

Una propuesta desde el desarrollo multimedia comunitario

La comunicación como herramienta de activación de redes de apoyo para la fundación De la
mano por Soacha

Dayanna Alexandra Martínez Agudelo

ID: 296897

Juan Carlos Hurtado Quiñones

ID: 295304

Wilmar Andrés Quevedo Valderrama

ID: 226759

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

La comunicación como herramienta para la activación de redes de apoyo en la fundación De la
mano por Soacha

"una propuesta desde el desarrollo multimedia comunitario"

Es evidente la poca relación que existe entre los individuos de una comunidad para encontrar posibles soluciones o aportes a las problemáticas que tienen que afrontar a diario.

De allí surge la importancia de intervenir en la fundación De la mano por Soacha, a través de la comunicación, como una herramienta fundamental para generar interacción social en madres cabeza de hogar, en condición de vulnerabilidad; logrando la activación de redes de apoyo para permitir la visibilidad de las historias que enmarcan un conjunto de mujeres que a pesar de las dificultades y el rechazo de una sociedad patriarcal, quieren triunfar sin importar los obstáculos que deban atravesar para capacitarse y lograr un bienestar para ellas y las de sus familias.

Una propuesta basada en el desarrollo de diversos productos multimedia que se fortalecieron con el trabajo colectivo que realizó la comunidad.

Dedicatoria

La presente tesis está dedicada a los maestros que durante este largo recorrido han dejado innumerables anécdotas en el proceso de formar grandes personas y excelentes profesionales. A nuestros padres que han luchado y soportado sin cansancio alguno, para brindarnos el estudio. Sin lugar a duda, a Dios por guiarnos y bendecir nuestro camino en estos años.

Agradecimientos

Gracias a la Corporación universitaria Minuto de Dios por la formación académica, a nuestro maestro, amigo y tutor Luis Alexander Díaz "Profe Fu", al profesor Miguel Ángel Castiblanco y otros cuantos que hicieron y hacen parte de la academia. A la fundación De la mano por Soacha y sus representantes Eliana Caicedo y Laura Caicedo. Así mismo, a las más de 40 mujeres que participaron en la investigación y a nuestra compañera Daniela Vallejo por su gran apoyo.

Un agradecimiento especial a Mónica Suárez, Psicóloga, que estuvo acompañando y asesorando el desarrollo de la investigación. Así mismo, al Trabajador Social, Cristian Alfonso.

Tabla de contenido

	Página
Resumen	8
Introducción	9
Capítulo I	
Descripción del problema	10
Formulación del problema	18
Justificación	19
Objetivos	21
Marco referencial Estado del arte	22
Marco Teórico	29
Marco normativo	45
Tipo de investigación	46
Diseño metodológico	47
Instrumentos de investigación	50
Análisis instrumentos de investigación	53
Población y muestra	59

Capítulo II

Propuesta	62
Resultados esperados	63
Análisis e interpretación de resultados	67
Discusión de resultados	72

Capítulo III

Producto	74
Conclusiones	79

Referencias

Bibliográficas	82
----------------	----

Apéndices

Anexos	87
--------	----

Tabla de contenido para gráficos y tablas

	Página
Capítulo I	
Figura 1. Factores de riesgo identificados	11
Figura 2. Identificación instituciones de derecho	12
Figura 3. Instituciones de apoyo	13
Figura 4. Participación en medios de comunicación	14
Figura 5. Medios de comunicación con las instituciones públicas	15
Figura 6. Medio de comunicación para informarse	16
Figura 7. Uso de medios de comunicación por la población	17
Tabla 1. Instrumentos	50
Tabla 2. Presupuesto	57
Figura 8. Característica sociodemográfica a partir de la edad de la población	59
Figura 9. Porcentaje del lugar de nacimiento de la población	60
Figura 10. Número de personas que habitan en las comunas	61
Capítulo II	
Tabla 3. Fases de intervención	63

Figura 11. Resultados del cuestionario pre test comparado con los resultados post test a la pregunta ¿Identifica instituciones de restitución de derechos y que son parte de la red de apoyo?	68
Figura 12. Resultados del cuestionario pre test comparado con los resultados post test a la participación en medios de comunicación	69
Figura 13. Resultados del cuestionario pre test comparado con los resultados post test a medios de comunicación con las instituciones públicas.	70
Figura 14. Resultados del cuestionario pre test comparado con los resultados post test al medio de comunicación para informarse.	71
Capítulo III	
Tabla 4. Guion técnico	77

Resumen

El objetivo principal del proyecto fue capacitar a mujeres en condición de vulnerabilidad en el uso de las nuevas herramientas de comunicación, formar para que hagan visible las problemáticas que tienen en el municipio y se les permita fortalecer los vínculos con las instituciones de apoyo, ya sean de carácter público o privado. Las participantes fueron más de 70 mujeres con edad promedio entre los 22 a 45 años, pertenecientes algunas de las comunas que conforman el municipio de Soacha.

Beneficiar a estas mujeres en la formación de nuevos mecanismos de participación en comunidad, a través de medios de comunicación alternativos, es el logro con mayor responsabilidad que se planteó desde un principio y que dio lugar a un comité de comunicaciones que se encargará de darle continuidad al proceso alcanzado con este proyecto de grado, en base a un plan de comunicaciones también diseñado desde esta alternativa, la cual, hizo uso de diferentes mecanismos de participación, para que estas mujeres puedan aportar al fortalecimiento de sus derechos y con la finalidad de hacer visibles sus problemáticas.

Introducción

En el municipio de Soacha existen diferentes fundaciones que trabajan con la población y para la misma, De la mano por Soacha, es una institución sin ánimo de lucro conformada por más de 70 mujeres madres cabeza de hogar que, sin importar los obstáculos, la edad y sus condiciones de vida, quieren salir adelante y demostrarle a toda una sociedad que cuando se quiere cumplir los sueños solo basta querer hacerlo, con esfuerzo, dedicación y constante disciplina.

Actualmente estas mujeres se están capacitando en “pedagogía para la primera infancia”. De allí surge la iniciativa de acompañarlas en el proceso de formación académica a través de diferentes talleres audiovisuales, de ortografía, redacción, cámara, interpretación, vocabulario, expresión corporal y gestual.

La interacción que se logró entre las mujeres a lo largo de los talleres formativos, sirvió como herramienta a la hora de activar las redes de apoyo que existen en el municipio y determinar la importancia de una comunicación asertiva entre los habitantes de una población.

Con todo esto, se consiguió realizar un documental que rescatará el trabajo obtenido durante la investigación. Porque el lenguaje audiovisual permite crear metáforas, llevar mensajes con propósitos muy especiales y crear una intencionalidad hacia el espectador. Es así como la directora de cine y cortometrajito Ocampo Isabella citado por Valladolid (2012), afirma que somos todos analfabetos, caminamos hacia el lenguaje de la propaganda, resaltando la importancia del mundo audiovisual, como la posición y el movimiento de cada mensaje intenta expresar una realidad.

CAPITULO I

La comunicación como herramienta para la activación de redes de apoyo en la fundación De la mano por Soacha

"Una propuesta desde el desarrollo multimedia comunitario"

Descripción del problema

Soacha, abatido por la desigualdad y la falta de oportunidades, registra un gran número de población vulnerable, que adolece por sus problemáticas sociales. Según la gobernación y el SISBEN, en el documento “Estadística de Cundinamarca 2011 – 2013”, el 21,30% son personas con necesidades básicas insatisfechas; el 5,20% son personas en condición de miseria; el 11, 13% viven en hacinamiento. Partiendo de esta realidad, el presente proyecto es dirigido a una muestra de la población en condición de vulnerabilidad del municipio, centrándose en la fundación De la mano por Soacha, en su proyecto de atención y formación a madres cabeza de hogar en condición de vulnerabilidad.

Para llevar a cabo una descripción más exhaustiva de la población objeto de estudio y plantear el problema desde las características y necesidades comunicativas propias del contexto a investigar, se elaboró un instrumento de caracterización que fue aplicado a la población objeto de estudio, el cual permitió conocer variables del contexto social y del uso de los medios de comunicación en la fundación.

El instrumento permitió evidenciar los siguientes resultados:



Figura 1. Factores de riesgo identificados.

De acuerdo al diagnóstico inicial que se realizó en la población objeto de estudio se logró identificar cinco factores de riesgo que afectan considerablemente el bienestar social de las mujeres vinculadas con la fundación De la mano por Soacha. En mayor proporción, se encuentra el desempleo con un 61% evidenciando que las madres cabeza de hogar en condición de vulnerabilidad se ven afectadas por la inestabilidad laboral; otro factor que impide la estabilidad social de estas madres y sus hijos es el abandono de la pareja con 9% que aunque no debería ser una problemática, en el nacimiento de los nuevos pensamientos de género y auto reconocimiento de la mujer, si lo conciben como tal.

Del mismo modo, un factor de riesgo que perjudica notablemente los intereses de la fundación para beneficiar a estas mujeres es la poca información que suministran. De allí se

puede comprobar cuando el diagnóstico arrojó que un 22% de las encuestadas no responde a la pregunta.

Finalmente, los resultados del diagnóstico indican que la inestabilidad laboral en el núcleo familiar solo afecta el 4% del bienestar del hogar de estas madres. Así mismo, la carencia alimentaria también posee una influencia muy baja con el 4% en el vivir diario de la población objeto de estudio.

¿Identifica instituciones de restitución de derechos y que son parte de la red de apoyo?



Figura 2. Instituciones de derecho

Frente a la pregunta si conocen las instituciones donde pueden acudir para la restitución de sus derechos, la población encuestada contestó en un 52% que ellas no saben dónde pueden acudir para hacer valer sus derechos y tampoco tienen conocimiento de las diferentes instituciones; motivo por el cual se evidencia que no hacen uso de las redes de apoyo

institucionales que permiten brindarle oportunidades para la igualdad y bienestar social.

Seguidamente, el 40% de las mujeres contestaron que si conocían estas instituciones de derecho pero que no sabían cómo y de qué manera acudir ante estas. En último lugar, se encuentra el 8% de las mujeres que no respondieron ni afirmativo ni negativo ante la encuesta suministrada.

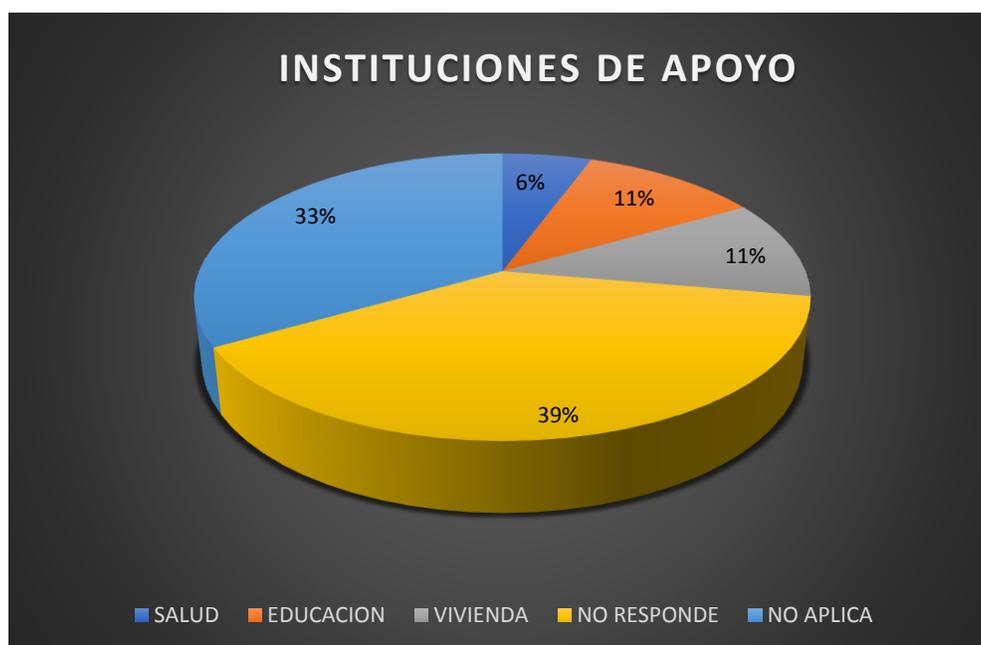


Figura 3. Instituciones de apoyo

De acuerdo al conocimiento que tenían las mujeres de las redes institucionales de apoyo, la población encuestada se manifestó en un 39%, no respondían porque no conocían las instituciones donde se les brinda un servicio para su bienestar y el de sus familias, por otra parte, solo el 33% de las mujeres ha escuchado de estas instituciones pero no han tenido ni uso ni beneficios de las mismas. A continuación, el 11% de las encuestadas respondió que sí han tenido beneficios en algún momento del servicio de educación y vivienda; para finalizar, el 6% de las

mujeres han tenido el servicio de salud producto a una emergencia más no ha sido usuario de los servicios que brinda la secretaria de salud.



Figura 4. Participación en medios de comunicación

Es importante mencionar que, frente a la participación en los medios de comunicación, el 92% de las madres cabeza de hogar que están vinculadas a la fundación no conocen ni han participado alguna vez de estas herramientas de comunicación. Mientras que el 8% de la población conoce de los medios de comunicación y en algunas ocasiones han tenido la oportunidad de participar en ellos.

Medios de comunicación.



Figura 5. Medios de comunicación con las instituciones públicas

Frente a la pregunta que se realizó a la población objeto de estudio, por medio de cuáles medios de comunicación utilizaban para comunicarse. La población argumentó en un 41% que cuando querían resolver las inquietudes con las instituciones públicas se acercaban y se lo manifestaban verbalmente; mientras que el 28% de las mujeres lo hacían por medio de la comunicación escrita. Posteriormente se evidenció que 7% usaban los medios virtuales para satisfacer las necesidades ante las instituciones, y por último el 24% de la población encuestada argumenta no comunicarse con las instituciones públicas.

Información

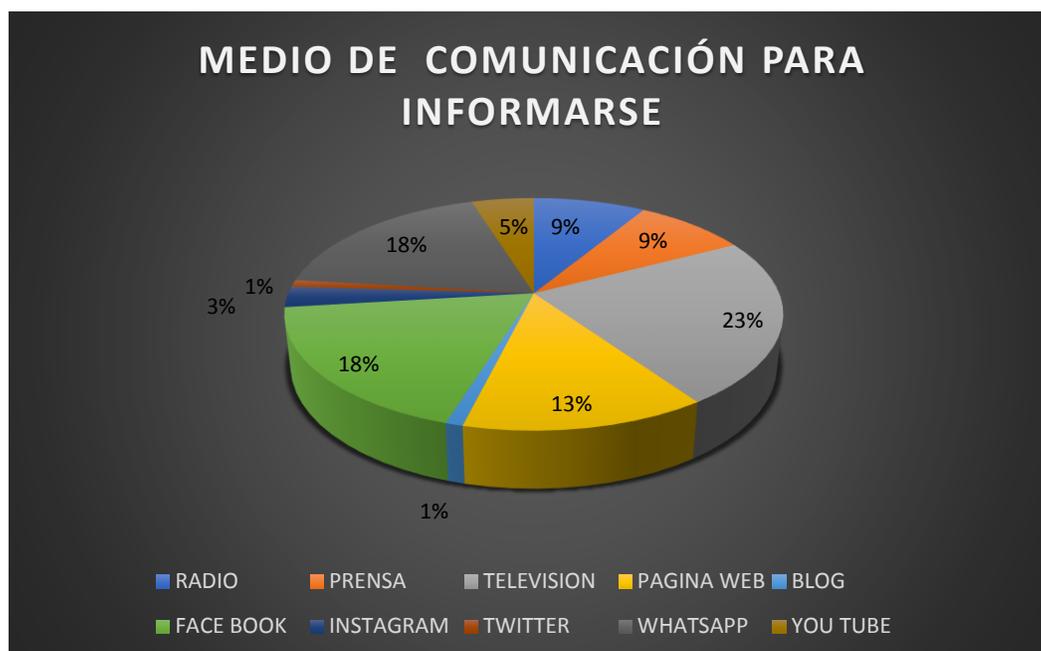


Figura 6. Medio de comunicación para informarse

La población reconoce por medio del diagnóstico inicial que para informarse hace uso en 23% de la televisión como medio más frecuente por su alcance y facilidad para informarse, en segundo lugar, se encuentra el Facebook y el WhatsApp con 18% como medio de información que pueden llevar consigo en el celular. Continúa la página Web con el 13% de uso esta herramienta de información, por sugerencias más no por iniciativa. A continuación, la prensa y la radio en igualdad de proporción con el 9% siendo medios pocos recurrentes de las madres de la fundación desconociendo el poder informativo que poseen, después sigue el YouTube con tan solo el 5% utilizando esta herramienta para ver y escuchar música más no para informarse. El siguiente es el Instagram con el 3% de uso por falta de conocimiento de las madres en la utilización de la herramienta, para finalizar, con el 1% se encuentra el Blog y el Twitter porque las mujeres no sabían del medio y su respectivo uso.

