



Diseño de la intervención comunicacional “ASOJOCOFUR se activa” con la Asociación de Jóvenes  
Construyendo Futuro de la vereda Piñal Salado en San Andrés de Tumaco – Nariño. Proyecto de gestión  
desde la comunicación para el desarrollo y cambio social

Edwin Harvey Betancourt Bernal

Juan Sebastián León Rodríguez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Sede Bogotá D.C. - Sede Principal

Programa Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

julio de 2023

Diseño de la intervención comunicacional “ASOJOCOFUR se activa” con la Asociación de Jóvenes  
Construyendo Futuro de la vereda Piñal Salado en San Andrés de Tumaco – Nariño. Proyecto de gestión  
desde la comunicación para el desarrollo y cambio social

Edwin Harvey Betancourt Bernal

Juan Sebastián León Rodríguez

Tesis de Maestría presentado como requisito para optar al título de Magíster en Comunicación,  
Desarrollo y Cambios Social

Asesora

María Isabel Noreña Wiswell

Doctoranda en Comunicación. Profesora FCC

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Sede Bogotá D.C. - Sede Principal

Programa Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

julio de 2023

### Dedicatoria

Este documento, fruto del arduo y riguroso trabajo con el que culmino dos años de crecimiento académico se lo dedico a la memoria de unas magníficas personas que estuvieron presentes en mi vida y partieron de este mundo. A mi papá Alfonso León, a mi primo Diego Rodríguez, a mis tíos Luis Rodríguez y Nepomuseno León, a mis abuelos y amigos que hoy viven en los cientos de recuerdos amorosos que invaden mi corazón día a día.

*Juan Sebastián León Rodríguez*

- Pa...
- Señor
- Esto es para sumercé
- ¿Qué cosa?
- Esta tesis, este logro. Aún recuerdo las tardes en medio de los libros de materialismo dialéctico que yo leía sin entender. Era más bien por el gusto de compartir con sumercé. Gracias papá, porque desde el cielo también hay que celebrar.

A Luisa Fernanda, el amor que engendró mis amores, María José y María Victoria. Las tres son mi vida y para ustedes va este logro.

*Edwin H. Betancourt Bernal*

## Agradecimientos

En primer lugar, le quiero agradecer a Dios por permitirme cumplir las metas que me propuse durante esas frías jornadas de trabajo en Corabastos S.A. en el 2006.

Le agradezco a mi papá, Alfonso León (QEPD), ejemplo de vida, amigo y gran consejero, quien falleció durante el tiempo que cursé esta maestría (julio de 2021) y a mi mamá, Ana Rodríguez, la mujer más admirable e inspiradora en mi vida. Ellos siempre confiaron en mí y me apoyaron en cada decisión que he tomado.

A mis hermanos, Adriana, Henry y Sandra, compañeros activos durante toda mi etapa formativa, desde la primaria, pasando por el bachillerato y el pregrado, hasta este mismo punto.

Así mismo, quiero agradecerle a mi novia, Alexandra Forero Dimaté, quien participó asesorando y capacitando a las personas con las que realizamos este proyecto, mientras me motivaba para seguir adelante y no sucumbir ante el dolor de la muerte. También, a mis amigos que no me dejaron decaer, en especial a tres de ellos, Camilo Muñoz, Diego García y mi coequipero Edwin Betancourt, investigador, gestor desde la comunicación y curador de este documento.

Comenzando el cierre de este apartado, les manifiesto mi gratitud a los jóvenes de Piñal Salado, Estiven, Jader, Darlin, Lucely, Yeison, Marino, Hilario y María. Personas amables, emprendedoras y con la alegría a flor de piel. Igualmente, le expreso mi agradecimiento a María Isabel Noreña, Doctoranda en Comunicación, Magíster en Investigación en Problemas Sociales Contemporáneos. Comunicadora Social y Periodista, tutora de esta tesis. Su voto de confianza, su paciencia y su acertada guía fueron fundamentales para la elaboración de este proyecto.

