierras y la capacidad productiva de las mismas; a la vez, que propende la formación de sujetos críticos y participativos, conscientes de su propia realidad y contexto.

Abstract:

The present systematization is based on the experience of professional practice carried out in the Municipality of Guadalajara de Buga in the Ministry of Agriculture and Development, and aims to study the Educational Communication in the processes of food processing in rural areas average of the Municipality of Guadalajara de Buga in the corregimiento of Monterrey.

The rural context in Colombia, like the different social sectors of the Nation, is strengthened by its own forms of production, traditions, cultures, education and knowledge.

This paper gives an account of the models and processes that have transformed the traditional rural experience in corregimiento de Monterrey, applying educational communication and taking a turn in the curricular contents formed from the rural reality of the rural community.

This systematization reflects mainly on the state of rurality in the Municipality, especially in the peasant community of Monterrey, applying strategies of study and transformation of food for the purpose of food appropriation and sovereignty from the field of educational communication, determining the characteristics of the rural inhabitants, the land tenure and the productive capacity of the same; At the same time, it tends to train critical and participatory subjects, aware of their own reality and context.

0. Introducción

Este trabajo de sistematización se centrada en exponer y analizar las acciones comunicacionales puestas en marcha en la secretaría de Agricultura y Fomento para generar en las familias objeto del proyecto productivo “Una huerta para todos”, la alfabetización y los procesos de transformación alimentaria, no solo para su autoconsumo, sino también, para su futura comercialización por medio de canastas familiares, que contribuirían a su vez, al crecimiento económico de los mismos.

El proyecto productivo “Una huerta para todos” implementado desde la Institución Educativa Agrícola de Monterrey, tiene por objetivo principal que, 15 familias campesinas de este corregimiento del municipio de Guadalajara de Buga, conozcan el potencial de sus tierras, aprovechen sus parcelas y consuman los productos que desde casa y orgánicamente siembran para su total aprovechamiento.

Por eso, desde la Secretaría de Agricultura y Fomento y teniendo en cuenta las propuestas presentadas como Comunicador Social practicante, se desarrollaron acciones enmarcadas en la comunicación educativa que permitieran a las familias interesadas conocer a cabalidad los diferentes procesos que, a raíz de un producto, se pueden transformar.

Dichas propuestas estaban compuestas por elementos comunicacionales de diseño, materiales audiovisuales y una cartilla animada que sirvieron de referencia para un óptimo entendimiento en la población objeto.

La transformación de los alimentos y las prácticas comunicacionales ejecutadas por primera vez en una comunidad rural, han sido el reto más grande que desde la Secretaría de Agricultura se ha concebido, pues fue en busca del trabajo mancomunado de comunicación, educación y agricultura, para que la comunidad campesina de Monterrey, construya conocimientos acerca de los procesos de evolución alimentaria como un requerimiento indispensable para su nutrición.

Dentro de las actividades propuestas en el área de comunicación educativa, se incluyen ejes transversales con el propósito de que las familias establezcan relaciones propias del tema, junto con áreas a fines en nutrición y hábitos de vida saludable.

1. Problema

1.1 Descripción del problema

Antecedentes del problema

A partir del Plan de Desarrollo Municipal Buga Renovada 2016 – 2019, los contratistas de la Secretaría de Agricultura y Fomento, tienen asignadas 2 zonas rurales para el libre desarrollo de actividades que propenden por el mejoramiento de las tierras, actividades que deben ser puestas en marcha para la contribución, mejora e impulso, de los Corregimientos y Veredas pertenecientes a la ciudad. Estas dos zonas rurales, son distribuidas aleatoriamente y constituyen las áreas de trabajo de los contratistas.

Una vez en el corregimiento de Monterrey, y al entrar en contacto con la comunidad campesina a través de un trabajo de inmersión, y conociendo de primera mano el contexto o realidad de la zona, se evidenció que, a pesar de ser una población netamente rural, no produce alimentos para su autoconsumo, sino que, por el desconocimiento del potencial de sus tierras, se ven obligados a la compra de los suministros o víveres en municipios aledaños y urbanos como Buga, Tuluá, entre otros. A pesar de tener la oportunidad de producir y consumir directamente de sus posesiones y construir dinámicas que generen en ellos y en sus familias, un desarrollo socioeconómico sostenible y que a mediano plazo posibilite unas mejores condiciones de vida.

Se hace necesario aclarar que desde el inicio, desarrollo y hasta la ejecución del proyecto productivo “Una Huerta para Todos” en la comunidad campesina de Monterrey, no se contó en ningún momento con antecedentes oficiales por parte de la entidad Gubernamental a la que se representaba, por lo tanto, los estudios, análisis, problemáticas y demás factores identificados o recolectados en la población y plasmados en el presente trabajo, se extrajeron a raíz de un trabajo de inmersión y etnográfico por parte de los contratistas.

Ahora bien, a través de la identificación del problema efectuado, surge la necesidad de desarrollar procesos de transformación alimentaria por medio de actividades de comunicación educativa, planteadas desde de la Secretaría de Agricultura y Fomento.

Estos procesos transformadores pretenden solucionar o al menos lograr una mejoría en la comunidad campesina de Monterrey, donde por medio de herramientas comunicacionales implementadas, se ejecute con la población objeto del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, la transformación, consumo y nutrición adecuada de los alimentos.

Se utilizará la comunicación educativa como metodología en los procesos de transformación alimentaria, conscientes de la finalidad de crear un clima favorable en el intercambio y recreación de significados que contribuyan al desarrollo sostenible de la comunidad campesina a través del proyecto productivo.

Para algunos autores como Sarramona (1988) y Gutiérrez (1974) educar es comunicar y comunicar significa dialogar lo que da lugar a una forma particular de relacionarse, de establecer un intercambio que genera reflexión, crítica y construcción de significados compartidos, a través de una negociación constante entre los participantes. Implica horizontalidad e interacción.

Ante esto, se empiezan a generar las siguientes interrogantes con el fin de contextualizar el presente trabajo: ¿Cómo lograr que las comunidades campesinas tengan acceso a los conocimientos básicos de nutrición?, ¿Qué técnicas o herramientas son las adecuadas para llegar a una población campesina? ¿Cómo llegar a la población objeto a un compromiso de ejecución del proyecto de tales magnitudes de transformación? ¿Cómo hacer que las familias campesinas desarrollen con entereza un proceso de formación educativa? ¿Qué beneficios se desprenderán después de la ejecución y puesta en marcha del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”? ¿Quiénes garantizan el éxito o el fracaso de los procesos de transformación alimentaria? ¿Por qué nace y cómo se desarrolla el proyecto productivo “Una Huerta para Todos”? ¿Por qué pensar en una huerta como proceso transformador de alimentos? ¿Por qué Monterrey es el escenario de trabajo en el proceso de transformación alimentaria? ¿Por qué la comunicación educativa encaja con el perfil pedagógico del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”? ¿Cómo ven las familias campesinas el accionar del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”?

La pregunta de investigación y con la cual se pretende establecer y dar claridad al proyecto productivo “Una Huerta para Todos” es, ¿La transversalidad de los diferentes saberes y áreas del conocimiento, en conjunto con las acciones comunicacionales, integran los estímulos necesarios para que las familias campesinas de la zona rural media del municipio, se adhieran al

proyecto productivo y cumplan con integridad los procesos de formación pedagógica y de transformación alimentaria?

1.2 Formulación del problema

La comunicación educativa, como papel innovador en los procesos rurales, será de gran importancia debido a que en la actualidad se ha consolidado como una de las bases que enriquece los procesos globales de actividades encaminadas a labores sociales, ya que esta no busca ser protagonista en medios, sino por el contrario, comprometer los modelos tradicionales de comunicación como herramientas que puedan ayudar a la comprensión de aprendizajes.

El Proyecto Productivo “Una Huerta para Todos”, trabaja de acuerdo a las necesidades propias de la zona rural y de los habitantes del corregimiento de Monterrey empleando la comunicación educativa como un herramienta transformadora de saberes, pues considera que la educación es un motor de transformación social, que además de contribuir al desarrollo económico y social, logra aprender de los actores que en ella se encuentran involucrados y a la vez, identificar el estado en que se encuentra el sector rural en temas de producción. Estos puntos, son aquellos que le dan vida transformadora al proceso pedagógico, y que despierta expectativas de mejoras a nivel social, educativo y por supuesto comunicacional.

La zona rural perteneciente al municipio de Guadalajara de Buga, ha sido el epicentro para que se desarrollen procesos de transformación, donde la labor del campesino se dignifique y se busquen nuevas alternativas de producción pero sobre todo, de educación, que contrarresten el atraso y la desprotección que tienen desde el Estado.

La comunidad de Monterrey, zona media del Municipio de Guadalajara de Buga, se encuentra en la capacidad de producir y transformar alimentos que provienen de sus tierras, lo que se busca, es alfabetizar a las familias campesinas adscritas al Proyecto Productivo “Una Huerta para Todos”, en los procesos de mutación e innovación de alimentos, con el objetivo de materializar e incrementar sus economías a través de canastas familiares.

Uno de los procesos que se consideran clave para la ejecución del programa de “Seguridad y Soberanía Alimentaria”, es que las familias campesinas, sean conscientes de su propio contexto y entorno rural y que reflexionen sobre las prácticas de alimentación y nutrición que están llevando en sus hogares.

Se pretende lograr otorgándole a las familias campesinas, un nivel de alto importancia de este proceso natural y orgánico que es el Proyecto Productivo “Una Huerta para Todos”, ya que se considera primordial, que las comunidades rurales, especialmente la del corregimiento de Monterrey consideren esencial el poder ejercer desde sus predios, los procesos de desarrollo y construcción de saberes en la nutrición y los buenos hábitos de consumo.

Actualmente se puede observar que existen múltiples factores que pueden favorecer el buen desarrollo de los procesos comunicativos en la zona rural media del Municipio, hablamos de alfabetizaciones por medio de videos, cartillas, materiales de audio, talleres teórico-prácticos para hacer más fácil el entendimiento de los pobladores rurales, a través de las acciones mencionadas anteriormente.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Sistematizar la experiencia de la práctica profesional llevada a cabo en la Secretaría de Agricultura y Fomento, evidenciando el diseño e implementación de acciones comunicacionales desde la perspectiva de la comunicación educativa inmersa en el proyecto productivo “Una Huerta para Todos” en los procesos de transformación alimentaria en la zona rural media del Municipio de Guadalajara de Buga.

2.2 Objetivos Específicos

1. Identificar las características de la población campesina y sus dinámicas educativas, de producción y consumo de alimentos, objeto del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, en el corregimiento de Monterrey zona rural media del Municipio de Guadalajara de Buga.
2. Implementar acciones de comunicación educativa que faciliten el aprendizaje de la población del corregimiento de Monterrey sobre los procesos de transformación alimentaria teniendo en cuenta sus dinámicas de aprendizaje y contexto rural.

3. Diseñar una cartilla en la que se especifiquen las herramientas a implementar, los talleres teóricos prácticos y la ejecución de los recursos que contribuirían a la sabia transformación alimentaria como una de las acciones primordiales del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”.

3. Justificación

Este trabajo de sistematización es realizado con el fin de reflejar las prácticas y acciones comunicacionales de carácter educativo y social que se emplearon desde la Secretaría de Agricultura y Fomento para los procesos de transformación alimentaria en la zona rural media del Municipio de Guadalajara de Buga en el corregimiento de Monterrey.