Uso de medios



Figura 7. Uso de medios de comunicación por la población

El medio de comunicación más frecuente en la fundación, según el diagnóstico inicial arrojó que el WhatsApp es la herramienta que tienen como primera opción a la hora de comunicarse con el 26%, en segunda instancia, Página Web con el 17% de utilidad entre la población; seguidamente, el Facebook con el 13% de mujeres encuestadas utilizando este medio y después continúan utilizando las mujeres el escrito, televisión, Twitter y verbal, cada uno con el 9% de uso entre las herramientas de comunicación. Para finalizar, la población objeto de estudio utiliza en poca frecuencia la radio y el servicio de aprendizaje Sena, siendo este porcentaje el más bajo con tan solo 4% de las encuestadas.

Partiendo de este diagnóstico y de la línea de investigación propuesta por la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Gestión social, participación y desarrollo comunitario, se analizó como pertinente crear un vínculo entre estas mujeres en condición de vulnerabilidad y las instituciones que se encuentran en el deber de reestablecer sus derechos fundamentales, desde la línea de comunicación para el desarrollo, teniendo como transversal teorías como la acción comunicativa y la participación comunitaria en espacios web.

Formulación del problema

Teniendo en cuenta los anteriores resultados y a partir de la premisa propuesta por Zuleta (1994), “la investigación en comunicación se plantea como meta la recuperación de los sujetos, eliminados como sujetos; igualmente, de los individuos, de los grupos, de los colectivos, de sus formas de construir red, tejido, cultura, sentidos significados; de sus formas de negociar su interacción social, de sus disputas, de sus narraciones, de sus lenguajes”, se proyecta usar la comunicación desde la multimedialidad que permitieron las TICs, para fortalecer redes de apoyo de la organización.

En ese orden de ideas nace el interrogante de ¿Cómo aportar al fortalecimiento de la red institucional de la fundación “¿De la mano por Soacha”, a través del uso de las TICs y la comunicación popular?

Justificación

"La causa del desequilibrio informativo, estaría en la baja preparación técnica y profesional del tercer mundo"

Jesús Martín Barbero

Proyecto de investigación que nace desde la visión transformadora y creadora de la comunicación para el desarrollo, en una cultura globalizada y tecnológica, que se enfrenta a nuevos retos y expresiones sociales, que exigen el empoderamiento de las Tics como parte fundamental de la creación de significantes e interacciones sociales, comerciales, económicas y educativas, herramienta multimedial que llega a la humanidad como alternativa de democratización de la información y como nuevo campo de estudio.

La fundación De la mano por Soacha, organización social sin ánimo de lucro, dentro de su trabajo en comunidad, atiende a mujeres en condición de vulnerabilidad, que para este caso, identifican como mayor factor de riesgo el desempleo, problemática que afecta su nivel adquisitivo e impacta directamente en sus necesidades básicas como compra de alimentos, pago de arriendo de vivienda, transporte y servicios básicos para vivir dignamente. Por otro lado, la falta de formación, genera desconocimiento de las instituciones de apoyo que pueden aportar al restablecimiento de sus derechos y las formas de visibilizar sus problemáticas.

En este orden de ideas, es importante que la comunidad fortalezca vínculos estrechos con las instituciones gubernamentales y privadas, participando activamente en la opinión pública, con el fin de aportar a una mejora en su calidad de vida y a un restablecimiento continuo de los derechos fundamentales (educación, alimentación, empleo digno, entre otros) los que han sido constantemente vulnerados tras la escases de recursos en sus respectivos núcleos familiares.

Partiendo del paradigma crítico y del análisis que académicos como Jesús Martín Barbero hacen a la nueva cultura tecnológica y los cambios que trae consigo la globalización de las comunicaciones, se estudia desde este proyecto la pertinencia de usar una sólida y dinámica estrategia de comunicación, que permita a las mujeres beneficiarias de la fundación, incursionar en la virtualidad, activando las redes institucionales, a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, como una propuesta de desarrollo multimedia comunitario, que dé lugar a visibilizar las problemáticas de la población y a su vez, las soluciones propuestas, a partir de micro crónicas audiovisuales, infografías, comunicados y fotografías, contenidos que serán debidamente compartidos desde la página web, que este proyecto diseñó para su uso, la organización, carece de estas herramientas multimedia y no incursiona de forma activa en el universo digital.

Por esta razón, el presente proyecto está dirigido hacia el fortalecimiento de la red institucional y la participación en la opinión pública de la fundación De la mano por Soacha con estrategias de comunicación popular en medios alternativos web, que visibilicen las problemáticas que impiden el desarrollo integral de las mujeres en condición de vulnerabilidad, beneficiarias de la organización. Esperando como resultado, formar y despertar el interés de dicha población por la generación de contenidos digitales, que les permitan dar a conocer a las instituciones y a la opinión pública sus necesidades y propuestas frente a las mismas.

Siendo las nuevas tecnologías de comunicación “un nuevo modelo social” (Barbero), es un reto profesional impulsar esta herramienta como medio alternativo de difusión y participación ciudadana, sin caer en el juego de monopolización mediática, desestructurando las relaciones de poder ya marcadas en los medios tradicionales, dando lugar, a la formación de individuos capaces

de discernir, sujetos sociales críticos con iniciativas colectivas para el fortalecimiento de sus territorios.

Objetivo general.

Aportar al fortalecimiento de las redes de apoyo de la fundación De la mano por Soacha, a partir de estrategias de comunicación popular en medios alternativos web, que visibilicen sus problemáticas.

Objetivos específicos.

a) Diagnóstico.

Identificar las necesidades comunicativas de la fundación, frente a su forma de interactuar con las redes de apoyo.

b) Intervención e implementación.

Capacitar a las beneficiarias de la fundación, en el manejo de las TICs y producción de contenidos multimedia.

c) Análisis.

Diseñar un plan de comunicaciones a partir de las falencias comunicativas de la fundación.

d) Sistematización.

Realizar un documental audiovisual, que permita registrar el proceso, como aporte al área comunicativa de la fundación.

Marco referencial (Estado del arte)

Para alcanzar el objetivo general, es preciso dar una mirada a los antecedentes, en relación a las intervenciones comunitarias desde la comunicación para el desarrollo y el uso de la virtualidad en construcción de redes y sujetos sociales críticos. Con esta finalidad, es importante destacar algunos proyectos que sirvieron como guía, para orientar la investigación con la población objeto de estudio.

Para realizar un acercamiento a los procesos investigativos desarrollados por la academia, se han escogido los siguientes trabajos de grado, que han tenido metodologías y temáticas similares al proyecto que se adelanta, dado que es pertinente consultar hasta donde ha llegado la alfabetización en Tics y la transformación de realidades a través de las nuevas tecnologías. Flores (2011), egresada de la Pontificia Universidad Javeriana de la Facultad de Comunicación y Lenguaje, propuso la tesis: “Otra cara de la comunicación audiovisual: una herramienta de inclusión social”. Su objeto de estudio, son las poblaciones vulnerables de la localidad de Usaquén, siendo los jóvenes, actores principales en la alfabetización audiovisual, partiendo de la siguiente pregunta problema: ¿Cómo el aporte de la comunicación audiovisual, puede contribuir en el proceso de inclusión social de poblaciones vulnerables?

Desde la perspectiva de inclusión por medio del audiovisual, se encuentran evidencias que guían el camino, para generar transformaciones en la sociedad por medio de la realización de productos audiovisuales, ya que, a partir de estos, es posible, plasmen la realidad de su entorno. El objetivo general de esta investigación fue: Brindar una oportunidad de un desarrollo técnico y personal a jóvenes de poblaciones vulnerables, aplicando conocimientos de la Comunicación Social con énfasis Audiovisual.

A continuación, los objetivos específicos explican estructuradamente los pasos para el desarrollo del proceso:

Inicialmente se propone, capacitar con herramientas audiovisuales a un grupo de jóvenes entre 16 y 20 años, del barrio San Cristóbal de la localidad de Usaquén, para la realización de un producto audiovisual, seguido a esto, realizar un registro audiovisual de la experiencia de capacitación, para luego llevar a cabo un detrás de cámaras, de lo sucedido en la grabación del producto audiovisual, luego de finalizar la capacitación, comprobar la utilidad de programas educativos continuos o paralelos a la educación básica, necesarios para la inclusión social y la superación personal en poblaciones vulnerables.

La metodología de trabajo, menciona la importancia de profesionales del área audiovisual, para que aquellos jóvenes tengan interés por desarrollar las propuestas que se les implementó en dicha investigación, Flores, propuso: “crear un modelo de capacitación audiovisual para poblaciones vulnerables que sirva como proceso educativo para la realización de productos audiovisuales”, este proceso ordena y permite tener establecidas fechas y cronogramas para que la comunidad también este programada para ejecutarlo y contar con el tiempo y disposición de todos los involucrados.

Así se llevó a cabo la metodología:

- a.** Desarrollar el programa de capacitación audiovisual, con un cronograma de charlas dirigidas por los diferentes profesionales audiovisuales, acerca de lo básico que se debe tener en cuenta, para la realización de un producto audiovisual (Cortometraje, Video-clip o documental).
- b.** Capacitación, al mismo tiempo que la documentación de la misma.

c. Una vez terminado el programa de capacitación audiovisual, inicia el rodaje del producto audiovisual; sin embargo, esta no será la única grabación, también se registrará el “detrás de cámara” de la producción.

El marco teórico, estuvo compuesto por la visión de (Amartya Sen 2002) citado por Flórez, (2011), quien menciona la capacitación audiovisual, como un aporte a la erradicación de pobreza. Sen, también hace referencia al rol de los Comunicadores y Periodistas, como actores sociales, responsables de asegurar que el estado garantice una formación integral del ser humano”.

Como conclusión, Flórez destaca que la capacitación audiovisual, ofreció una oportunidad de desarrollo técnico y personal a un grupo de jóvenes pertenecientes a una población vulnerable y que el uso de conocimientos en Comunicación Social con énfasis Audiovisual, fue necesario para desarrollar la metodología de la alfabetización audiovisual, generando un espacio para aplicar los conocimientos aprendidos durante la formación profesional en función de un proyecto educativo.

Por otra parte, Bermúdez (2010), propone como trabajo de grado para su facultad “Ciencias de la Comunicación” desde la Universidad Minuto de Dios, “La Comunicación para el Desarrollo, una alternativa en la construcción del tejido social de la población en situación de desplazamiento forzado en Colombia. Análisis de caso: Comuna tres de Barrancabermeja”, planteándose como objetivo general: Analizar el aporte de la comunicación para el desarrollo, en la implementación del modelo del Centro de Atención Integral para la Familia – (CAIF) en la Comuna tres de la ciudad de Barrancabermeja. Buscando desde sus objetivos específicos, identificar las herramientas y estrategias de comunicación para el desarrollo que se han utilizado en la implementación del CAIF; analizar las dinámicas participativas, organizativas, de

movilización y de empoderamiento, que aporten a la construcción del tejido social en la comunidad y determinar los vínculos que se generan entre los diferentes actores de la comunidad, a través de la comunicación para el desarrollo.

Lo anterior, con el uso de un diseño cualitativo de estudio de caso, con la implementación de instrumentos como la observación participante y no participante, entrevistas estructuradas y no estructuradas y la revisión documental, con el fin, de realizar en primera instancia, una descripción detallada de las interacciones de la comunidad en el proceso.

La metodología se desarrolló en tres etapas

Reconocimiento de la comunidad en campo. Para identificar las herramientas y estrategias de comunicación para el desarrollo que se han utilizado en la implementación del CAIF a través de observación participante y no participante, revisión de memorias talleres, entrevistas no estructuradas.

Análisis de las dinámicas participativas, organizativas, de movilización y de empoderamiento; que aporten a la construcción del tejido social en la comunidad. A partir de entrevistas, revisión de memorias de talleres e historias de vida.

Articulación de los actores de la comunidad. Determinando los vínculos que se generan entre los diferentes actores de la comunidad, a través de la comunicación para el desarrollo, usando el registro audiovisual (fotos, video).

Bermúdez propone su marco teórico desde tres categorías “De la comunicación para el desarrollo”, desde la cual, conceptualiza la comunicación como “ un proceso intersubjetivo de generación de relaciones en dos planos: en el humano, en la posibilidad de auto organizarse para

hacer posibles las expectativas individuales y colectivas, y en el plano territorial, en la mediación de las sinergias entre los distintos capitales presentes en local, municipal, regional o nacional”

Rocha, C., Molina, I., Moreno, E., Ortiz, G. (2008) y desarrollo como “ proceso de ampliación de las opciones de la gente”, Más allá de esas necesidades, la gente valora además beneficios que son menos materiales. Entre ellos figuran, por ejemplo, la libertad de movimiento y de expresión y la ausencia de opresión, violencia o explotación. La gente quiere además tener un sentido de propósito en la vida, además de un sentido de potenciación. En tanto miembros de familias y comunidades, “la persona no sólo es actor del desarrollo, entendido como proceso, sino que es la finalidad del mismo. Eso significa que el desarrollo debe ser reclamo y propiedad de las personas y para ellas.” (Alfaro, 2006) citado por Bermúdez (2010).

“A cerca del capital social” con referencia a Coleman y Fukuyama, define el término, como el agregado de recursos reales o potenciales que se vinculan con la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas, desde la diversidad de entidades con dos elementos en común: todos confluyen en algún aspecto de la estructura social y facilitan ciertas acciones de los actores dentro de la estructura; “Sobre la participación ciudadana” fundamenta esta categoría desde (Held 1991) citado por Llancar (2007), sociólogo británico, desde su postulado que “la ciudadanía debe concebirse como la plena participación de los individuos en la comunidad a la que pertenecen”.

Como resultado, Bermúdez pudo identificar las problemáticas de la población objeto, desde las cuales se rediseñó el plan de acción que desarrollarían, aún después que el centro estuviese en funcionamiento, además, se construyó colectivamente el árbol de la vida, en el que los participantes plasmaron sus valores, su origen y las metas que tienen a futuro, con el fin de

llevar a los jóvenes, madres y líderes a construir su proyecto de vida y promover espacios de autorreflexión, reconocimiento y vivencias de sus valores.