Quiero hacer una mención especial a Otto, mi mascota. Él es la encarnación perruna del amor incondicional y la lealtad inquebrantable. Son innumerables las noches que se acostó junto a mis pies

acompañándome en aquellas largas y extenuantes jornadas de trabajo diurno y nocturno, desde el pregrado en 2014 hasta el día de hoy, anhelando su compañía por muchos años más.

*Juan Sebastián León Rodríguez*

A María José y María Victoria. Por el tiempo de juegos y cuentos, pelis y columpios, siestas y sueños, que dejamos de compartir. El mismo que ustedes cambiaron por la tierna espera de ver a papá terminar de hacer esta tarea.

A Luisa Fernanda, el amor de mi vida. Por tu paciencia, aliento y comprensión. Por tu mano gentil, oportuna y por la fortuna de escuchar siempre tu cálida voz. Gracias por hacer del amor algo tan real, como cuando lo conviertes en fuerza, paz y tesón.

Gracias a mi madre y mis hermanos. Gracias a mi familia y amigos. El conjunto de su presencia fue un bienestar para el alma.

A mi tutora, profe María Isabel, quien me guio con su particular manera de enseñar.

A los amigos piñalenses que la aventura comunicacional puso en mi camino: Darlin, María Fernanda, Lucelly, Juan Pablo, Yeison, Segundo, Estiven e Hilario. ¡Gracias por todo!

A Sebastián, el coequipero de investigación que se convirtió en mi amigo. Gracias por esas epistemológicas tertulias y los partidos de fútbol.

Gracias mamá Salsa y por cierto, gracias a mí.

*Edwin H. Betancourt Bernal*

## Contenido

1.1.1	Ubicación y descripción socioeconómica del municipio de Tumaco .....	19
1.1.2	Piñal Salado .....	23
1.1.3	La estructuración rural como alternativa a la transformación .....	25
1.1.4	Fomento y promoción de la asociatividad para el fortalecimiento de la economía rural .....	29
2.1	Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR – Perfil de la comunidad .....	33
2.1.1	Perfil de la comunidad .....	35
2.2	Organigrama .....	44
2.3	Recursos, redes de información y comunicación de la comunidad .....	46
2.4	Cartografía de redes y actores .....	47
2.5	Mapa de Grupos de Interés MGI .....	49
2.6	Mapa de actores y relaciones .....	53
2.7	Planilla de prediagnóstico .....	54
2.8	Cuadro de realidades .....	61
2.9	Identificación de nudos críticos y líneas de acción .....	63
2.10	Variables Clave Comunicacionales (VCC) .....	65
2.11	Planilla de actores Variable Clave Comunicacionales .....	67
2.12	Variables Clave Comunicacionales planteadas para intervenir ASOJOCOFUR .....	69
2.12.1	Primera Variable: Los sujetos que entran en relación y la naturaleza de sus vínculos. ....	69
2.12.2	Segunda Variable: Los sentidos que circulan .....	71
2.12.3	Tercera Variable: Significaciones. Políticas y estrategias de comunicación .....	72
2.13	Registro (relevamiento) de las Variables Clave Comunicacionales .....	73
2.14	Análisis participativo de las Necesidades, Oportunidades, Problemas y Soluciones con la matriz NOPS	78
2.15	<i>Matriz NOPS</i> .....	78
2.16	Matriz de Marco Lógico (MML) .....	83
2.16.1	Árbol de Problemas .....	83
2.16.2	Árbol de objetivos .....	86
2.16.3	Estructura Analítica de Proyecto EAP .....	87