A través de estas líneas se busca demostrar principalmente la importancia de la comunicación educativa y de cómo esta, llega a valer como instrumentos de transformación social.

Cada contacto, cada exposición, discurso y quehacer, producen interacción y moviliza a los sujetos a seleccionar, interpretar, modificar, valorar, apropiarse y usar lo que interpretan en una perspectiva de cambio y transformación social.

Con el proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, la Institución Educativa Agrícola de Monterrey (como sede de aprendizaje), podrá dejar de ser un enclave cerrado para convertirse en un nuevo espacio pedagógico abierto e inmaterial, gracias a la utilización combinada de tres herramientas actualmente ofrecidas: lo audiovisual, la cartilla animada y la información altamente vigorosa de transformación alimentaria, como poder de evolución social.

La Comunicación Educativa está considerada como una de las disciplinas de reciente aparición, por lo que tiene un limitado desarrollo teórico metodológico, está en plena

conformación y consolidación, pero no obstante juega un importante papel para el desarrollo social, sus conceptos y objetos de estudio es de obligada consulta para todos los proyectos relacionados a contribuir al desarrollo social, tales como el proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, de acuerdo a esto, la comunicación educativa como lo afirma Sierra:

Se orienta al estudio teórico metodológico y práctico de los procesos de producción, transmisión, procesamiento y adquisición de información, en tanto que proceso de aprendizaje, entendiendo por educación la dinámica cultural de conocimiento práctico reflexivo, a través de infinidad de canales sociales, desde el nivel interpersonal al ámbito masivo, en la educación formal e informal. (Sierra, 1997, párr. 14)

Teniendo en cuenta lo anterior, el proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, ha desarrollado un proceso de comunicación educativa transformadora, brindando en los pobladores rurales del corregimiento de Monterrey, un aprendizaje significativo por medio de la socialización del proyecto, y a su vez, promoviendo la información y los conocimientos suficientes, para que fuesen ellos, quienes se apropien del contexto y sean los protagonistas de la transformación del campo, la tenencia responsable y productiva de las tierras, la soberanía y la seguridad alimentaria y finalmente, los procesos transformadores de materias primas.

Landivar define la comunicación educativa como el área de conocimiento teórico instrumental cuyo objeto de estudio son los procesos de interacción propios de toda relación humana, en donde se transmiten y recrean significados. En la práctica de la comunicación

educativa, al menos uno de los actuantes persigue una finalidad educativa, a partir de la cual se ha apropiado de conocimientos y técnicas para la acción y la ha organizado mínimamente.

(Landivar. 2001. Párr 6).

Ante esto, se demuestra como a partir de la comunicación educativa, se busca con el proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, transmitir los conocimientos necesarios en transformación adecuada de los alimentos así como de su consumo y nutrición, dentro de la relación humana establecida con los habitantes del corregimiento, valorando por ello, los conocimientos y saberes previos que la población tiene, otorgándoles un papel protagónico en la ejecución misma del proyecto.

Dicha relación humana, se llevó a cabo mediante el diálogo, la explicación de saberes y las actividades a realizar en la zona, especificando los beneficios que el proyecto productivo traería a futuro para la comunidad en general. El contacto con la comunidad fue muy cercano, ya que no se empleó un lenguaje coloquial y entendible, donde los pobladores rurales razonaran sobre la participación o inmersión de los contratistas en la zona, comprendiendo que no se pretendía imponer un trabajo desde un ente Gubernamental, sino por el contrario, hacer parte activa de los procesos de transformación social.

Con la presente sistematización se pretende ser un referente para un nuevo modelo de participación comunicativa, buscando cumplir con la misión, visión y enfoque social que

actualmente lidera la Corporación Universitaria Minuto de Dios, aportando una guía para nuevos procesos de sistematización encaminados a la transformación social.

4. Marco de referencia

4.1 Marco normativo

La Constitución Política de Colombia, en su artículo 65, establece que la producción de alimentos gozará de especial protección del Estado. Para tal efecto, se otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales, así como también, a la construcción de obras de infraestructura física y adecuación de tierras. De igual manera, el Estado promoverá la investigación y la transferencia de tecnología para la producción de alimentos y materias primas de origen agropecuario, con el propósito de incrementar la productividad.

Por otra parte, el Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019, de la Buga Renovada, según acuerdo No. 004 de 2016, Página N0. 25 - 26, la cual estipula la Estrategia para el Desarrollo Rural Integral que comprende los siguientes aspectos.

- Adopción de la propuesta de la Política Pública de desarrollo rural para mejorar las oportunidades en el campo, planteada por un conjunto de instituciones locales y regionales, públicas y privadas, convocadas por la Comisión de Conciliación Regional.

- Este documento se constituye en la base para la concertación, formulación y adopción de un Plan de Desarrollo Rural Integral entendido como un instrumento de política pública de largo plazo, de carácter multidimensional, con enfoque territorial centrado en el Desarrollo Humano en la perspectiva del posconflicto, la construcción de la Paz, la nutrición y la seguridad alimentaria, el fortalecimiento de la productividad agropecuaria, la protección del patrimonio ambiental y la conservación del patrimonio cultural.

- La concertación, formulación y adopción de una política pública para el desarrollo integral de la zona rural, tiene como objetivo “Generar y mejorar las oportunidades para el desarrollo rural integral, participativo del territorio y los habitantes de la zona rural del municipio de Guadalajara de Buga”.

- El Plan de Desarrollo “Buga Renovada” 2016 – 2019, define la necesidad de articular esta propuesta con los lineamientos dados por la Misión para la Transformación del Campo, consiste en promover políticas de Estado para que el país salde su deuda histórica con el campo como elemento esencial para construir la Paz. La Misión parte de tres ideas fuerza, que pueden entenderse también como los principios básicos que deben regir las políticas de desarrollo rural:

1. La necesidad de fomentar un enfoque territorial participativo, que reconoce una ruralidad diferenciada y a los habitantes rurales como gestores y actores de su propio desarrollo.

2. La concepción del desarrollo como un proceso integral, que busca la inclusión, tanto social como productiva, de todos los habitantes rurales. Esta visión implica la necesidad de superar la visión asistencialista de las políticas rurales y considerar a los habitantes rurales tanto como agentes de desarrollo productivo como sujetos de derechos y, por ende, como plenos ciudadanos.

3. La necesidad de promover un desarrollo rural competitivo y ambientalmente sostenible basado, ante todo, en la provisión adecuada de bienes públicos que faciliten el desarrollo tanto de actividades agropecuarias como no agropecuarias.

En resumen, la Misión propone una visión a largo plazo, que formule políticas de Estado y promueva un desarrollo integral (desarrollo sostenible, en su triple dimensión económica, social y ambiental) construido desde el territorio con una mirada del área rural que trascienda lo agropecuario. Para la realización de esta visión expone una estrategia que abarca cinco áreas:

1. El cierre del déficit y las brechas sociales, y la dotación consecuente de los bienes de interés social (alimentación, educación, salud, protección social, vivienda, agua y saneamiento), con un enfoque de derechos.

2. Una estrategia ambiciosa de inclusión productiva, que permita que los pequeños productores y los trabajadores del campo accedan a recursos productivos, se integren a lo

largo de toda la cadena de producción y comercialización y perciban ingresos remunerativos.

3. El desarrollo de una ruralidad competitiva, con énfasis en el sector agropecuario, basado fundamentalmente en la provisión adecuada de bienes públicos (innovación, ciencia y tecnología; infraestructura de transporte, energía y TIC; adecuación de tierras; protección de los derechos de propiedad; información de mercados; seguridad y justicia) y en un ambiente macroeconómico y financiero adecuado.

4. Un desarrollo ambientalmente sostenible, que busque mantener e incluso mejorar el patrimonio del país en materia de aguas, suelos, biodiversidad y riqueza forestal al tiempo que gestiona el cambio climático y aborda los problemas de salud ambiental.

5. Una reforma institucional profunda, que abarque no solo a las instituciones públicas en todos los niveles, sino también al fortalecimiento de la sociedad civil y de su participación en la formulación e instrumentación de las políticas y programas de desarrollo rural.

Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019, según acuerdo No. 004 de 2016, Página N0. 93 - 97, la cual estipula la Estrategia para el Desarrollo Rural Integral que comprende el siguiente aspecto en el artículo 19 de Sector Agropecuario.

Tiene como objetivo general concertar con las instituciones y organizaciones campesinas las condiciones para la formulación de una política pública integral para la zona rural abordando los componentes de ordenamiento territorial, medidas para garantizar el ejercicio efectivo de derechos a los diferentes grupos de la población campesina, el mejoramiento de las condiciones del hábitat y el equipamiento rural, la optimización de la asistencia técnica con prioridad al productor campesino, la promoción de estrategias de desarrollo agroempresarial, la optimización de la infraestructura y conectividad para la coordinación de la institucionalidad pública que articule la oferta multisectorial local, regional e internacional para fortalecer capacidades y generar iniciativas de autogestión del desarrollo por parte de las comunidades rurales.

La formulación de esta política deberá consultar a las comunidades rurales para garantizar su efectiva participación teniendo en cuenta las particularidades de la zona rural plana, media y alta.

La población campesina se constituirá en el fundamento de la política pública integral para el desarrollo rural y, por ende, se implementará los instrumentos y mecanismos constitucionales y legales vigentes que contribuyan a proteger y valorar la cultura campesina para rescatar los valores culturales propios, desarrollar una nueva cultura agrícola y rural en armonía con la naturaleza, fomentar nuevas formas de participación democrática, así como la integración a esta participación en forma activa de mujeres, niños, jóvenes, adultos mayores, tradicionalmente excluidos de las políticas y estrategias de desarrollo social y territorial.

La construcción de una nueva ruralidad en el municipio de Guadalajara de Buga con enfoque territorial y criterios de sostenibilidad se debe fundamentar en un modelo participativo, incluyente, integral, garantista de derechos, que tiene como fin último garantizar oportunidades para el campesino y su familia para acceder a la tierra, recursos productivos y capital de trabajo, así como a servicios sociales de calidad en un territorio dotado de bienes públicos de infraestructura vial, transporte, energía, agua potable, saneamiento básico, TIC, distritos de riesgo, con procesos de transformación y agregación de valor de diferentes escalas y actividades de servicios y comercio que diversifican las oportunidades de empleo y generación de ingresos.

La asistencia técnica debe abordar componentes tales como información sobre mercados, ciencia, tecnología e innovación y la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y (BPG), y mecanismos para el manejo sanitario y fitosanitario; cosechas y post cosecha, además de apoyo en la estructuración integral de proyectos productivos que aborden el ciclo completo de formulación, ejecución, seguimiento y evaluación de manera concertada con los campesinos.

La secretaría de agricultura brindará el acompañamiento administrativo y técnico en los procesos de restitución de tierras, en cumplimiento de las sentencias judiciales como parte de la reparación integral en el marco de la Ley 1448 de 2011, - Ley de Víctimas.

1. Planeación y gestión de desarrollo rural

Contempla procesos y herramientas que permitan avanzar en el diagnóstico y caracterización territorial, ambiental, social, económica y productiva que fortalezca la planeación participativa y la gestión del desarrollo rural garantizando la concertación con la comunidad campesina y el diálogo interinstitucional público – privado.