Concluyendo que la comunicación para el desarrollo, debe aportar al proceso de construcción colectiva, apropiación, empoderamiento y generación de líneas de acción, para determinar cuál es el papel que desempeña cada persona en el escenario de su propio desarrollo, es por ello que asegura que el público debe ser considerado como alguien capaz de organizarse y emprender su propio proceso de inserción en la sociedad, promoviendo su voluntad política de cambio.

Desde el conocimiento científico más actual a cerca de la comunicación multimedial y la creación de espacios colaborativos de producción, “adComunica: Revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación”, en el año 2016, publica la investigación llevada a cabo por Virginia Villaplana Ruiz, a cerca de “tendencias discursivas relacionadas con las formas de producción colaborativas en red y la imagen colectiva” Villaplana (2016), artículo titulado, “cine colaborativo, comunicación social y prácticas de participación en internet”, allí se reunieron diferentes casos de estudio, donde se evidencia la necesidad de una producción colaborativa en espacios físicos o virtuales y se propone la creación de nuevas estrategias de participación desde la acción comunicativa y el arte colaborativo.

Por otro lado, Cuesta (2015), en la revista, Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación comparte su artículo “El uso de vídeos en la socialización de la trata de personas” criterios comunicativos para aportar en su prevención y denuncia. En este proceso de investigación, identificó vídeos online que abordan la trata de personas, sus modalidades y características, con el fin de utilizarlos en procesos de socialización que permitan aumentar el conocimiento del fenómeno y promover su prevención en víctimas potenciales, estudio del que

pudo concluir que el tema más abordado en redes digitales es la explotación sexual, sin embargo, se han dejado a un lado otros temas de gran relevancia desde la trata de blancas.

En la misma revista, Malluk (2013), publicó, “Análisis de la planeación estratégica de la comunicación en cuatro proyectos de intervención social en Montería”, investigación que permitió analizar la intervención comunicativa de proyectos como: Reciclando Ando, Plan Departamental de Aguas, Implementación de Parcelas Productivas y Desarrollo Sostenible de las Artesanías de Córdoba, desarrollados por las organizaciones Servigenerales/UPB, Gobernación Córdoba, Fundación Santa Isabel y la Corporación de los Valles del Sinú y San Jorge, donde se identificó que la comunicación estaba muy “instrumentalizada” dado que no era “sistemática, organizada, probada, integradora y articulada al proceso de planeación de los proyectos de intervención social” y no trabajaba en la participación y democratización de los ciudadanos.

A partir de lo anterior, es preciso evidenciar que la búsqueda de la democratización está enfocada en los medios de comunicación como alternativas de equidad ciudadana, es por ello que Fernández (2016), comparte el artículo “Los medios de comunicación en la construcción de sociedades equitativas” Aularia: Revista digital de la comunicación, publicación desde la cual describe la importancia de los medios de comunicación en la integración de distintas posiciones, donde se evite la segregación y se acepte culturalmente la diferencia.

Como tesis de maestría en Comunicación de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), sede Ecuador, Belén (2015), a través de la revista Austral Comunicación “Ciudadanía comunicativa, espacio público mediático y realizadores locales” el caso del Plan de Fomento Audiovisual en Mendoza, Argentina. “Una iniciativa que analiza los procesos que se requieren para ampliar las posibilidades de participación de instancias ciudadanas de producción audiovisual, involucrando el interesante concepto de Ciudadanía comunicativa”, planteado desde

la relación entre derecho, participación y espacio público mediático, en una época atravesada por nuevas tecnologías y prácticas de comunicación globalizadas.

Desde los resultados de artículos científicos acerca del impacto de la producción audiovisual en la construcción de imaginarios y realidades, junto con el uso de las Tic para el desarrollo social comunitario, de la mano de variedad de metodologías con perspectivas de promoción, prevención, resocialización y democratización de la información, además de trabajos de grado de diferentes universidades colombianas, con estudios que aportan nuevos conceptos en temas de realización audiovisual comunitaria, multimedialidad y cooperativismo, se puede sustentar la necesidad que tiene la Fundación de generar procesos colectivos de comunicación, incursionando en los medios digitales, una movilización desde la comunicación popular alternativa.

MARCO TEÓRICO

Esquema de Fundamentos

1. Comunicación para la transformación social

1.1 Conceptualización Teórica: Acción comunicativa

1.2 Desafíos de la comunicación en la transformación de realidades

1.3 Conceptualización Teórica: Comunicación popular

2. Nuevas configuraciones sociales

2.1 Reconfiguración de relaciones de poder en la actual sociedad informática

2.2 Las TICs como medio de acceso a la globalización.

2.3 Capital social: Nuevas construcciones

3. Redes institucionales

3.1 Conceptualización Teórica: Red social

3.2 Redes de apoyo: Clases y características

1. COMUNICACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

1.1. Conceptualización Teoría: Acción comunicativa

“Quien sistemáticamente se engaña sobre sí mismo se está comportando irracionalmente, pero quien es capaz de dejarse ilustrar sobre su irracionalidad, no solamente dispone de la racionalidad, es un agente capaz de juzgar y de actuar racionalmente”

(Habermas, 1976)

La teoría de acción comunicativa planteada por Habermas (1976), pensador y sociólogo de la Escuela de Frankfurt en el siglo XX, es un análisis crítico, a cerca de los sistemas que afectan o intervienen en la comunicación interpersonal, desde una postura ontológica, tras analizar dichas interacciones comunicativas desde el constructo del sujeto y su posibilidad de racionalizar la información que codifica.

Jurgen Habermas, define la acción comunicativa como: *“la interacción entre dos sujetos capaces de comunicarse lingüísticamente y de efectuar acciones para establecer una relación interpersonal”* (Habermas), desde un vínculo que claramente permite inyectar y comprender la

intencionalidad desde el proceso comunicativo y desarrollar una postura crítica frente a la comunicación que se recibe, a partir del “sistema” y “mundo de la vida” que atraviesa esta acción.

El sujeto social, al racionalizar este intercambio simbólico, le es permitido poner en duda su veracidad o legitimidad, dando lugar a un primer momento de comprensión, un segundo momento de reflexión o raciocinio y a un tercer escenario, de orientar la acción frente a lo acordado o propuesto, dado que estos planos simbólicos son determinantes en la acción de los individuos en cuestión.

Desde su obra *“Teoría de Acción Comunicativa I”* agrega a las teorías de comunicación planteadas hasta su época, la razón y la reflexión como *“parte del proceso comunicativo, participativo y discursivo, cuyo ejercicio y resultados son ya inicios de solución a la crisis”* (Habermas), además, introduce el concepto *“mundo de la vida”*, que se compone de tres aspectos: la cultura, la sociedad y la personalidad, factores que intervienen en la posición crítica que se tome, ya sea desde un carácter locucionario (cuando una persona expresa algo), ilocucionario (cuando una persona expresa algo con el afán de ser comprendido) y perlocucionario (cuando una persona expresa algo con el afán de lograr algo) (Habermas).

Para ubicar la teoría al contexto del trabajo de grado y siguiendo la línea de la praxis que el teórico postula, es preciso plantear una transformación social desde el ámbito simbólico, comunicativo de interacción y entendimiento, entre el grupo de mujeres beneficiarias de la Fundación, dando lugar a una convivencia adecuada entre el sujeto y su “mundo de la vida”, donde los individuos puedan reflexionar acerca de sus propios problemas y racionalmente dar solución a los mismos, pensándose, no como seres individuales, sino como actores sociales, capaces de trabajar por su propio cambio.

1.4 Desafíos de la comunicación en la transformación de realidades

La comunicación como una interdisciplinariedad, que permite el análisis y la construcción de sentidos en los grupos humanos que se desprenden de un sistema social. Ha sido ampliamente definida desde los diferentes contextos y profesiones que son partícipes de sus herramientas, dando lugar a un sin fin de connotaciones.

Desde la perspectiva práctica, la siguiente es una de las definiciones que más se acerca al campo de la transformación social: *“La comunicación es un proceso intersubjetivo de generación de relaciones en dos planos: en el humano, en la posibilidad de auto organizarse para hacer posibles las expectativas individuales y colectivas, y en el plano territorial, en la mediación de las sinergias entre los distintos capitales presentes en local, municipal, regional o nacional”* Rocha, C., Molina, I., Moreno, E., Ortiz, G. (2008).

En la posteridad de la segunda guerra mundial como respuesta a la luchas sociales anticoloniales y anti dictatoriales del tercer mundo nace la “Comunicación para el Desarrollo” (G. & Cadavid B, 2011), tras el reconocimiento del concepto de “desarrollo” por Woodrow Wilson presidente de los Estados Unidos en el periodo de (1913- 1921), concepto que con el tiempo hace uso de la comunicación, para ser un apoyo primordial en la gestión de organizaciones globales, siendo la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la mayor promotora de este modelo, trabajando en la inclusión de la tecnología en los procesos de producción agrícola de la población rural de escasos recursos, fortaleciendo además su conocimiento empírico y su organización social, con la finalidad de contar con sujetos sociales representativos.

La comunicación para el Desarrollo ha sido definida por la UNESCO como “*Proceso social que fomenta el diálogo entre las comunidades y los responsables de la adopción de decisiones locales, nacionales y regionales. Su objetivo es el fomento, desarrollo e implementación de políticas y programas que mejoren la calidad de vida de todas las personas*” (UNESCO,2011). Que, desde la mirada de Jesús Martín Barbero, “*ha pasado a ocupar un lugar estratégico en la configuración de nuevos modelos sociales*” (Barbero, 2003)

En la actualidad, la mirada mundial está puesta en el desarrollo sostenible, categorizando como un aliado importante en el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) a la comunicación para el desarrollo, es por ello que en el 2007, La Mesa Redonda Inter-Agencial de Naciones Unidas ,llevada a cabo en Roma, tuvo como tema central “La comunicación para el Desarrollo Sostenible” patrocinada y organizada por la FAO en colaboración con la UNESCO, el Banco Mundial, el CTA, el IDRC, junto con el Gobierno italiano, contando con alrededor de 150 participantes. Desde esta mesa, se abordaron tres áreas temáticas interrelacionadas que son fundamentales para este tema: Comunicación para la Investigación, Extensión y Educación; Comunicación para la Gestión de los Recursos Naturales; y Comunicación para Grupos Aislados y Marginados. (FAO, 2007)

Áreas que son desafío en el siglo XXI, pues es necesario dar respuesta a las necesidades de los sujetos y sus grupos sociales e instituciones, la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (WCED), también conocida como Comisión Brundtland, definió el desarrollo sostenible como “el desarrollo que resuelve las necesidades del presente sin comprometer las capacidades de futuras generaciones para resolver sus propias necesidades” (FAO, 2007). Por esta razón, el proceso comunicativo deja de ser una simple difusión de información.

1.3 Conceptualización Teórica: Comunicación popular

“La comunicación popular (...) como un paradigma clave para la articulación de una respuesta anti-hegemónica social del sentido”

(León, 2008)

Los significantes y la cosmovisión de las comunidades humanas, se permean por los discursos hegemónicos distribuidos por los medios tradicionales y alternativos de comunicación, de allí nace una propuesta innovadora desde el campo comunitario llamada “Comunicación popular”, esta forma de movilización, *“se puede entender como el vasto campo de intercambios de mensajes (informaciones, expresiones) que realiza el pueblo en su propio seno y hacia el resto de la sociedad, en su tarea de constituirse como sujeto histórico. Las iniciativas de comunicación popular las realizan agentes del pueblo, movidos por la necesidad de satisfacer inquietudes propias y de contrarrestar los efectos de sentido contruidos por la dominación. La comunicación popular es un proyecto renovador que opone el diálogo al verticalismo, la participación al autoritarismo, la movilización consciente a la instrumentalización y el pluralismo a la unidad ideológica monocorde”* (Ossandon, S,f).

Una forma de comunicación que permite la organización, movilización y expresión de la población vulnerable, ignorada y apartada, tras marcadas relaciones de poder que ejercen presión en su desarrollo como actores sociales, garantizando la reivindicación de sus derechos y la visibilización de sus opiniones, propuestas y situaciones, como asegura (Martínez, 2017)

“Cuando hablamos de alternativo popular, hacemos referencia a un modo de hacer culturalmente distinto en el que se producen identidades y subjetividades muy cercanas a la lucha social

por la reivindicación de derechos sociales y por la transformación de la sociedad en la que se vive”.

Es importante crear vínculos comunicativos entre los directamente afectados y los responsables de las desigualdades y problemáticas sociales que aquejan a los distintos grupos humanos, es de ahí que *“Hablar de comunicación popular, es hablar de comunicación en dos sentidos: de las clases populares entre sí (y cuando digo clases, estoy entendiendo los grupos, las comunidades, incluso a los individuos que viven una determinada situación de clase) pero estoy hablando también de la comunicación de las clases populares con las otras clases”* (Barbero, 1983), romper la verticalidad comunicativa tradicional para trascender y dar paso a una retroalimentación entre clases o a un acercamiento.

2. Nuevas configuraciones sociales

2.1 Reconfiguración de las relaciones de poder en la actual sociedad informática

Las construcciones de sentido, salen de las manos opresoras y pasan a la articulación de nuevas expresiones colectivas, nacen nuevas dialécticas que se moldean a las necesidades masivas, siendo la comunicación popular, una forma de rescatar *“las condiciones de producción y reproducción social del sentido, dando particular importancia a los procesos organizativos y de movilización e implica la desorganización social de las clases dominadas”*. (León, 2008) para dar lugar a nuevas reconfiguraciones sociales.

La comunicación como una habilidad inherente en el ser humano, se ha desarrollado según el contexto, la época y las relaciones sociales, en esta cultura tecnológica, “la vida cotidiana, ha tenido una ampliación en la capacidad de comunicarse simultáneamente mediante

distintas vías con otras personas y/o grupos de personas y un borramiento de los límites entre lo público y lo privado” (Flores, 2010; Gómez, 2012).

Han sido tan significativas las nuevas construcciones de sentidos y de acciones sociales, que autores como (Toret, 2013) hablan de movimientos en red y de tecno política, formas de producción y consumo de sentidos, que permean incluso escenarios como el de la salud dado que “ha experimentado en los años recientes, un cruce interesante con la industria de los videojuegos, mediante la aplicación de tecnologías de realidad virtual, como Oculus Rift, con propósitos terapéuticos” (Kateros et al, 2015) citado por Flórez, (2008).

Dadas las reconfiguraciones de poder, es posible analizar lo tradicional y lo alternativo, desde una mirada más crítica que sistemática, Jesús Martín-Barbero (1987) asegura que “las nuevas tecnologías ponen al descubierto el desfase entre la nueva era ‘de la información’ y la vieja organización social y política aún moldeada sobre los restos de la Revolución Industrial”, como una forma de comercio y consumo, que aun apunta hacia la producción empresarial, siendo una herramienta capaz de dar poder y de la misma manera, de quitarlo “se aprecia la transformación en las formas de producción y consumo, así como de interconexión alrededor del mundo, la disolución del modelo masivo, la incorporación a la expresión pública por parte de actores sociales que no habían tenido acceso a los medios tradicionales” (Castells, 2001; Jensen, 2010; Martín- Barbero, 1987, 2002; Scolari, 2008; Trejo Delarbre, 2016) citado por Flórez (2011).