2.16.4	Presentación de la Matriz de Marco Lógico .....	89
3.1	Marco Conceptual.....	98
3.2	Marco Teórico.....	109
5.1	Objetivo General.....	119
5.2	Objetivo específico 1.....	119
5.3	Objetivo específico 2.....	119
5.4	Objetivo específico 3.....	119
5.5	Objetivo específico 4.....	119
6.1	Metodología.....	120
6.2	Matriz de análisis para la formulación de estrategias .....	122
6.3	Matriz de correspondencia de estrategias.....	123
6.4	Matriz de estrategia comunicacional: ¡ASOJOCOFUR se activa! .....	125
6.4.1	Matriz de los estructurantes de la acción comunicativa .....	127
6.5	Matriz de actividades del plan de comunicación: Semana de integración comunicacional en ASOJOCOFUR: Asojocomunicación en Piñal Salado .....	128
6.6	Matriz de actividades del plan de comunicaciones.....	130
7.1	Descripción densa del trabajo realizado en territorio y con la comunidad (Bitácora).....	133
7.1.1	Día 1: lunes 8 de mayo. ....	134
7.1.2	Día 2: martes 9 de mayo. ....	141
7.1.3	Día 3: miércoles 10 de mayo. ....	149
7.1.4	Día 4: jueves 11 de mayo. ....	155
7.1.5	Día 5: viernes 12 de mayo. ....	161
7.2	Matriz de brechas (respuestas a las Variables Clave Comunicacionales).....	166
7.2.1	Respuestas de la Variable comunicacional 1: Los sujetos. ....	167
7.2.2	Respuestas de la Variable comunicacional 2: Los sentidos. ....	168
7.2.3	Respuestas de la Variable comunicacional 3: Las significaciones. Políticas y estrategias de comunicación.....	168
7.2.4	Interpretación de las brechas halladas.....	171
8.1	Análisis pre y post de la estrategia comunicacional ¡Asojocofur se activa! por medio de una herramienta de comprensión comunicacional .....	173
8.2	Diseño de la herramienta de comprensión comunicacional .....	173
9.1	Seguimiento de objetivos vs estructura analítica del proyecto.....	179

9.2	Cuadro de correspondencia .....	183
9.3	Hallazgos e intervención inmediata durante la ejecución de la estrategia comunicacional ¡ASOJOCOFUR se activa! .....	185
9.3.1	Uso de Excel .....	185
9.3.2	De logotipo a isologo.....	186
9.3.3	Plan de manejo de residuos sólidos .....	188
9.4	Evidencias del cumplimiento de la estrategia .....	190
9.4.1	Plan de Comunicaciones: Asojocomunicación emancipada .....	191
9.5	Aprendizajes .....	193
9.5.1	Aprendizajes de la etapa 1, correspondiente al diagnóstico. ....	194
9.5.2	Aprendizajes de la etapa 2, correspondiente al Trabajo mancomunado a distancia .....	194
9.5.3	Aprendizajes de la etapa 3, correspondiente a la ejecución de la estrategia en Piñal Salado .	195
10.1	Propuesta de una comunicación intersticial como intervención en las dinámicas socio comunicacionales. ....	201