La comunidad rural de campesinos y productores, directamente o a través de sus organizaciones sociales y comunitarias, dispondrán los espacios y mecanismos que les permita participar de manera efectiva en la planificación del desarrollo local y territorial.

2. Economía campesina sostenible

Es una estrategia para recuperar, conservar y fomentar los valores culturales, sociales, comunitarios y productivos de la población campesina con el objetivo de lograr la sostenibilidad del sistema agroalimentario (producción, transformación, distribución y consumo), para que las interacciones ecológicas y la sinergia entre los componentes biológicos ofrezcan los mecanismos que fomenten la propia fertilidad del suelo, la productividad y la protección del cultivo. De esta manera se contribuirá a fortalecer la presencia de la población en el territorio, garantizar la seguridad y soberanía alimentaria, diversificar la productividad, conservar la biodiversidad, cuidar el agua, el suelo y los bosques.

De esta manera se contribuye a la sostenibilidad de la propiedad familiar a partir de lo que produce, no solo para su subsistencia sino también para el intercambio comercial, contribuyendo a la reducción de la pobreza, a la generación de ingresos, el abastecimiento de la familia y a la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

3. Transformación, mercadeo y comercialización

La agregación de valor a la producción agropecuaria propicia la diversificación de los ingresos en las unidades agropecuarias y agroindustriales, principalmente en las que hay una alta participación de la agricultura familiar o campesina, facilita la reducción de pérdidas de cosechas, permite enfrentar las limitaciones que tienen los productores para acceder a mercados dinámicos y amplía opciones de generación de valor e inserción laboral en actividades productivas diferentes a las agropecuarias.

El mercadeo y comercialización campesina permitirá articular la oferta de los pequeños productores campesinos con el mercado de consumidores constituido por familias de escasos recursos de la zona urbana contribuyendo a la seguridad alimentaria y el comercio justo. Comprende por lo menos las siguientes estrategias:

- Mercados Comunitarios.
- Toldos de Vida.
- Mercados Justos y Orgánicos.

4. Infraestructura para la producción

Permite el fortalecimiento y/o activación de las instancias de participación y concertación rural en los procesos de planificación y de puestos del desarrollo rural en la elaboración, ejecución, seguimiento y ajustes a los planes de desarrollo rural, además de potenciar instancias de cooperación generando autonomía y capacidad de incidencia en el (CMDR) Concejo Municipal de Desarrollo Rural para responder a las aspiraciones del desarrollo integral del sector rural.

4.2 Marco teórico

“El diálogo es una relación horizontal de A con B. Nace de una matriz crítica y genera criticidad. Cuando los dos polos del diálogo se ligan así, con amor, con esperanza, con fe el uno en el otro, se hacen críticos en la búsqueda común de algo. Solo ahí hay comunicación. Solo el diálogo comunica”. Paulo Freire.

La comunicación y la educación, aunque todavía estudiados desde campos separados, constituyen de manera intangible, un proceso pedagógico que podría considerarse como nuevo; sin embargo, y entendido desde la naturalidad o la singularidad de sus términos propios, educar confiere la necesidad de comunicar y viceversa, no puede entenderse la tarea educativa sin una acción comunicativa porque no hay quién enseñe si previamente no comunica.

En su libro *Procesos Educativos y Canales de Comunicación*, Mario Kaplún expresa el siguiente argumento:

“La comunicación educativa ha tendido pronunciadamente a limitar su ámbito a los media; a establecer una implícita equivalencia en virtud de la cual, cuando enuncia comunicación, automáticamente la refiere a medios y tecnologías de comunicación. Creemos de provecho trascender esta visión reductora; postular que la comunicación educativa abarca ciertamente el campo de los mass media pero no sólo tal área sino también,

y en prevalente lugar, el tipo de comunicación presente en todo proceso educativo, sea éste realizado con o sin empleo de medios”.

Lo cual supone considerar a la Comunicación no como un mero instrumento mediático y tecnológico, sino ante todo como un componente pedagógico. La comunicación no debe estar cegada a un solo hilo conductor de medios masivos, sino que se debe ampliar el horizonte y jugar con ella en los demás campos del saber, lo que se hizo evidente en el trabajo realizado en la comunidad campesina de Monterrey, donde sin necesidad de un medio masivo tradicional como prensa, radio o televisión, se generó un impacto directo sobre su realidad cotidiana y la transformación social de la misma, desde el uso de la comunicación como herramienta educativa.

“Eso que ves, ¿cómo lo expresarías con palabras? El mundo nos entra por los ojos pero no adquiere sentido hasta que desciende a nuestra boca”. (Paul Auster).

Para Lev Vygotsky (1896-1934), en el proceso de interiorización cognoscitivo, desempeñan un papel fundamental los instrumentos de mediación, el lenguaje oral y escrito, manifestados de múltiples formas en el medio sociocultural en el que se vive. Aprender es aprender de otros, se logra mejor en comunicación con otros, alumnos y profesores aprenden unos de otros, y se transforma la información en conocimiento.

Ahora bien, estudiando estos dos conceptos juntos, encontramos que la comunicación educativa es un instrumento del proceso de enseñanza y aprendizaje; y que no ha sido empleada solamente en relación con la educación escolarizada, sino que tiene múltiples acepciones ligadas a diferentes aspectos de la práctica social.

Desde un punto de vista pedagógico, la conceptualización de la noción de comunicación educativa puede diferenciarse en dos tendencias fundamentales: la comunicación educativa instrumental y la procesual.

En la primera vertiente, la comunicación se concibe como técnica y es un instrumento valioso para la educación pero no constituye la esencia de la misma, por ello, se atiende a la funcionalidad pedagógica, didáctica de los medios sobre la base de un modelo de educación tradicional.

Esta comunicación educativa instrumental, ha sido llamada también "modelo persuasor", ya que comprende el diseño de estrategias comunicativas, la utilización de medios y el control del sistema de transmisión entre docentes y los alumnos con vistas a obtener objetivos previamente definidos.

La comunicación educativa en su modelo procesual, está presente en aquellos modelos de educación que identifica a los procesos comunicativos no como meros instrumentos o estrategias de aprendizaje, sino como su esencia. Estos modelos educativos,

centran su atención en el proceso y no únicamente en los resultados, ya que parten de una concepción epistemológica basada en la interacción entre los sujetos y el medio social en el que se desarrollan.

Por otra parte, la Educomunicación, es “el estudio sistemático de las prácticas educativas con los medios”. Gravis (1999).

Estaríamos hablando de un ámbito de estudio específico de los medios de comunicación, con un marcado carácter de análisis crítico. Para muchos autores, esto supone considerar que los medios no son transparentes, es decir, que no son “una ventana abierta al mundo” sino una representación de ese mundo. La enseñanza de los medios de comunicación estaría justificada, por tanto, por la transmisión parcial que hacen de la realidad, por la no neutralidad y por la carga ideológica e interesada de las representaciones que ofrecen. Por ello, la educación en materia de comunicación debería “apuntar a aumentar el conocimiento por nuestros alumnos del funcionamiento de los medios de comunicación, del modo que tienen de producir un significado, de su forma de organización, de cómo construyen la realidad y de la comprensión de esa realidad por quienes la reciben” (Masterman, 1983).

De acuerdo a lo anterior, el proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, enlazado a la comunicación educativa, justifica la relación aprendiz-entorno, donde la población objeto, construye y analiza su propia realidad a partir de experiencias marcadas en su

territorio y donde a través de ello, ejecuta los procesos de transformación alimentaria ofrecidos como herramienta de transformación social.

(1921-1997) Para Paulo Freire la comunicación es un complemento directo de la educación, es un proceso de aprendizaje que dura toda la vida. Al igual que la educación, la comunicación es un acto creador, un acto cognoscitivo y un acto político, dirigido al cambio social.

Desde este punto de vista, Paulo Freire nos regala una comprensión más amplia sobre los usos que se le pueden dar a los procesos pedagógicos desde la comunicación; las imágenes, las fotografías, los videos e ilustraciones, son claves para generar un diálogo existencial.

Para Freire la relación entre comunicación, educación y sociedad humana es de total implicación. En realidad no existe ser humano fuera de la sociedad y ésta no puede existir sin algún modo de educación. Más aún, la "forma" de la educación se relaciona directamente con la "forma" de la sociedad.

Las propuestas y teorías planteadas por Freire son pedagógicas, "ayudar al hombre a ser hombre"; pedagogía que basó en la evolución de conceptos como sociedad, educación, diálogo y comunicación.

En este sentido, la presente sistematización acentúa la conceptualización del término de comunicación educativa como un proceso de transformación que va dejando a un lado, el concepto comunicativo de difusión e información, partiendo a la nueva concepción de la comunicación educativa como eje central del reconocimiento de identidades y subjetividades, haciendo partícipes y constructores de conocimientos del mismo contexto social y cultural en el que se desarrollan los habitantes de la zona rural en el corregimiento de Monterrey.

Los procesos comunicativos y educativos tradicionalmente han constituido campos de estudio diferenciados, pero en el mundo de hoy, bajo los efectos del impetuoso desarrollo de la ciencia y la tecnología, se impone cada vez más en el campo de las ciencias, donde la interdisciplinariedad va quedando atrás junto con los esquemas tradicionales que se pensaban en el proceso de enseñanza-aprendizaje, es sólo un elemento del proceso educativo y la comunicación es el mero intercambio de mensajes y de medios.

La comunicación juega un importante papel en la actividad educativa, no solo como elemento que garantiza la interacción, sino también y por encima de ello, en el desarrollo de las relaciones humanas.

Existe una estrecha relación entre los procesos comunicativos y educativos. La actividad educativa es una actividad comunicativa por excelencia, en la que se manifiestan todas las funciones que le son inherentes a esta últimos; informativos, afectivos, valorativos y reguladores de la conducta.

Al respecto Paulo Freire señala: “la educación es comunicación, es diálogo en la medida que no es la transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de los significados" (12:36).

A partir de esto, se justifican las herramientas mediáticas, comunicacionales y educativas que se llevaron a cabo en el proceso de transformación alimentaria en la zona rural media del municipio, ya que se combinaron diversos campos del saber para llevar a cabo un trabajo especial y de metamorfosis e innovación llamado “Una Huerta para Todos”. Y es que gracias a este proceso, lo que se logra es la transferencia de saberes que se llevan al accionar y permiten la construcción de una sociedad más empoderada y conocedora de la importancia alimentaria y nutricional.

Por otra parte, según Carlos Amtmann (2001), no se debe reducir lo rural a actividades productivas y al modo propio de sus formas de trabajo, pues otras esferas y actividades influyen de manera importante y es necesario abordar la cuestión rural de forma integral, reconociendo que lo rural incluye también otras dimensiones y diversos actores, aspectos sociopolíticos, educativos y culturales, que forman parte del proceso de desarrollo de los espacios rurales.

Para Mario Kaplún (1923-1998), al comunicar se aprende, emisores y receptores, tanto en los procesos educativos como en los comunicativos, aprenden unos de otros, se intercomunican, pues el lenguaje es el instrumento del pensamiento a partir del cual no

solamente podemos comunicarnos, sino también pensar. ¿Cómo se adquiere el lenguaje? ¿Cómo aprendemos a hablar?: Comunicándonos.