De lo anterior, es posible concluir que es necesaria la “Aparición de nuevas generaciones de medios digitales interactivos” (Scolari, 2008) y dadas las circunstancias de la población que este proyecto quiere estudiar e intervenir, los sujetos en condición vulnerable y desigual,

necesitan tener acceso a medios alternativos de comunicación, que les den poder en el discurso y confronten las tradicionales alocuciones y sentidos, producto del poder hegemónico.

2.2 Las TICs como medio de acceso a la globalización.

La ruptura de las fronteras con el mundo cibernético, da lugar a un sinfín de interacciones, siendo así que “La globalizada situación actual del mundo, con posibilidades de ir de un lugar a otro más fácilmente que hace algunos años, permite que muchas personas de un colectivo determinado y homogenizado entren, casi a diario, en contacto directo con otras culturas”(Inzunsa; Browne; 2016),y de esta manera, llevar al mundo, nuevas propuestas hacia la resolución de problemáticas globales,“ la cultura como “soluciones a los problemas vitales que se han transmitido a las generaciones posteriores” (De Fleur & Ball-Rokeach, 1993, p. 22), citado por Martínez (2000).

Miradas desde distintas experiencias e imaginarios, recorren a una velocidad indescriptible el globo terráqueo, es por ello que “cada cultura interpreta los mensajes mediáticos y usa los medios masivos de maneras diferentes” (Grimson, 2011). Y de acuerdo a sus intereses socio-político-histórico y culturales Nash, (2005) dando lugar a nuevos conceptos en temas de comunicación como: *“auto-comunicación de masas. Es auto porque los contenidos son auto-generados, auto-dirigidos y auto-seleccionados en internet, pero también es de masas por el alcance. Las tres formas coexisten en el entorno mediático contemporáneo, el cual ha experimentado una serie de cambios: la transformación tecnológica, desplazamientos en la estructura organizacional / institucional de la comunicación, tensiones en la dimensión cultural y expresión de relaciones sociales de poder”* (Castells, 2009)

Las Tics como parte indispensable de la nueva cultura tecnológica, no solo a través de comandos y configuraciones dan vida a esta interacción, es la creación de contenidos, elaborados y pensados por sujetos sociales, que interpretan y dan su mirada de los acontecimientos en sus territorios, *“la comunicación intercultural nos impele a aprender a convivir en la paradoja de que todos somos iguales y todos somos distintos”* Alsina, (1999).

2.3 Capital social: Nuevas construcciones

Para entender el Capital Social, es importante entender la creación de redes de apoyo, como una forma de organización y visibilización de una comunidad *“Las redes son formas de interacción social, en las que se da un intercambio dinámico entre personas, grupos, e instituciones. Se constituye en un sistema abierto, en permanente construcción, que implica un soporte en un ámbito particular”* (Chávez plazas & falla Ramírez, 2004), para pasar al término Capital Humano, que poco a poco se transforma en un Capital Social.

James S. Coleman, Sociólogo estadounidense, insiste que, para explicar el comportamiento de una sociedad, esta se debe analizar desde los factores individuales. Define el Capital Social como *“El conjunto de recursos que son inherentes a las relaciones familiares y en la organización social de la comunidad y que son útiles para el desarrollo cognitivo y social de niños y jóvenes”* (Coleman,1990) desde una perspectiva conductivista, pues sitúa a las normas como eje central de un núcleo social.

El politólogo japonés, Francis Fukuyama, lo define como *“La existencia de un conjunto de valores o normas informales compartidas entre los miembros de un grupo que permite la cooperación entre ellas”*(Fukuyama,1997), desde su obra *“The Tanner Lectures On Human Values”* también hace una fuerte crítica a las políticas en relación con el género, aseverando que

están pensadas por y para un patriarcado, impidiendo que la mujer tome su papel y aporte al desarrollo tanto social como económico, además asegura, que este Capital Social, puede llegar a ser desfavorable, dado que los lazos de cooperación, refiriéndose a las relaciones e interacciones sociales, pueden usarse para el desarrollo de intereses ilícitos como la mafia, vínculos potencialmente dañinos al tejido social, además los mismo que restan eficiencia a los procesos productivos y administrativos de una sociedad. (Fukuyama)

Fukuyama también asegura que las modificaciones en los patrones culturales de occidente como: *“El quiebre de la familia nuclear por el aumento de divorcios, el incremento de la ilegitimidad de los nacimientos como resultado del descenso de la fecundidad de las mujeres casadas, el surgimiento de una contracultura juvenil y la erosión de la autoridad, el abuso de drogas y de bebidas alcohólicas”* (Fukuyama), ocasionarían una fuerte “disrupción” social. Situación que consecuentemente, no dista de las características de la población objeto de estudio de este trabajo de grado.

3. Redes institucionales

3.1 Conceptualización Teórica: Red social

Todo ser humano es resultado de la integración de sus relaciones del ser y con los otros y en los otros. Esta característica del hombre como ser social, posibilita como consecuencia de su interconexión, la concreción del proceso de socialización, entendiendo por este “el aprendizaje de pautas que permitirán una adecuada y gratificante, adaptación, crítica al medio en el que se tiene que vivir”. Chadi (2000).

La red social es definida como grupo de personas, miembros de una familia, vecinos, amigos y otras personas, capaces de aportar una ayuda y un apoyo a un individuo o una familia. Cada grupo de personas son “puentes”, que se construyen estableciendo comunicación y en efecto generar intercambio e interconexión.

Dichos puentes se entrelazan como una red de vinculación, que posibilita condiciones más humanas, para dar respuestas a las contingencias que todo grupo atraviesa en alguno de sus tramos vitales, constituyendo un adecuado tejido humano. (Chadi)

Es un sistema abierto, que posibilita, a través de un intercambio dinámico entre los integrantes de un colectivo (familia, equipo de trabajo, barrio, organización, comunidad) y con integrantes de otros colectivos, la activación de los recursos de todos y la creación de alternativas novedosas para la resolución de problemas y la satisfacción de necesidades.

Epistemológicamente es una manera de ver la realidad social. Es una metáfora (modelo de pensamiento) que permite hablar de relaciones sociales aportando los atributos de: sostén, posibilidad de manipulación, contención, tejido social, estructura, densidad, extensión, control, posibilidad de crecimiento. (Chadi)

3.2 Redes de apoyo: Clases y características

Vínculos que permiten el incremento de la responsabilidad social, la formación y el desarrollo del ciudadano. En la red cada uno se descubre en la relación del otro, así mismo sirve para reforzar la identidad de los miembros de la sociedad, y como una vía para construir una mayor integración social.

Características de las redes

- a) La red respeta las individualidades.
- b) Las decisiones se dan por consenso de las mayorías.
- c) Las interacciones en la red producen sinergia
- d) Mantener relaciones horizontales independientes y complementarias.
- e) Respeto a la identidad, autonomía y a los estilos y ritmos de trabajo.
- f) Búsqueda de soluciones a problemas comunes
- g) Se asumen responsabilidades individuales y compartidas,
- h) Se aportan recursos humanos y materiales,
- i) Facilitador para el logro de resultados
- j) Coordina los intercambios y los proyecta hacia espacios mayores de interacción. (Chadi)

Clasificación de las redes:

La dinámica de las redes sociales se instituye por el contexto al que pertenece cada una. Se clasifican de esta manera:

- a) Primarias
- b) Secundarias
- c) Institucionales

Red primaria: Familia

Las redes primarias se expanden hacia los campos sociales mediatos, en un entrecruzamiento de relaciones que se definen desde el contacto directo, podríamos decir cara a cara hasta un contacto menos personal. (Chadi)

Las redes primarias componen la suma de todas las relaciones que un individuo percibe como significativas o define como diferenciadas de la masa anónima de la sociedad. (Chadi)

Las redes primarias fundan todos aquellos vínculos personales, de un individuo. De todo el mapa relacional de una persona, las redes primarias son sus lazos ya que integran sus uniones más estrechas. Dentro de este mapa relacional se inscriben tres áreas;

-Un “círculo interior de relaciones íntimas”, tal como miembros de la familia nuclea y la ampliada.

- Un “círculo intermedio de relaciones personales”, integrado por amigos y familiares.

-Un “Círculo externo de relaciones ocasionales” caracterizado por un menor grado de compromiso, sin intimidad, formado por relaciones profesionales o laborales, compañeros y vecinos.

El primero pertenece al “mundo interno familiar”, sus contactos más directos y mayor el grado de compromiso, así como también el de gratificación.

El segundo y el tercero están ubicados en el “mundo externo familiar” teniendo como atributos contacto más lejanos, relaciones más distantes y de menor intensidad (Amigos).

La familia es el espacio privilegiado donde se desarrolla el amor mutuo, se ofrece protección y contención, procurando además una adecuada socialización; se transmiten los valores de una generación a generaciones venideras y se posibilita la solidaridad intergeneracional. (Chadi).

Es la unidad básica a partir de la cual se expanden los otros conjuntos humanos que forman la red, se define como red primaria al mapa mínimo que incluye a todos los individuos con los que interactúa una persona dada. Esta desarrolla su dinámica dentro de su ámbito interior, pero paralelamente recibiendo constantes influencias de los sectores externos a ella.

La familia en constante interface, por un lado con su contexto, la sociedad, de la que es uno de sus miembros y por el otro, con los individuos que integran su propia estructura. . (Chadi)

La tarea primordial de la familia es formar y educar al ser humano hasta su adultez, cumpliendo de este modo con los procesos de socialización y emancipación que son competencia de la misma. Dentro de este marco, están incluidos la contención, el afecto y la autoridad.

Constituye en sí misma, la red mínima en el ámbito de las redes primarias. Como tal es la menor porción de tejido relacional, con el cual contar como red de apoyo y sostén. A través de la autogestión, el grupo familiar se autoabastece respecto a recursos emocionales, económicos, afectivos, y sociales.

A pesar de este autoabastecimiento, como grupo social mínimo, necesita de la interrelación con el afuera y del intercambio con los otros sistemas humanos que le brindan elementos que la familia nuclear no alcanza a brindar, no por ineficiencia, si no por resultar escasos los medios con que cuenta para completar determinadas acciones.

Por otro lado, los amigos sin formar lazos de sangre, la amistad cumple aspectos de significación en las diferentes etapas de la evolución humana. La amistad complementa el aprendizaje del convivir que se inicia dentro del contexto familiar, permitiendo la experiencia de contactarse con seres que no están dentro del entorno familiar. La relación amistosa es en sí misma mediadora entre el mundo interno y el mundo externo familiar, al asumir como característica una actitud familiar, al asumir como característica una actitud de ayuda en las negociaciones familiares. (Chadi)

Red secundaria: amigos y grupos sociales

Son aquellas que tienen lugar en un contexto más lejano a este grupo primario y que se rigen por una menor proximidad, situados en el macro sistema o mundo externo de la familia, dentro de estas redes se encuentran los siguientes sistemas;

- a) Grupos recreativos
- b) Relaciones comunitarias y religiosas
- c) Grupos laborales o de estudio (Chadi)

Red terciaria: Instituciones

Son aquellas que integran también las redes secundarias ya que se hallan en una disposición exógena. Su distancia en cuanto al criterio de la relación, es mayor y el trato con los mismos es indirecto;

- a) Escuela
- b) Sistemas de salud
- c) Sistema judicial (Chadi)

Marco normativo

El marco normativo de este proyecto, da respuesta a las leyes de la constitución que abogan por la protección de las mujeres en condición de vulnerabilidad y que han sido violadas por el desconocimiento de las mismas, “Ley 1257 del 2008 Artículo 1. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto la adopción de normas que permitan garantizar para todas las mujeres una vida libre de violencia, tanto en el ámbito público como en el privado, el ejercicio de los derechos reconocidos en el ordenamiento jurídico interno e internacional, el acceso a los procedimientos administrativos y judiciales para su protección y atención, y la adopción de las políticas públicas necesarias para su realización”, políticas públicas, que no han dado resultado para el acercamiento de las beneficiarias de la Fundación a las instituciones gubernamentales, razón por la cual, es necesario fortalecer estos vínculos.

El mismo hecho que se encuentren vulneradas a nivel económico, ya es un acto de inconstitucionalidad, dado que el Artículo 2° plantea: “Por violencia contra la mujer se entiende cualquier acción u omisión, que le cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual, psicológico, económico o patrimonial por su condición de mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, bien sea que se presente en el ámbito público o en el privado. Para efectos de la presente ley, y de conformidad con lo estipulado en los Planes de Acción de las Conferencias de Viena, Cairo y Beijing, por violencia económica, se entiende cualquier acción u omisión orientada al abuso económico, el control abusivo de las finanzas, recompensas o castigos monetarios a las mujeres por razón de su condición social, económica o política” .Violencia que también ha sido desencadenada desde la institucionalidad, esta forma de violencia puede consolidarse en las relaciones de pareja, familiares, en las laborales o en las económicas. Capítulo II Principios Artículo 6°. Principios. La interpretación y aplicación de esta

ley se hará de conformidad con los siguientes principios: 1. Igualdad real y efectiva. Corresponde al Estado diseñar, implementar y evaluar políticas públicas para lograr el acceso de las mujeres a los servicios y el cumplimiento real de sus derechos. 2. Derechos humanos.

Los derechos de las mujeres son Derechos Humanos. 3. Principio de Corresponsabilidad. La sociedad y la Familia son responsables de respetar los derechos de las mujeres y de contribuir a la eliminación de la violencia contra ellas. El Estado es responsable de prevenir, investigar y sancionar toda forma de violencia contra las mujeres, teniendo en cuenta la ley 1257 del 2008 de la constitución política de Colombia para el caso del presente proyecto de grado se retoma el principio número 1, donde le Corresponde al Estado diseñar, implementar y evaluar políticas públicas para lograr el acceso de las mujeres a los servicios y el cumplimiento real de sus derechos. En este orden de ideas, el proyecto logró aportar al fortalecimiento de la red institucional de la fundación De la mano por Soacha a partir de estrategias de comunicación popular en medios alternativos web. Para que pudieran tener acceso a los servicios que velan por el cumplimiento de los derechos.

Tipo de investigación

La metodología se comprende como “el conjunto de Métodos, Observables, Técnicas, Estrategias de aproximación a la realidad, Instrumentos concretos de indagación y registro de campo, etc., que constituyen el herramental del investigado” (Vargas, 2010) para este caso la investigación es de tipo cualitativo, dado que la unidad de análisis es la cualidad o características.

Diseño metodológico

La presente investigación se realizó teniendo en cuenta que es *“como fin fundamental construir conocimiento respecto de una realidad determinada”* (Vargas,2010), el cual con base al Paradigma crítico “el interés por saber es la emancipación y/o transformación para poder lograr la liberación de una opresión (que puede provenir del poder o de la realidad misma), de ahí que se necesiten encontrar acciones cuyo impacto real revierta las relaciones de Poder” (Vargas)

Método (Investigación acción participativa)

“La transformación y/o emancipación se logra construyendo sentido participativamente, es decir, en comunidad, primero de la propia realidad investigada a propósito de una acción emprendida y eligiendo después, también participativamente, una(s) acción(es) intencionada (s) Para retroalimentar el proceso” (Vargas)

Para la investigación y acción participativa en comunidad, se conformará un grupo focal de 40 mujeres para desarrollar la IAP desde una visión crítica y transformadora. El primer acercamiento, se desarrollará a través de una ventana de observación, que permitirá identificar las variables socio culturales de la población. En un segundo momento se desarrollará un cuestionario, que permita medir la relación que tienen las beneficiarias de la fundación De la mano por Soacha, con las instituciones y su conocimiento en herramientas Tics.