### Lista de tablas

Tabla 1. Por cargos de la estructura empresarial de ASOJOCOFUR .....	34
Tabla 2. Cronograma etapa 1.....	37
Tabla 3. Representación gráfica de la estructura empresarial (organigrama) de ASOJOCOFUR .....	45
Tabla 4. Los lugares identificados son.....	48
Tabla 5. Junta Directiva.....	50
Tabla 6. Representante Legal y Fiscal .....	50
Tabla 7. Destinatarios .....	50
Tabla 8. Actores que interesan a la Asociación .....	51
Tabla 9. Gobierno Veredal .....	51
Tabla 10. Gobierno Municipal.....	51
Tabla 11. Voluntarios .....	51
Tabla 12. Individuos y donantes .....	51
Tabla 13. Organizaciones de la misma temática y región .....	52
Tabla 14. Estado a nivel Departamental y Nacional (Presencia inconstante).....	52
Tabla 15. Planilla de prediagnóstico. Fuente: Tomado del modelo de Cecilia Ceraso 2011.....	55
Tabla 16. Cuadro de realidades.....	61
Tabla 17. Nudos críticos y líneas de acción en ASOJOCOFUR.....	64
Tabla 18. Planilla de actores VCC para ASOJOCOFUR .....	67
Tabla 19. <i>Estructura de la variable 1.</i> Análisis de la estructuración de VCC 1 .....	69
Tabla 20. <i>Estructura de la variable 2.</i> Análisis de la estructuración de VCC 2. ....	71
Tabla 21. <i>Estructura de la variable 3.</i> Análisis de la estructuración de VCC 2. ....	72
Tabla 22. Registro de variables para ASOJOCOFUR.....	74
Tabla 23. Desarrollo de la matriz NOPS para ASOJOCOFUR .....	78
Tabla 24. Árbol de problemas realizado con los integrantes de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR.....	85
Tabla 25. Árbol de objetivos de ASOJOCOFUR.....	86
Tabla 26. Elementos de la EAP .....	87
Tabla 26.1 .Estructura Analítica del Proyecto para ASOJOCOFUR.....	88
Tabla 27. Matriz de medios de verificación de MML .....	89

Tabla 28. Matriz de identificación de supuestos de MML.....	94
Tabla 29. Matriz de Marco Lógico .....	96
Tabla 30. Estructura del diagnóstico socio comunicacional de Cecilia Ceraso. ....	107
Tabla 31. Estructura de análisis situacional de Washington Uranga. ....	108
Tabla 32. Estructura de la matriz de marco lógico .....	109
Tabla 33. Formulación del objetivo general y los objetivos específicos desde el Árbol de Objetivos de ASOJOCOFUR .....	120
Tabla 34. Matriz de necesidades para el diseño estratégico.....	123
Tabla 35. Matriz de correspondencia de estrategias .....	124
Tabla 36. Matriz de estrategia comunicacional .....	126
Tabla 37. Matriz de los estructurantes de la acción comunicativa.....	127
Tabla 38. Matriz de plan de comunicación .....	129
Tabla 39. Matriz de actividades del plan de comunicaciones .....	131
Tabla 40. Matriz de brechas (respuestas a la VCC).....	169
Tabla 41. Matriz del profesor César Rocha .....	173
Tabla 42. Matriz desarrollada por S. León y E. Betancourt .....	174
Tabla 43. Comparativo estadístico entre categoría y variables en las etapas pre y post de la intervención comunicacional.....	178
Tabla 44. Seguimientos de cumplimiento de objetivos desde la EAP .....	179
Tabla 45. Matriz de seguimiento cumplimiento de objetivos desde la EAP .....	180
Tabla 46. Cuadro de correspondencia .....	183
Tabla 47. Plan de comunicaciones: Asojocomunicación emancipada.....	192
Tabla 48. Presupuesto .....	203

**Lista de figuras**

Figura 1. Comprensión del diagnóstico comunicacional antes de la intervención estratégica. ....	175
Figura 2 Comprensión del diagnóstico comunicacional antes de la intervención estratégica .....	176
Figura 3. Comparativo de variables antes y después de la ejecución de la estrategia comunicacional ¡ASOJOCOFUR se activa! .....	177

**Lista de anexos**

Anexo 1.....	216
Anexo 2.....	216
Anexo 3.....	217

## Resumen

Diseño de la intervención comunicacional “ASOJOCOFUR se activa” con la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro de la vereda Piñal Salado en San Andrés de Tumaco – Nariño, es un proyecto de gestión cuyo proceso contó desde el inicio con la participación de los miembros de la Junta Directiva de la Asociación. Ocho jóvenes pertenecientes a algunos de los sectores históricamente menos favorecidos social, educativa y económicamente en Colombia; afrocolombianos y campesinos.

