



EL DOCUMENTAL, COMO RECONSTRUCCIÓN DE LA MEMORIA AUDIOVISUAL DE
HISTORIAS Y TRADICIONES DE LA PLAZA DE MERCADO DE SOACHA

JONATHAN STEVEN TORRES GUAYARA

MARLON CAMILO OSPINA ARANGO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

SOACHA (CUNDINAMARCA), NOVIEMBRE DE 2017



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS DE GRADO

TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE COMUNICADORES
SOCIALES – PERIODISTAS

JONATHAN STEVEN TORRES GUAYARA

MARLON CAMILO OSPINA ARANGO

SOACHA (CUNDINAMARCA), NOVIEMBRE DE 2017

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Dedicatoria

Con la mayor alegría por el deber cumplido, quiero dedicar mi tesis de grado, principalmente a Dios y a la Virgen María por darme las fuerzas y entusiasmo de lograr cumplir este objetivo, a mis padres, hermana y abuela, quienes con su esfuerzo, apoyo y colaboración contribuyeron en mi formación profesional, a toda mi familia y en especial a mi padrino Yesid Franco, que en paz descanse, por el siempre deseo en vida de verme titulado. Para ellos, GRACIAS.

Jonathan Steven Torres G.

En principio a Dios por las bendiciones que derramó sobre mí a lo largo de mi carrera, mi agradecimiento y dedicatoria a mis padres, hermanos, y novia por el apoyo y motivación constante durante este proceso de formación. De su mano, logro mi meta académica más ambiciosa.

Marlon Camilo Ospina Arango

Agradecimientos

Un especial agradecimiento a la Corporación Universitaria Minuto de Dios, quien nos entregó los conocimientos necesarios para formarnos profesionalmente como personas idóneas con la capacidad de desarrollar y ejercer nuestra profesión, aportándonos las competencias pertinentes desde la visión misional para contribuir en la transformación social del municipio.

Al asesor de investigaciones presentadas a Colciencias, Augusto Bernal Jiménez, productor de cortometrajes, documentales, director y fundador de la escuela de cine Black María... Por sus invaluable aportes a la creación del documental y sus constantes observaciones que nos permitieron reconocer la importancia del documental como relato de vida.

A la profesora Mónica Sánchez, quien fue una guía y apoyo constante para nuestra investigación, su orientación y sabiduría nos ayudó a lograr los objetivos propuestos.

Al profesor Miguel Castiblanco, por estar siempre dispuesto a compartir sus conocimientos, apoyar y orientar nuestro proyecto con la mejor disposición.

A Alejandro Mejía y María Fernanda Zabala, líderes comunales, y vendedores de la Plaza de Mercado, por su apoyo y colaboración en la realización del proyecto, adicionalmente por permitirnos difundir nuestro compromiso con la comunidad en su programa radial “Comunidad es” en la emisora Radio Rumbo 107.4 Fm.

A toda la comunidad que labora en la Plaza de Mercado de Soacha, quienes participaron activamente en la construcción de la pieza documental “Color y Sabor” Jhon Conde, Amparo Prieto, José Jiménez, entre otros, evidenciando el papel fundamental que desarrollan como protagonistas de su propio relato de vida, generando un impacto de

reconocimiento a su valiosa labor, permitiendo visibilizar su qué hacer cotidiano en el municipio de Soacha.

Tabla de contenido

CONTENIDO

RESUMEN.....	11
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I	
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
JUSTIFICACIÓN.....	17
OBJETIVOS.....	18
ESTADO DEL ARTE.....	19
MARCO TEÓRICO.....	25
METODOLOGÍA.....	41
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	44
TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	45
INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	46
POBLACIÓN Y MUESTRA.....	49
CAPITULO II	
PROPUESTA.....	57
RESULTADOS ESPERADOS.....	58
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	59
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	61
CAPITULO III	
PRODUCTO.....	62
ANÁLISIS CONCEPTUAL.....	63
GUION.....	65
PLAN DE RODAJE.....	68
PRESUPUESTO.....	69
PRODUCCIÓN.....	70

POSTPRODUCCIÓN.....	70
CONCLUSIONES.....	72
BIBLIOGRAFÍA.....	74
ANEXOS.....	79

Lista de tablas

Tabla 1, Plazas de Mercado52

Tabla 2, Tipos de Comercio.....53

Tabla 3, Guion.....65

Tabla 4, Plan de Rodaje.....68

Lista de gráficos

Gráfico 1, Mapa de Soacha..... 49

Gráfico 2, Tasa de Empleo en Soacha.....50

Gráfico 3, La Alcaldía Municipal.....54

Gráfico 4, La Informalidad..... 55

Gráfico 5, Interior Plaza de Mercado.....55

Gráfico 6, Exterior Plaza de Mercado.....56

Gráfico 7, Parqueadero Plaza de Mercado.....56

Resumen

En el presente proyecto de investigación se realizará la reconstrucción de la memoria audiovisual de la Plaza de Mercado de Soacha por medio del documental como recurso comunicativo sirviendo como aporte al patrimonio audiovisual de Soacha; con la recopilación de testimonios de las personas que laboran y conviven en este espacio. A su vez se puede evidenciar a través del ámbito audiovisual las diversas tradiciones e historias de este entorno cultural representativo del municipio.

Con la investigación realizada se ha identificado que no existe un producto comunicativo que a través del relato de vida dé a conocer las costumbres de la población a estudiar. Gracias a la colaboración de las personas que trabajan en la Plaza de Mercado se pudo conocer sus historias y experiencias más significativas las cuales fueron el insumo más importante que permitió la elaboración de la pieza comunicativa. *“El documental como reconstrucción de la memoria audiovisual de historias y tradiciones de la Plaza de Mercado de Soacha”* cuenta con un enfoque netamente cualitativo de tipo etnográfico, ya que el trabajo de investigación busca promover espacios de participación comunitaria, uno de los aspectos más importantes de esta investigación.

A su vez se enfatiza en la importancia de la Plaza de Mercado como un lugar de encuentro para las familias del municipio y de preferencia para la compra de alimentos tradicionales, siendo esta un epicentro de historias y tradiciones gastronómicas de Soacha.

Palabras claves: Plaza de Mercado, historias, tradiciones, Soacha, memoria audiovisual, comunidad.

Introducción

“El documental como reconstrucción de la memoria audiovisual de historias y tradiciones de la Plaza de Mercado de Soacha” es un aporte al patrimonio audiovisual del municipio sobre un espacio donde sus habitantes se reúnen para obtener lo mejor de los productos del campo, a su vez donde las familias han vendido alimentos por décadas, como un trabajo transmitido de generación en generación; la Plaza de Mercado y sus vendedores, son protagonistas en la construcción de la cultura de Soacha.

Dentro del trabajo de grado se resalta el porqué del documental como recurso comunicativo ideal para visibilizar las diferentes historias y tradiciones propias de un sitio determinado, como lo es la Plaza de Mercado. Teniendo en cuenta que actualmente no se encuentra un documental que permita conocer la historia de la Plaza de Mercado de Soacha. El documental propuesto se construye en conjunto con la comunidad bajo la firme convicción de capturar por medio del lente todo lo que representa como escenario propicio de cultura, encuentro e historias que hasta el momento no se han hecho visibles. Este proyecto tiene como compromiso ser pionero en comunicar todo tipo de prácticas y actividades que lo permitan reconocer como lugar insignia de Soacha.

En el presente trabajo de grado se enmarca la importancia de trabajar con la comunidad para lograr acciones positivas en el territorio con todos los involucrados en el desarrollo del documental, de la misma forma este trabajo, fomentará la importancia de conocer al municipio por su historia y tener sentido de pertenencia hacia el mismo, beneficiando a las personas que allí se encuentran, y que en la cotidianidad promueven los valores socioculturales desde su oficio, lo más importante es que el trabajo de investigación con el pasar del tiempo, estará disponible a toda la población y dejará como impacto positivo

el conocimiento de todos estos elementos que hasta la fecha no han podido ser comunicados por medio del documental, sirviendo como referente para conocimiento de mayor número de población y futuras investigaciones.

Capítulo I

Descripción del problema

Soacha, debido a su numerosa población de 744.199 habitantes, es espacio y escenario de historias y hechos todos los días, a su vez, muchas vivencias y experiencias, no son reconocidas por los habitantes, pese a que todos se ven involucrados directa e indirectamente, por el hecho de pertenecer al mismo territorio. Con el pasar del tiempo, son olvidados puesto que en mayoría de casos por su gran extensión no son o no pueden ser documentados para contar con un recuerdo transcendental.

El comercio de frutas, verduras y demás productos de la canasta familiar, ha sido un oficio transmitido de generación en generación, desde hace aproximadamente más de 50 años se ejercía de manera informal en calles y espacios públicos del municipio, lo que ocasionaba difíciles condiciones de salubridad y rápido deterioro de los alimentos. Bajo la necesidad de ofrecer un espacio en el cual tanto vendedores como compradores tuvieran mejores garantías de trabajo, compra y calidad, la Administración Municipal del año 1.967, decidió reubicar a estos vendedores en primera instancia al Parque Principal de Soacha, como una solución provisional frente a la problemática y a la necesidad de consolidar lo que debía constituirse como una plaza de mercado. Poco tiempo después, historiadores cuentan que la Administración de ese entonces decide ubicar a todos los vendedores finalmente en una bodega ubicada frente a la carrilera del tren, sector privilegiado de la época y hoy en día

situada en el barrio San Luis, comuna 2; desde allí ha surgido y se ha mantenido lo que en la actualidad se conoce como la Plaza de Mercado del municipio de Soacha.

Sin embargo, a pesar de ser referente histórico importante y su alta relevancia por ser la Plaza Principal, el panorama ha cambiado frente a la apropiación de este espacio por parte de sus habitantes, anteriormente de domingo a domingo, aseguran las personas que allí laboran, el lugar era muy visitado y concurrido por los soachunos, pero a su vez expresan que poco tiempo atrás, las personas ya no encuentran el beneficio y gusto por volver a la tradición de comprar en esta galería, debido a la alta informalidad y presencia de vendedores ambulantes. Adicionalmente la implementación de los conocidos supermercados de cadena y popularmente conocidos “Fruver” en barrios y sectores, que representa cercanía a los soachunos, entre otras causas; ha desencadenado que las personas dejen a un lado esta tradición cultural adquirida de padres y abuelos.

Bajo dicha premisa surge la idea de crear el proyecto, *“El documental como reconstrucción de la memoria audiovisual de historias y tradiciones de la Plaza de Mercado de Soacha”*, el cual contará con un audiovisual, que permita comunicar toda la riqueza cultural, histórica, entre otras, propias de la Plaza de Mercado, como legado a todas las generaciones, incluso a las nuevas, que se podrán documentar acerca de este importante espacio de encuentro familiar en el territorio.

Se aplica el relato de vida a la investigación, por la gran relación que tiene esta técnica con el documental, es importante precisar que este tipo de audiovisual está basado en ser un registro y búsqueda de memorias, y en la exhaustiva indagación teórica que los investigadores realizaron acerca de esta galería, no se encontró la información suficiente que permitiera cumplir a cabalidad la finalidad del proyecto, por lo tanto se adopta esta técnica con las

personas de gran experiencia que son precisamente ellos quienes conocen todos los hechos que se han desarrollado en la Plaza de Mercado, a su vez permitiendo dar a conocer la riqueza cultural que tiene y que los soachunos pueden llegar a desconocer incluso por completo, allí radica la importancia de que las personas del común que desempeñan este oficio, cuenten sus historias, resaltar la importancia de la Plaza de Mercado para los soachunos, desde el esfuerzo y la ardua labor que día a día realizan.

Siguiendo acertadamente las enseñanzas y la senda vocacional de Uniminuto, adquirida a lo largo de la formación profesional como Comunicadores Sociales y Periodistas, en el trabajo audiovisual se desarrolla toda la relevancia e importancia de este sitio como espacio cultural, y que impulsa al grupo investigador a reflejar su aporte a la sociedad, y en especial al municipio por un mayor compromiso de los soachunos hacia el sentido de pertenencia y amor a este bello territorio Muisca.

Planteamiento del problema

Debido al desmedido y desorganizado crecimiento poblacional con el que cuenta actualmente el municipio de Soacha a causa de la constante llegada de personas provenientes de otras regiones y ciudades del país, por problemáticas como el desplazamiento forzado o la búsqueda de nuevas oportunidades, surgen condiciones de empleo no formal, como el comercio de diferentes productos y servicios, es allí donde también se da un espacio a la venta de frutas y verduras de manera formal e informal, lo que da lugar a conocer en detalle el oficio y el entorno laboral de las familias que ejercen esta ocupación.

De esa forma, nace la necesidad de reconocer gracias al relato de vida, el trabajo de estas familias con sus tradiciones e historias, iniciando así la búsqueda de transmitir dicho reconocimiento a los diferentes pobladores del municipio de las personas que entregan su

mejor esfuerzo por mantener productos frescos que deleitan el paladar soachuno. Olga Molano, señala que *“Hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencia de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana”* (Olga Molano, 2007, p. 73).