Luego de ello, se llevaran a cabo, 15 sesiones en campo, que darán lugar al cumplimiento a lo planteado, para dar respuesta al primer objetivo específico “Formar las beneficiarias de la fundación, en el adecuado manejo de las TICs para que generen sus contenidos multimedia”, se ejecutará la metodología de animación- sociocultural propuesta por Ezelquiel ander egg, teniendo

en cuenta que “propende que sus miembros sean protagonistas de su desarrollo, para ello los lleva hacer una mirada de sus carencias y necesidades motivándolos a buscar respuestas y crear alianzas para generar cambios desde un liderazgo propio”(Ander, 2000), la cual, se adelantará en las siguientes fases:

Fase 1: sensibilización- motivación

En los primeros encuentros, el grupo poblacional (Mujeres beneficiarias de la fundación de la mano por Soacha) conocerá el proyecto y lo que se quiere lograr, además en un dialogo de saberes, se podrá conocer un poco más a cerca de la población, respondiendo a la pregunta ¿Qué conocimiento tienen frente al manejo de las TICs?, ¿Qué Problemática tienen a nivel social, para el uso y manejo de las TICs? Y ¿Qué solución plantea a las mismas?

Fase 2: Capacitación de animadores voluntarios para que dispongan de los instrumentos y conocimientos necesarios para la promoción de actividades socio-culturales

En las siguientes sesiones, se dará lugar a la formación de la población en temas de comunicación oral y escrita, para luego, dividir el grupo focal en tres sub grupos de formación:

Expresión oral: se capacitarán integralmente en técnicas para hablar y expresarse en público y frente a cámara.

Expresión Escrita: formación en ortografía y sintaxis básica, para una clara y correcta redacción en comunicados y medios web.

Producción Audiovisual: se ocuparán de aprender manejo de cámara, planos y técnicas de grabación-edición.

Para ejecutar el segundo objetivo del proyecto “Conformar un comité que diseñe un plan de comunicaciones con base al marco institucional de la fundación, que permita dar continuidad a los procesos comunicativos internos y externos” en la siguiente fase:

Promoción de organizaciones de base y puesta en marcha de actividades socio-culturales con participación.

La población será quien reciba las ideas, las analice y posteriormente desarrolle un plan viable para generar un área de comunicaciones, para ello, se creará un comité, que con la formación recibida y la asesoría de los formadores del proyecto, podrán desarrollar un plan de comunicaciones, que tendrá inmersa, una estrategia de comunicación interna y externa, para el fortalecimiento de los vínculos con las instituciones de apoyo.

Es importante registrar la experiencia para que esta pueda ser analizada, evaluada y compartida, es por ello que para dar lugar al tercer objetivo específico “Realizar un documental audiovisual que permita sistematizar la experiencia, como aporte al área comunicativa de la fundación” se grabaran todas las sesiones y las actividades desarrolladas en la comunidad.

En última instancia del proyecto de Investigación Acción Participativa, se realizará el análisis de los resultados de cada objetivo, teniendo en cuenta, el desarrollo y las conclusiones del proceso, pues de esta manera, se evidenciarán los avances en temas de comunicación y multimedialidad de la fundación De la mano por Soacha.

Línea de Investigación

Como un aporte al campo de conocimiento de Comunicación para el Desarrollo, desde la línea de investigación “Gestión social, participación y desarrollo comunitario” que hace parte de

la política de investigación de la Corporación Universitaria Minuto de Dios , nace la propuesta de comunicación como herramienta para la activación de redes de apoyo en la fundación de la mano por Soacha, una alternativa que se genera desde el desarrollo multimedia comunitario para el fortalecimiento de los vínculos que tiene la población objeto de estudio con las instituciones de apoyo.

Se desarrolla a partir de una (IAP), pues se busca dar respuesta a la movilización de un grupo de mujeres en condición de vulnerabilidad, que requieren de herramientas comunicativas para participar activamente en la nueva cultura tecnológica, descrita por Barbero, (2010) en sus últimas obras, por ello deben capacitarse, para poder ser sujetos de su propio cambio y tener una interacción con las instituciones que pueden reestablecer sus derechos y con la opinión pública, para que sean abiertamente expresados sus sentires frente a las problemáticas que viven y las soluciones que proponen.

Es pertinente aportar a este campo de conocimiento desde la implementación y formación en Tics, pues es el medio alternativo para la democratización de la información y el empoderamiento de los nuevos discursos sociales que nacen tras las nuevas formas de movilización cibernética.

Tabla 1. Instrumentos

Objetivo	Instrumento de Investigación	Propósito
-----------------	-------------------------------------	------------------

<p>Diagnóstico</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Grupo Focal ❖ Cuestionario ❖ Diálogo de Saberes ❖ Video 	<p>Caracterizar la población objeto de estudio.</p>
<p>Formación del grupo focal Metodología (Animación Socio-cultural)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Diálogo de saberes ❖ Grupo focal ❖ Árbol de problemas ❖ Análisis situacional 	<p>Dar las herramientas técnicas claves, al grupo focal, para la realización de los contenidos web que permitan difundir sus problemáticas.</p>

	❖ Video	
Conformación del comité de comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Grupo Focal ❖ Diálogo de saberes 	Conformar un comité que se encargue del área de comunicaciones de la Fundación, con la finalidad de darle continuidad a los procesos comunicativos de la Fundación y ejecución al plan de comunicaciones.
Sistematización de la experiencia	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Video ❖ Fotos 	A través de un documental audiovisual, sistematizar la experiencia del proyecto.

Análisis de resultados	❖ Cuestionario	A través de un cuestionario, medir los resultados del proyecto.
------------------------	----------------	---

Análisis de los instrumentos de investigación

Diagnóstico.

El grupo focal de cuarenta mujeres cabeza de hogar brindo su tiempo y espacio determinado a las siguientes actividades de formación y capacitación en producción audiovisual. Fueron alrededor de veinte sesiones teórico – prácticas, se fortaleció el conocimiento y el manejo adecuado las TICs con el objetivo de que estas madres utilicen lo aprendido para generar productos audiovisuales.

Pero antes de generar unas clases y unas actividades, se debió concretar un vínculo entre profesor y estudiantes, para generar interacción entre la población objeto de estudio y los investigadores, permitiendo conocer, socializar y determinar posibles alternativas a las problemáticas que las afectan a estas mujeres madres cabeza de hogar y población vulnerable de la fundación.

Desde un inicio se realizó unos cuestionarios para conocer cuál es la problemática que los afecta, con la intencionalidad de conocer a que grupo de personas se les brindaría mecanismos de información y que herramientas se deben utilizar en el momento de proponer y partir a un nuevo método de enseñanza.

En los primeros encuentros con estas mujeres se hacen la retroalimentación del proyecto, los contenidos a realizar y proyectos finales que cada una de ellas va a generar en tres meses de participación y colaboración del grupo.

Cada una de las tres horas semanales que se convivió con estas mujeres madres cabeza de hogar, se planificó las actividades y propósitos en que se trabajaron, a partir de sus conocimientos se evidenció la gran labor que ellas realizan para salir adelante, cada sesión fue un aprendizaje tanto grupal como personal.

Animación socio cultural.

Después de generar un análisis detallado de cada una de estas mujeres, que con sus propias palabras y a través de solo una hoja pudieron expresar que problemáticas las afecta y como pueden dar posibles soluciones, se decide realizar subgrupos de formación en trabajo oral, procesos escritos y productos audiovisuales, brindando las herramientas adecuadas para la realización de medios comunicativos que logren generar la sensibilización de sus problemáticas.

Cada una de las mujeres del grupo tenía cierta virtud que la diferencia de las demás, desde poder expresarse hacia las demás, hasta tener un dominio increíble en público, que solo se puede ver reflejado en una persona recién egresada de alguna carrera pedagógica; esto y mil cosas más hicieron que la decisión final de generar pequeños grupos de formación fueran el mejor camino para seguir fortaleciendo a estas madres en diferentes capacitaciones del mundo audiovisual.

A continuación, de conocer muy detalladamente cuales pueden ser esas nuevas alternativas de difusión respecto a sus problemáticas, deciden crear una página web. En donde plasman cada una de las historias que las identifica como gestoras de transformación del

municipio. Han llevado esta página web a un enlace con los entes gubernamentales que no tenían conocimiento de su existencia.

Desde la mujer con buen manejo de público, hasta la señora con pequeños conocimientos de cámara, pero con derroche de interés, hacen que las herramientas y los nuevos modos de información aprendidos en cada sesión tengan su fruto, con objetivos a corto plazo y con una meta para ellas mismas de ser ejemplo para sus familias.

Cada una de estas mujeres que han participado en este proceso lleno de nuevas experiencias y sueños por alcanzar ha enriquecido este canal de información, desde mostrar cada una de sus problemáticas personales, hasta el buen uso de los medios y canales de difusión.

Conformación del comité de Comunicaciones.

Por lo menos, diez mujeres fueron seleccionadas de un grupo de cuarenta madres, con la intención de recibir y escuchar cada uno de los problemas que afectan a los integrantes del grupo. Desde los problemas de orden público, hasta la falta de alumbrado en el municipio de Soacha.

Estas madres quieren y exigen ser escuchadas por una comunidad que hace de oídos sordos a las problemáticas que afectan desde la persona más adinerada, hasta el más necesitado del municipio. Ellas con su propio merito con las herramientas que tienen a su mano, deciden formar este comité como movimiento de transformación de las madres cabeza de hogar que quieren ser escuchadas pero que no conocen como llegar a esas personas de mandos gubernamentales o instituciones que pueden dar solución a esto.

Este comité inicio a los dos meses de empezar las clases de audiovisuales, hoy en día ya están realizando las gestiones pertinentes para crear su propia emisora online de la fundación.

Una emisora fundada por madres cabeza de hogar, que buscan generar nuevas oportunidades de trabajo, pero con el propósito de vincular a más personas a este pequeño proyecto.

Llegar hasta el lugar más vulnerable de Soacha es una de los logros que esperan alcanzar estas mujeres, por medio de esta fundación y sobre todo a través de este comité, esperan el constante movimiento y participación de la comunidad.

Estas mujeres lograron en muy poco tiempo, intervenir y ser partícipes activas de la comunidad. Ellas se propusieron una meta inicial, que fue conocer más y aprender sobre las nuevas herramientas de información y sin saberlo ya tiene un comité que busca expresar esas problemáticas de las personas que no tienen alguna voz o decisión en su entorno.

Sistematización de la práctica.

En cada una de las sesiones se tuvo como objeto primordial el seguimiento de paso a paso del avance de estas mujeres en los horarios de clase. Se llevó un constante material audiovisual en los tres meses de aprendizaje.

Desde el día uno de iniciar las clases, se conoció su fortaleza y debilidad, al finalizar los meses y al transcurrir el tiempo, se conoce la virtud y el conocimiento de cada madre en el curso. Así que se decide que ellas tomen la batuta y el control de todo el proceso comunicativo que se va a expresar afuera de las aulas de clase.

Estas mujeres realizaron por su propia cuenta y con sus propias herramientas de visualización un producto audiovisual hecho por ellas y para ellas. La sistematización de la práctica fue desarrollada desde un principio por el grupo de mujeres encargadas de las cámaras. Nosotros como formadores solo les brindamos los conocimientos previos de cómo realizarlos y lo demás lo lograron con perseverancia y disciplina.

Es bastante importante aclarar que era imposible tener a nuestra disposición cuarenta cámaras digitales, cuarenta micrófonos para que ellas hicieron el seguimiento detallado de cada uno de los días que se reunía el grupo para conocer sobre las herramientas de información. Así que se busca una solución lo más pronto posible y se decide trabajar con los mecanismos de telefonía móvil que tienen a la mano, como los celulares que manejan estas chicas, haciendo así un buen producto audiovisual con las herramientas que ellas tienen y con el conocimiento previo a los medios de información.

Tabla 2. Presupuesto

Equipos y recursos

	Implementos	Unidad	Precio
Equipos y software	Cámara	1	1200000
	Micrófono	1	200000
	Memoria USB	4	50000
	Luces	2	400000
	P.C	1	1300000
	Software de edición	2	250000

	Trípode	1	100000
Insumos y papelería	Impresora	1	300000
	Agenda	1	20000
	Esferos	1 caja	5000
	Marcadores	2	5000
	Folder	1	5000
	Borradores	1 caja	4500
	Lápiz	1 caja	3500
	Libros	3	120000
	Papel resma	1	20000
	Cosedora	1	7000
	Grapadora	1	7000
Transporte y viáticos	Internet		1000000
	Transporte		300000
	Recordatorios		100000

	Alimentación	350000
	total	5747000

Población y muestra

Estudio demográfico

La población beneficiaria de la fundación De la mano por Soacha (mujeres en condición de vulnerabilidad), actualmente oscila entre las 75 personas, sin embargo, hemos delimitado la población a un grupo focal de cuarenta mujeres.

En la siguiente gráfica se evidencian las edades de este grupo:

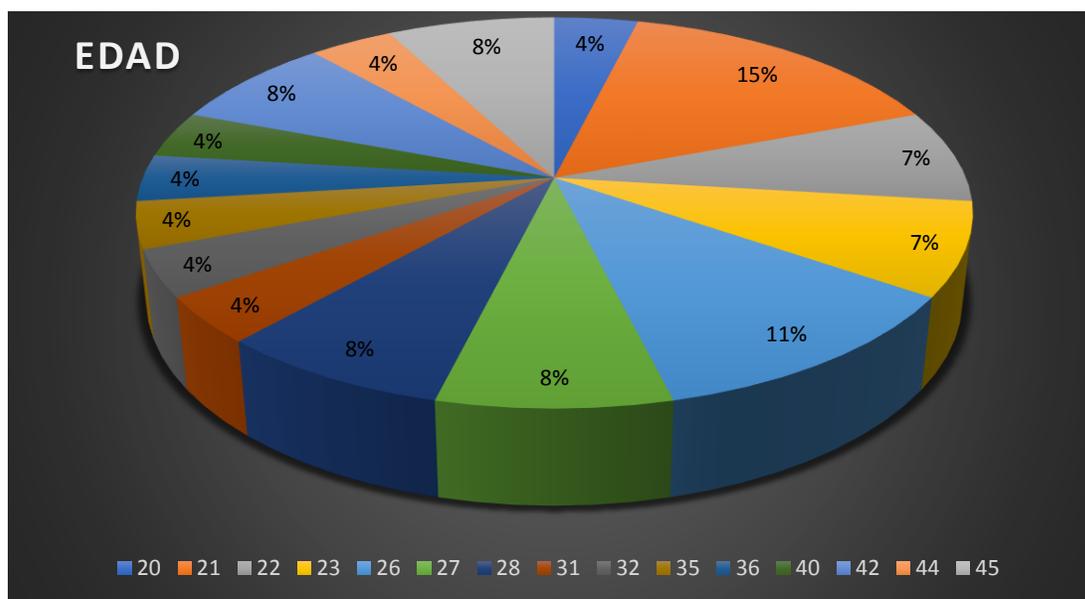


Figura 8. Característica sociodemográfica a partir de la edad de la población objetivo.

En la anterior figura se estima que la población comprende edades entre los 20 – 45 años de edad, la mayoría se ubica entre los 21 años.

Se habla que Soacha es un municipio multicultural y pluralista, por ello, para describir mejor la población, se ha querido indagar en su procedencia natal.