La finalidad del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, era trabajar de la mano con los pobladores rurales, estableciendo con ellos, un flujo de saberes en el que se establecieran las corresponsabilidades en el proceso, mediante el cual, los conocimientos aportados bidireccionalmente, lograran construir estructuras educativas y comunicativas capaces de alcanzar las proyecciones y los fines mismos del proyecto.

Para Muñoz (2000) la comunicación educativa es otro campo de la comunicación social que estimula la formación de sujetos críticos y participativos, con el fin de enriquecer el debate democrático, donde se respete la diferencia y se conviva con ella; en ese sentido, la comunicación educativa aplicada en los procesos de transformación alimentaria llevados a cabo en la comunidad campesina de Monterrey, no aborda la formación mediática, pues su preocupación es el ciudadano y el desarrollo integral de las familias asociadas al proyecto productivo “Una Huerta para Todos”.

La comunicación educativa según Del Corral, 2004, p.55. “Incluye tanto los procesos intencionados para influir a otros a través de un proceso estructurado de enseñanza, cuanto en los procesos espontáneos de aprendizaje, en los que la intencionalidad por educarse, ser influido o modificado consciente o inconscientemente proviene del sujeto que aprende”.

Colombia es un país que tiene una deuda histórica con el sector agrario y campesino, es una deuda que se ha expresado en la falta de oportunidades para el habitante rural y en la brecha creciente en términos de pobreza con respecto a las zonas urbanas. De ahí, que el auge de la educación rural se inicia en la década de 1970 cuando el Gobierno Nacional incorpora la educación a las políticas de reforma agraria y de desarrollo rural para promover el cambio social, donde a partir de ello, la educación comienza a ser parte de las principales actividades de la sociedad y la cual debe ser operada con el objetivo de mejorar la calidad de la vida de los pobladores rurales.

Tomando lo dicho por Lynn Smith, éste señala que:

“La Educación es el nombre aplicado al proceso mediante el cual la parte socialmente aprobada de la herencia cultural se transmite de una generación a otra, y es el proceso mediante el cual el conocimiento recién adquirido se difunde entre los miembros de una sociedad”. (1960, p. 413).

Para concluir, la comunicación educativa, aunque recientemente vista como importante o significativa en los procesos pedagógicos, cuenta con una reflexión fundamental y es que cuando se quiebra la interdependencia de estos dos términos, se debilitan las posibilidades de aprendizaje así como las potencialidades de la comunicación., dejando en evidencia que cualquier proceso de aprendizaje pedagógico, implícitamente está ligado a un proceso de comunicación, pues existen emisores, receptores, canales y mensajes propios de la estructura básica comunicativa. Elementos que deben ser tenidos en cuenta

para la apropiada estructuración de los mensajes de acuerdo a las características de los sujetos que intervienen en dicho proceso.

5. Metodología

5.1 Tipo de investigación y enfoque

Estudios descriptivos: describe los procesos comunicacionales y educativos que se llevaron a cabo en la implementación y el accionar de las herramientas facilitadoras en el proceso de transformación alimentaria en la zona rural media del municipio de Guadalajara de Buga.

- **Enfoque de investigación**

Cualitativo: está basada en la recolección de información a través de la observación a los participantes y sus prácticas alimentarias, dando lugar al proceder de los recursos y estrategias comunicacionales y educativas para la sabia transformación y consumo de los alimentos en la comunidad objeto.

- **Método de investigación**

Método de Análisis: describe la realidad alimentaria por la que atraviesa la comunidad campesina y el efecto de los procesos comunicacionales y educativos que se llevaron a cabo para la efectiva transformación de los alimentos.

- **Diseño de investigación**

Estudio retrospectivo: se realiza con los datos obtenidos en un momento puntual buscando las causas de la nutrición y la alimentación desfavorable en la comunidad campesina de Monterrey.

- **Instrumentos de recolección de datos:**

Investigación participativa: Sistematización de Campo, porque ésta se centra en hacer el estudio donde el fenómeno se da de manera natural, y de este modo, la situación a intervenir es lo más real posible, llegando a la comunidad de manera asertiva y focal.

5.2 Población y muestra

Población o muestra

El corregimiento de Monterrey está habitado por 155 familias: 89 en la vereda Monterrey, 36 familias en la vereda La Unión y 30 familias en la parcelación San José, distribuidas en el territorio que constituye esta localidad.

De las 86 familias que viven en la vereda Monterrey, 63 son propietarias, 6 son arrendatarias y 17 son agregados o mayordomos. De las 43 familias de la vereda La Unión 33 son propietarias, 8 son arrendatarias y 2 son mayordomos. Y de las 24 familias de la parcelación San José, todas son propietarias, para un total de 153 familias campesinas.

La población, según su género y rango de edad, está distribuida de la siguiente manera:

Categoría	Rango de edad	Vereda de Monterrey		Vereda la Unión		Parcelación San José	
		Género		Género		Género	
		Nº de Hombres	Nº de Mujeres	Nº de Hombres	Nº de Mujeres	Nº de Hombres	Nº de Mujeres
Primera infancia	0-6 años	18	20	7	4	5	12
Infancia	7-12 años	16	13	5	10	15	10
Adolescentes	13-18 años	20	12	8	3	9	12
Jóvenes	19-26 años	28	24	7	7	12	10
Adultos	27-57 años	58	46	23	20	25	21
Adulto mayor	58 años en adelante	21	14	12	6	4	3
Subtotales por Género		161	129	62	50	70	68
Población total		290		112		138	

La presente sistematización gira en torno a las prácticas profesionales realizadas en la Alcaldía Municipal de Guadalajara de Buga en la Secretaría de Agricultura y Fomento, cuya población y muestra giraba en torno a las comunidades rurales agrícolas campesinas del Municipio.

Durante un periodo de cuatro meses, se tuvo contacto con comunidades rurales de la zona baja, media y alta del Municipio, llevando a cabo con ellas proyectos de acuerdo a las necesidades de cada una.

En este periodo de práctica profesional, se tenía empalme o contacto continuo y directo con la oficina de Comunicaciones y Prensa de la Alcaldía, donde se actualizaba mediáticamente los procesos que a partir de la Secretaría de Agricultura y Fomento se realizaban en las distintas zonas del Municipio y en la zona urbana.

Sin embargo, el desarrollo de esta sistematización está realizada a partir de una sola comunidad rural de la zona media del municipio de Guadalajara de Buga, corregimiento de Monterrey, la cual alberga alrededor de 153 familias campesinas distribuidas en dos veredas y una parcelación; no obstante, no se tenía contacto con todas ellas, ya que solamente se trabajaba con una población pequeña (15 familias), aquellas que estaban inmersas y eran partícipes del proyecto productivo que se pretendió para la zona en su primera etapa.

Con estas familias se trabajó un proceso de alfabetización a través de la comunicación educativa que lograría la participación de la población para la transformación alimentaria de los productos orgánicos que se cosechaban, y que servirían no solo para el autoconsumo de la productores, sino también, para la comercialización a futuro de canastas familiares con artículos naturales y orgánicos, que contribuirían a su vez al crecimiento económico de los habitantes rurales.

Para una mayor contextualización de la población objeto del proyecto productivo “Una Huerta para Todos” se exponen los siguientes elementos que ponen en evidencia el nivel educativo, el régimen de salud y la prestación de servicios públicos con los que viven actualmente los pobladores de la comunidad campesina de Monterrey.

Nivel.	Nombre y caracterización.
Primaria.	La Institución Educativa Agropecuaria Monterrey, trabaja con la modalidad de escuela nueva, donde en la sede principal cuenta con 88 estudiantes de grado 0 a 5. La distribución por grado de los niños es la siguiente: grado cero 17 estudiantes, primero, 20 estudiantes, segundo, 14 estudiantes, tercero, 14 estudiantes, cuarto, 11 estudiantes, quinto, 12 estudiantes.
Bachillerato.	La Institución Educativa Agropecuaria Monterrey, cuenta con 48 estudiantes en post primaria, es decir, de grado sexto a grado noveno. Y con 14 estudiantes en media técnica, es decir, 4 en décimo y 10 en grado 11.
Superior.	En la actualidad, el Instituto Técnico Agrícola ITA superior, dicta formación en Hotelería y Turismo a los jóvenes que salen de bachiller y desean cursar una carrera de nivel superior.

Servicio.	Nombre y caracterización.
Salud.	El corregimiento de Monterrey cuenta actualmente con un puesto de salud que está al servicio de los habitantes. Sin embargo, el Hospital Divino Niño realiza brigadas de salud mensuales con presencia de médico general (consulta externa, vacunación, control de crecimiento y desarrollo y citología) y bimestralmente servicio odontológico. El servicio es deficiente en la medida en que en muchas ocasiones se quedan pacientes sin atender.

Servicio.	Nombre y caracterización.
Acueducto.	En el corregimiento de Monterrey existe un acueducto que presta el servicio a 154 usuarios y cuya bocatoma es el río Sonsito.
Saneamiento Básico.	<p>Aseo: en el corregimiento de Monterrey, los residuos sólidos orgánicos, en la mayoría de las viviendas son enterrados, arrojados a los ríos y en algunos casos son quemados o compostados.</p> <p>Pozos sépticos: se tiene una cobertura del 60% aproximadamente.</p>
Transporte.	En el corregimiento de Monterrey solamente hay un medio de transporte público y es el de la chiva o bus escalera, que sube todos los días una vez al día y su horario de partida hacia el corregimiento es a las 3:00pm, pero se encuentra estacionado desde las 5:00am en el parqueadero de Transunidos en la calle 9 entre 12 y 13 en la zona urbana de la ciudad.
Energía Eléctrica.	El servicio de energía eléctrica la presta la Empresa de Energía del Pacífico EPSA S.A y tiene un cubrimiento del 90% de la población rural en el corregimiento de Monterrey.

5.3 Actividades (para el logro de los objetivos).

Para Freire la comunicación y la educación son una misma cosa, es decir, no puede existir una sin la otra, pues para él, el proceso docente educativo es un proceso comunicativo donde el profesor y el alumno participan activamente en la solución de las tareas y en la adquisición de nuevos conocimientos. Por tanto, aprenden unos de otros durante el proceso. Esto nos indica que a través de la comunicación se va a producir un encuentro entre los sujetos, encuentro que va a trascender en un nuevo saber, en una acción transformadora.

A partir de lo anterior, las actividades realizadas para el logro de los objetivos, se desarrollaron a partir de la comunicación educativa, siendo esta el eje fundamental de la presente sistematización, donde las herramientas mediáticas no cumplen ningún tipo de papel protagónico, sino que por el contrario, su misión comunicadora se centra en la educación y la pedagogía de la población rural del corregimiento de Monterrey.

Para dar inicio a las actividades, se acudió a la realización en primera instancia del contacto con los pobladores rurales, contacto que permitió la detección de los modelos de producción que actualmente tenían los campesinos en sus predios y cual era el manejo que le daban a la tenencia de sus tierras; para ello, se iniciaron conversaciones abiertas que dieron como resultado un intercambio de saberes e identificación de características, que servirían de sustento, para el diseño y posterior aplicación de acciones comunicacionales educativas a desarrollar en la zona.