De acuerdo con lo anterior, se empieza a entender la importancia y la necesidad de establecer a través de la cotidianidad, una identidad cultural para estas familias que dé espacio a un reconocimiento por parte de todos los habitantes. Partiendo de la necesidad de una pieza audiovisual de tipo documental que permita evidenciar las historias y tradiciones que se quieren reconocer, surge la pregunta de la presente investigación **¿Cómo mediante la técnica del relato de vida se puede reconstruir la memoria audiovisual en la Plaza de Mercado del municipio de Soacha?**

Para este fin, surge el proyecto, “El documental, como reconstrucción de la memoria audiovisual de historias y tradiciones de la Plaza de Mercado de Soacha”, el cual busca ser un aporte valioso a la construcción y al patrimonio audiovisual del municipio de Soacha en la Plaza Principal de Mercado. Sirviendo a su vez como un mecanismo ideal para visibilizar esta identidad cultural, que pretende lograr documentar incluso a las próximas generaciones acerca de este proceso, siendo promotores en realizar este tipo de aportes beneficiosos para grandes y chicos, que invita y fomenta el trabajo por el audiovisual cultural en la ciudad del Dios Varón.

Justificación

El presente proyecto de investigación se propone llenar vacíos de información acerca de la Plaza Principal de Mercado del municipio, mediante el rol del Comunicador Social y Periodista en la propuesta del cambio social, se busca aportar desde la técnica del relato de vida, información que complemente a la pocas fuentes bibliográficas que existen en la actualidad, y que a su vez se refleje, apasione y enaltezca a esta galería como el escenario propicio de culturas y encuentros para sus habitantes.

“El documental como reconstrucción de la memoria audiovisual de historias y tradiciones de la Plaza de Mercado de Soacha”, es un proyecto hecho por soachunos y para soachunos, que como su nombre lo indica, ha sido desarrollado simultáneamente con un producto audiovisual, el cual será un aporte significativo a la memoria audiovisual del municipio, y al tiempo, será un aporte significativo a la memoria de la Plaza de Mercado, permitiendo generar recordación e identificación en los habitantes acerca de las diferentes tradiciones culturales que recaen sobre este importante lugar.

Las personas que allí laboran son quienes conocen gran parte de la historia, puesto que ha sido un trabajo heredado de generación en generación y precisamente son ellos los protagonistas, quienes con su trabajo han creado una identidad, identidad que debe ser compartida y reconocida por la población que se siente orgullosa de ser soachuna, dejando este legado a grandes y chicos en la historia de Soacha.

Objetivos

Objetivo general:

- Reconstruir por medio del documental, la memoria audiovisual de la Plaza de Mercado de Soacha para visibilizar las historias y tradiciones del lugar.

Objetivos específicos:

- Reconocer por medio de la técnica del relato de vida el entorno cultural e histórico de la Plaza Principal de Mercado de Soacha.
- Evidenciar a través de la pieza comunicativa, las experiencias y vivencias de la Plaza de Mercado desde la narración de sus protagonistas.
- Contribuir al municipio de Soacha, un producto audiovisual donde se refleje la relevancia de esta galería, como referente de cultura e historia.

Estado del arte

A continuación, con el fin de identificar las diferentes razones de la investigación y a su vez establecer una guía para el desarrollo de la presente tesis, se presentará un rastreo realizado por las universidades, Uniminuto, Universidad Nacional de Colombia, al igual que la Universidad de las Américas (Puebla) México y la Universidad Católica Andrés Bello en Caracas Venezuela, dicho rastreo busca establecer similitudes en trabajos realizados por otros estudiantes acerca de la reconstrucción de la memoria audiovisual, mediante la técnica del relato de vida en territorios específicos y de tal forma, identificar cómo se ve influenciada la cultura y la comunicación en la misma, permitiendo así tener claros y presentes los diferentes conceptos necesarios para el desarrollo de esta investigación.

En la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Girardot, año 2015, Angie Beltrán y Miguel Chuquizán, realizaron la tesis “Memorias de la Plaza de Mercado” para optar por el título de Comunicadores Sociales y Periodistas, esta investigación tuvo como objetivo:

Reconstruir la memoria histórica de la Plaza del Mercado como patrimonio histórico de la ciudad mediante la recopilación de historias de las habitantes del sector – barrio San Miguel, esto con el apoyo de la comunidad infantil, quienes a través del proceso se relacionaran con su presente y pasado.

Esta tesis de grado es semejante a la planteada en el municipio de Soacha, desde varias perspectivas, en primer lugar, por establecer un trabajo de participación activo con la comunidad, igualmente por realizar una reconstrucción a la Plaza de Mercado, debido a su alta importancia cultural. Sin embargo se presenta la problemática similar de falta de sentido de pertenencia de parte de sus habitantes frente a la plaza de Girardot y mediante la comunidad infantil de esta

ciudad, se buscó reconstruir la memoria histórica y a su vez dejar un legado de la importancia de la misma, con el fin de que al pasar de los años, adopten y establezcan iniciativas que permitan preservar el sentido de pertenencia a dicha plaza.

Teóricamente los investigadores adoptaron iniciativas y lineamientos del Centro Nacional de Memoria Histórica para de esta forma aplicarlas en su proyecto de investigación.

Metodológicamente a través de un blog, trabajaron con la comunidad infantil para formarlos a preservar la importancia y relevancia que tiene este sitio para todos los habitantes de Girardot. De esta manera el blog podría llegar incluso a más niños que no se encontraran dentro de la población objeto de estudio, lo que se asemejó a la presente tesis, que mediante el uso de las Tics, más personas se interesarán y se involucrarán de la reconstrucción de la memoria de la Plaza de Soacha.

En la Universidad Nacional de Colombia sede Medellín, María Piedad León realizó una tesis en el año 2006 para el título de Maestría en Historia, la cual lleva por nombre “Servidores del saber, memoria histórica de la Universidad Nacional de Colombia” consistió en lograr documentar 40 años de fenómenos sociales, culturales e históricos de los trabajadores de la universidad, todo esto por medio del relato, un trabajo siendo además de interesante, innovador y a su vez permitió complementarse como un excelente documento que daría a conocer la historia de la universidad a los demás estudiantes y trabajadores que allí laboraban y desconocían el legado histórico de esta academia, sirviendo como aporte clave a la presente tesis.

Para la autora, la mayor razón de su investigación fue:

Todos los pueblos tenemos la necesidad de identificarnos, de conservar y nutrir nuestro sentido de identidad y pertenencia. Ello explica quizás el porqué de la memoria y sus

diversas formas de expresarse materialmente. Ello también da sustento al trabajo científico de entender y entendernos. Ese conjunto de hombres y mujeres que legan su versión de la historia y de la vida trae consigo su propio equipaje: una sensibilidad del mundo, ideología, sentimientos de clase y experiencias que, subjetivas y relativas como la vida misma, frente al conglomerado de la actividad histórica alentarán, sin duda una percepción más amplia de las culturas contemporáneas. (Meyer, 2000, p. 2:24)

Junto con la tesis analizada, se utilizará la técnica de recolección de datos similar, como lo son la historia oral y el relato de vida, esta tesis será el marco perfecto para identificar cómo por medio de esta metodología se puede visibilizar la identidad cultural de un lugar específico, en este caso la Universidad Nacional de Colombia.

Siguiendo por el análisis exhaustivo de trabajos de investigación, se identificó la publicación de un artículo de investigación por Andrés Castiblanco Roldán, doctorado en Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Nacional de Colombia, titulado “Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas” en la revista “Ciudad Paz-ando, en este artículo el investigador analiza y reseña las diferentes problemáticas que han recaído sobre la plazas de mercado de Abastos y Paloquemao en Bogotá, y a su vez demuestra en su trabajo que las plazas de mercado son eje cultural y trascendentalmente históricas a la hora de reconocerlas como lugares de memoria y patrimonio de la ciudad, sin importar las diferentes problemáticas.

Los lugares de memoria son construcciones materiales e inmateriales que se han quedado en los sentimientos y las mentalidades de los habitantes a través del tiempo. Estos han sido afirmados desde los símbolos nacionales como lo hace Pierre Nora o negados desde sus rituales y ritmos como lo realiza Marc Augé. Sin embargo, negados o

no persisten en narrar un momento o toda una historia de cómo permanecen en las ciudades y pueblos, desde lo recóndito de la vereda hasta lo congestionado del barrio. (Roldan, 2011, p. 124)

Andrés Castiblanco Roldán, es claro y preciso en afirmar que las plazas de mercado, sobreviven gracias a las tradiciones culturales de sus vecinos y compradores, de una u otra forma, eso ha logrado darle una identidad cultural o un valor agregado frente a un hipermercado y supermercado, por lo tanto sus habitantes sienten la necesidad de comprar en la plaza, es allí donde se refleja el compromiso de las personas en no dejar perder esos espacios culturales. La presente investigación va ligada a los planteamientos de Andrés Roldán, en demostrar a la población soachuna, la importancia de adoptar este tipo de creencias y criterios que sin duda alguna, benefician a todo el municipio en general, pues el compromiso de mantener un entorno cultural y patrimonial en Soacha es de todos los habitantes.

Abordando las tesis internacionales, la Universidad de las Américas en Puebla, México, Gabriela Domínguez Ruvalcaba, para optar por el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en el año 2005, realizó la tesis meritoria titulada “Del Huilpil a la Chilaba”, tesis en la cual, se realizó un documental que visibilizaba a través del relato de vida, la cotidianidad de una comunidad indígena en Chiapas convertidos por el Islam como su expresión religiosa. Gabriela, en su trabajo de investigación logró identificar y establecer los elementos culturales propios de esta comunidad en los cuales su documental sería el ideal para dar a conocer no solo a todo México sino al mundo, cómo las culturas sobresalen en un territorio que adopta diferentes creencias y las practica en la cotidianidad.

La importancia del video documental, al que he titulado Del Huilpil a la Chilaba recae en, analizar desde la perspectiva de los protagonistas el proceso que han seguido los

indígenas para llegar a ser musulmanes, así como las tradiciones que han tenido que adoptar y las que han desechado. Todo este proceso enmarcado en un proyecto de sociedad propuesto por la comunidad de españoles que han llegado a San Cristóbal de las Casas a esparcir el Islam. El hecho de ser musulmán no implica solamente un cambio en las creencias, sino que implica un cambio que va desde las cosas más cotidianas, como el comportamiento en la vida diaria de un musulmán, hasta las cosas más profundas espiritualmente hablando, como es la convicción de que solo hay un Dios al que hay que adorar “no hay más Dios que Allah y Muhammed es un mensajero” (Ruvalcaba, 2005, p. 2)

Gabriela Domínguez, es específica en demostrar que su tesis lo que realmente busca por medio del documental, es destacar las diferentes manifestaciones culturales de esta población que ha adoptado una nueva cultura. Con la presente tesis se busca asemejar el método, enfoque y razón del documental Del Huilpil a la Chilaba con el documental Color y Sabor, los dos tienen como objetivo y razón de ser, mediante historias y relatos de vida conocer cultura e historias de un lugar y población determinada.

En el año 2014, Rogsel Castillo presentó la tesis de grado para optar por el título de Comunicadora Social, “Caracas Transmedia. Dinámicas transmedia de las culturas juveniles en la plaza de Los Palos Grandes” a la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas Venezuela, a través de un audiovisual de 15 minutos y 33 segundos, aplicando la técnica del relato de vida en los jóvenes, se enfoca en reseñar y visibilizar las diferentes culturas que se encuentran en este lugar, en especial un grupo de músicos quienes consideran este espacio como el lugar propicio para generar prácticas culturales. Con el objetivo general de *crear una página web que funcione*

en base a las teorías de narrativas transmedia que describa la dinámica de las culturas juveniles que se manifiestan en la plaza de Los Palos Grandes. (Castillo, 2014, p. 67)

La autora plantea la importancia del audiovisual en la web, como recurso interactivo que permite al usuario aprender y enterarse de procesos culturales nunca antes vistos o documentados. En consideración con los planteamientos de Rogsel Castillo, la presente tesis, establece de igual forma la importancia de visibilizar procesos culturales en el audiovisual, con la relevancia de compartir los recursos a través de la web, para fines de interactividad y dinamismo con el espectador y las personas en general, despertando interés por estos audiovisuales que resultan de gran aporte a la comunidad.

Lo que se infiere frente al abordaje teórico que se ha realizado por las tesis anteriormente mencionadas es la obtención de información directamente de instituciones y de la comunidad más que de autores, lo que garantiza un aterrizaje más delimitado a solucionar las necesidades de la investigación. A su vez se evidencia que metodológicamente, el audiovisual ha permitido mediante la tecnología y demás estrategias comunicativas, traspasar límites, ya no está direccionado únicamente al beneficio de una comunidad, porque más personas se llegan a enterar e incluso se hacen partícipes del proyecto, y a su vez los proyectos se pueden replicar en otros ambientes y espacios.

Evidentemente se visualiza que la estrategia está clara en materia de abarcar un gran número de conceptos y aplicarlos como referentes en la investigación, de tal forma permitiendo ser acertados en la obtención de resultados que respalden y permitan ejecutar de manera positiva y satisfactoria los objetivos propuestos no solo con las personas de la Plaza de Mercado, sino con todo el municipio de Soacha.