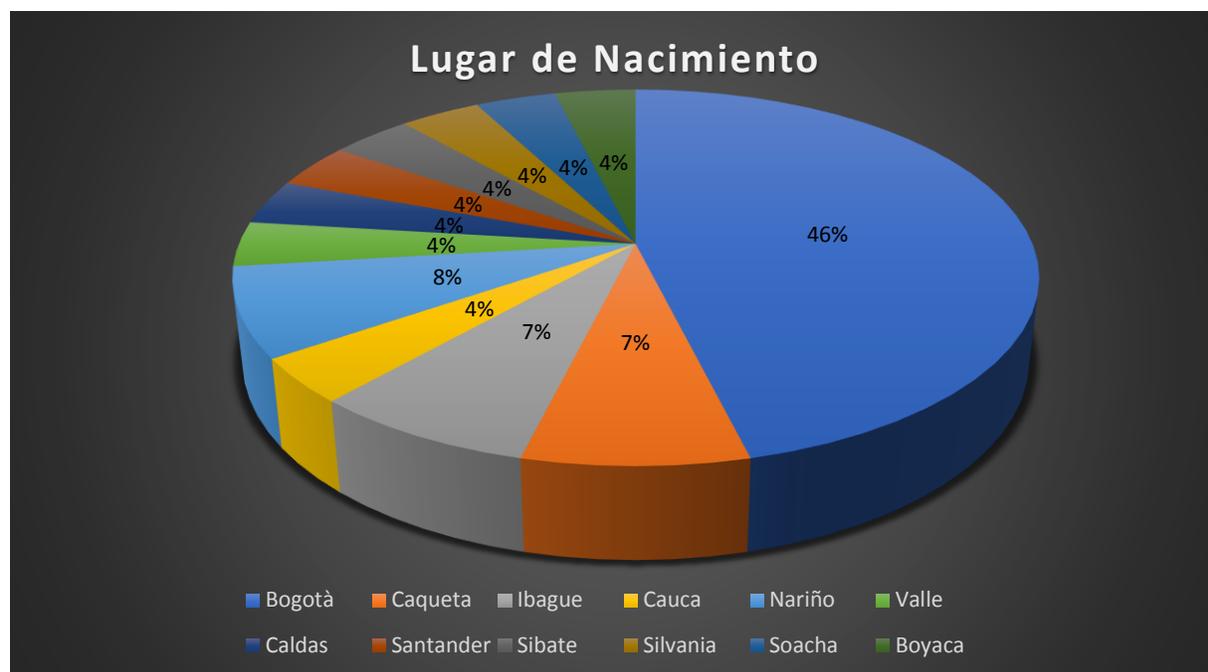


Figura 9, Porcentaje del lugar de nacimiento de la población

Se observa que el mayor lugar de donde provienen los sujetos es Bogotá, seguido de Caquetá al igual que Ibagué.

Seguidamente, en la figura 10. Se observa el lugar de vivienda actual de la población objeto de estudio, esta característica se mide a partir de las seis comunas en la que se divide el municipio de Soacha.

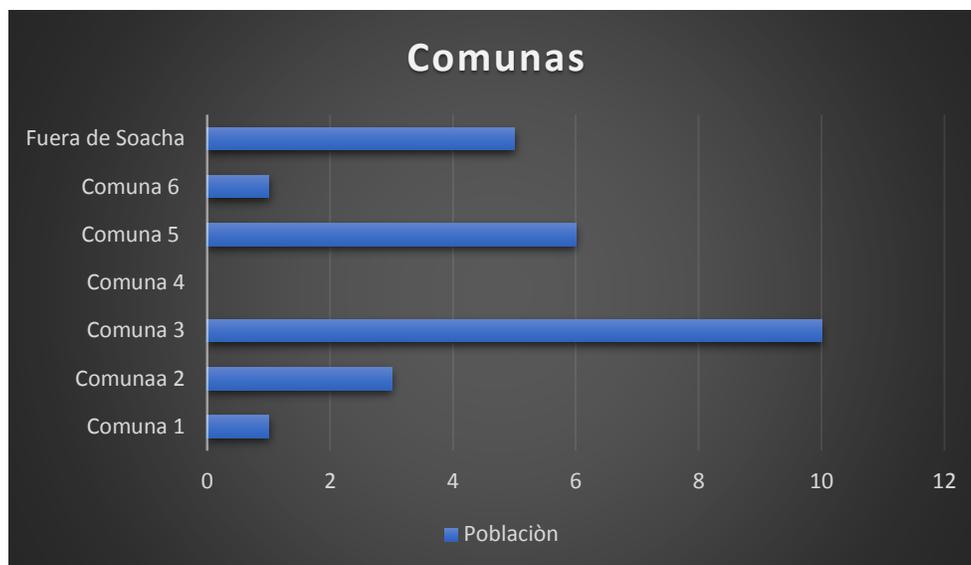


Figura 10. Número de personas que habitan en cada comuna.

Se observa en la comuna 3 el mayor número de personas de la población objetivo que habitan en ella.

Con este estudio, es posible evidenciar que la mayoría de mujeres se encuentran en la etapa de juventud, no son raizales de Soacha y se encuentran en niveles 1 y 2 del Sisbén.

CAPÍTULO II

Propuesta

Teniendo en cuenta que la población requiere un fortalecimiento de la red institucional y la participación en la opinión pública, fue necesario : Formar las beneficiarias de la fundación, en el adecuado manejo de las TICs para que generen sus contenidos multimedia y sea una herramienta de comunicación e interacción con las instituciones del municipio; Diseñar un plan de comunicaciones, que permita dar continuidad a los procesos comunicativos internos y externos de la fundación.; Conformar un comité de comunicaciones que diseñe y opere los canales de difusión que visibilicen las situaciones problema de la población objeto de estudio; Realizar un documental audiovisual que permita registrar la experiencia, como aporte al área comunicativa de la fundación.

Medir el impacto frente a los avances comunicativos de la fundación.

Para este caso se realiza bajo la metodología de animación- sociocultural propuesta por Ezelquiel Ander Egg en al menos 15 sesiones teniendo en cuenta que “propende que sus miembros sean protagonistas de su desarrollo para ello los lleva hacer una mirada de sus carencias y necesidades motivándolos a buscar respuestas y crear alianzas para crear cambios desde un liderazgo propio

A continuación, se describen las acciones en las fases propias de la intervención que permitieron detallar los resultados esperados.

Resultados esperados

Tras conocer los resultados de las encuestas y evidenciando cuales eran los medios de comunicación para informarse de ciertos asuntos de interés popular, se tomó la decisión de realizar un producto audiovisual hecho por estas madres cabeza de hogar. Tomando el consentimiento de ciertas historias de vida, que transmitieran la importancia de salir adelante a pesar de las dificultades y adversidades que tenga el día a día.

El grupo de trabajo se dividió en grabación y expresión oral. Las mujeres encargadas de generar un seguimiento de cada clase, se apropiaron de la cámara y realizaron grabaciones de las actividades, las historias de vida fueron expresadas por ellas mismas y con un único propósito, hacer un documental de buena calidad y con la finalidad de demostrar a toda una sociedad machista, que hay mujeres que pueden generar grandes proyectos sin ayuda de entidad gubernamentales o aprobación de algún hombre.

Tabla 3. Fases de intervención

Fase	actividad	objetivo	Técnica metodológica	responsables	resultados
sensibilización	Presentación del proyecto	Socializar las temáticas del	Técnica de desarrollo: socialización.	Comunicadores sociales en formación.	Se logra que las mujeres en condición de

motiva ción		proyecto a desarrollar.	Técnica de evaluación: ronda de opiniones.		vulnerabilidad conozcan los objetivos del proyecto
	Grupos de interés	Fomentar discusiones honestas y abiertas sobre el proyecto para que las mujeres en condición de vulnerabilida d participen activamente en el mismo.	. Técnica de desarrollo: preguntas aleatorias Técnica de evaluación: ronda de opiniones.	Comunicadores sociales en formación.	Se logra que las madres reflexionen frente a las preguntas ¿Qué conocimiento tienen frente al manejo de las TICs?, ¿Qué problemática tienen a nivel social, para el uso y manejo de las TICs? y ¿qué solución plantea a las mimas?

Análisis e interpretación de resultados

<p>Capacitación de animadores voluntarios para que dispongan de los instrumentos y conocimientos necesarios para la promoción de actividades</p>	<p>Grupos focales</p>	<p>formación de la población en temas de comunicación oral y escrita, para luego, dividir el grupo focal en tres subgrupos de formación:</p>	<p>Técnica de sensibilización: conformación de grupos.</p>	<p>Comunicadores sociales en formación.</p>	<p>Se logra que el grupo se divida en 3 subgrupos focales descritos de la siguiente forma:</p> <p>Expresión oral: Se capacitarán integralmente en técnicas para hablar y expresarse en público y frente a cámara.</p> <p>Expresión Escrita: Formación en ortografía y sintaxis básica, para una clara y correcta redacción en comunicados y medios web.</p> <p>Producción Audiovisual: Se ocuparán de aprender manejo de cámara, planos y técnicas de grabación-edición.</p>
--	-----------------------	--	--	---	--

socio-cultural es					
- Promoción de organizaciones de base y puesta en marcha de actividad	Creación de comité	Desarrolle un plan viable para generar un área de comunicaciones, para ello, se creará un comité	Técnica de sensibilización: Reflexión ” yo valgo la pena” Técnica de desarrollo: Charla informativa	Comunicadores sociales en formación.	Lograr que las mujeres cabeza de familia conformen un comité de comunicaciones

Al terminar las sesiones se aplicó de nuevo el instrumento de caracterización aplicado en una de las primeras sesiones que permite conocer variables del contexto social y del uso de los medios de comunicación en la fundación, para evidenciar los resultados después de haber ejecutado el documental, y el comité de comunicaciones, a continuación, en la figura se

des socio-cultural es con participación.	Creación de documental 1	Realizar un documental audiovisual que permita sistematizar la experiencia	Técnica de desarrollo: Videos, Historias de vida	Comunicadores sociales en formación.	Lograr que las madres cabeza de familia aporten en la construcción del documental con la participación activa del mismo
--	-----------------------------	--	--	--------------------------------------	---

comparan los resultados de preguntas concretas del mismo cuestionario como pre test y con el pos test.

1. ¿Identifica instituciones de restitución de derechos y que son parte de la red de apoyo?

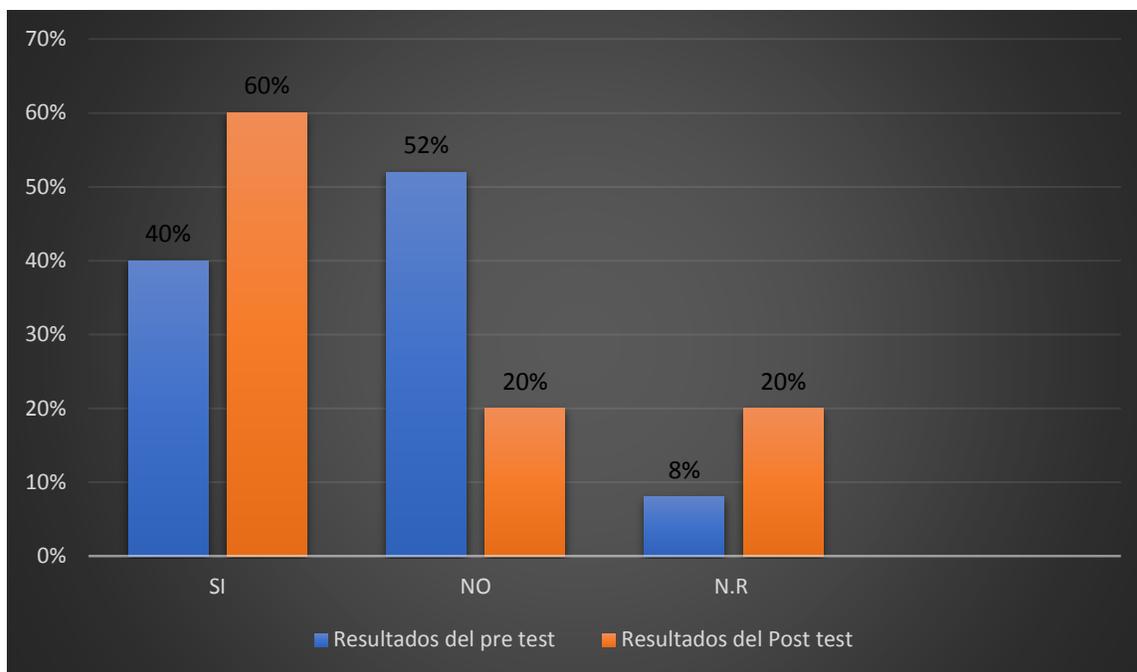


Figura 11. Resultados del cuestionario pre test comparado con los resultados post test a la pregunta ¿Identifica instituciones de restitución de derechos y que son parte de la red de apoyo?

En la figura 11 se comparan los resultados del instrumento de caracterización al iniciar la investigación representado por las barras azul que significa el balance del primer diagnóstico. Las barras de color naranja los resultados posteriores a la aplicación de los talleres formativos; se evidenció entonces, un cambio en los resultados de la población, siendo interpretados de la siguiente manera; para la respuesta (SÍ) después de ubicarse en un 40 % en cuanto identifica instituciones de restitución de derechos y que son parte de la red de apoyo, ahora se obtienen resultados en la población de un 60%, evidenciando que las mujeres ya identifican las instituciones de derechos según el instrumento de caracterización. Por otra parte, a la respuesta (NO) del primer diagnóstico se obtuvo que un 52% de las mujeres no identificaban instituciones de restitución de derechos. Seguidamente, se obtuvo que el 20% de las encuestadas no reconocen

las instituciones de apoyo; logrando que el otro porcentaje 80% si reconocían las instituciones donde podían reclamar sus derechos.



Figura 12. Resultados del cuestionario pre test comparado con los resultados post test a la participación en medios de comunicación.

De acuerdo a la pregunta de la figura 12 la participación que tienen la población objeto de estudio en algún medio masivo de comunicación; El 92% contestó que (NO), mientras que el 8% dijo que (SÍ) había tenido participación en un medio de comunicación. Seguidamente, los cambios que se lograron determinar después del proceso de intervención con la población, arrojaron que ahora el 90% tuvo participación con algún medio de comunicación, evidenciando que el proceso de los talleres formativos y el manejo y uso de las Tics ha permitido que la población objeto de estudio conozca y entiendan las herramientas que existen para generar espacios de participación en medios de comunicación. Mientras que el 10% de ellas no logro

tener participación con los medios, debido a la inconsistencia en las clases, en los talleres y demás actividades realizadas durante las sesiones; teniendo en cuenta que el tiempo fue el factor más influyente en algunas de ellas, puesto que la atención de los hijos y trabajos esporádicos no permitieron una buena disciplina en la formación.