Durante la práctica, se llevó a cabo la observación, análisis, participación y ejecución de acciones que pudieran salvaguardar los procesos y hábitos adecuados de la producción, consumo y comercialización de productos cultivados en las tierras propias de los pobladores rurales. Para el efectivo desarrollo de dichas acciones comunicacionales realizadas a partir de la educación, se mantuvo contacto directo con la población objeto del proyecto, experiencia de inmersión que permitió conocer de primera mano las formas de producción y por ende, las necesidades propias de las tierras, donde se generó una relación y vinculación con los campesinos y los investigadores del ente Gubernamental, generando un ambiente de proximidad y confianza con el objetivo de crear un clima en el que los colaboradores o pobladores rurales, hicieran parte activa del proceso de transformación alimentaria de la zona y se desarrollara efectivamente el proyecto productivo “Una Huerta para Todos”.

Como segunda instancia y teniendo en cuenta la información recolectada, se pensó en la construcción de nuevos saberes a partir de productos audiovisuales, infografías y presentaciones en power point que contenían estructuras de saberes educativos, teniendo en cuenta la caracterización de la población rural que en su mayoría era analfabeta, motivo por el cuál, el desarrollo de estos productos, contaba más con herramientas visuales que textuales, para hacer más fácil su comprensión.

Teniendo en cuenta que uno de los principios de la comunicación educativa es la relación horizontal entre el aprendiz y el docente, se creó un taller teórico-práctico diseñado a partir de la contextualización propia de los habitantes rurales, cuyo enfoque giraba en la comercialización y en la pretensión de volver productivo el proyecto. Taller que pretendía

dar elementos de mercadeo, mediante los cuales y con una práctica colaborativa, se diseñaran logos y slogans para los productos que se llegasen a comercializar como resultado del proceso productivo.

Como actividad, se realizó la adaptación de una cartilla que contenía el paso a paso de la creación de una huerta, donde cada encuentro, se hacía entrega a la familia campesina de una nueva unidad que debían seguir para la efectiva construcción de la misma.

(Ver anexo Pag 85).

Con el paso del proyecto, se puso en marcha un taller teórico práctico de marketing, que tenía por objetivo la comprensión de la población rural, de que el proceso de transformación alimentaria de la zona, tenía otra particularidad y era la producción y comercialización de canastas familiares que iban a contener productos 100% orgánicos, con los cuales se pretendía entre otras cosas, el aumento del capital económico de las familias.

(Ver anexo Pag 81).

Para esto, el taller comprendía términos básicos de Marketing, en el cual, los campesinos pudieron establecer la importancia de este en el proyecto y supieran como actuar al tiempo en que los contratistas del ente Gubernamental ya no se encuentren a su lado.

5.4 Recolección de la información

Instrumentos de recolección de información.

Para analizar el adecuado funcionamiento del proyecto productivo “Una Huerta para Todos” implementado en la zona rural media del municipio de Guadalajara de Buga, en el corregimiento de Monterrey, al igual que las estrategias y procesos comunicacionales empleados, se empleó el siguiente instrumento:

Observación y participación:

Este instrumento de recolección de datos fue implementado porque es un proceso en el que se da la observación a los procedimientos que como investigadores de un ente Gubernamental se presenciaba en directo sobre el fenómeno que se estudiaba; es decir, que mediante el trabajo de inmersión en la zona, y a través de los talleres realizados, se pudo establecer que la población objeto del proyecto productivo, cumplía a cabalidad los procesos de transformación, estableciendo que eran ellos los protagonistas y únicos beneficiados con la labor.

Se observó la relación y por ende, la vinculación de los pobladores rurales con los entes reguladores del proceso de transformación alimentaria.

Se observaron las reacciones y acepciones de las familias campesinas al proceso de transformación alimentaria, donde de acuerdo a esto, se impartía información que generaría cambios en los hábitos de vida de los pobladores.

Se participó conjuntamente en la planeación y realización de los procesos y estrategias comunicacionales y educativas que desde la secretaría de Agricultura y Fomento y como Comunicador Social practicante, se realizaron para la oportuna socialización y alfabetización de los pobladores rurales.

La planeación y realización de los procesos y estrategias anteriormente mencionadas, están basados en la recolección de información de la población, en su nivel académico y social, para así mismo, construir y llevar a cabo los métodos de alfabetización y posterior desarrollo de la transformación de los alimentos.

6. Resultados

A partir de los objetivos de la presente sistematización, los resultados emergentes desde la ejecución del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, generaron productos comunicativos audiovisuales e infografías desde el eje de la comunicación educativa, evidenciando el proceso de construcción de las piezas gráficas, que desde dicha iniciativa y propuesta constituyen una herramienta en función de los nuevos procesos educativos y pedagógicos.

Como resultado del ejercicio de la sistematización, y teniendo en cuenta el diseño de las acciones implementadas en el proyecto productivo, se obtuvo como aprendizaje el valor y la utilidad de la comunicación educativa en los procesos sociales, ya que va más allá de la imposición de saberes, evolucionando así, en la comprensión de aprendizajes atados a las herramientas comunicacionales.

Durante el proceso de aprendizaje, se constató la variación del papel de la comunicación y del comunicador como elementos de transformación social, ya que mediante el proceso de inmersión en la comunidad campesina de Monterrey, se ejecutaron asertivamente acciones educativas que permitieron la movilización de aprendizajes en una población con un alto índice de analfabetismo, en pro de la construcción adecuada del manejo responsable de las tierras, la producción y el autoconsumo de productos propios y orgánicos.

Se realizaron Talleres que contribuyeron al desarrollo efectivo del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, que contenía gráficamente las guías metodológicas para la construcción de las huertas; una vez analizadas las herramientas audiovisuales expuestas en los momentos de encuentros pedagógicos, se realizaba un trabajo evaluativo con el fin de identificar si lo manifestado anteriormente había sido lo suficientemente claro.

El proyecto productivo “Una Huerta para Todos” surge a partir de la identificación de las necesidades y problemáticas por las que atraviesa la comunidad campesina del corregimiento de Monterrey. Frente a esto, se realizaron visitas técnicas a la zona a trabajar, en la que se lograron establecer ciertos modelos de producción insuficientes para el crecimiento socioeconómico de la población rural.

A partir de la comunicación educativa y de las acciones a desarrollar en la población objeto, se creó el proyecto productivo que pretendía entre otras cosas, sentar las bases suficientes en los nuevos modelos de producción, autoconsumo y comercialización de productos orgánicos.

Dicho proyecto se presentó ante la Gobernación del Valle del Cauca como representación de la Secretaría de Agricultura y Fomento de la Alcaldía Municipal de Guadalajara de Buga; proyecto que durante un tiempo, fue materia de estudio y meses después, dieron respuesta positiva para la puesta en marcha y la aprobación del presupuesto con el que se financiaría parte del proyecto productivo.

“Una Huerta para Todos”, fue como se denominó el proyecto que beneficiaría a los pobladores campesinos de la zona rural del corregimiento de Monterrey, el mismo que hasta el día de hoy, cuenta con 15 familias beneficiadas y que tiene una proyección de cobertura más amplia y cuyo atractivo, pretende ir sectorizando pequeños grupos poblacionales hasta consumir la totalidad de los corregimientos adscritos al Municipio.

Se planteó el proyecto productivo a la Institución Educativa Agrícola Monterrey y al Rector del plantel el señor Oscar Clavijo, quien dio la última aprobación necesaria para iniciar la respectiva ejecución.

Se realizó una reunión general con padres de familia y estudiantes del claustro, en la que se delimitó la población que en primera instancia iba a ser objeto de los procesos de transformación alimentaria. En este primer encuentro, se estableció la duración del proyecto, la pedagogía a ejecutar, los beneficios que este iba a tener a la comunidad, los días de los encuentros formativos, los días de las visitas, los días de los procesos de transformación y los materiales que debían tener, (generalmente eran frascos de vidrio y plásticos, agua, cuchillos, cucharas, ollas, candela o fósforos, guantes, tapabocas, malla o gorro para el cabello, delantal, etc), en ese sentido, eran artículos que fácilmente conseguían en sus hogares; porque de los productos a transformar se encargaba la secretaría.

La transformación de los alimentos, otro de los resultados más atractivos del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, la innovación alimentaria variaba entre frutas, encurtidos, embutidos y lácteos; donde a partir de un solo producto base, se tenía un componente diferenciador al generalmente consumido. En este punto, se hizo uso de las infografías, ya que tenían gráficas que hacían más fácil la comprensión de los pasos a seguir, fue una pedagogía basada en la observación y análisis gráfico.

Construcción comercial del proyecto productivo “Una huerta para Todos”, como Comunicador Social practicante, se desarrolló un taller teórico práctico de Marketing, en el que se exponían las ventajas de promocionar el proyecto, de la comercialización de los productos y de la importancia de su presentación por medio de canastas familiares.

Al ser una población rural, el tema del Marketing era totalmente desconocido, por lo que en primera instancia se recurrió a hacer una contextualización; una vez comprendida la cuestión, se dio inicio en la construcción de Logo y Eslogan, que iba a caracterizar en el mercado las canastas familiares.

En este taller, que sorpresivamente fue bien recibido, se expuso las características que debía tener el Logo y Eslogan, y se trataron temas como la psicología del color, en el que se les preguntaba qué sensación les producía al verlos.

Una vez realizada esta parte pedagógica, se inició con el proceso de construcción de marca en el que se les dio vía libre para la realización del Logo y Eslogan, y se concretó que a partir de sus ideas, como Comunicador Social practicante, se elaboraría la pieza gráfica que sería la identificación de los productos orgánicos.

Para lograr el desarrollo del proyecto, se tomó como guía metodológica, una cartilla que narraba los pasos correctos en la elaboración de las huertas y que además contenía talleres que se realizaban activamente en los espacios pedagógicos; dicha cartilla se llevó a cabo mediante la adaptación a una guía ya existente e implementada en Chile; sin embargo, para el asertivo desarrollo en el corregimiento de Monterrey, previamente se hizo el estudio de las necesidades propias de la comunidad, (realizada a partir de la inmersión y observación en la zona) por lo que tocó replantear varios puntos y reestructurar la cartilla de acuerdo al contexto por el que atravesaba la población rural, con el objetivo de poder lograr el efectivo desarrollo de las actividades.

Las necesidades propias de la población, se identificaron a partir de la observación, análisis y testimonios de los pobladores rurales, ya que manifestaban que su sustento económico provenía de la recolección de productos, del cuidado de las tierras y de los animales que no vienen siendo propios, sino de terceros.

Los mensajes transmitidos a la población rural y campesina, no fueron comunicados desde mi saber, sino a partir del contexto en el que se desarrolla la población; es decir, no se

realizó la imposición de un conocimiento sino un diálogo de saberes; considerando que las Familias que al momento se encontraban adheridas al proyecto productivo, eran en su mayoría analfabetas y les costaba la comprensión de ciertos términos y lenguajes impartidos a través de la parte pedagógica.

Alcanzar el aprendizaje en los pobladores rurales, de los procesos de transformación alimentaria a través de las estrategias de comunicación educativa y poder generar en ellos sentido de pertenencia y aceptación del proyecto productivo, es prueba de que la comunicación y la educación, no pueden seguir procesos por separado. Es de vital importancia que día a día se estudie, se moldee y se planteen nuevas teorías y acercamientos de estos términos a las prácticas sociales que contribuyen al crecimiento comunitario.

El aprendizaje de los pobladores rurales del corregimiento de Monterrey, se mide a través del trabajo autónomo que vienen realizando, ya que el proceso de participación pedagógica interpuesta por los contratistas del ente Gubernamental llegó a su fin. La comunidad campesina es la que actualmente le está dando continuidad a los procesos de transformación y soberanía alimentaria, produciendo desde sus predios los productos a consumir y comercializar.