Marco teórico

Con el fin de identificar los conceptos y aspectos claves en el desarrollo de la investigación, se optó por referenciar las categorías de comunicación pertinentes para la ejecución del proyecto, que a su vez permitiera a los investigadores conocer y abordar la importancia de los términos en la presente tesis.

Comunicación y cultura

- **Conceptualización de la comunicación y cultura**

Para nuestro trabajo de investigación, se pretende unir dos conceptos relevantes que serán eje fundamental en la ejecución del proyecto, la comunicación y la cultura, dos términos que sin lugar a dudas están muy relacionados entre sí y que definitivamente desde la concepción teórica avalan que la tesis se desarrolle desde este enfoque, para Raúl Rivadeneira Prada (1997), unir los dos términos sería caer en una tautología, pero lo que sí puede decir es que los dos están fuertemente relacionados de tal manera que la comunicación es inseparable de toda cultura y esta no puede ser comprendida posponiendo los procesos de comunicación que le acompañan. Cabe mencionar que la comunicación y cultura son dos universos unidos dentro de una concepción muy amplia que podríamos señalar como la vida humana; unidos y dependientes, uno y el otro concepto, pero fenómenos de la vida humana con personalidad propia.

Adicionalmente en los estudios de Enrique Bustamante se afirma que aunque no es reconocida la comunicación y la cultura, definitivamente son conceptos ligados que se deben resaltar:

La relación entre cultura y comunicación es paradójica y a menudo incomprendida en nuestra sociedad contemporánea. No hay cultura socialmente existente que no tenga, unido a ella, un plan de difusión y, por tanto, una comunicación constante ante determinados sectores sociales, por pequeños que estos sean. Así, también es difícil pensar una comunicación que no tenga aspectos creativos y deje de transmitir valores de cultura, de identidad. (Bustamante, 2006, p.2).

Así mismo para Hall and Hall, la comunicación y cultura existe una gran relación que incluso es inseparable una de la otra. *La comunicación es inseparable de la cultura. Es el otro lado de la misma moneda. No puede existir la una sin la otra. La cultura es comunicación y la comunicación es cultura (Hall and Hall, 1990).*

De esta manera es válido entender que el proyecto busca establecer una relación frente a la comunicación y la cultura, la comunicación en el rol de la realización de la pieza audiovisual que dará a conocer el entorno cultural de la Plaza de Mercado.

- **Comunicación para el rescate cultural**

Uno de los propósitos y finalidades, a los cuales pretende llegar el proyecto de investigación, es a través de la comunicación en este caso el audiovisual, reconocer y rescatar las diferentes tradiciones culturales de lugares populares como en este caso es la Plaza de Mercado, dentro de este contexto, se abordan los planteamientos teóricos que soporten lo buscado..

Para Eduardo Romano (1980), el abordaje de la cultura popular es un medio oportuno al momento de lograr un rescate cultural significativo, mediante la relación que existe entre la comunicación y las culturas populares que hay en Colombia, a su vez destaca la importancia de

un estudio sobre la reconstrucción histórica aplicando el relato cultural de las poblaciones populares.

Precisa que por los sucesos y acontecimientos que conocen de primera mano los protagonistas inmersos en el espacio o contexto a analizar, llegan a ser personas apropiadas para trabajar la cultura desde procesos de líneas de investigación y resalta la importancia de determinar qué tipo de culturas se quieren rescatar o cuáles son las más importantes para esta finalidad.

Eduardo Romano plantea desde las teorías de la comunicación que el abordaje es el camino más viable para hacer un rescate cultural de un sitio en específico. De igual forma, Aníbal Ford (1980), teórico que patentó estudios acerca de comunicación y cultura popular, también plantea los lineamientos del abordaje desde el lenguaje social, generando un rescate cultural masivo, en el que se permita evidenciar cuáles son los relatos más importantes a la hora de ejecutar un trabajo de investigación.

Con la veracidad de estos planteamientos, se empieza a entender el papel que tendrán los relatos en el propósito de rescatar culturalmente la Plaza de Mercado de Soacha, desde la cotidianidad de los vendedores y demás personas de experiencia que desarrollan su trabajo en esta galería, permitiendo reconocer un ejercicio cultural ideal de visibilizar por medio del presente proyecto.

- **Ambientes culturales de comunicación**

Una vez identificada la importancia de la unión de los conceptos de comunicación y cultura, entre otros planteamientos teóricos reseñados a lo largo de la investigación, se empieza a

entender la Plaza de Mercado como ambiente cultural de alta relevancia desde las costumbres populares del municipio.

De este modo, los ambientes culturales de la comunicación se establecen a partir de las palabras de Bolter (1991), cuando afirma que la configuración de los medios en un ambiente histórico puede considerarse como un ambiente cultural, una infraestructura material, institucional y discursiva que a la vez facilita y restringe el papel de la comunicación en la coordinación y colaboración social.

De igual forma James Lull, expresa que frente a la actualidad, han surgido nuevos espacios y actores que a su vez se destacan en el contexto de los ambientes culturales, desde enfoques incluso narrativos y que son importantes de reconocerlos:

Podemos ver no sólo que la presencia de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información son uno de los actores clave de la cultura actual sino conformador de las identidades colectivas, de las subjetividades e intersubjetividades, que cada vez más tienden a romper los límites que separan la pantalla de las realidades sociales, y hacerse presente de otras maneras, por otras vías, y que en gran parte es por toda la infraestructura, narrativas, formas simbólicas y prácticas culturales (Lull, 2000)

Los autores abordados permiten entender que realmente no solo se debe tener en cuenta el ambiente cultural en el que desarrolla el trabajo, es importante centrar la mirada y tener en cuenta el contexto dentro de este entorno, para de este modo tomar como referencia las narrativas, infraestructura y demás fenómenos sociales que intervienen incluso de manera espontánea en la Plaza Principal de Mercado.

Cultura popular

Es sumamente importante y relevante tener claro que al realizar un proceso de investigación, diferentes actores sociales en este caso, los vendedores, compradores, y demás personas que intervienen de manera natural en la Plaza de Mercado de Soacha, desde sus actividades y acciones, promueven un ejercicio de cultura popular, todo esto se resume a que cada individuo tiene sus creencias, su forma de expresión y su manera de ver y comprender el mundo, por lo tanto desde la investigación se deben cuidar y preservar estos valores que pueden resultar ser beneficiosos para conocer precisamente el porqué de estos, hasta llegar a ser un valioso aporte a el proceso indagativo.

Frente a este concepto, Antonio Gramsci plantea que:

La hegemonía será entonces la expresión de ese modo oficial de concebir el mundo, un proceso de construcción cultural compuesto simultáneamente por consensos y resistencias. Se considera hegemónica a “la situación de una clase que alcanza una sólida unidad de ideología y de política, que le permite establecer una ascendencia sobre otros grupos y clases sociales” (Antonio Gramsci 1972: 20)

Gramsci, es claro en expresar que todo este tipo de manifestaciones que pueden estar inmersas dentro de una comunidad, surgen de manera espontánea y pocas veces, indagamos el por qué. A pesar de su naturalidad, se han tenido que incluso buscarle una protección o un trato más alto, sin importar bajo qué condiciones, pues muchas de estas culturas populares, son rechazadas u olvidadas por los demás actores de un entorno.

De este modo, para Jesús Guanche, el concepto de cultura popular, está destacado como la principal fuente de desarrollo étnica de un pueblo, entendiendo así:

La cultura popular tradicional, en cuanto a nueva categoría (...) es particularmente la principal portadora de la especificidad étnica de cada pueblo y la que lleva en sí, como parte de cultura nacional, elementos de la cultura democrática y socialista porque se origina de profundas raíces populares. (Guanche, 1983:45)

Durante el presente trabajo desarrollado en la Galería de mercado del municipio, y con la importancia de estos conceptos, los investigadores tienen en cuenta el foco que deben tener acerca de las culturas de las personas que intervienen a diario en este espacio cultural. El rescate de tradiciones, creencias, y demás, a su vez protegerlas y visibilizarlas para que no sean olvidadas, por el contrario, para que se preserven y se reconozcan con la importancia que merecen.

Acción Colectiva y Movimientos Sociales

Estos dos conceptos son parte fundamental en la investigación, ya que es importante tener en cuenta que la Plaza de Mercado del municipio, nace de un conjunto de acción colectiva y movimiento social, en el cual las personas mediante el comercio, promueven una cultura que involucra a todos los habitantes del municipio.

Laraña y Gusfield, destacan la importancia de aplicar estos conceptos en el proyecto de investigación ya que permite, *saber cómo y por qué se mantienen unidos los integrantes de un movimiento social, y por qué valoran su participación como lo más apropiado. (Laraña y Gusfield, 1994).*

De igual es importante precisar que las prácticas culturales de las personas que ejercen en esta acción colectiva, desde su cotidianidad, hacen parte de un proceso de resistencia y transformación social en la vida de los habitantes del municipio.

En los nuevos movimientos sociales, sus prácticas de resistencia, de redefinición de la vida política, pública o cotidiana, se estructuran en torno a las condiciones y cartografías por las que el poder actual se vehicula. Vemos que las condiciones para el control y la uniformidad sirven también para constituir nuevas prácticas de libertad, organización y alternativa. Como vemos, o veremos, estas redefiniciones nutren la capilaridad y las transformaciones que experimenta el control y el poder dominante, pero nutren también las formas y posibilidades de la acción colectiva destinada a transformar la vida social. (Rodríguez Giralt, 2002)

Sin lugar a dudas, la Plaza de Mercado de Soacha, es un campo donde los actores sociales realizan un proceso de acción colectiva y a su vez son un movimiento social en el cual día a día promueven la importancia de este espacio en el entorno sociocultural del municipio.

Patrimonio audiovisual

- **Conceptualización de patrimonio audiovisual**

La sociedad del hoy, vela por almacenar y conservar la información de nuestros territorios, al mismo tiempo en la medida que los ciudadanos la necesiten, que esta sea accesible a ellos. Frente a dicho fundamento, el audiovisual también tiene su misión, entidades como el sistema de medios públicos (RTVC) y su programa Señal Memoria, creada para la preservación y el rescate del archivo histórico audiovisual de nuestro país, promueven

y destacan la importancia de constituir el patrimonio audiovisual de Colombia, como registro de memoria histórica para la actual y las futuras generaciones de nuestro país.

El municipio de Soacha, paso a paso ha venido conformando su patrimonio audiovisual, por lo tanto el proyecto de investigación se propone constituir un documental que sirva como referente a dicho patrimonio y que dé a conocer las historias y tradiciones culturales de la Plaza de Mercado desde sus protagonistas.

Eugenio López de Quintana, director de documentación del grupo Atresmedia, explica que, *El patrimonio audiovisual es un contenido multidisciplinar que sirve como materia prima para construir nuevos contenidos audiovisuales.* (López, 2017)

Así mismo se refiere frente a la accesibilidad que debe tener el patrimonio audiovisual a las personas que necesiten consultarlo, *todos los archivos deberían tener una visión pública, es decir, poder ser consultables en línea y tener una vertiente de investigación y uso domésticos. Eso se traduce en el consumo de un bien público.* (López, 2017)

Tal importancia frente a este concepto, también la destaca Koichiro Matsuura, director de la UNESCO, quien afirma que los archivos audiovisuales son nuestra puerta de acceso al pasado.

Los documentos audiovisuales –imágenes en movimiento y grabación de sonido- son valiosas puertas de acceso al pasado. Ellos nos introducen en los dramas colectivos de nuestra historia reciente. Nos permiten experimentar de primera mano cómo un arte era practicado, nos muestran cómo la gente iniciaba sus negocios, nos cuentan mucho

acerca de nosotros mismos y de los demás, dónde hemos estado y qué nos hace ser lo que somos. (Matsuura, 2007)

Entendido de esta forma, el documental *Color y Sabor*, es una pieza audiovisual que debe pertenecer al patrimonio del municipio de Soacha desde la alta relevancia socio-cultural que refleja para la ciudad del Dios Varón.

La UNESCO, en algunas consideraciones se refiere desde diferentes valores, como el social, cultural o educativo, entre otros, frente a la importancia para un territorio su patrimonio audiovisual, *las imágenes en movimiento son una expresión de la personalidad cultural de los pueblos y que, debido a su valor educativo, cultural, artístico, científico e histórico, forman parte integrante del patrimonio cultural de una nación.* (UNESCO, 1980).

- **Memoria y patrimonio audiovisual**

La memoria en su sentido de facultad de reproducción de los gestos aprendidos es uno de los pilares de la existencia humana, nos remite paralela o simultáneamente a la capacidad de recordar, al conjunto de los recuerdos y al lugar o los lugares donde éstos quedan asentados. (Repetto, 2006)

Como hace referencia Luis Repetto, frente al concepto de memoria, se entiende a su vez que estas manifestaciones, conforman los procesos que posteriormente participan dentro del patrimonio audiovisual, la unión de memoria y patrimonio se basa una amplia y sólida relación, en la que la memoria en el campo audiovisual, se transforma como patrimonio, y el patrimonio se encarga de documentar la memoria de un territorio. Para Luis Repetto, se debe proponer desde los trabajos de investigación, aportar a la memoria y patrimonio audiovisual

de las poblaciones objeto de estudio. *“La memoria y la importancia de la conservación son temas que deben centrar nuestras investigaciones y proyectos.* (Repetto, 2006)

Como lo dice Luis Repetto, un lugar, sin memoria está condenado al olvido. El presente proyecto responde a la falta de un documental que refleje las historias y tradiciones de la Plaza de Mercado, de tal forma que la reconstrucción de la memoria audiovisual es una necesidad en la que esta galería debe tomar un papel importante, porque una vez reconstruida la memoria, desde el patrimonio se encargará de hacerla saber a Soacha. Antonio Viñao, relaciona los conceptos de memoria, patrimonio y cultura desde una visión de la importancia audiovisual en nuestros territorios en este caso, el municipio.