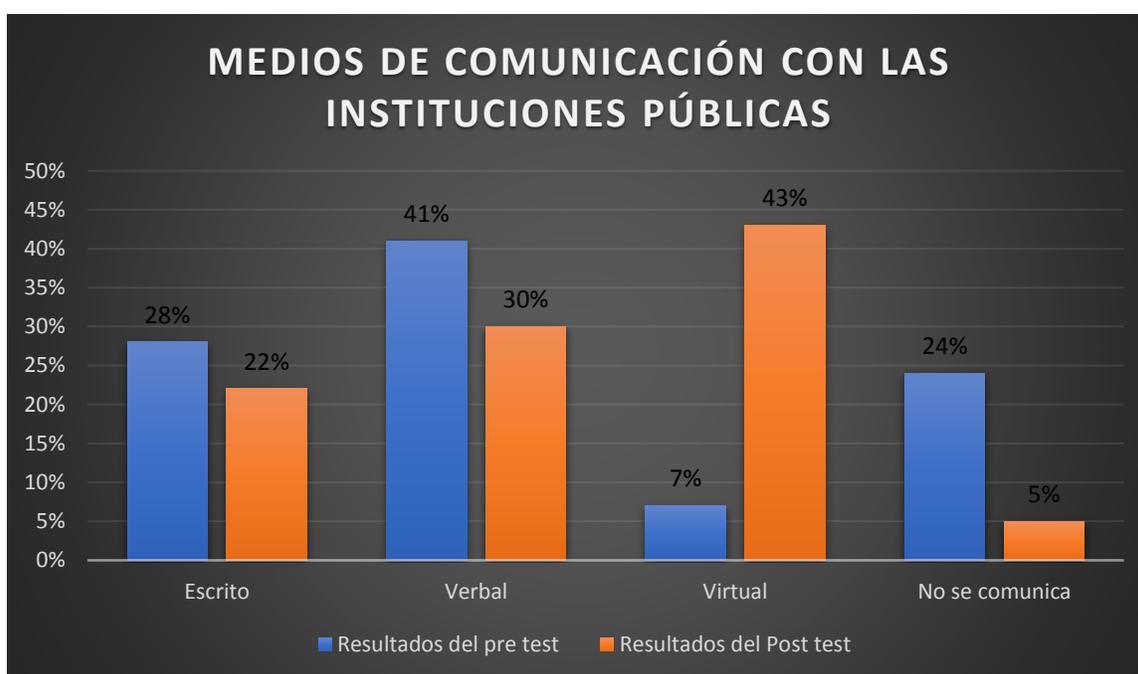


Figura 13. Resultados del cuestionario pre test comparado con los resultados post test a medios de comunicación con las instituciones públicas.

Respecto a la pregunta de la figura 13 ¿Por qué medio se comunicaban con las instituciones locales, regionales, nacionales de carácter público cuando requiere atención? las mujeres de la fundación contestaron que lo hacían por escrito el 28% verbal lo hacían el 41% virtual 7% y no se comunican 24%. Después, de volver a realizar el cuestionario habiendo

aplicado los diferentes talleres formativos de las TIC's se determinó que ahora la población de mujeres se comunica por escrito un 22%. Verbal paso hacer un 30%, bajo considerablemente entendiendo que cuando se dirigían a las instituciones y lo hacían de forma verbal, sus peticiones no eran atendidas; seguidamente y de forma ascendente lo hacen virtual con un 43%, comprendiendo que en la era de las Tics, gran parte de los requerimientos se solicitan virtualmente. Finalmente, las que aún no se comunican satisfactoriamente es el 5% de las encuestadas, analizando que antes de empezar este proceso las que no lograban comunicarse era un 24%, logrando reducir la cifra al 19% y mejorando notablemente la comunicación que ellas tenían con las instituciones públicas de atención al ciudadano.

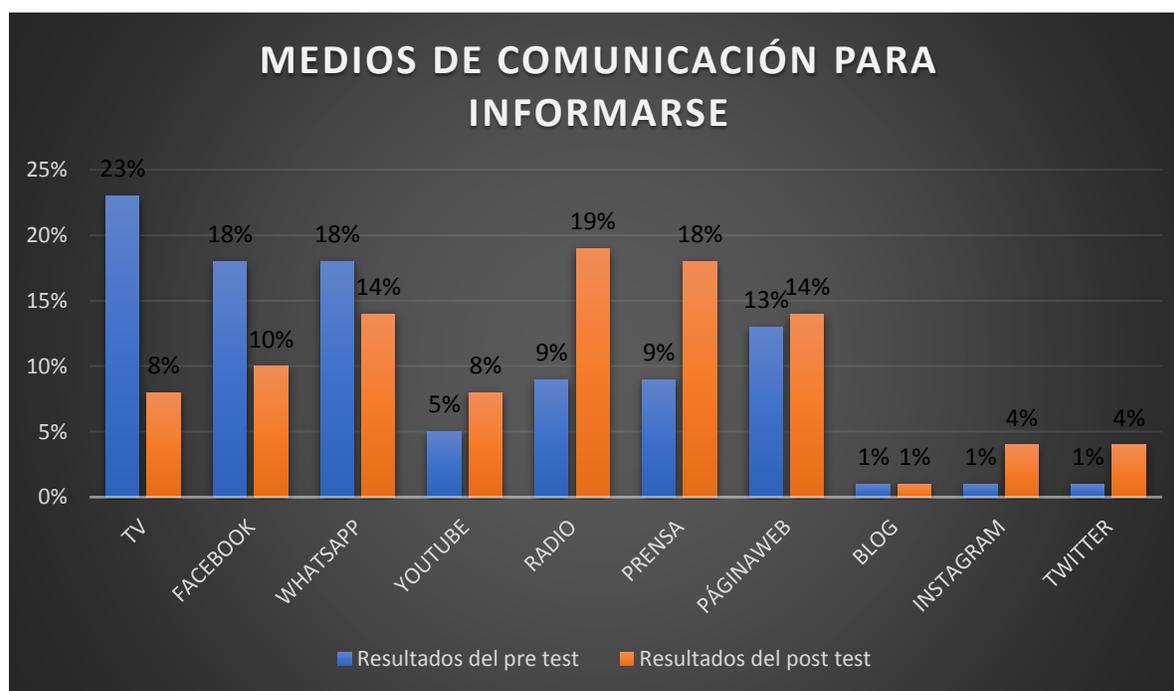


Figura 14. Resultados del cuestionario pre test comparado con los resultados post test a los medios de comunicación para informarse.

En la figura 14. Se puede observar en las barras azul oscuro el puntaje del pre test

comparadas con las barras de color naranja; las cuales muestran el cambio después de aplicar los talleres formativos al largo de las sesiones. Anteriormente, la población registró un 23% en la televisión como medio para informarse, ahora las mujeres utilizan un 8% este medio para informarse, sabiendo que los noticieros populares (RCN y CARACOL) no informan objetivamente y algunas veces presentan inconsistencias en la información; 18% Facebook y WhatsApp pero ahora estos dos tipos de medios bajan su utilización en la población para ser un 14% y 10% respectivamente, continúa la página web con un 13%, aumentando 1% de utilización. En igualdad de proporción se encuentra la prensa y la radio con 9% y posteriormente a los resultados del último diagnóstico cuando se impartieron los talleres formativos, pasaron hacer 18% y 19%, demostrando que la participación y el entendimiento de una comunicación verídica son fundamentales. Es importante mencionar que la población utiliza con más frecuencia y en porcentajes más altos las herramientas comunicativas, Para finalizar, el Twitter e Instagram también subieron su escala en 4% mejorando 3% y 1% respectivamente, evidenciando la importancia de las redes sociales como eje de información para la fundación.

Discusión de los resultados

Al terminar alrededor de veinte sesiones, se pudo observar el cambio que se generó en cada una de estas madres cabeza de hogar, que sin ningún acompañamiento institucional o gubernamental, lograron generar contenido comunicativo en una comunidad privada de herramientas para el progreso y el libre desarrollo.

Estas mujeres aceptaron de la mejor manera las nuevas alternativas de comunicación, como es el uso adecuado de las TIC'S en su entorno social y cultural. Siempre buscaron la manera más factible de hacer uso de estas herramientas en pro del desarrollo y con resultados a

corto plazo. Así mismo, denunciar y sensibilizar las problemáticas actuales de su comunidad, fue uno de los propósitos principales de un curso de al menos setenta madres en busca de un bienestar colectivo.

Realizar un producto audiovisual que permitiera evidenciar cada una de las experiencias vividas de cada una de las sesiones y destacar en los medios de comunicación en donde se muestra el aporte hecho por estas mujeres. Se conoce a través de la encuesta como estas madres cabeza de hogar no han tenido un contacto directo de los sitios de comunicación en donde pueden hacer visibles sus problemáticas o brindar soluciones que aporten al beneficio de una generación que viene en camino.

Al conocer que uno de los medios por los cuales más se comunican son los canales alternativos de información, como las redes sociales. Se decide formar un comité de comunicación que brinde las soluciones pertinentes a ciertas inconformidades que tienen en el municipio de Soacha.

Con todo esto se logró concluir el gran apoyo y la gran acogida que se tuvo por parte de estas mujeres que querían fortalecer los lazos de comunicación y participación dentro de cada una de las comunas del municipio. Un proyecto investigativo que dejó un camino abierto para todas esas personas que desean salir adelante a través de sus propios medios y sin importar los obstáculos que han tenido que afrontar. Ahora con la ayuda de algunas herramientas y proporcionadas del conocimiento se darán al trabajo de cumplir sus sueños.

Como resultado a tantas sesiones y clases de manejo de cámara, redacción y expresión oral. Estas madres toman la batuta en cada una de las actividades, se disponen a brindar la mayor actitud para generar proyectos que beneficien a cada una de estas mujeres. En los talleres de cámara se hizo una breve introducción al manejo adecuado de planos, sonido e iluminación, las obras de teatro y dramatizados ayudaron en los movimientos de expresión de cada una de ellas y

al ver el gran avance en escritura, puntuación y redacción, entendemos la buena aceptación de los espacios.

CAPITULO III

Justificación del producto comunicativo

Se considera una investigación cualitativa porque los investigadores deben construir formas inclusivas para descubrir las visiones múltiples de los participantes y adoptar papeles más personales e interactivos con ellos. Sampieri (2010).

Partiendo de esta premisa, se logró realizar un documental que evidenció el proceso comunicativo que se construyó durante más de 10 secciones trabajadas con al menos 60 mujeres de la fundación "De la mano por Soacha". El producto permitió visibilizar las experiencias que se recogieron durante los talleres audiovisuales, de ortografía, redacción, cámara, interpretación, vocabulario, también la expresión corporal y gestual, entre otras. Estas actividades se articularon para que estas mujeres madres cabeza de hogar lograran entender los diversos mecanismos con los que intervienen en la comunidad aportando posibles soluciones a las problemáticas que viven a diario.

De alguna manera, se consiguió que la comunicación y la interacción social entre la población permitiera transformar el entorno construyendo espacios de participación y creando más escenarios donde se vincularan habitantes que tenían muy claro que solo trabajando colectivamente podían construir un mejor bienestar para todos.

Seguidamente, un plan de comunicaciones que fortaleció la comunicación interna y externa de la fundación; gracias a esto se activaron redes de apoyo institucionales que permitieron conocer el proceso de estas mujeres y aportar al crecimiento de la institución, para que el desarrollo personal y académico de ellas empezara a dar sus frutos.

El producto comunicativo se propuso a través de diferentes herramientas como lo fueron, formatos de encuesta para el diagnóstico, método de observación directa, el discurso como mecanismo de empatía hacia la población. Otro factor primordial, fue el aprovechamiento del técnico en Pedagogía, curso que vienen desarrollando la población objetivo.

De acuerdo a la población se logró determinar características sociodemográficas, que aclararon por qué el producto debió ser dinámico, funcional, extensible, audiovisual. La población vulnerable compuesta por mujeres madres cabeza de hogar demostraron que sin importar la edad y sus condiciones de vida podían realizar un producto comunicativo donde ellas fueran las protagonistas de sus historias y ellas mismas lo plasmaron en el trabajo investigativo. Por medio del discurso se identificó que las mujeres sentían la necesidad de expresar sus historias de vida y compartirlas para que pudiesen ser una enseñanza y ejemplo para otras mujeres.

A través de los talleres formativos se evidenció dinamismo, aprendizaje, atención, enseñanza, interacción, comunicación, participación, trabajo colectivo; donde todas estas experiencias quedaran retratadas en un documental y no en otro tipo de herramientas comunicativas que tal vez dejaran de lado detalles de este arduo proceso de investigación.

Análisis conceptual

Diseño

El diseño constituye en generar la investigación para obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación. El diseño desglosa las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable.

Durante todo el proceso investigativo, se realizó la recolección de encuestas, trabajos de campo y localización del grupo focal, con la intención de generar un producto de excelente calidad. Trabajamos en conjunto con las madres cabeza de hogar de la fundación de la mano por Soacha, en donde generamos una estructura de trabajo para generar guiones de trabajo con el fin de un producto audiovisual.

Preproducción

Es la fase más importante de todo el proceso de producción, ya que es el momento en donde nace la idea, se plantea y se desarrolla. Todo el equipo de trabajo buscara en conjunto la solución a algún problema que surge antes, durante y después de las grabaciones.

Desde el inicio del plan, se generaron como problemas de espacio, luces y sonido, pero se logra solucionar gracias a cada una de las ideas brindadas por los vinculados a este proyecto.

Producción

En la producción se llevó a cabo paso a paso el guion establecido con anterioridad y se realizó la participación de las personas en el producto, los espacios requeridos fueron puestos a disposición de cada persona, se generaron tomas de apoyo por largos minutos de grabación, por

más de tres meses se recolecto la mayor información posible. A continuación, el guion técnico propuesto para el realizar el proyecto:

Tabla 4. Guion técnico

AUDIO	VIDEO	TIEMPO
¿Cómo surgió la fundación? ¿En dónde está ubicadas? ¿Qué población atienden?	Plano medio. Entrevista a las directoras de la fundación.	2Minutos y 20 segundos
Voz off ¿Quiénes son estas mujeres?	Plano general. Tomas de apoyo de las mujeres en el aula de clase.	40 segundos
¿Qué ha aprendido de estos talleres, en que le han servido para su vida personal?	Plano medio. Madre beneficiaria del taller de audiovisuales.	1 minuto
¿Cómo estos talleres le han ayudado en su formación como profesional?	Plano medio. Testimonio de una madre beneficiaria.	20 segundos
Voz off Los aportes de estos talleres a la sociedad.	Plano general. Imágenes de apoyo de las madres en el aula de clase y exteriores.	30 segundos
¿Cómo le ha parecido la experiencia?	Plano Medio. Testimonio de los integrantes del grupo.	1 minuto y 30 segundos

Historias de vida	Plano Medio. Estas mujeres cuentan cada experiencia antes y después del curso.	90 segundos
Música	Plano Medio y general en cada uno de los sitios visitados.	40 segundos
¿Qué buscan obtener del curso?	Testimonios de las madres cabeza de hogar que participan en el taller de audiovisuales.	40 segundos
¿Ha visto progreso en estas mujeres?	Plano Medio. Testimonio de líder de la fundación y directora.	40 segundos
¿Han desarrollado nuevas herramientas de comunicación?	Plano medio. Entrevista a directora de la fundación	30 segundos
Voz en off Conclusión del proyecto.	Plano medio y general. Fragmentos de todas las clases y talleres realizados.	1 minuto

Postproducción

Después de tener todo el material audiovisual, se prosigue a generar una edición del producto, intentar tomar todas las horas de grabación y concretarla en la mejor toma y el mejor tiempo posible.

Se lleva una minuciosa inspección de cada uno de los videos, la toma y los audios con la intención de generar un producto final de muy buena calidad.

Difusión

Después de tener el producto final, con todo el parámetro requerido, surgió un documental que es y fue expresado por los canales de información del municipio, como lo fue en canal 10 de Soacha, Uniminuto radio, Periodismo Público y los canales de comunicación masiva de las redes sociales.

Conclusión

Después de mucho tiempo de investigación y conviviendo día a día con estas madres cabeza de hogar, se logró evidenciar la importancia de cada una de las herramientas de comunicación. Desde un principio se plantearon objetivos que beneficiarían a estas mujeres en el manejo adecuado del uso de las TIC'S.