Conscientes de su inexperiencia a nivel organizacional e interesados por adquirir conocimientos y fortalecer sus habilidades con el fin de activar a ASOJOCOFUR, este grupo de emprendedores tumaqueños aceptó la oferta de trabajar hombro a hombro con un equipo de gestores desde la comunicación, con el objetivo de poner en marcha y de manera continua a su organización cacaotera. La dupla de comunicadores bogotanos debió aprender a sortear los inconvenientes propios de desarrollar una de las tres etapas del proyecto a distancia, comprendida entre julio del 2022 y enero del 2023, mediante encuentros digitales y llamadas telefónicas con una comunidad que vive en la vereda Piñal Salado, distante y carente de una infraestructura telefónica e internet efectiva.

Este proyecto de gestión integró los conocimientos de los gestores y de los miembros de la Asociación, comenzando por el diagnóstico y culminando con la implementación exitosa del Plan de Comunicación construido desde y para Asojocofur.

Usted, apreciado lector, podrá evidenciar como en este proyecto de gestión desde la comunicación, se dio uso a diversas perspectivas teóricas, herramientas metodológicas y combinaciones de estas, para descifrar la realidad comunicacional de los jóvenes piñaleños, permitiéndonos evidenciar las posibilidades de un cambio social desde el desarrollo del potencial humano.

*Palabras clave:* Diseño, comunicación, comunicacional, asociatividad, proyecto, plan, gestión, combinación, cambio, desarrollo, afro, social.

### Abstract

Design of the communicational intervention "ASOJOCOFUR is activated" with the Association of Young People Building the Future of the Piñal Salado village in San Andrés de Tumaco - Nariño, it is a management project whose process counted from the beginning with the participation of the members of the Board Association. Eight young people belonging to some of the historically less favored sectors socially, educationally, and economically in Colombia; Afro-Colombians and peasants.

Aware of their inexperience at an organizational level and interested in acquiring knowledge and strengthening their skills to activate ASOJOCOFUR, this group of entrepreneurs from Tumaco, accepted the offer to work shoulder to shoulder with a team of communication managers, with the objective of starting up and continuously their cocoa organization. The duo of Bogotá communicators had to learn to overcome the inconveniences of developing one of the three stages of the project remotely, between July 2022 and January 2023, through digital meetings and phone calls with a community that lives in the village of Piñal Salado, distant and lacking an effective telephone and internet infrastructure.

This management project integrated the knowledge of the managers and the members of the Association, beginning with the diagnosis and culminating with the successful implementation of the Communication Plan built from and for ASOJOCOFUR.

You, dear reader, will be able to demonstrate how in this project of management from communication, various theoretical perspectives, methodological tools and combination of these were used, to decipher the communication reality of young people from Piña, allowing us to demonstrate the possibilities of a social change from the development of human potential.

*Keywords:* Design, communication, communicational, associativity, project, plan, management, combination, change, development, Afro, social.

## Introducción

Azares del destino llevaron a dos comunicadores sociales estudiantes de la Maestría en comunicación, desarrollo y cambio social, a conocer una población insertada en un rincón occidental de Colombia. Allí se encontraron con una comunidad minimizada en el mapa, condicionada por el asistencialismo desmedido nacional e internacional y golpeada por los males históricos de la nación: la violencia, el desempleo, el narcotráfico, la discriminación, sumando a esto los nefastos isomorfismos culturales contruidos al escuchar la palabra Tumaco, espacio geográfico donde se asienta la vereda Piñal Salado, epicentro no solo para la puesta en marcha de una estrategia comunicacional, sino un sitio epistemológico, fraternal y cálido.

La realidad fue fulminante. Los jóvenes de Piñal Salado están expuestos a una opción de vida resultante de economías ilegales centradas en la producción y transformación de cultivos de uso ilícito, especialmente el de la hoja de coca. Sumado a condiciones precarias, ausencia de políticas de desarrollo, educación, salud (típico panorama nacional), los jóvenes se ven abocados a esta “opción de vida”, la cual en realidad es opción de desplazamiento y muerte.