7. Presupuesto

No.	Actividad	Tiempo (meses)		Producto
		Desde	Hasta	
1	Inscripción del curso opción de grado.	08/01/2018	24/01/2018	Pago del curso opción de grado.
2	Entrega de anteproyecto	09/02/2018	09/02/2018	Entrega de anteproyecto ante profesores – UNIMINUTO.
3	Asignación de director del trabajo de grado	12/02/2018	12/02/2018	Asignación de director del trabajo de grado para acompañamiento académico.
4	Compromiso del director de trabajo de grado.	12/02/2018	12/02/2018	Compromiso del director de trabajo de grado para acompañar o no al estudiante.
5	Revisión del anteproyecto por parte del director de trabajo de grado	12/02/2018	25/02/2018	Revisión del anteproyecto de grado para correcciones o aprobación.
6	Entrega de anteproyecto evaluado por parte del director de trabajo de grado.	26/02/2018	26/02/2018	Anteproyecto evaluado.
7	Diseño del cronograma de reuniones entre el director de trabajo de grado y estudiantes.	27/02/2018	27/02/2018	Realización del cronograma de reuniones, director – estudiante.
	Construcción del	27/02/2018	27/03/2018	Construcción

8	trabajo de grado por parte de los estudiantes, con las asesorías del director de trabajo de grado.			del trabajo de grado.
9	Entrega del trabajo de grado final con aprobación del director de trabajo de grado.	28/03/2018	28/03/2018	Entrega de trabajo final para aprobación.
10	Asignación del jurado lector del trabajo.	29/03/2018	29/03/2018	Jurado lector del trabajo.
11	Lectura del trabajo de grado por parte del jurado lector	30/03/2018	15/04/2018	Lectura del trabajo de grado.
12	Entrega del trabajo de grado final con aprobación y observaciones por parte del jurado lector.	16/04/2018	16/04/2018	Aprobación y observaciones del trabajo final de grado.
13	Ajustes de forma (si son necesarios) al trabajo de grado.	17/04/2018	29/04/2018	Ajustes finales, trabajo de grado.
14	Entrega del trabajo de grado final.	06/05/2018	06/05/2018	Entrega final.
15	Trabajo de grado con concepto pendiente	30/04/2018	30/04/2018	Asignación jurado ciego para sustentación.
16	Sustentación	17/05/2018	17/05/2018	Sustentación.
17	Resultado de la sustentación.	17/05/2018	17/05/2018	Resultados finales.

8. Conclusiones

La contribución de la comunicación para el aprendizaje de la transformación alimentaria en la zona rural media del Municipio en la comunidad campesina de Monterrey, la podemos entender desde el modelo transmisor que concibe la educación como transmisión de conocimientos por los educandos, lo cual, sitúa a estos últimos como objetos de recepción y depositarios de informaciones, ejerciendo así, el modelo pedagógico tradicional de clase frontal.

Desde el ámbito de la comunicación, se presenta el modo clásico de entenderla como la transmisión unidireccional de mensajes por un emisor, a unos receptores. Y podemos decir que esta concepción está firmemente implantada e interiorizada en la sociedad. Pudiendo advertir fácilmente una relación entre ambos puntos de vista, el educacional y el comunicacional.

El desarrollo del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”, ha sido parte de una experiencia sumamente gratificante y significativa en el proceso de formación académica, es el resultado del proceso de intervención social generado a través de la práctica profesional realizada en la comunidad rural campesina del corregimiento de Monterrey. Este espacio de trabajo ha dejado un gran aprendizaje, unificado al fortalecimiento de un conjunto de valores como la participación, el respeto, la humildad, la responsabilidad y el compromiso, que sin duda alguna, han logrado depositar en mí un crecimiento y desarrollo personal y profesional en la Comunicación Social.

En el desarrollo de las prácticas profesionales como Comunicador Social en la Secretaría de Agricultura y Fomento de la Alcaldía Municipal de Guadalajara de Buga, se logró construir acciones enfocadas en la comunicación educativa para los procesos de transformación alimentaria en la zona rural media del Municipio de Guadalajara de Buga en el corregimiento de Monterrey, logrando la aceptación y adjudicación de un proyecto denominado “Una Huerta para Todos”, que pretendía entre otras cosas, el empoderamiento de las comunidad campesina en el tema de seguridad y soberanía alimentaria.

Para lograr este objetivo, se contó con la participación plena de los pobladores rurales de la comunidad de Monterrey, habitantes que se adhirieron al proceso y que a medida que se iba ejecutando, construyeron sentido de pertenencia y juntos, se logró sacar a la luz el proyecto que, además, contribuiría al crecimiento económico de las familias, ya que se realizaría la comercialización de canastas familiares con los artículos que desde casa y orgánicamente estaban cosechando.

El proyecto productivo “Una Huerta para Todos” es útil, en la medida que los procesos comunicativos, pedagógicos y de saberes, permiten la construcción de habitantes participativos, involucrados en los métodos y conscientes de que el objetivo del proyecto, es el crecimiento socioeconómico de las familias, y pretende, que una vez concluida nuestra labor, sean capaces de continuar con las labores de cosecha, riego, consumo y distribución de sus productos.

Durante el proceso de duración de prácticas y por ende de la participación en el proyecto productivo, se implementaron acciones de comunicación educativa que permitieron facilitar el aprendizaje a la población sobre la transformación alimentaria.

Las experiencias de trabajo social con comunidades vulnerables como las campesinas, son de verdad enriquecedoras, son un reto a nivel personal y profesional, pues como Comunicador Social practicante, se implementaron acciones de comunicación educativa, que vistas desde la academia y desde enfoque social de la misma, enriquecen los procesos de formación en los profesionales.

Gracias a la socialización, explicación y estimación del proceso, junto con las actividades a desarrollar en la comunidad campesina de monterrey, logramos valorar la respuesta de los pobladores y su interés en formar parte del proyecto productivo “Una Huerta para Todos” y aprender sobre la transformación de los alimentos.

En este proceso, se logró la sensibilización de la comunidad campesina, durante la cual, se buscaba transformar no solo los alimentos, sino también, la mentalidad de los pobladores rurales, ya que una de las raíces del problema del corregimiento de Monterrey, era que se desplazaban a lugares alejados para adquirir productos que sencillamente desde sus predios podían conseguir. Este panorama era algo que se consideraba inadmisibile tanto para los protagonistas como para el personal técnico investigador en la comunidad y que fue uno de los detonantes principales para que el proyecto productivo se llevara a cabo.

El proceso de inserción en la comunidad campesina de Monterrey, no fue tarea difícil, ya que como comunicador social practicante, se logró transmitir en los pobladores rurales los mensajes asertivos para que comprendieran un poco más a cerca de la finalidad del proyecto y se lograran adaptar fácilmente, comprendiendo que el objetivo era el beneficio la colectividad.

Los habitantes de la zona rural media del municipio, son personas receptivas, ya que evidencian la oportunidad del crecimiento socioeconómico de la comunidad, son campesinos agradecidos por los trabajos que se realizan, son activos, proponen y comparten no solo ideas propias de sus saberes tradicionales y de sus procesos de producción, sino también la idea de la continuidad de estos procesos que beneficien y vayan solventando las brechas económicas, posibilitando su inserción en los mercados que hasta ahora, eran ajenos a ellos.

Por último, descubrir la interacción de la comunidad campesina con los nuevos modelos pedagógicos y educativos, generando en ellos la apropiación del aprendizaje, es suficiente para que continúen sin asesoría alguna, los procesos de transformación alimentaria y se adecuen al proceso de seguridad y soberanía alimentaria que desde un comienzo, fue uno de los objetivos del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”.

Podemos decir que a través de la comunicación, la educación logra promover la formación integral, armónica y permanente del hombre con orientación humanista, democrática, racional, crítica y creadora, abierta a todas las corrientes del pensamiento universal.

Como conclusión, la comunicación educativa permite una interrelación entre los docentes, los estudiantes y la comunidad, estableciendo un ambiente favorable de acuerdo a sus costumbres, que permitan el desarrollo de la personalidad de los individuos que participan.

9. Recomendaciones

Debemos tener en cuenta que el éxito de toda institución, organización u empresa, depende del conocimiento e identificación de sus miembros con los objetivos a alcanzar y de la creación de un clima de trabajo favorable y esto sólo se logra mediante una comunicación efectiva.

Durante el desarrollo de las prácticas profesionales en el área de Comunicador Social de la Secretaría de Agricultura y Fomento en la Alcaldía Municipal de Guadalajara de Buga, se identificaron varias fallas a nivel de Comunicación. En la Oficina de Comunicaciones y Prensa del Municipio, se observó que todo gira en torno a las acciones llevadas a cabo por el Alcalde y no priorizan ni visibilizan las actividades y procesos que se realizan en las diferentes dependencias.

Ahora bien, dentro de la Secretaría de Agricultura y Fomento SAF del Municipio, la comunicación interna no está bien establecida, no se cuenta con el debido proceso ni liderazgo para hacer efectivas las labores allí planteadas.

Se maneja un ambiente de trabajo en el que los contratistas tienen especificadas sus actividades y sus metas, donde cada uno es dueño de su propio tiempo y va manejando a su eficacia los trabajos objeto.

La comunicación no debe limitarse a transmitir instrucciones, sino que deben ir definiendo misiones y responsabilidades, con una transferencia amplia y bien coordinada en todos los sentidos.

Sin embargo, en la SAF, no se maneja un ambiente de comunicación efectiva, hay un lineamiento base centrado a través de Jefe-contratista, hay una relación unidireccional donde se habla y se ejecuta, pero no donde se debata, se exprese, y se formule una apreciación diferente.

Aunque muchas personas aún no tengan muy claro el papel de los comunicadores sociales dentro de las Secretarías Municipales, es de vital importancia que conozcan los beneficios que obtendrían si gestionaran de manera correcta las comunicaciones y, que a través de estrategias, logran aumentar la productividad y visibilización de los trabajos propios de cada sector productivo Municipal.

Teniendo en cuenta que la comunicación ha sido, es y será por mucho tiempo, un eje fundamental dentro de los planes de acción y de mejoramiento continuo de las empresas u organizaciones, por medio de estrategias que promuevan, en este caso, la visibilización de actividades en pro de las comunidades rurales campesinas del Municipio, se genere la creación de un sentido de pertenencia tanto de los empleados o contratistas, como la Oficina de Comunicaciones y Prensa que son la cara de la Alcaldía Municipal y que de ellos depende la imagen de la misma.

La importancia de mantener informados a la ciudadanía sobre las actividades que se realizan en la Secretaría son fundamentales para garantizar la aceptación de los individuos, para la efectiva labor de Comunicador Social, es importante que las personas conozcan y se enteren de primera mano, que se está haciendo para mejorar las condiciones de vida de los pobladores rurales, es importante dar a conocer públicamente los procesos realizados en todas las áreas incluyentes del Agro; por eso, la Secretaría de Agricultura y Fomento, realiza el Concejo Municipal de Desarrollo Rural, un espacio de concertación pública y política en el que se socializan las labores que se emprenderán para mejorar las condiciones de vida de los pobladores rurales, se establece con presencia de líderes políticos de la ciudad y con los mismos líderes sociales representantes de todas las comunidades rurales del Municipio.