Se generó desde un comienzo la intencionalidad de que estas personas en condiciones de vulnerabilidad hagan visibles sus problemáticas en todo el municipio de Soacha. Se utilizaron diferentes canales de difusión alternativos para hacer sensibilización de todo ello que afecta a un centenar de madres cabeza de hogar que necesitan ser escuchadas.

Gracias al uso y manejo adecuado de los canales de difusión en los medios alternativos, como la radio, prensa, televisión y redes sociales, estas mujeres iniciaron un aporte al fortalecimiento de la comunicación como una nueva alternativa de cambio en la sociedad.

Al finalizar todo el proceso de formación y capacitación hacia estas madres, se obtuvo como resultado, mujeres emprendedoras y con aspiraciones de salir adelante, consiguiendo hacer su primer documental, en donde ilustran y transmiten las vivencias de algunas integrantes de la clase. Realizaron una serie de grabaciones hechas por ellas mismas, resaltando a la comunidad los buenos resultados que pueden hacer las personas cuando se trabaja colectivamente por el bienestar de una sociedad.

Además de realizar el único producto audiovisual hecho por madres cabeza de hogar en el municipio, llevan toda su experiencia a los medios de comunicación de Soacha, con la intención de informar a toda la comunidad que hay un grupo de mujeres que están generando sensibilización.

En todo el proceso de formación y capacitación de estas mujeres, se nos presentaron cientos de percances e inconvenientes. Desde la poca participación de algunas mujeres del grupo, que lastimosamente no continuaron en los talleres y cursos audiovisuales, por calamidades domésticas como lo es el cuidado de sus hijos, hasta la poca disposición por unos espacios diferentes de los que están acostumbrados a recibir.

Durante las treinta sesiones y las dos horas diarias que se compartió con estas madres cabeza de hogar, se trabajó con las herramientas que se tenían a la mano. Era imposible tener bastantes cámaras digitales, micrófonos para cada una de ellas y computadores para la edición.

Debido a estos inconvenientes, pero no con difícil solución, se realizaron buenos productos audiovisuales y excelentes imágenes de apoyo con los celulares que se tenía en los días de clase.

El producto audiovisual realizado por ellas y para ellas, fue hecho por sus propios medios y con la herramienta telefónica más utilizado a nivel universal. Tal vez no fue un material con los altos estándares de calidad audiovisual y de sonido, pero logro ser el primer registro documentado por mujeres madres cabeza de hogar del municipio de Soacha.

Se obtuvo como resultado, mujeres con aspiraciones y con ganas de salir adelante, consiguiendo hacer su primer documental, en donde ilustran y transmiten las vivencias de algunas integrantes de la clase, con el objetivo de resaltar a la comunidad los buenos resultados que se pueden lograr, si se proponen una meta desde un principio.

Al ver el buen recibimiento por parte de estas mujeres llenas de esperanza y con sueños por cumplir, se toma la decisión de formar un comité de comunicaciones con la intencionalidad de generar la comunicación interna y externa de la fundación. Pero no como objetivo único de divulgación de la información, una de las metas propuestas por estas diez mujeres del comité, son la sensibilización de las problemáticas que las afectan en su día a día. Desde la falta de puentes vehiculares para sus hijos, hasta los pocos acompañamientos de las entidades públicas o privadas en la educación de niños y jóvenes del municipio.

Propagar y difundir todas estas nuevas experiencias, fueron las decisiones de estas mujeres en los tres meses de aprendizaje y de relacionarse entre ellas, llegar a los lugares de comunicación local, como fue Uniminuto radio, Canal 10 del municipio de Soacha para mostrar todo lo que han realizado y para mostrar a la comunidad que si se pueden hacer buenas obras sociales con lo que se tiene.

Para finalizar y como resultado importante de todas las clases, estas madres empezaron a realizar por sus propios medios nuevas alternativas de información. La página web hecha por ellas y para brindar soluciones a la fundación, es una de las tantas cosas que realizaron por sus propios medios. Ellas generan contenido constante a esta página, que solo busca mostrar quienes son y cómo pueden llegar a brindar ciertas soluciones a la comunidad desde la sensibilización y el fortalecimiento del sentido de pertenencia.

Referencias

- Alsina, R (1999) Hacia una comunicación alternativa. *Anthrópodos*. Apartado 224, Barcelona, página 66
- Ander, (2000). Metodología y práctica de la animación socio-cultural. Buenos Aires. Ed. Lumen.
<http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/04/La-pr%C3%A1ctica-de-la-ASC-Ander-Egg-1987>
- Barbero, M (1983). Comunicación popular y los modelos transnacionales. *Revista chasqui* número 08, Quito.
- Barbero, M. (2003). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Unidad Editorial Convenio Andres Bello.
- Barbero, M. (2010). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Anthropos Editorial / UAM Azcapotzalco. Disponible en la página web: http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf
- Belén, R (2015). Ciudadanía comunicativa, espacio público mediático y realizadores locales: el caso del Plan de Fomento Audiovisual. *Austral Comunicación* vol.4 N°2 Mendoza, Argentina Pag 10-15.

Bermúdez, A. (2010). La Comunicación para el Desarrollo, una alternativa en la construcción del tejido social de la población en situación de desplazamiento forzado en Colombia. Análisis de caso: Comuna 3 de Barrancabermeja, (Tesis de pregrado). Corporación universitaria minuto de dios. Bogotá. Página 40. Recuperado de: http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/624/TCSP_BermudezEsmeralda_2010

Castells, M. (2009). Communication power. New York: Oxford University Press. Rescatado de: Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología Vol.25 No.4.

Coleman, J.S. (1990) Foundations of Social Theory. Cambridge, Belknap Press of Harvard University Press, página303

Constitución Política de Colombia (1991), Oficina de Colombia, Bogotá, Colombia. Versión comentada.

Cuesta, O (2015) El uso de vídeos en la socialización de la trata de personas: criterios comunicativos para aportar en su prevención y denuncia. Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación. vol.14 http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222015000200004&lng=en&nrm=iso&tlng=es

Chadi, M (2000). Redes sociales en el Trabajo Social. Buenos Aires: Ed., Espacio, p. 27.29

Chávez; Falla, U (2004) Realidades Y Falacias De La Reconstrucción Del Tejido Social En Población Desplazada, Revista Tabula Rasa, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Estadísticas de Cundinamarca. (2011- 2013). *Secretaria de planeación*. Cundinamarca-Colombia. Gobernación de Cundinamarca. Recuperado de: http://www.cundinamarca.gov.co/wps/portal/Home/SecretariasEntidades.gc/Secretariadep laneacion/Secretariadep laneacionDespliegue/asestadisticas_contenidos/csecreplanea_estadis_anuario

Fao. (2007). Comunicación Y Desarrollo Sostenible: Selección de artículos de la 9na mesa redonda de las Naciones Unidas sobre comunicación para el desarrollo. Roma.

- Fernández (2016) Los medios de comunicación en la construcción de sociedades equitativas. Aularia: Revista Digital de Comunicación vol.5 N° 1 página 11-13
- Fukuyama, F., (1997) Social Capital, The Tanner Lectures On Human Values, Brasenose College, Oxford, página 382
- Flores M; Gómez, D. (2012). Miradas propias y ajenas: El sentido de reflexividad en el blogging autobiográfico. Razón y Palabra. Rescatado de Recordar el pasado, pensar el futuro: Sociología, comunicación y cultura digital Dorismilda. Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología Vol.25 No.4. Página 73
- Flórez, D, (octubre - diciembre, 2008), Recordar el pasado, pensar el futuro, Sociología, comunicación y cultura digital, Vol.25 No.4, página 218, 220. disponible en la página web:
https://www.researchgate.net/publication/311843352_Recordar_el_pasado_pensar_el_futuro_Sociologia_comunicacion_y_cultura_digital.
- Flórez, J. (2011). La otra cara de la comunicación audiovisual: una herramienta de inclusión social, (tesis de pregrado), Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá - Colombia, Pagina 7, disponible en la página web:
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5562/tesis609.pdf?sequence=1>
- G., J. M., & Cadavid B, A. (2011). Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. (Grupo de investigación CRECER Programa de Psicología de la Universidad Surcolombiana de Neiva, 2011)
- Grimson, A. (2011a). Los Límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad. Buenos Aires: Siglo XXI, Pagina 201 Disponible en la página web:
http://www.biblioteca.unlpam.edu.ar/pubpdf/anuario_fch/v10n2a10roca.pdf
- Habermas, J. (1976). Teoria de Acción Comunicativa I. Taurus.
- Infante, Y (2009), Los Recursos Audiovisuales como Herramienta Pedagógica para Optimizar la Enseñanza de las Ciencias Sociales, Bogotá – Colombia, Universidad de los Andes.
- Inzunza, A ; BROWNE, R (2016), Hacia un periodismo intercultural desoccidentalizado. Medios de comunicación y construcción de identidades, Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N.º 133, diciembre 2016 - marzo 2017 (Sección Ensayo, pp. 231)

León, O (2008), “América Latina en Movimiento”, Ponencia presentada en la VII cumbre social por la unión latinoamericana. Caracas, Venezuela, disponible en la página web:
<http://www.alainet.org/es/active/25025>

Ley 1257, (2008), el congreso de Colombia. Artículos 1,2,6. Disponible en la página web:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=34054>

Llancar, C (2007), Sociedad civil y participación ciudadana - cómo los actores sociales se hacen parte de las decisiones, *Interações, Campo Grande*, v. 9, n. 2, Pagina 183, disponible en página web: <http://www.scielo.br/pdf/inter/v9n2/a07v9n2.pdf>

Malluk, M (2013). Análisis de la planeación estratégica de la comunicación en cuatro proyectos de intervención social en Montería. *Anagramas*. Volumen 11, N° 22 página 81-86

Martínez, M (2000), El discurso social sobre las drogas en la prensa de Murcia, Universidad de Murcia, 1° edición, disponible en la página web:
<https://books.google.com.co/books?id=vbaHdKNDRrEC&pg=PA377&lpg=PA377&dq=De+Fleur,+M.L.+%26+Ball->

Martínez T, (2017). Comunicación alternativa. Comunicación popular. Los caminos de la transformación social desde los movimientos sociales. Artículo del departamento Ecuménico de investigaciones.

Nash, M. (2005). Inmigrantes en nuestro espejo. Inmigración y discurso periodístico en la prensa española. Barcelona: Icaria. Rescatado de: *Hacia un periodismo intercultural desoccidentalizado. Medios de comunicación y construcción de identidades Chasqui*. Revista Latinoamericana de Comunicación N.º 133.

Ossandón Fernando (s/f) "¿Qué es la comunicación popular?" en Centro de Estudios Ecuménicos Comunicación Popular, Conceptos, Técnicas y Métodos, CEE, México. pp. 23-30

Rocha, C., Molina, I., Moreno, E., Ortiz, G. (2008). Comunicación para la construcción del capital social. *Uniminuto*. Pág. 105.

Sampieri, R (2010), Metodología de la investigación, 5 edición, México D, F, interamericana de editores S. A (412-418-425-436).

Scolari, C, (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, página 167, disponible en la página web:
http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mediars/BibliotecaMS/resources/Biblioteca/167-170-Biblioteca-MMSS8-_3_.pdf

Toret, J (2013). Tecnopolítica: La potencia de las multitudes conectadas. El sistema 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. Barcelona, Disponible en la página web:
[http://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20\(2\).pdf](http://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20(2).pdf)

Unesco. (2011). Comunicación para el desarrollo "Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas". Oslo.

Valladolid, I (mayo 3, 2012). La importancia del lenguaje audiovisual, recuperado de la página web:
<https://boxpopuli2012.wordpress.com/2012/05/03/la-importancia-del-lenguaje-audiovisual/>

Vargas, X (2010) ¿Cómo hacer investigación Cualitativa? México D.F P.13-20

Villaplana, V (2016) Tendencias discursivas: cine colaborativo, comunicación social y prácticas de participación en internet. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº12
<http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/337/298>

Zuleta, E. (2003). Ciencias naturales y ciencias sociales. Bogotá: Fundación para la investigación y la cultura: Un recorrido por algunas propuestas epistemológicas para la fundamentación de la comunicación, página 53, disponible en:
https://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/encuentros/volumen-7-no-14/art-04.pdf

Anexos

INSTRUMENTO DE CARACTERIZACIÓN

El presente instrumento se realiza con el objetivo de identificar las características de la población con la cual se pretende realizar la investigación.

1. INDIVIDUAL - FAMILIAR

La siguiente información es de carácter individual y familiar.

A continuación rellene los cuadros según corresponda

PRIMER NOMBRE	SEGUNDO NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO

ESTADO CIVIL	casada	
	soltera	
	unión libre	
	separada	

TIENE HIJOS	SI	Cuantos
	NO	

Tipo de vivienda	Arrendada	
	Familiar	

- A continuación, marque con una X, con cuales de los siguientes factores de riesgo se identifica

MALTRATO PSICOLÓGICO	MALTRATO FÍSICO	HACINAMIENTO EN EL HOGAR	CARENCIA DE REDES DE APOYO	ABANDONO DE LA PAREJA
ABUSO SEXUAL	CARENCIA ALIMENTARIA	DESEMPLEO	INESTABILIDAD LABORAL EN EL NUCLEO	DETENCION O ARRESTO DE UN MIEMBRO FLIA

2. SOCIAL

TWITTER	YOU TUBE	WHATSSAP	Ninguno	Otro	Cual

- Marque con una x, los medios de comunicación que usted frecuenta para informarse

RADIO	PRENSA	TELEVISION	PÀGINA WEB	BLOG	FACEBOOK	INSTAGRAM

- Marque con una x, los medios de comunicación que usted frecuenta para informar

RADIO	PRENSA	TELEVISION	PÀGINA WEB	BLOG	FACEBOOK	INSTAGRAM

TWITTER	YOU TUBE	WHATSSAP	Ninguno	Otro	Cual

- A continuación marque con una x, si ha participado en algún medio masivo de comunicación

SI	
No	

En caso afirmativo indique en cuales

MASIVOS	TELEVISION	
	RADIO	
	PRENSA	

- Conocen las instituciones locales, departamentales y nacionales que están en la obligación de hacer valer sus derechos fundamentales

Si	
No	

En caso afirmativo enuncie cuales:

DERECHO A LA SALUD		
DERECHO A LA EDUCACION		
DERECHO A LA VIVIENDA		
DERECHO A LA ALIMENTACION		

Porque medio usted se comunica con las instituciones locales, regionales, nacionales de carácter público cuando requiere atención

ESCRITO	VERBAL	VIRTUAL	NO SE COMUNICA	OTRO	CUAL :

Porque medio usted se comunica con las instituciones locales, regionales, nacionales de carácter privado cuando requiere atención

ESCRITO	VERBAL	VIRTUAL	NO SE COMUNICA	OTRO	CUAL :

- Usted considera que dentro de la fundación se hace uso de los medios de comunicación para fortalecer las relaciones interinstitucionales

SI	
No	

¿Cuáles?

- Cual derecho considera está en riesgo de ser vulnerado en este momento, sea desde el ámbito individual o familiar.

VIVIENDA	SALUD	EDUCACIÓN	ALIMENTACIÓN

2

DIAGNÓSTICO DE LA POBLACIÓN

El presente instrumento se realiza con el objetivo de identificar las características de la población con la cual se pretende realizar la investigación.

Nombre:			Edad:
Barrio:	Comuna:	Lugar de Nacimiento:	

Adicionalmente se agrega el Link de acceso a la página web que se encuentra en proceso de construcción: <https://delemanoporsoacha.wordpress.com>

Y el link del documental de la sistematización de la práctica:

<https://www.youtube.com/watch?v=0qHAKWLT-SY>