Si la noción de patrimonio la aplicamos no a un individuo o persona sino a un grupo social —familia, asociación, corporación, empresa, Estado o grupo basado en vínculos religiosos, ideológicos, lingüísticos o culturales—, resulta evidente que uno de los requisitos para que algo se entienda que es patrimonio de un determinado grupo es la conciencia, entre sus componentes, de que forma parte del mismo. Un requisito completado con el hecho de dicho grupo considere que ese algo debe ser preservado; es decir, convertirse en lugar de memoria y en el que depositar la memoria, en algo a recordar y que nos haga recordar. (Viñao, 2010)

Basados en los planteamientos teóricos de Viñao y Repetto, entendemos que con el trabajo de investigación y la pieza comunicativa estamos documentando culturalmente la memoria de la Plaza de Mercado, memoria que será aporte al patrimonio audiovisual del municipio de Soacha.

El documental

- **Conceptualización del documental**

El 22 de marzo de 1895, los hermanos Louis y Auguste Lumière realizaron el debut de su primera proyección en la pantalla gigante, gracias a su invento el cinematógrafo, la conocida salida de los obreros de la fábrica Lumière en Lyon Monplaisir, la cual había sido rodada tres días antes, se convirtió en la primera proyección cinematográfica de la historia, que a su vez permitió documentar imágenes cotidianas del pueblo francés de aquella época, de esta forma nace una gran relación de nuestra pieza comunicativa junto con el ideal de los Lumière, documentar imágenes del pueblo, que permita dar a conocer procesos culturales y cotidianos característicos de una población.

Siguiendo por el legado de los hermanos Lumière, de grabar y proyectar imágenes cotidianas, surgió la propuesta de realizar el documental “Color y Sabor”, el cual se enfocará en narrar desde el audiovisual, cómo es la Plaza de Mercado del municipio de Soacha, junto con su riqueza y valor cultural, su gente, sus tradiciones y demás manifestaciones únicas de este lugar.

Para Michael Rabiger, el documental es la forma en la cual podemos recrear la vida de las personas mediante el lenguaje, mostrando la representación del realismo, donde sus actores son naturales y exponen sus vivencias, creencias y toman una empatía y complicidad con la cámara, y a su vez nos permite entender que se construye basado en lo observado y vivido en la investigación. Precisamente como todo lo que se refleja en el documental es natural, permite adentrar al espectador en ese campo y contexto, en el que se sentirá parte de la Plaza de Mercado y se motivará a conocer un poco más de su cultura, historia, gente, entre otros.

Un documental es una construcción hecha a base de evidencias. Su objetivo es hacer vivir a los espectadores la experiencia por la que sus autores han pasado, mientras tratan de entender el significado de los acontecimientos concretos que se van sucediendo ante sus ojos. (Rabiger, 2002, p. 13.)

El documental es tan oportuno que hace que el público se conecte con él, los lleva a vivir nuevas experiencias, los involucra en otra realidad y hace que el receptor, sea parte de la historia que se está proyectando, que comprenda la realidad que otras personas viven y muestra la diversidad de culturas que existen. Por este motivo se mostró la importancia de los diferentes espacios culturales que hay en el municipio de Soacha uno de ellos es la Plaza de Mercado donde se recrea toda la tradición, y costumbres del pueblo.

Hablar en Colombia del documental desde una mirada con experiencia, es hablar del director colombiano Víctor Gaviria, quien se ha destacado por sus importantes obras en la pantalla gigante, en su palmarés ha sido reconocido por “La vendedora de rosas”, “Rodrigo D no futuro”, y su última producción “La mujer del animal”, en la cual realizó una película y un documental en el que se evidenció la problemática del maltrato hacia la mujer en el país, especialmente en su departamento natal Antioquia. Los investigadores tuvieron la experiencia de aprender en un taller de cine y realidad con él, en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Centro Regional Soacha, donde contó la importancia de trabajar con actores naturales y el innumerable valor de realizar cine cultural, capaz de reflejar y rescatar los espacios naturales e historias tradicionales de la gente, entregándole al público una mirada a la realidad de las personas del común entrándose en los estratos bajos para poder exhibir las vidas, luchas de estos

habitantes, Gaviria se ha propuesto, mostrar la vida como realmente es y es un principio y fundamento de peso y razón el cual se quiso replicar en el presente trabajo de investigación.

- **El relato de vida**

Adoptando diferentes posturas teóricas para lograr una investigación fundamentada, es así como iniciaremos por el relato de vida como técnica de recolección de información adecuada en el proyecto de investigación propuesto y cátedra UNESCO, Nancy Díaz Larrañaga, licenciada de la facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de la Plata en Argentina, expresa en su obra “El relato de una vida: apuntes teóricos-metodológicos en comunicación” publicada en octubre de 1999 para la revista latina de Comunicación Social, que la técnica del relato de vida es uno de los mejores logros comunicativos en materia de investigación en las comunidades, con el cual se llega a reconstruir una memoria o historia de un espacio o tiempo, “*El relato de vida es un intento por descubrir lo social, en el cual la comunicación adquiere un lugar central, siendo el sujeto el protagonista*” (Larrañaga, 1999, p. 4).

Gracias a los aportes de Nancy Díaz, se entró a analizar que la técnica más pertinente para este tipo de investigación era precisamente el relato de vida ¿Por qué? *el relato de vida es una entrevista que busca conocer lo social a través de lo individual.* (Larrañaga, 1999, p. 4), es decir que es el conjunto de todas las prácticas culturales que se realizan en la Plaza de Mercado basadas en la experiencia de sus protagonistas, en este caso, el testimonio de los diferentes vendedores que por su trayectoria y experiencia de años en la plaza, conocen de primera mano los diferentes hechos y sucesos más importantes y que se encontraban plasmados únicamente en la memoria de ellos, en esto también son muy precisos los aportes de la licenciada Nancy Díaz al

afirmar que *el individuo se posiciona en primera persona y habla de sus experiencias, se lo considera el personaje del relato (Larrañaga, 1999, p. 5).*

Es de resaltar que aunque el relato de vida es el recurso principal de recolección de información, este no puede ser el único, para una información verídica y completa se debe recurrir a fuentes como textos, noticias, multimedia y demás recursos que estén disponibles y que permitan aportar a la realización del documental, por lo tanto es indispensable tener presente que el relato de vida es el eje fundamental para descubrir la información de la población objeto de estudio no es la única.

Es complementado por el investigador con otras clases de documentos o narraciones.

Se basa en recorridos amplios en la vida de un sujeto; lo que interesa es una suerte de totalidad, donde el orden cronológico tiende a ser respetado. Tampoco es el testimonio, ya que esta última toma al individuo en calidad de partícipe u observador de un hecho, por lo tanto se aleja de la entrevista biográfica. También se lo podría diferenciar de la historia oral, siendo esta, "el análisis de fuentes orales con un objetivo histórico (Panella, 1998, p. 89).

Una vez desglosados y claros los conceptos frente a la recolección de información, pasamos a analizar el porqué del documental como el recurso comunicativo ideal para esta tesis. Teniendo en cuenta que lo que se muestra en el documental, son las costumbres y cotidianidad tal cual son, este tipo de formato audiovisual es el más indicado, ya que para Michael Rabiger, la riqueza del documental es esta, mostrar la vida y sus personajes como realmente son.

El documental puede ser tanto un ensayo premeditado como una expresión lírica e impresionista, es lo opuesto al entretenimiento de escape, a la negación de la realidad; por el contrario, está comprometido con la riqueza y la ambigüedad de la vida, tal cual es (Rabiger, 1992).

- **El documental y relato de vida**

Augusto Bernal, director y fundador de la escuela de cine Black María, cineasta y como él mismo se define: buscador de memorias, en entrevista concedida al grupo investigador, afirma que la técnica del relato de vida, es pertinente y necesaria en la realización del documental, adicionalmente agregó que la cultura y memoria en el documental son dos conceptos que van ligados el uno con otro.

El documental como relato de vida, es una especie de memoria visual no solamente lo que acontece inmediatamente que puede determinar cine verdad o cine directo, sino también en las múltiples posibilidades visuales que da en el registro y en la forma como ese registro va permitir encontrar un valor de vida.

El documental es un registro de vida que se puede mirar desde lo político, social, cultural... El documental siempre es un registro inmediato hablado de cultura, sea la que sea, el secreto no está en la forma del documental, está en el sentido que se le da al documental que lo hace más importante.

Augusto Bernal, durante la entrevista mostró su interés por el documental Color y Sabor, y expresó que lo más interesante de la Plaza de Mercado es visibilizar su esencia natural.

La Plaza de Mercado es tan perfecta, es tan pura y única, que los que están ahí son únicos, el gran secreto de un buen documentalista es no sacarla de ese caparazón, en la medida que un documentalista sepa proteger ese entorno, esa interioridad, ese mundo perdido que solo se conoce estando allá, ese momento de estar sentado en un puesto de verduras y frutas, esos valores son los más importante porque no se van a repetir nunca más, y si se pierden la memoria va a ser la única que los va a recordar.

Augusto afirma que el documental “Color y Sabor” para la población de Soacha, no debe quedar solo en un registro, sino se debe ver y considerar como un punto de partida creador de memorias. *No se debe tener solamente como un registro público, algo que saben que existe en Soacha. No existe ese documental como punto de referencia, va a existir como memoria para ustedes la población de Soacha y sus futuras generaciones.*

Metodología

Con la finalidad de rescatar las tradiciones e historias de los lugares más emblemáticos del municipio, se inició la búsqueda por todos los espacios representativos de Soacha, para identificar cuál era ese ambiente que requería una intervención casi que inmediata desde la comunicación, y que bajo los lineamientos de lo que es un proyecto de investigación se tuviera el propósito de dar a conocer al municipio la importancia de dicho entorno. Se estableció que el sitio adecuado para desarrollar la investigación debido a su alta relevancia hacia los habitantes desde el foco histórico, social, cultural, entre otros, tenía que ser la Plaza Principal de Mercado del municipio, por ser el escenario de encuentro para las familias soachunas de domingo a domingo, y a su vez con la necesidad de aportar a la solución de problemáticas que recaen sobre este espacio como la falta de visita y compra por parte de los habitantes de la población.

Para iniciar el proyecto de investigación, se decidió en primera instancia consultar información en bibliotecas, internet, y demás fuentes bibliográficas que permitieran resolver las dudas del grupo investigador, y a su vez permitiera documentarlos de cómo es el entorno de la Plaza de Mercado y desde qué punto de vista se podía intervenir para aportar significativamente mediante la formación profesional de los investigadores a este espacio.

Ya conocido el contexto y el espacio a trabajar, los investigadores identificaron que el tipo de investigación más acorde desde los conocimientos adquiridos en sus estudios de Comunicación Social y Periodismo, junto con las ciencias sociales a las cuales pertenece este pregrado, debía ser una investigación cualitativa, precisamente por su enfoque a analizar las tradiciones socioculturales e históricas en esta oportunidad de la Plaza de Mercado.

Debido a la poca información que se logró recolectar desde las fuentes bibliográficas, los investigadores empiezan a pensar en el diseño metodológico más acorde a la presente investigación, y se determina que el más adecuado es de tipo etnográfico, ya que bajo su fundamentación, se enfoca precisamente en tomar como objeto de estudio las comunidades en la cuales se les pueda conocer más de cerca su relato de vida e historia, frente a hechos relevantes en sus vidas y que a su vez sirve como mensaje a la demás población para entender la importancia que tiene este grupo de personas en la sociedad.

De este modo ya los investigadores, identifican que la etnografía desempeñaría un papel fundamental en materia de complementar la información necesaria para la ejecución del proyecto.

Una vez iniciado el trabajo de campo, mediante la observación y la entrevista a expertos en patrimonio, cultura y personas de experiencia como la administradora, se procede a estructurar la función que desempeñará la aplicación de la técnica del relato de vida en los vendedores de la Plaza de Mercado.

Un diseño metodológico etnográfico se basa en analizar a las comunidades de entorno sociocultural y al tiempo exaltando y replicando las buenas prácticas culturales que deben ser transmitidas a los ciudadanos del común, para entender el porqué es una labor que no todos hacemos.

La investigación etnográfica es el método más popular para analizar y enfatizar las cuestiones descriptivas e interpretativas de un ámbito sociocultural concreto, ha sido ampliamente utilizada en los estudios de la antropología social y la educación, tanto que

puede ser considerada como uno de los métodos de investigación más relevantes dentro de la investigación humanístico-interpretativa (Arnal, Del Rincón y Latorre, 1992).