Durante el periodo de práctica profesional, se pudo establecer que hay fallas en los procesos comunicacionales internos de la Secretaría, las cuales radican principalmente en la falta de elementos tecnológicos y muchas veces humanos, haciendo que la comunicación interna sea un poco difícil y ocasionara un flujo indebido de información. Generalmente se observan barreras en los equipos de cómputo en mal estado, incompletos, y hay materiales insuficientes para el debido desarrollo de las labores.

- **Funciones del contratista**

Por normatividad es necesario que al empleado se le haga una inducción, se le asigne un puesto de trabajo con las herramientas o elementos necesarios para la ejecución de sus labores, pero sobre todo, que se le asigne cuáles serán sus labores específicas, ya que en ciertas ocasiones de tiende a desvirtuar la labor y simplemente se le imponen otro tipo de actividades que nada tienen que ver con las pasantías y el verdadero deber ser como Comunicador Social.

Es indispensable que el contratista practicante de Comunicación Social conozca de primera mano las actividades que se encuentran en ejecución, las próximas a ejecutar y los planes que tiene la Secretaría para así, empezar a nutrir con ideas frescas los diferentes programas y proyectos que se manejan en la oficina.

En el Plan de Desarrollo Municipal, se encuentran establecidos los programas a ejecutar durante los cuatro años que dura el periodo Político de la Administración, este libro, puede ser de mucha utilidad, ya que en él, están las normatividades de cada programa, lo que hará más comprensible y más coherente la redacción de los boletines de prensa que tienen que ver con los programas o proyectos Municipales.

Para que el trabajo de los contratistas, se lleven a cabo correctamente y teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, a continuación, se plantean las siguientes recomendaciones:

- **Herramientas de trabajo**

En la Alcaldía Municipal de Guadalajara de Buga, hay secretarías o dependencias que deben movilizarse fuera de las áreas limítrofes y urbanas del Municipio, especialmente Agricultura y Fomento, por lo que se recomienda que se garantice la total movilidad a los contratistas bajo los más altos índices de seguridad y salud en el trabajo.

Por otra parte, es de vital importancia que a la hora de realizar cualquier tipo de actividad como limpiezas de río, brigadas de salud, vacunación de equinos y bovinos, captura de iguanas, recolección de residuos sólidos, etc., los contratistas cuenten con los implementos necesarios para hacer efectivas las actividades; es decir, que cuenten con tapabocas, guantes, jeringas, antibióticos, jaulas, palas, bolsas plásticas o cualquier elemento necesario para el efectivo cumplimiento del deber.

- **Actualización de carteleras informativas**

Es de vital importancia, que los próximos Comunicadores Sociales practicantes, realicen la actualización de carteleras informativas dentro y fuera de la secretaría.

Dentro de la oficina, hay que mantener la misión y la visión de la Secretaría visible, establecer una ruta de evacuación en caso de emergencias, no está de más, hacer un cartel con las fechas de cumpleaños de los compañeros, lo que generará un mejor ambiente laboral, un clima más armónico y de compañerismo.

Fuera de la oficina, se debe actualizar con las actividades próximas a realizar con el fin de que las personas que ingresen o simplemente pasen, se enteren de los programas y participen de los mismos.

- **Reunión mensual**

Para garantizar que los contratistas y los programas y proyectos que se están ejecutando realmente vayan bajo las directrices, se recomienda hacer reuniones por lo menos una vez al mes, así en equipo, se socializan los avances, se resuelven dudas, se apoyan o se buscan soluciones si algo está saliendo mal; es también una estrategia para que los contratistas vayan asimilando las contribuciones que con su trabajo hacen no solo a una Secretaría, sino al crecimiento y bienestar de las comunidades.

Según la percepción obtenida en mis cuatro meses de práctica profesional y ahora en mis tres meses de contratista, puedo percibir que hay Secretarías y funcionarios que no tienen ley ni orden, sus horarios de trabajo no son los más adecuados para lograr el efectivo tratamientos a los proyectos que se ejecutan. Considero que debe haber más control en la parte de la atención a los usuarios, hay que crear más sentido de pertenencia y más vocación de servicio.

- **Difusión actividades**

Como Comunicador Social practicante, es indispensable que no se limite a la hora de publicar en redes, considero que se debe hacer un trabajo socialización de las actividades próximas a realizar a los mismos contratistas de la Alcaldía, es necesario que toda la planta laboral sepa que actividades se van a realizar, cuando se van a realizar y en que horarios se van a realizar. Esto es importante porque a todas las personas les interesan las brigadas de salud, las vacunaciones para los niños y los animales, las fumigaciones, las campañas de tránsito y transporte, de pago de impuestos, etc.

- **Replicar proyectos**

Con el fin de contribuir al crecimiento social, educativo y económico de más comunidades rurales del Municipio de Guadalajara de Buga, es recomendable aplicar a más proyectos productivos como “Una Huerta para Todos”, cuyo fin es acrecentar en los pobladores campesinos, la dignificación de sus labores manuales, el enriquecimiento del campo, las capacidades productivas, el empoderamiento de los alimentos y las transformación de los mismos, y el conocimiento en temas de salud, soberanía y nutrición adecuada de las familias agrarias.

A modo de sugerencia.

- **Extensión en los contratos**

Ya que en la Alcaldía Municipal de Guadalajara de Buga, tienen un sistema de contratación por prestación de servicios con una permanencia muy corta, en su mayoría, van de tres a cinco meses de actividades laborales, tiempo que no es suficiente para dar continuidad a los procesos que se emprenden en una Secretaría.

Para la ejecución de un proyecto productivo que genere aceptación, eficacia y apropiación por parte de las comunidades y de los contratistas, su permanencia debe ser más larga, ya que uno de los principales problemas que se encuentra es que nunca se terminan los proyectos o propósitos por la terminación de los contratos, lo que hace por obvias razones que los programas no continúen su funcionamiento.

10. Referencia bibliográfica

Alcaldía Municipal de Guadalajara de Buga. Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019 Buga Renovada.

Estrategia para el desarrollo rural integral. Acuerdo No. 004 de 2016, Pag No. 25.

Artículo 19. Sector Agropecuario. Acuerdo No. 004 de 2016, Pag No. 93 – 97.

La Educación Rural en Colombia: experiencias y perspectivas. Martha Lucía Carrero Arango – María Fernanda González Rodríguez. (2016).

<http://biblioteca.uniminuto.edu/ojs/index.php/praxis/article/viewFile/1377/1312>

Razón y Palabra: Paulo Freire: Una Propuesta de Comunicación Para La Educación en América Latina. (1996).

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n13/freirem13.html>

Adriana López: Los Procesos de la Comunicación. Octubre 23 2017.

<http://procesosdelacomunicacionenlaeducacion.blogspot.com.co/2017/10/los-procesos-de-la-comunicacion.html>

Enrique Martínez – Salanova Sánchez: La Educomunicación.

<http://educomunicacion.es/didactica/0016educomunicacion.htm>

Comunicación y Educación: propuestas para construir futuro. Mayo (2006).

<https://tiscar.com/2006/05/14/comunicacion-y-educacion/>

Mario Kaplún: Procesos Educativos y Canales de Comunicación. (11, 1998).

<http://www.redalyc.org/html/158/15801125/>

Alfonso Gumucio Dagron: Comunicación y Educación: una deuda recíproca.

<http://www.escritoresyperiodistas.com/NUMERO31/alfonso.htm>

Mario Kaplun.

http://educomunicacion.es/figuraspedagogia/0_mario_kaplun.htm

Oscar Julián Cuesta Moreno: reflexiones sobre la educación rural en el marco de la comunicación-educación. (Agosto 2008).

<http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/385/CienciasSocialesyHumanas8159.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

La Educación para el Desarrollo.

<http://www.aecid.es/ES/la-aecid/educaci%C3%B3n-y-sensibilizaci%C3%B3n-para-el-desarrollo/%C2%BFqu%C3%A9-es-la-educaci%C3%B3n-para-el-desarrollo>

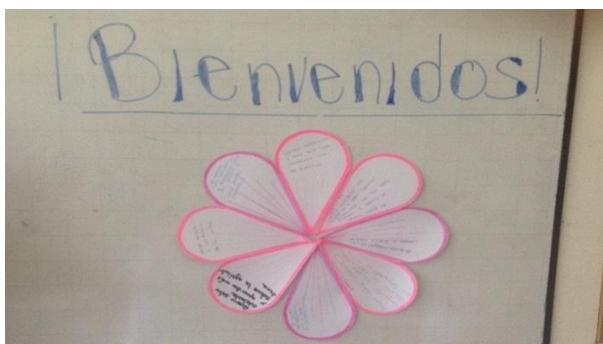
11. Anexos



Socialización del proyecto productivo “Una Huerta para Todos”.



Primera socialización con los pobladores rurales.



Primer encuentro con las familias campesinas.



Socializadas al final de los encuentros.



Encuentro pedagógico educativo.



Encuentro pedagógico educativo.



Visita predio.



Visita predio.



Taller marketing.



Entrega de insumos para construcción de las huertas.



- Logos proyecto productivo “Una Huerta para Todos” realizados a partir del taller de Marketing



Productos Orgánicos Monterrey
De La Huerta A Su Mesa



Productos Orgánicos Monterrey
De La Huerta A Su Mesa



Productos Orgánicos Monterrey
De La Huerta A Su Mesa



Productos Orgánicos Monterrey
De La Huerta A Su Mesa

- **Taller marketing**

The image shows a screenshot of a Microsoft PowerPoint presentation. The title bar reads "Presentación1 - Microsoft PowerPoint". The ribbon includes tabs for ARCHIVO, INICIO, INSERTAR, DISEÑO, TRANSICIONES, ANIMACIONES, PRESENTACIÓN CON DIAPOSITIVAS, REVISAR, VISTA, and COMPLEMENTOS. The main slide content is as follows:

Proyecto Productivo
"Una Huerta para Todos".

Taller de Marketing.

Javier Rendón Cárdenas.
Comunicador Social.

Buga
RENOVADA

The slide features a decorative background with blue and black diagonal stripes and the coat of arms of the municipality of Buga. A taskbar at the bottom shows the system tray with the date 06/04/2018 and time 08:01 p.m.

Presentación1 - Microsoft PowerPoint

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO TRANSICIONES ANIMACIONES PRESENTACIÓN CON DIAPOSITIVAS REVISAR VISTA COMPLEMENTOS

Pegar Nueva diapositiva Diseñar Restablecer Sección Fuente Párrafo Dibujo Estilos rápidos Organizar Rellenar de forma Contorno de forma Efectos de forma Buscar Reemplazar Seleccionar

Portapapeles Diapositivas

1 2 3 4 5 6

- Hacer marketing es pensar siempre en los clientes, teniendo en mente un público objetivo, determinaremos qué características debe tener nuestro producto o servicio y a qué precio queremos ofrecerlo; también deberemos reflexionar acerca de cómo le vamos a hacer llegar este producto y comunicarle nuestra existencia y/o la de nuestro producto o servicio.