Siendo el diseño metodológico etnográfico completamente de enfoque cualitativo, resuelve un proyecto de investigación, amplio y flexible, no limitado únicamente a resultados determinados, si no que por el contrario en medio del desarrollo de la investigación surgirán nuevos resultados y experiencias, en este caso nuevas historias, nuevos testimonios, entre otros.

Las características más importantes en la recolección de datos de un diseño etnográfico son:

Analizar el modo de vida de una raza o grupo de individuos, mediante la observación y descripción de lo que la gente hace, cómo se comportan y cómo interactúan entre sí, para describir sus creencias, valores, motivaciones, perspectivas y cómo estos pueden variar en diferentes momentos y circunstancias, es decir, que describe las múltiples formas de vida de los seres humanos. (Martínez: 1994:10)

Una vez recolectados los datos e información relevante que irá en la pieza comunicativa, los investigadores empiezan a pensar en cuál es el formato de comunicación más apropiado para visibilizar el entorno de la Plaza de Mercado, desde un enfoque que documente al espectador en diversos aspectos, y que permita a su vez ser dinámico y de agrado para la audiencia.

Por el impacto y la pertinencia que lleva al proyecto, se establece que la pieza comunicativa debe ser de tipo audiovisual específicamente un documental, porque es un producto comunicativo de enfoque realista, que permite a las personas que no conozcan acerca de la Plaza de Mercado, sentir las vivencias y experiencias desde los relatos de vida de los protagonistas.

A su vez, se piensa en la socialización que en primera instancia debe ser con los vendedores y trabajadores de la Plaza de Mercado, con el fin de que sean ellos quienes evalúen la hilaridad de los relatos y la veracidad de la información, al mismo tiempo muestren su criterio frente al proyecto. Posteriormente la pieza comunicativa se publica en la plataforma YouTube, y se socializa en la emisora Radio Rumbo, radio local del municipio, con el fin de dar a conocer a toda la población el proyecto y su relevancia, impulsándolos a visitar, conocer y comprar en este espacio, de esta forma recuperando las prácticas culturales de los antepasados, promoviendo el sentido de pertenencia y apoyando el trabajo que desempeñan las manos del municipio de Soacha.

Adicionalmente la Secretaría de Cultura, muestra su interés por el proyecto y lo publica en su página web, www.soysoachuno.com, sitio web en el cual se rescatan los valores y la imagen positiva del municipio, lo que le garantiza a los investigadores que el proyecto va a ser de conocimiento para toda la población y personas en general que desconocen o presentan poca información frente a las plazas de mercado, sobre la importancia de estos espacios culturales en el contexto social.

Línea de investigación

El proyecto de investigación fue realizado dentro del lineamiento Uniminuto, “Desarrollo humano y comunicación”, el cual está basado en generar manejo de habilidades comunicativas por parte de los investigadores, de esa forma, la tesis se enfatizó en mostrar nuevos procesos de trabajo activo con la comunidad, en este caso con las personas de la Plaza de Mercado, por medio de la técnica del relato de vida, adicionalmente siendo promotores en la creación de un documental que permita dar a conocer la ardua labor que día a día realizan estas personas, e invitándolos a un trabajo de participación comunitario por el bienestar de

todas las personas involucradas directamente en el contexto de la población objeto de estudio.

Tipo de investigación

La investigación se desarrolló dentro de un enfoque netamente cualitativo, ya que por medio de realidades subjetivas tal como plantea Sampieri, H.R. (2014) Se busca que sirvan como aporte para lograr resolver problemáticas, aportar conocimientos por medio de materiales audiovisuales, escritos, teorías, el relato como eje principal en la investigación, y demás fuentes que permitan acercar a la población objeto de estudio.

El presente trabajo de investigación al buscar ser desarrollado en la Plaza de Mercado con vendedores y demás personas que hacen parte del lugar, enriquece desde el paradigma cualitativo a conocer ampliamente su concepción y pensamientos en materia de los recursos que permitan la reconstrucción de la memoria audiovisual de la Plaza Principal de Mercado del municipio de Soacha, por lo tanto se determinó que este era el más apropiado para el trabajo a realizar. *Las aproximaciones cualitativas permiten una visión del mundo más amplia que los enfoques cuantitativos (J. Brannen, 1992).*

Se considera que la entrevista, los cuestionarios, preguntas y el relato de vida son las características más apropiadas para el desarrollo de la investigación, lo que enmarca ser desarrollado en un paradigma totalmente cualitativo, el cual pueda lograr arrojar los resultados que con un enfoque mixto o cuantitativo no se podrían determinar de tal forma por ser datos tan precisos.

Los estudios cualitativos son investigaciones intensivas a muy pequeña escala, en las cuales se explora la experiencia cotidiana de la gente y sus comunidades en diferentes tiempos y espacios. En estos trabajos, la posición del investigador, sus experiencias, sus

perspectivas y sus prejuicios son aspectos significativos en el desarrollo y los resultados de la investigación (Philip, 1998).

Desde la comunicación social, es importante aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación profesional, por lo tanto, se considera relevante que las investigaciones desde esta disciplina sean enfocadas hacia las comunidades, trabajo en el cual resulta ser gratificante conocer nuevas formas de pensar, hipótesis y demás, siempre con la expectativa del grupo investigador acerca de qué nuevos aportes aparecen, características muy propias del enfoque cualitativo.

Teniendo en cuenta estos conceptos importantes (Stubbs, 1984) plantea:

Los testimonios pueden dar luz a la lógica de las trayectorias personales y de los efectos que producen las restricciones procedentes del sistema y de las estructuras dentro de las cuales se desenvuelven sus vidas, y romper así los códigos de mutismo del grupo mediante la documentación de las historias personales y las luchas de la gente "invisible".(Stubbs, 1984).

Instrumentos de investigación

Con el fin de identificar resultados esperados por el grupo investigador, los cuales sean reales y verídicos, se acudió a técnicas y estrategias de recolección de información propias de la investigación cualitativa y que aportaron al exitoso desarrollo del proyecto de investigación.

Acorde a cada objetivo específico, se aplicaron los instrumentos de investigación ideales para el desarrollo del mismo. El primer objetivo es, *Reconocer por medio de la técnica del relato de vida el entorno cultural e histórico de la Plaza Principal de Mercado de Soacha.* Con las técnicas de observación y entrevistas con los vendedores que llevan décadas trabajando en la

plaza, a su vez con expertos en cultura, historia y patrimonio del municipio, bajo esta metodología se logró conocer y recolectar la información necesaria para la realización del proyecto de investigación, adicionalmente se indagó en la biblioteca municipal información que complementara la investigación, en materia de historia y encontrar qué aspectos relevantes a su vez se podían extraer de la Plaza de Mercado.

De acuerdo al segundo objetivo planteado, *Evidenciar a través de la pieza comunicativa, las experiencias y vivencias de la Plaza de Mercado desde la narración de sus protagonistas*. Con las entrevistas realizadas a expertos, vendedores de la Plaza de Mercado, la administradora y demás personas que se vincularon al proyecto, a través de sus experiencias profesionales y empíricas se logró realizar por medio de la técnica del relato de vida, el documental el cual permitirá sin duda alguna dar a conocer las historias de vida, la cotidianidad de estas personas, y cómo su trabajo es digno de replicar y exaltar por el innumerable aporte que realiza a los habitantes y al municipio, en materia cultural y a su vez la garantía que brinda a los habitantes el disfrutar de los alimentos del campo, con calidad y a precios cómodos para la mesa de las familias soachunas.

Por último, el tercer objetivo específico, *Contribuir al municipio de Soacha, un producto audiovisual donde se refleje la relevancia de esta galería, como referente de cultura e historia*. Para la realización del documental, se aplicaron todas las enseñanzas adquiridas a lo largo de la formación profesional, como lo son planos, recursos visuales, movimientos de cámara, edición y demás, con el fin de entregar al municipio un producto audiovisual de calidad, fundamentado en motivar y entretener al espectador a ver y conocer acerca de toda la riqueza cultural de la Plaza Principal de Mercado, partiendo del hecho de que nunca antes ha sido destacada por medio de un documental y que este será un aporte

invaluable al patrimonio audiovisual del municipio de Soacha.

Población y muestra

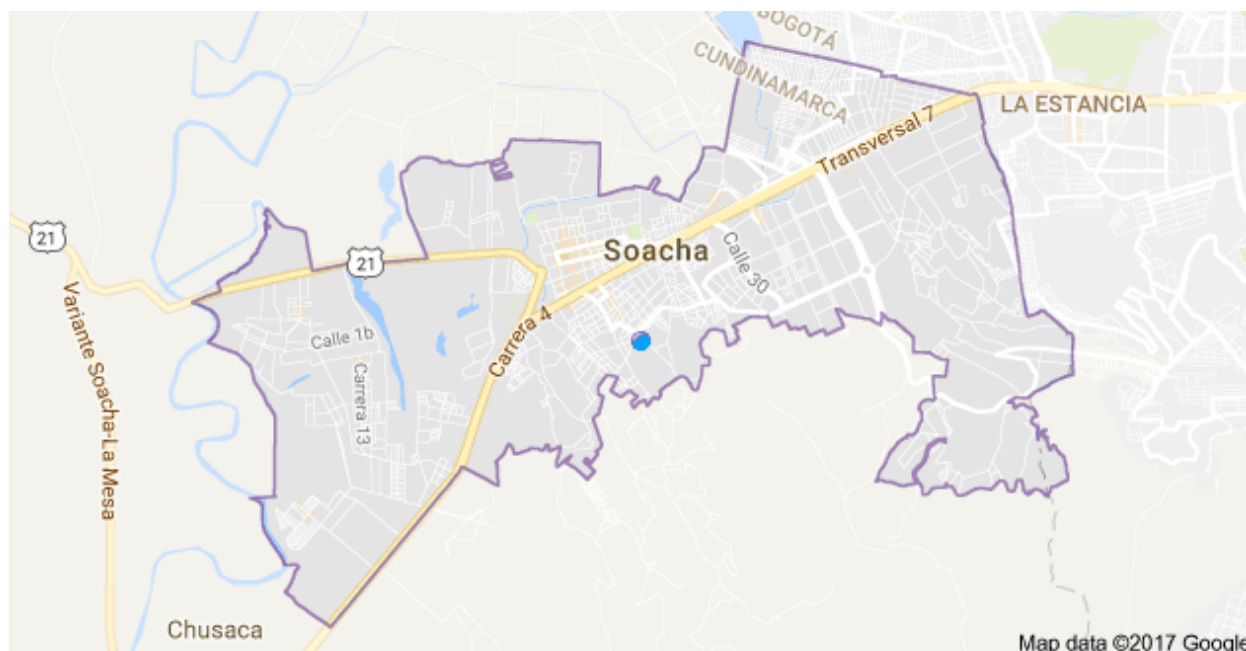


Gráfico 1. (Mapa de Soacha)

El municipio de Soacha está ubicado al sur de Bogotá D.C, capital de la república de Colombia, de acuerdo a los chibchas, el nombre Soacha está constituido en dos partes: Sua que significa sol y Cha que significa Varón por lo que es conocida también como la ciudad del dios Varón. Se señala que el municipio fue fundado en el año 1.600 por el entonces visitante Luis Enríquez. Soacha limita al norte con Bojacá y Mosquera, al sur con Sibaté y Pasca, al este con Bogotá, y oeste con Granada y San Antonio del Tequendama. Soacha cuenta con una población de 511.200 habitantes censados por el DANE, sin embargo la alcaldía estima que la población real está cercana a los 744.199.

La zona urbana está conformada por 6 comunas y dos corregimientos, se estima que en las 6 comunas existen más de 400 barrios, entre ellos lo más populares son: San Mateo, San Luis, San Bernardino, León XIII, Ducales, San Marcos, San Nicolás, La Amistad, entre otros.

El municipio tiene una extensión total de 184,45 km², de los cuales 165,45 km² son del área rural y 19 km² del área urbana, cuenta con un población pluricultural, gracias al acogimiento de habitantes de todas la regiones durante los últimos años, así mismo cuneta de gran diversidad gastronómica, donde son representativas, las almojábanas y garullas.

La Plaza Principal de Mercado del municipio, se encuentra ubicada en la comuna 2, calle 14 con 5-08, en este sitio se encuentra diversidad de culturas, frutas, verduras, plantas, gastronomía, entre otras.

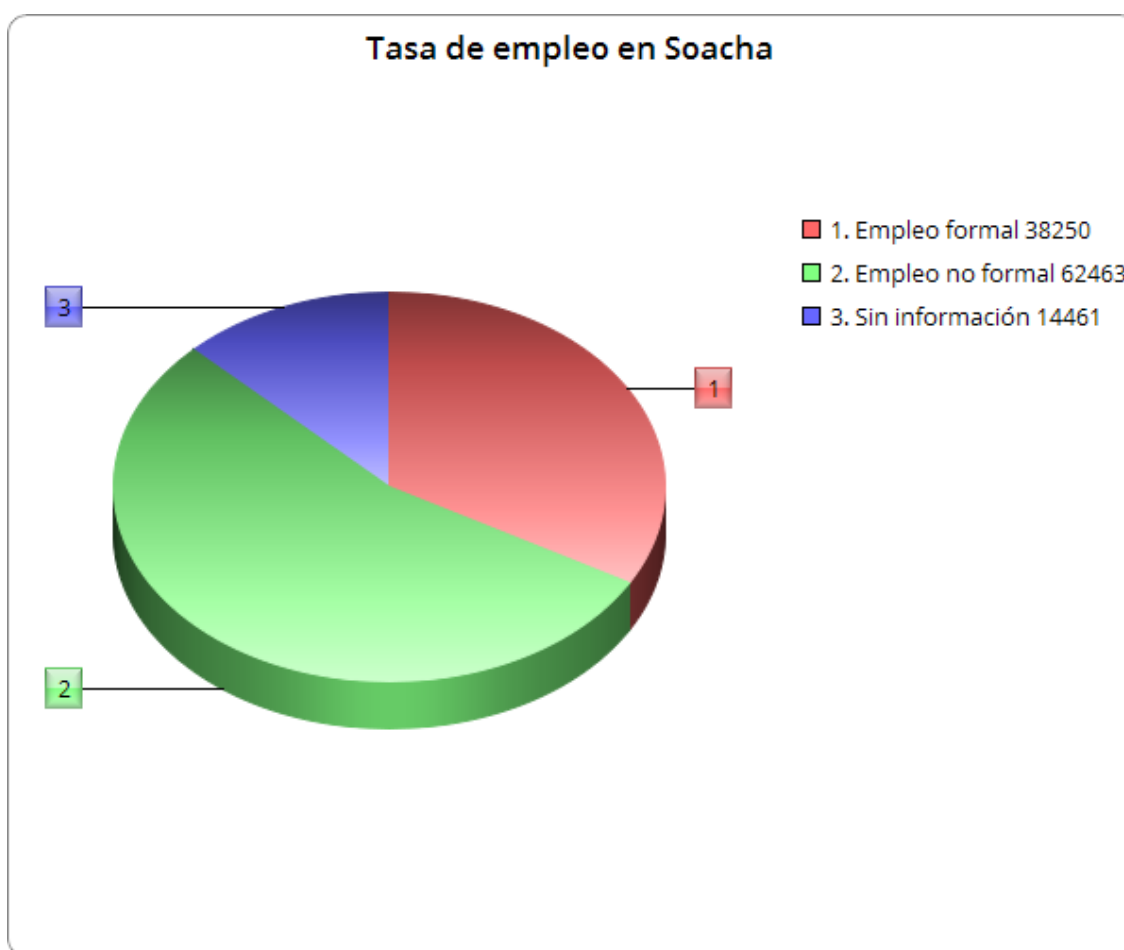



Gráfico 2 (Tasa de empleo en Soacha)

De la anterior gráfica, es importante mencionar que un número importante de familias, se dedica a la comercialización de frutas y verduras, por medio de la informalidad o como

vendedores ambulantes, lo cual en ocasiones ha afectado considerablemente las ventas y la falta de asistencia de los soachunos a las plazas de mercado. La Plaza Principal de Mercado, no es la única en el municipio, en Soacha se cuenta con diferentes plazas de mercado en otras comunas y sectores, las cuales se detallarán a continuación algunas de ellas.

Imagen	Plaza de Mercado	Ubicación
	<p>Plaza de Mercado barrio Compartir</p>	<p>Calle 7 # 14-35 Sur Soacha- comuna 1</p>
	<p>Plaza de Mercado, La Despensa</p>	<p>Carrera 20, #51-91 Comuna 3</p>

		
	<p>Plaza de Mercado, Soacha Centro</p>	<p>Calle 14 #5-08 Soacha Centro, comuna 2</p>

Tabla 1 (Plazas de mercado en Soacha)

La Plaza Principal de Mercado del municipio se destaca por la gran variedad de productos y de tipos de comercio, a continuación en la siguiente tabla, se evidencia un aproximado del número de puestos que comercializan los diferentes productos presentes en la galería del barrio San Luis de Soacha.

<p style="text-align: center;">TIPOS DE COMERCIO</p> <p style="text-align: center;">PLAZA PRINCIPAL DE MERCADO DE SOACHA (Aproximado)</p>	
Restaurantes	8
Artesanías	2
Condimentos y especias	2
Plantas	5
Verduras	26

Frutas	11
Huevos, queso...	3
Carnes, pollo y pescado	5

Tabla 2 (Tipos de Comercio, Plaza de Mercado de Soacha)

El compromiso de rescatar las plazas de mercado y reconocerlas como lugares de gran relevancia cultural, no solo está proyectado por el grupo investigador, desde la Alcaldía Municipal de Soacha, mayor ente democrático del municipio, en cabeza del señor alcalde, Dr. Eleazar González Casas, y su programa de gobierno “Juntos formando ciudad” En el año 2016, se comprometieron con recuperar la Plaza Principal de Mercado, después de una problemática de salubridad y de ser cerrada, el Alcalde, dialogó con los vendedores, los convenció de la necesidad de reestructurar la plaza, cambiar algunas prácticas y recuperar espacios los cuales antes no se les estaba dando el uso correcto, por lo cual la plaza tuvo cambios de imagen en su fachada, su imagen interior y exterior. En la actualidad su aspecto es más amigable con los habitantes. Allí en las instalaciones de la Alcaldía Municipal de Soacha, se encuentra las diferentes dependencias, como Secretaría de Hacienda, Concejo Municipal, entre otros. Este edificio, es el lugar donde se toman las decisiones que buscan mayor bienestar y calidad de vida en la ciudad del dios Varón, al tiempo es uno de los lugares más representativos a nivel histórico y patrimonial para Soacha.



Gráfico 3 (Alcaldía Municipal de Soacha)

Uno de los mayores temas de discusión en la Plaza de Mercado y que se ha convertido en problemática, ha sido la venta ambulante, ocasiona una serie de afectaciones tales como, la invasión del espacio público, arrojo de basuras y desechos en la vía pública, y una de las más controversiales, incluso como las mismas personas de la plaza señalan y es; la afectación de ventas por el hecho de que las personas por cercanía prefieren comprar en la calle y no en la Plaza de Mercado, donde las personas que allí laboran, deben cancelar un valor por el puesto de trabajo, con el fin de garantizar un buen producto a los soachunos. Las personas que se dedican a la venta ambulante, han mostrado su inconformidad de ser reubicados a la plaza, aseguran que no están de acuerdo con pagar por el sitio, y afirman que la venta es más fija, trabajando en la informalidad. Los vendedores de la Plaza, piden medidas drásticas para controlar este hecho.



Gráfico 4 (La Informalidad en Soacha)



Gráfico 5 (Interior, Plaza de Mercado)



Gráfico 6 (Exterior, Plaza de Mercado)



Gráfico 7 (Parqueadero, Plaza de Mercado)

Capítulo II

Propuesta

Con la necesidad de recuperar la Plaza Principal de Mercado de Soacha, por parte de las personas que allí laboran, y del municipio en general; surge el proyecto de investigación “El documental, como reconstrucción de la memoria audiovisual de historias y tradiciones de la Plaza de Mercado de Soacha” que tiene como propósito reconstruir la memoria audiovisual por medio de un documental que permita visibilizar las diferentes tradiciones y manifestaciones culturales de las personas que laboran en este lugar y que busca que los habitantes de la ciudad del dios Varón, se interesen por conocerla, visitarla y comprar allí, como escenario de cultura y patrimonio de Soacha.

La propuesta audiovisual surge ante la relevancia e importancia que tiene las plazas de mercado en los diferentes territorios del país, y que en Soacha, por diferentes problemáticas se ha perdido la tradición de comprar allí. Sin duda alguna, la comercialización de productos como frutas y verduras, es el sustento económico de decenas de familias y que con su trabajo aportan y promueven valores culturales en Soacha.

Este documental, es pionero en reflejar las historias y tradiciones culturales, aportando al patrimonio audiovisual del municipio y reemplazando la mala imagen que se tiene del mismo, que actualmente es blanco de ataques por parte de algunos medios de comunicación, los cuales se empeñan en emitir noticias negativas y olvidan destacar los espacios y escenarios representativos de Soacha como lo es, la Plaza de Mercado.

Durante la inmersión en el campo y el proceso de investigación, a través de la técnica del relato de vida, se conoció los testimonios de personas que llevan laborando más de 35 años en este lugar, y que con preocupación muestran la necesidad de que los habitantes del municipio

acudan al llamado de no dejar perder su plaza, gracias a ellos, se realizó el documental que sin duda alguna es un aporte invaluable a todo el municipio, por su relevancia e innovación en mostrar el valor agregado que tiene la Plaza de Mercado, más allá de ser un espacio para la comercialización de productos del campo.

Resultados esperados

Siguiendo la convicción de lo que realmente es un documental, el cual se enfoca estricta y necesariamente en reflejar hechos netamente cotidianos, bajo esta convicción siempre se mantuvo el principio de representar de forma natural, clara y objetiva, los valores culturales que identifican a la Plaza de Mercado de Soacha, como un escenario y epicentro de historias, tradiciones, y encuentro de las personas del municipio.

Los investigadores tuvieron el interés de saber la opinión de las personas que conocen de manera precisa este lugar y que al ver el documental “Color y Sabor” puedan entregar sus impresiones de cómo a través de este audiovisual, sí se cumple con los objetivos propuestos y que a su vez se vean vinculados y exaltados como protagonistas de este ambiente y escenario cultural, cumpliendo con el llamado a los habitantes del municipio, a visitar y conocer la plaza, que permitirá que no muera en el olvido de sus pobladores.

La relevancia de este proyecto a su vez se ve reflejada también, en la identificación que sientan todas las personas que laboran en la Plaza de Mercado con el documental, serán ellos quienes den la viabilidad a lo que realmente es su cotidianidad, pues gracias al relato de vida permitieron que se pudiera llevar a cabo este trabajo de investigación para ser transmitido a toda la población del municipio, adicionalmente se considera motivo de orgullo para los investigadores, el contribuir y trabajar en pro del municipio de Soacha desde la cultura, la

historia y la memoria, llenando de esta manera las expectativas personales y profesionales que acreditan la formación como comunicadores sociales y periodistas.

Análisis e interpretación de resultados

En las experiencias adquiridas por parte de los investigadores durante la relación del presente trabajo de investigación, se identificó y se estableció que realmente el municipio y sus lugares emblemáticos, son día a día grandes generadores de cultura y a su vez no son reconocidos de esta manera por los demás habitantes, ocasionando así problemáticas tales como el olvido, abandono y desconocimiento de los mismos.

Adicionalmente se conoció que existen grupos y personas que trabajan incluso anónimamente por contribuir a cambiar la imagen del municipio, entre ello desde lo audiovisual, sin embargo falta incentivar aún más estas experiencias y trabajos, debido a la gran población de Soacha, realmente es poca la que se dedica a trabajar por y para Soacha, el aporte del presente proyecto sin duda alguna será ser pionero en la realización de un documental que visibilice todas las prácticas culturales de las personas de la Plaza de Mercado, gracias a la indagación por los diferentes entes y archivos se conoció que actualmente no existe ninguno en el patrimonio audiovisual del municipio.

Sumado a esto, esta tesis junto con el producto comunicativo es decir el audiovisual, tienen como propósito ser referentes para futuras investigaciones y aporte al patrimonio audiovisual de Soacha, este documental será asequible a cualquier persona que esté interesada en conocer en detalle acerca de la historia y riqueza cultural de la Plaza Principal de Mercado de Soacha.

Esta investigación surgió bajo la necesidad de reconocer, exaltar y dignificar el trabajo de las personas que cotidianamente trabajan de manera conjunta, por comercializar los productos de la canasta familiar a los pobladores de Soacha, y que realizan esta labor con la mejor disposición sin importar las dificultades que se puedan presentar, de igual forma se enfatizó en recuperar el valor cultural que tiene la plaza como escenario de encuentro y tradición de las familias soachunas, es de resaltar que los vendedores informales es una población amplia y la informalidad en la venta de productos y alimentos, es uno de los principales oficios con los cuales los ciudadanos de a pie, le hacen quiten frente a las altas tasas de desempleo que hay en Bogotá y Soacha.

Una vez identificadas las razones de peso para realizar la investigación, se comenzó a establecer contacto con los vendedores de la plaza, expertos en temas culturales de la alcaldía municipal, la administradora de la plaza, quien siempre fue una persona atenta y colaboradora con el proyecto, al igual que todos los vendedores, quienes a su vez se motivaron e interesaron por el trabajo y aportaron todos sus conocimientos que permitieron encaminar esta tesis hacia nuevas técnicas de realización audiovisual, aunque no fue un público fácil de llegar a ellos, debido a las diferentes imágenes negativas que recaen sobre la plaza y la presión de algunos medios de comunicación, el grupo investigador se tuvo que ganar poco a poco la confianza de ellos, adicionalmente la timidez fue un factor que tocó tratar de manera especial con las personas de la plaza, pero lo motivador resultó ver el grado de aceptación e interacción que tuvieron con la cámara.