DIAPOSITIVA 3 DE 6 ESPAÑOL (COLOMBIA) NOTAS COMENTARIOS Escritorio ES 08:02 p.m. 06/04/2018

Presentación1 - Microsoft PowerPoint

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO TRANSICIONES ANIMACIONES PRESENTACIÓN CON DIAPOSITIVAS REVISAR VISTA COMPLEMENTOS

Pegar Nueva diapositiva Diseñar Restablecer Sección Fuente Párrafo Dibujo Estilos rápidos Organizar Rellenar de forma Contorno de forma Efectos de forma Buscar Reemplazar Seleccionar

Portapapeles Diapositivas

1 2 3 4 5 6

Marketing de Producto.

- Es una vertiente cuyo objetivo es generar demanda para el producto. Para eso, es necesario definir nuestro posicionamiento en el mercado, diferenciar quien es la principal competencia, el público objetivo y las estrategias de venta, para que sea interesante a los consumidores.
- El marketing de producto se torna esencial en el lanzamiento de un nuevo producto o en la inserción en el mercado, lo que demanda una planeación específica de cómo posicionarlo.

DIAPOSITIVA 4 DE 6 ESPAÑOL (COLOMBIA) NOTAS COMENTARIOS Escritorio ES 08:02 p.m. 06/04/2018

Presentación1 - Microsoft PowerPoint

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO TRANSICIONES ANIMACIONES PRESENTACIÓN CON DIAPOSITIVAS REVISAR VISTA COMPLEMENTOS Iniciar sesión

Pegar Nueva diapositiva Sección Fuente Párrafo Dibujo Relleno de forma Contorno de forma Efectos de forma Organizar Estilos rápidos Buscar Reemplazar Seleccionar

1 Marketing
2 Marketing
3 Marketing
4 Marketing-Definición
5 Marketing-Definición
6 Marketing-Definición

Marketing.

- **¿Qué es?**

En términos generales, el marketing es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados.

- **¿Para qué sirve?**

El Marketing sirve para acercarnos más a nuestros potenciales clientes y por lo tanto sirve para vender más y mucho mejor.

DIAPPOSITIVA 2 DE 6 ESPAÑOL (COLOMBIA) NOTAS COMENTARIOS Escritorio ES 08:02 p.m. 06/04/2018

Presentación1 - Microsoft PowerPoint

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO TRANSICIONES ANIMACIONES PRESENTACIÓN CON DIAPOSITIVAS REVISAR VISTA COMPLEMENTOS

Inicio sesión

Pegar Nueva diapositiva Nueva Sección Fuente Párrafo Organizar Estilos rápidos Efectos de forma Buscar Reemplazar Seleccionar

Portapapeles Diapositivas Fuente Párrafo Dibujo Edición

AMARILLO EMOCIONES: alegría, optimismo, felicidad, energía, creatividad, entusiasmo, vitalidad.	UTILIZADO EN: Marcas: Alimentos, Bebidas, Productos de limpieza, Productos tecnológicos.	MARCAS QUE LO UTILIZAN: McDonald's, KFC, Burger King, Coca-Cola, Pepsi, Intel, HP, Dell, LAN.
AZUL EMOCIONES: profesionalidad, seriedad, confianza, calma, estabilidad.	UTILIZADO EN: Marcas: Automóviles, Productos médicos, Productos tecnológicos.	MARCAS QUE LO UTILIZAN: Ford, Mercedes-Benz, Toyota, Honda, Volkswagen, BMW, Audi, Intel, HP, Dell, LAN.
ROJO EMOCIONES: pasión, energía, urgencia, fuerza, dinamismo.	UTILIZADO EN: Marcas: Alimentos, Productos de limpieza, Productos tecnológicos.	MARCAS QUE LO UTILIZAN: Coca-Cola, McDonald's, KFC, Burger King, Intel, HP, Dell, LAN.
VERDE EMOCIONES: naturaleza, frescura, crecimiento, renovación, esperanza.	UTILIZADO EN: Marcas: Alimentos, Productos de limpieza, Productos tecnológicos.	MARCAS QUE LO UTILIZAN: Coca-Cola, McDonald's, KFC, Burger King, Intel, HP, Dell, LAN.
NARANJA EMOCIONES: innovación, creatividad, diversión, energía, vitalidad.	UTILIZADO EN: Marcas: Alimentos, Productos de limpieza, Productos tecnológicos.	MARCAS QUE LO UTILIZAN: Coca-Cola, McDonald's, KFC, Burger King, Intel, HP, Dell, LAN.
PÚRPURA EMOCIONES: lujo, exclusividad, misterio, creatividad, imaginación.	UTILIZADO EN: Marcas: Alimentos, Productos de limpieza, Productos tecnológicos.	MARCAS QUE LO UTILIZAN: Coca-Cola, McDonald's, KFC, Burger King, Intel, HP, Dell, LAN.
ROSA EMOCIONES: amor, dulzura, feminidad, elegancia, suavidad.	UTILIZADO EN: Marcas: Alimentos, Productos de limpieza, Productos tecnológicos.	MARCAS QUE LO UTILIZAN: Coca-Cola, McDonald's, KFC, Burger King, Intel, HP, Dell, LAN.

DIAPOSITIVA 5 DE 6 ESPAÑOL (COLOMBIA) NOTAS COMENTARIOS 79%

Escritorio ES 08:05 p.m. 06/04/2018

Presentación1 - Microsoft PowerPoint

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO TRANSICIONES ANIMACIONES PRESENTACIÓN CON DIAPOSITIVAS REVISAR VISTA COMPLEMENTOS

Inicio sesión

Pegar Nueva diapositiva Nueva Sección Fuente Párrafo Organizar Estilos rápidos Efectos de forma Buscar Reemplazar Seleccionar

Portapapeles Diapositivas Fuente Párrafo Dibujo Edición

Identidad de Marca.

 MARCA	 IDENTIDAD	 LOGOTIPO
Imagen corporativa percibida emocionalmente como un todo por la audiencia.	Aspectos visuales que forman parte de la Marca.	Identificación de una empresa en su forma más simple mediante un icono o distintivo característico.

Son todos aquellos valores que la compañía desea que el público asocie a su producto o servicio con el objetivo de diferenciarse del resto de competidores.

DIAPOSITIVA 6 DE 6 ESPAÑOL (COLOMBIA) NOTAS COMENTARIOS 79%

Escritorio ES 08:05 p.m. 06/04/2018

¿Por qué hacer una huerta?



Capítulo 1 ¿Por qué hacer una huerta?

Tener una huerta es tener:

1. Dieta saludable y a mejor precio.
2. Alimentos durante todo el año.
3. Posibilidad de mejorar los ingresos.



La huerta le ayudará a tener una familia mejor alimentada y más sana

El motor de un camión necesita energía para funcionar. Esa energía la proporciona el combustible.

Los alimentos son el vehículo que transporta energía y nutrientes necesarios para que niñas y niños crezcan sanos y fuertes.

La familia necesita la energía y los nutrientes de los alimentos para tener un buen estado nutricional.

Comer sano genera salud y previene enfermedades.



9



Capítulo I ¿Por qué hacer una huerta?

Beneficios de tener una huerta

- Proporciona alimentos variados para toda la familia, durante todo el año o por varios meses.
- Mejora los ingresos con la comercialización de productos del huerto en el largo plazo.
- Mejora o mantiene el estado nutricional de toda la familia.
- Fortalece la integración familiar.
- Permite una producción segura y sana de alimentos.
- Se fomenta la diversidad de cultivos de hortalizas, leguminosas y la cría de aves y conejos.

24



Todos pueden ayudar a la huerta familiar



Los niños y niñas más pequeños:

- Sacar piedras.
- Eliminar malezas.
- Atrapar gusanos y lombrices.
- Ayudar en la cosecha.

Los adolescentes pueden:

- Desmalezar y ayudar a picar la tierra.
- Ayudar a sembrar.
- Regar.
- Cosechar.

Los adultos:

- Sembrar y plantar.
- Desmalezar y eliminar plagas y enfermedades.
- Preparar viveros.
- Regar y cosechar.
- Enseñar a las niñas y niños cómo crecen los vegetales.

25

Se puede aprovechar el huerto para mejorar la economía del hogar:

- Darle prioridad al consumo de frutas y verduras de su cultivo, que serán frescas y sanas.
- Si hay buenas cosechas o algún excedente, comercializarlo para ayudar a atender las necesidades básicas de la familia: alimento, vivienda y vestimenta.

Además, el trabajo en la huerta permite aprender a asignar tareas y responsabilidades entre los miembros de la familia, de acuerdo a su edad y capacidades, y ayuda a formar valores como constancia, paciencia y responsabilidad.

Capítulo 2

¿Qué se necesita para hacer una huerta?



29

La ubicación e implementación de la huerta es muy importante

- Lo más cerca de la casa, para evitar robos.
- Cerca de una fuente de agua no contaminada, para regar.
- Bastante sol durante la mañana pero no tanto en las horas de mayor calor (en regiones más frías, se recomienda que reciban el sol todo el día)
- Con árboles intercalados a larga distancia.
- Drenaje o canal de salida para que el exceso de agua no inunde la huerta o al vecino.
- Sendero para circular sin pisar la siembra.

Se debe buscar la mejor ubicación de la huerta teniendo en cuenta las siguientes indicaciones

48



Capítulo 3

¿Por qué es importante cuidar el suelo de la huerta?

Si el carpintero no cuida su serrucho.... cuando éste se rompe... el carpintero queda sin trabajo.

Si el productor de leche no cuida sus vacas.... éstas se mueren... y se queda sin lechería.

Si el horticultor no cuida su suelo.... cuando el suelo se muere.... se queda sin huerta.

El suelo es un ser vivo que también se muere si no lo cuidamos



Capítulo 4

¿Cómo se prepara una huerta?



91

Capítulo 4 ¿Cómo se prepara una huerta?

Para comenzar se deben hacer las siguientes tareas

- 1- Cercado de la huerta.
- 2- Limpieza del terreno.
- 3- Nivelación
- 4- Preparación del suelo



92

Capítulo 8

Cosecha, almacenamiento y procesamiento de las hortalizas

203

¡El esfuerzo de toda la familia ya dio frutos...!

Llegó el momento de cosechar



Una huerta para todos

✓ Sólo tres pasos más y ustedes serán ¡expertos horticultores!

Veamos ahora:

- 1 Cosecha
- 2 Almacenamiento
- 3 Procesamiento de las hortalizas

204



AVAL DEL DIRECTOR TRABAJO DE GRADO

Fecha: marzo 30 de 2018

Señor (a)

~~Jesle Guacheta~~ campo

Coordinador (a) del programa:
Comunicación social.

Asunto: **Aval de Trabajo de Grado**

Cordial saludo.

Me permito notificar que el trabajo de grado, titulado: **Sistematización "COMUNICACIÓN EDUCATIVA EN LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN ALIMENTARIA EN LA ZONA RURAL MEDIA DEL MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA, CORREGIMIENTO DE MONTERREY"**. Presentado por el (la, los) estudiante (s) **Javier Eduardo Rendon**, para optar por el título de Comunicador social, fue desarrollado bajo mi asesoría; doy fe del compromiso y la responsabilidad demostrada por el o los estudiante(s) durante el proceso.

En consecuencia, doy mi aval para que el trabajo de grado pase a la lectura del jurado asignado por el Comité Curricular del Programa y otorgo una valoración de: 3,8 ____ (Cuantitativo de 3 a 5)

Atentamente,

Gustavo Adolfo Silva Paz
Nombre Completo del Director

Firma del Director
CC: 94.317.218.