Fueron fines de semanas de grabación en los que se tuvo que en la mayoría de veces pausar, mientras atendían a los clientes, vendían y nuevamente había espacio para retomar y seguir grabando, fueron largas horas de grabación, sin duda alguna quedará para el recuerdo,

las frutas y comida que ofrecieron los vendedores a los investigadores, no hizo falta llevar almuerzo, todos entregaron lo mejor de su carisma para este proyecto. Se conoció de primera mano, las dificultades, desafíos, que día a día sortean para vender los productos que diariamente a las 3 de la mañana son adquiridos en la Plaza de Mercado más importante del país Corabastos.

En la medida que se iban concluyendo los días de grabación, se empezaba a pensar en el montaje, selección del material, musicalización, edición y demás, por supuesto con el compromiso de mostrarles a los participantes del audiovisual, el resultado final, en conclusión fue una gratificante y maravillosa experiencia mutua, para ellos porque tuvieron la oportunidad de sentirse reconocidos y vieron un espacio para impulsar la venta de sus artículos, para los investigadores por la alegría al tener el acercamiento con estas personas que con sus anécdotas, y situaciones espontáneas que provocaban una gran sonrisa para todos.

Discusión de resultados

En definitiva, se considera que el objetivo se cumplió de la mejor manera, mediante la socialización que se realizó directamente con la comunidad de la Plaza de Mercado, se identificó que el proyecto gustó y logró lo que se había trazado desde la propuesta inicial, de igual forma los investigadores recibieron comentarios positivos e inclusive gestos de agradecimiento por parte de personas que no conocían y que realmente valoraron la importancia de este trabajo indagativo y el esfuerzo personal que se hizo para que el proyecto diera los resultados esperados, gracias a todo este tipo de comentarios, halagos, entre otros, los investigadores motivados desde lo personal y profesional, sintieron que cumplieron el compromiso que se tenía con ellos mismos, con las personas de la Plaza, con el objetivo de lograr un trabajo académico de calidad que les permitiera reafirmarse para obtener el título de

Comunicadores Sociales y Periodistas.

Los investigadores también sienten orgullo al ver reflejado que se le cumplió al municipio, ya que los dos investigadores son 100% soachunos, y sienten un amor especial por este territorio que les ha permitido cumplir con sus metas personales propuestas.

Capítulo III

El producto

El proyecto de investigación, “El documental, como reconstrucción de la memoria audiovisual de historias y tradiciones de la Plaza de Mercado de Soacha” en el marco del producto comunicativo Color y Sabor, es un documental dedicado a reconocer y exaltar la Plaza de Mercado del municipio de Soacha como escenario de cultura y epicentro de historias y tradiciones para sus habitantes, dentro de este, a su vez por medio de la técnica del relato de vida se reconoce la labor que realizan las familias que de generación en generación llevan comercializando los productos de la canasta familiar inclusive por más de 50 años.

Este documental es creado con el objetivo de dar a conocer la riqueza cultural de la Plaza de Mercado y desde la reconstrucción de la memoria audiovisual, hace un llamado a los habitantes a no dejar perder este importante entorno de encuentro para las familias de domingo a domingo, lo cual contribuirá a mejorar su imagen que hasta el momento se ha visto afectada por diferentes problemáticas y que desde hace un tiempo de la mano de la administración municipal se inició un proceso de reestructuración, buscando que las personas la conozcan, la visiten y se enamoren de su majestuosidad única y propia de lo que es precisamente una Plaza de Mercado.

Link de la pieza comunicativa:**TRÁILER:** <https://www.youtube.com/watch?v=YQomyvRUWo4>**DOCUMENTAL:** <https://www.youtube.com/watch?v=pWnEpxFkGD4>**Análisis conceptual****Preproducción**

- Título

Una vez identificado el tema de investigación y realización del documental, se estableció primer contacto con las personas de la plaza, se gestionaron los respectivos permisos para grabar en la Plaza de Mercado, y se dialogó con las personas para dar a conocer la temática y propuesta del documental.

Se realizaron las primeras grabaciones de prueba y de allí se empezó a pensar en el nombre que debería llevar el documental, con el propósito que el título hiciera relación de manera clara, pero a la vez que generara curiosidad al espectador de conocer más en detalle acerca del documental. Basados en consejos y asesorías por parte de expertos en temas estratégicos de comunicación y cine, se da el nombre de “Color y Sabor” en la medida que responde al propósito y contextualiza acerca de lo que se quiere mostrar.

- Sinopsis

Color y Sabor, es un audiovisual tipo documental con 19 minutos y 15 segundos de duración, dedicado a reconocer y visibilizar a través de la técnica del relato de vida, las manifestaciones culturales e historias de las personas que llevan durante muchos años

trabajando en la Plaza de Mercado del municipio de Soacha, a su vez invita a visitarla, conocerla y comprar en este importante escenario cultural de la ciudad del dios Varón.

- Documentación e investigación

Una vez conocido los relatos de los vendedores y expertos, se procedió a buscar más información en la Secretaría de Cultura y en la biblioteca municipal, lo cual permitiría tener una fuente confiable que responde a las dudas del grupo investigador y a su vez permitiera conocer de forma más amplia todos los temas claves para el desarrollo de la investigación y realización del audiovisual.

Guion

Imagen	Sonido	Tiempo parcial	Tiempo total
Cabezote	Es lo que somos- Los Guatis	24''	24''
Introducción a Plaza de Mercado	Voz en off narrador Es lo que somos- Los Guatis	54''	1'17''
Entrevista Everardo Herrera, profesional de Patrimonio, tomas de apoyo personas comprando plaza	Musical instrumental fondo	1'46''	3'04''
Narrador habla de protagonistas Plaza de Mercado, tomas de apoyo	Musical instrumental fondo	44''	3'48''
Relato de vida, Cristina Hernández, tomas de apoyo pescado	Musical instrumental fondo	1'34''	5'14''
Narración compañerismo y Virgen con tomas de apoyo	Es lo que somos- Los Guatis	46''	6'00''
Relato de vida Jhon Conde con tomas de apoyo	Es lo que somos- Los Guatis Musical instrumental	57''	6'57''

Entrevista Ana María	fondo Musical instrumental fondo	1'15''	8'24''
Narración voz en off con tomas de apoyo	Musical instrumental fondo	29''	8'53''
Relato Visitantes	Musical instrumental fondo	1'00''	9'53''
Narración voz en off con tomas de apoyo	Es lo que somos- Los Guatis Musical instrumental fondo	1'00''	10'53''
Relato de vida José Jiménez	Es lo que somos- Los Guatis Musical instrumental fondo	1'27''	12'20''
Narración voz en off con tomas de apoyo	Es lo que somos- Los Guatis Musical instrumental fondo	43''	13'03''
Relato de vida Alejandro y María Fernanda Zabala	Es lo que somos- Los Guatis Musical instrumental fondo	2'41''	15'38''
Narrador da despedida, mensajes de invitación de comerciantes	Es lo que somos- Los Guatis Musical instrumental fondo	1'20''	16'51''

Créditos	Es lo que somos- Los Guatis	2'32"	19'15"
----------	-----------------------------	-------	--------

Tabla 3 (Guion)

Plan de rodaje

Fecha	Hora	Actividad
10/septiembre/2017	5:40 am	Encuentro en la casa de Jonathan Torres y se realiza alistamiento de equipos.
	6:15 am	Llegada a Plaza de Mercado, se realiza primer acercamiento a la comunidad.
	6:30 am	Inicio de grabaciones y entrevistas.
	12:00 pm	Final de grabaciones.
21/septiembre/2017	8:00 am	Encuentro en el Parque Principal.
	8:15 am	Se realiza recorrido y grabaciones por los espacios más importantes del municipio para tomas de apoyo.
	1:00 pm	Final de grabaciones.
24/septiembre/2017	8:00 am	Encuentro de documentalistas en Plaza de Mercado.
	8:20 am	Inicio de grabaciones por Plaza de Mercado.
	11:00 am	Refrigerio y carga de equipos.
	12:00 pm	Retoma de grabaciones.
	2:30 pm	Final de grabaciones.
01/octubre/ 2017	7:30 am	Los documentalistas se reúnen en la casa de Jonathan Torres e inician desplazamiento a Plaza de Mercado.
	8:10 am	Llegada a Plaza de Mercado, inicia instalación de equipos.
	8:20 am	Inicio de grabaciones.
	10:50 am	Refrigerio y carga de equipos.
	11:20 am	Retoma de grabaciones.
	1:10 pm	Final de grabaciones.
03/octubre/2017	8:00 am	Casa de Jonathan Torres, se inicia proceso de revisión y selección de material.
	10:30 am	Inicia proceso de edición del documental
11/octubre/2017	12:00 pm	Finaliza proceso de edición del documental
17/octubre/2017	2:00 pm	Aplicación de correcciones y últimos ajustes al documental.
22/octubre/2017	4:00 pm	Finalización del documental.

Presupuesto

Cantidad	Artículo	Valor Unitario	Valor Total
1	iPhone 6s Plus 64Gb- Cámara 4K formato Cine	\$2.860.000	\$2.860.000
1	Cámara Nikon D3200	\$2.441.400	\$2.441.400
1	Cámara Canon Eos 750d	\$2.249.900	\$2.249.900
2	Trípode Canon 1,80cm	\$190.500	\$381.000
2	Computador portátil Lenovo ThinkPad Edge E560	\$2.848.800	\$5.697.600
1	Suite Adobe Creative Cloud 2017	\$3.250.000	\$3.250.000
1	Licencia Office 2016 Home & Business	\$859.000	\$859.000
2	Memorias Kingston SD 32gb clase 10	\$55.000	\$110.000
1	Micrófono solapa de condensador, Audio-Technica Atr3350is	\$114.900	\$114.900
1	Grabador de voz, Sony Icd-ux560f digital Usb integrado Fm 4 Gb	\$364.900	\$364.900
1	Musicalización del documental (Transportes músicos)	\$50.000	\$50.000
10	Alimentación diaria	\$18.000	\$180.000
20	Transporte a tutorías	\$64.000	\$64.000
	VALOR TOTAL		\$15.765.560

Producción

Basados en el plan de rodaje y guion, se procede a realizar las grabaciones desde los ángulos pensados y establecidos en las primeras visitas, posteriormente los protagonistas en este caso los vendedores de la Plaza de Mercado, tienen el espacio de expresarse frente a cámara, y con variedad de planos, movimientos de cámara, entre otros, se recolectó la mayor cantidad de material fílmico suficiente para la postproducción.

Postproducción

La postproducción se dividió en tres categorías o etapas:

- Pre visualización o selección del material

Se visualizó y se seleccionó el material audiovisual que iría en el producto final, esto permitió reducir el tiempo en la edición del documental.

- Edición y montaje

Una vez seleccionado el material y con la musicalización lista, se procedió a iniciar el ensamblaje y montaje del documental en la línea de edición, allí se empezó a trabajar en los caracteres, voz en off, relatos, imágenes y tomas definitivas, entre otros elementos que garantizarán la calidad y cumplimiento del propósito del documental. Este proceso se realizó gracias los programas que vienen incluidos en la suite de Adobe Creative Cloud 2017, programas como: Adobe Photoshop en los recursos gráficos, Adobe Audition en correcciones y limpiezas de audio, Adobe Premiere Pro en la edición y montaje del material audiovisual, de esta manera garantizando un producto óptimo y que a su vez evidenciará la aplicación de los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación profesional de los

investigadores y documentalistas del presente trabajo.

- Difusión del proyecto

Por medio de redes sociales, se realizará la difusión del documental a los habitantes del municipio y a las personas que estén interesadas en general, a conocer acerca de la Plaza Principal de Mercado del municipio de Soacha. El documental está disponible a través de YouTube, de igual forma para un proceso de difusión más amplio, en el programa “Comunidad es” de la emisora Radio Rumbo 107.4 Fm, y la página de la Secretaría de Cultura www.soysoachuno.com se extiende a todo el municipio de Soacha y sus alrededores la invitación a verlo, y comentar sus apreciaciones.

Conclusiones

Una vez realizado el proyecto de investigación y socializado ante la población objeto de estudio y al municipio de Soacha en general, se llegó a diversas conclusiones que ratifican el éxito del trabajo investigativo.

Podemos concluir con orgullo que el presente trabajo de investigación, respondió acertadamente a los vacíos de poca información que se conoce acerca de la Plaza Principal de Mercado del municipio mediante la técnica de investigación aplicada. Se entretajeron los relatos de vida de las personas que por su amplia experiencia adquirida durante décadas en la labor del comercio de productos del campo, logran dar a conocer las historias, tradiciones y prácticas culturales propias de este espacio. A su vez fomentamos la investigación en las ciencias de la comunicación y las ciencias sociales, desde la importancia de complementar información en espacios culturales y sociales de alto interés que carezcan de memoria mediante los relatos.

El trabajo investigativo fue de pleno conocimiento para el 95% de la población de la Plaza de Mercado, favoreció a todos los comerciantes en general por el llamado que se extiende a conocer, visitar y comprar en la Plaza de Mercado del territorio soachuno, y más allá de ser un ejercicio de compra y venta, es un proceso cultural digno de replicar a las próximas generaciones. El 55% de los comerciantes y trabajadores de la Plaza de Mercado, tuvieron la oportunidad de intervenir en el proyecto, permitiendo exaltar y reconocer su ardua labor que día a día realizan en pro de Soacha.

Adicionalmente se concluye que el proyecto de investigación, sí cumple con el propósito de visibilizar la Plaza de Mercado como un lugar de alta relevancia cultural e

histórica del municipio. La pieza comunicativa, fue reconocida por la Secretaría de Cultura como aporte al municipio y fue digna de ser publicada en la página www.soysoachuno.com.

Por último, podemos afirmar que el proyecto de investigación tanto en su parte teórica como comunicativa, será un aporte invaluable al municipio y a los estudiantes que decidan realizar sus investigaciones en espacios culturales de alta relevancia.

Adicionalmente se promueve la comunicación en el trabajo activo y participativo con la comunidad, siguiendo el firme propósito del padre Rafael García Herreros, “Que nadie se quede sin servir”.

Bibliografía

- Arnal, J. Del Rincón, D y Latorre, A. (1992). Investigación educativa. Metodologías de investigación educativa. Barcelona: Labor
- Beltrán, A. y Chuquizán, M. (2015) Memorias de la Plaza de Mercado. (Tesis de pregrado) Corporación Universitaria Minuto de Dios. Girardot, Colombia.
- Bruhn, J. (2014). La comunicación y los medios, metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa.
- Cartagena IAMCR. (2017). Logo Uniminuto. Imagen. Recuperado de: <http://cartagena2017.iamcr.org/2016/10/24/colombia-sede-iamcr/>
- Castiblanco, A. (2011) Revista Ciudad Paz-ando. *Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas, núm 2, pp 123-132.*
- Castillo, R. (2014) Caracas transmedia. Dinámicas transmedia de las culturas juveniles en la plaza de Los Palos Grandes. (Tesis de pregrado) Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- Creswell, J. (2005). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research. Upper Saddle River: Pearson Education.

- Delgado, R. (2007) Los marcos de acción colectiva y sus implicaciones culturales en la construcción de ciudadanía. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.
- Domínguez, G. (2005) Del Huilpil a la Chilaba. (Tesis de pregrado) Universidad de las Américas. Puebla, México.
- Escalona, A. (2012). La cultura popular tradicional como elemento esencial para la transformación sociocultural. Contribuciones a las Ciencias Sociales.
- Florencia, B. (2014). *Cultura popular y nuevos sujetos políticos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Departamento de Publicaciones de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
- Gómez, H. (2005). *Ambientes culturales, mundos mediáticos y nuevos medios, o la totalidad y el orden implicado. Vol. 1. No 2.*
- Google Imágenes. (2017). Mapa de Soacha. Mapa. Recuperado de: <https://www.google.com.co/maps/place/Soacha,+Cundinamarca>
- Infotecarios. (2013). Patrimonio Audiovisual: su relación con la historia y memoria de la sociedad. Recuperado de <http://www.infotecarios.com/patrimonio-audiovisual-su-relacion-con-la-historia-y-memoria-de-la-sociedad/>
- Larrañaga, N. (1999) Revista Latina de Comunicación Social. *El relato de una vida: apuntes teóricos-metodológicos en comunicación, núm 2, pp 1-8*
- León, M. (2006) Servidores del saber, memoria histórica de la Universidad

Nacional de Colombia. (Tesis de maestría) Universidad Nacional de Colombia. Medellín, Colombia.

- López Herrera, M.; López Arística, M. y López Herrera, L, (2012): "Cultura y comunicación: una relación compleja", en Contribuciones a las Ciencias Sociales.
- Molano, O. (2007) Revista Opera. *Identidad cultural un concepto que evoluciona*, Núm 7, pp 69-84.
- Panella, C. (1998). "La historia oral, sus fuentes y archivos". En oficios terrestres, *núm 5*, pp 88-90
- Pedone, C. (2000). Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. *El trabajo de campo y los métodos cualitativos. necesidad de nuevas reflexiones desde las geografías latinoamericanas*, *núm 57*, pp 4 -57.
- Perdomo, C. (2010). Vinculación de pequeños productores al mercado provincias de Soacha y Sumapaz (Cundinamarca). (Documento de trabajo) Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).
- Polkinghorne, D. (1995). Narrative configuration in qualitative analysis. En J. Hatch y R. Wisniewski (Eds), *Life history and narrative*. Londres: Falmer press, 5-23.
- Rabiger, M. (1992). *Directing the documentary*. USA: Focal Press.

- Rabiger, M. (2002). Dirección de documentales. Butterwoth-Heinemann, Department Reed Educational & Professional Publishing Ltd.
- Retamoso, J. (2012). Estudios sobre comunicación y cultura popular en Argentina, en La Trama de la Comunicación, Volumen 16. UNR Editora.
- Rivadeneira Prada, Raúl. (1997). Comunicación y Cultura. Revista Ciencia y Cultura, (2), 98-105.
- Sampieri, H.R. (2014). Metodología de la investigación sexta edición. México: Mc Graw – Hill / interamericana editores, S.A. DE C.V.
- Sandoval Lutrillo, M. A. (2003). Moda y belleza más allá del texto, un análisis de recepción. Tesis Licenciatura. Ciencias de la Comunicación. Departamento de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.
- Universidad Jorge Tadeo Lozano. (2017). El patrimonio audiovisual, un insumo para la sociedad. Bogotá D.C. Recuperado de <http://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/home/1/el-patrimonio-audiovisual-un-insumo-para-la-sociedad>.
- Universidad Jorge Tadeo Lozano. (2017). El patrimonio audiovisual, un insumo para la sociedad. Bogotá D.C. Recuperado de <http://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/home/1/el-patrimonio-audiovisual-un-insumo-para-la-sociedad>.

- Vargas, José. (2003). Teoría de la acción colectiva, sociedad civil y los nuevos movimientos sociales en las nuevas formas de gobernabilidad en Latinoamérica. Revista Latina de Comunicación Social, 54. Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200353vargas.htm>.

Anexos

Dialogo, 7 programa de radio "Comunidad es"

Alejandro: 9 de la mañana en punto y les decimos a todos ustedes, bienvenidos a su programa Comunidad es a través de los 107.4 Fm de Radio Rumbo, quien les habla desde Suacha con Suacha, el varón del sol, Alejandro Mejía.

Mafe: Alejandro buenos días, a todos nuestros oyentes gracias por acompañarnos este nuevo mes, hoy jueves 05 de octubre de 2017, yo soy María Fernanda Zabala.

Agradecemos a nuestros patrocinadores:

1 pauta Mafe:

1 pauta Alejandro:

2 pauta Mafe:

2 pauta Alejandro:

Spot invitados...

Mafe: Hoy invitamos a "Comunidad Es" a Camilo Ospina y Jonathan Torres, estudiantes de Comunicación Social de Uniminuto Soacha, ellos están realizando su tesis de grado acerca de la Plaza de Mercado, y a su vez presentamos en la mesa de trabajo a Jhon Conde, y la señora Amparo, vendedores de este hermoso lugar del municipio de Soacha.

Alejandro: Uno de los lugares en cualquier municipio o territorio de mayor importancia cultural, sin duda alguna es la Plaza de Mercado, y realmente hay que reconocer la labor que día a día desempeñan estas personas que desde muy temprano le ponen sacrificio y corazón para lograr llevar los alimentos de la canasta familiar a las familias de nuestro municipio de Soacha.

Jonathan: Así es Alejandro, y buenos días para nuestros oyentes y para ustedes, gracias por la invitación, y sin más preámbulos le damos la bienvenida a nuestros protagonistas, Jhon, bienvenido a Comunidad Es y cuéntenos, por qué trabajar en la Plaza de Mercado, y cómo llegó allá...

Camilo: Señora Amparo, usted es una de las personas que lleva muchos años en este oficio, pero digámosle a nuestros oyentes, cómo está conformado su núcleo familiar y cuántas personas dependen de ese trabajo en la Plaza de Mercado.

Mafe: Chicos, también aprovechemos el espacio para contarle a los oyentes, cuál es ese trabajo que desde la universidad Uniminuto están realizando ustedes con las personas de la plaza y el municipio en general.

Jonathan: Sí claro, María Fernanda, Alejandro y oyentes, como estudiantes de Uniminuto Regional Soacha, nos sentimos orgullosos y estamos comprometidos con generar impacto en la comunidad y sentido de pertenencia por el territorio, mediante proyectos de comunicación siguiendo la visión misional de Uniminuto "Que nadie se quede sin servir". Buscamos con nuestra tesis de grado, reflejar el rol del comunicador en proyectos de participación ciudadana, en este caso con la comunidad de la Plaza de Mercado, básicamente les contamos que estamos realizando una reconstrucción audiovisual de la Plaza de Mercado, por medio de la técnica del relato de vida con las personas de la plaza que llevan muchos años y conocen claramente las transformaciones que se han venido manifestando, mediante la guía de la profesora Mónica Sánchez, nuestra tesis de grado, dará a conocer a los habitantes, las historias, costumbres y vivencias en el entorno de este importante escenario cultural de nuestro municipio.

Camilo: Como dice Jonathan, buscamos desestigmatizar al territorio de las noticias negativas que emiten constantemente los medios de comunicación, y enfocarnos en historias que en hechos evidencien procesos de comunicación y cultura que son desconocidos incluso para el propio soachuno. Nuestra pieza comunicativa es un documental como aporte a nuestro municipio de Soacha destacando la importancia de no dejar perder nuestro patrimonio audiovisual.

Alejandro: _____

Jonathan: Sra. Amparo, queremos conocer un poco de su día a día en la plaza, ¿Cuál es ese producto que más vende, y el que más se le daña?

Alejandro: _____

Mafe: _____

Camilo: Jhon, ¿Es agotador el trabajo en la plaza?

Jonathan: Sabemos que dentro de este trabajo que es arduo también pasan calamidades, cuál ha sido el tiempo que más ha estado retirada de su trabajo por enfermedad, y por qué se retiró

Alejandro: Bueno queridos oyentes, nos vamos a una pausa, cuando regresemos en Comunidad_Es, vamos a contarles más de estos héroes anónimos que día a día nos brindan lo mejor del campo a nuestra mesa, no se despeguen de Radio Rumbo 107.4 ya regresamos...

2DO BLOQUE

3 pauta Mafe:

3 pauta Alejandro:

4 pauta Mafe:

Mafe:

Alejandro:

Jonathan: Sabemos que ustedes y todos los vendedores de la plaza le dan un valor agregado a su trabajo, cuál es esa manera de atender a las personas de una manera diferente para que se sientan cómodas y bien atendidas

Camilo: Jhon, ¿Por qué ama su trabajo en la Plaza de Mercado del municipio?

Mafe:

Alejandro:

Mafe:

Camilo: ¿Qué expectativas o sueños tienen ustedes con su trabajo?

Jonathan: ¿Qué valores creen que se han perdido y debemos rescatar las personas del municipio?

Alejandro:

Alejandro:

Mafe: Agradecimientos a invitados

Jonathan, Camilo: Despedida oyentes

Invitación a la Plaza de Mercado

(Anexo 1, diálogo programa radial “Comunidad es” Radio Rumbo 107.4 Fm, Jueves 5 de

Octubre 2017)

Fortalezas

- Aumentar el interés por el rescate de la memoria audiovisual en Soacha.
- Fortalecer e impulsar el trabajo de investigación en el municipio a través del relato de vida.
- Dar a conocer las historias, culturas y tradiciones de la plaza de mercado de forma dinámica.

Oportunidades

- Ser innovadores en realizar un documental en la plaza de mercado de Soacha.
- El audiovisual cuenta con recursos comunicativos como fotografías, música exclusiva para la plaza de mercado de Soacha, relatos de vida, entre otros.
- Es un trabajo que exalta la cultura, la historia, las tradiciones, y reconoce la ardua labor de las personas que allí laboran.

Debilidades

- Falta de información bibliográfica.
- Pocos trabajos audiovisuales realizados en la plaza de mercado del municipio.
- No existe un interés de la población por la plaza de mercado del municipio.

Amenazas

- Realización de investigaciones con planteamientos similares.
- Poco interés de participación por parte de la población objeto de estudio.
- Falta de archivos históricos que aporten a la ejecución del proyecto de investigación.

Diagnóstico	Pronóstico	Supervisión Pronóstico
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de un documental, que permita fortalecer la memoria audiovisual de la Plaza de Mercado. • Las personas desconocen la importancia cultural e histórica de la Plaza Principal de Mercado del municipio. • Poco interés por recuperar la Plaza de Mercado, desde la comunicación. • Poca motivación a realizar proyectos de investigación con la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si no se realiza un audiovisual que demuestre la importancia de la Plaza de Mercado, esta podría llegar a perderse por completo, por falta de motivación de los soachunos a conocerla y visitarla. • Menor importancia a realizar proyectos de investigación con el municipio de Soacha. • Posible crecimiento de falta de sentido de pertenencia. • No se realicen trabajos por la recuperación de la memoria audiovisual de Soacha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visitar a la población objeto de estudio • Por medio del relato de vida, lograr recolectar la información necesaria para el trabajo de investigación. • Recolectar recursos audiovisuales para la realización del producto comunicativo. • Realizar el producto comunicativo • Difundirlo.

Anexo 3 (Cuadro, Diagnostico, Pronóstico y Supervisión)