En este contexto, los comunicadores conocieron a los integrantes de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR. Una organización constituida por mujeres y hombres de la vereda Piñal Salado, quienes ven en su Asociación una opción de resistencia, lucha y cambio. Sin embargo, el caos frente a la gestión, la ausencia de planeación y guías de acción, la hacían de algún modo, inoperante.

Esta realidad abrió un espacio a la comunicación para el desarrollo y el cambio social desde la planificación y gestión desde lo local, con el objetivo de aportar e intervenir a través de una estrategia comunicacional que robusteciera la consolidación de la Asociación como un proyecto productivo, creado desde la comunidad para la comunidad misma, siendo una apuesta transformadora con sentido social en Piñal Salado.

Dos características trascendentales marcan a los ocho jóvenes tumaqueños que conforman la Junta Directiva de ASOJOCOFUR, con quienes trabajamos inicialmente. Una, son negros. Dos, son campesinos. Ingredientes para el amargo cóctel de la discriminación y la sujeción criminal en Colombia. Sin embargo, esta Asociación no renuncia a sus raíces ni a su territorio, buscando oportunidades para demostrar que a través de su trabajo pueden superar los estereotipos y propiciar una mejora social al interior de la comunidad donde viven, sueñan y luchan hombro a hombro con sus pares.

A partir de aquí, los comunicadores sociales iniciaron un proceso de combinación metodológica para abordar la realidad que los avocaba. La fase inicial consistió en el trabajo realizado por el gestor Sebastián León, abordando aspectos organizacionales, productivos y legales de una Asociación que representaba la esperanza de cambio, pero enfrentada a las lides propias del desconocimiento, especialmente administrativas.

Esta fase se caracterizó por generar y fortalecer lazos de confianza, que permitieron conocer las realidades de estos ocho jóvenes emprendedores, su percepción y relación con el territorio. De igual manera, sus motivaciones y el porqué de sus problemáticas respecto al funcionamiento de una Asociación cacaoera creada por ellos mismos.

Como resultado de esta fase, se logró construir una visión conjunta entre el gestor y los jóvenes piñaleños, que permitió abarcar los procesos documentales para la legalización ante los entes gubernamentales, el conocimiento de las funciones de sus cargos y los estatutos que rigen su proyecto asociativo.

Para la segunda fase (julio 2022 – enero 2023), la distancia y el bajo nivel de infraestructura tecnológica de Piñal Salado, generaron una desconexión entre los jóvenes y el gestor (por seis meses), quien en ese momento había retornado a Bogotá. Esto trajo consigo, tanto la dilatación del proceso de activación como el fortalecimiento de la organización, revelando una condición de voluntades cortas y la



dependencia de un constante acompañamiento, mal propio del asistencialismo desmedido en lo político (subsidios), lo social (oenegés), lo religioso entre otros factores.

Para la tercera fase (febrero a junio 2023), se integró al trabajo con la comunidad el gestor Edwin Betancourt, ajustando y complementando el plan de trabajo con la Asociación, coincidiendo su ingreso con mejoras en la cobertura de telefonía e internet en Piñal Salado y un renovado interés de la Asociación por retomar el plan de acción inicial.

Se integró la arista comunicacional. Se sustentó desde el campo de la comunicación a través del diagnóstico en comunicación y el análisis situacional de la realidad comunicacional, buscando integrar los lineamientos de la comunicación para el desarrollo y cambio social, toda vez que el escenario era propicio para realizar estas intervenciones comunicacionales, que rompen con los estereotipos de una comunicación acartonada e instrumentalizada, expresada en funciones mínimas alrededor del mensaje.

De esta manera y tras establecer un cronograma de actividades, el cual inició con reuniones digitales y la proyección de una semana de trabajo presencial en el territorio, se aplicaron instrumentos metodológicos propios de las corrientes comunicacionales de la alteridad, del reconocimiento del otro como generador de sentidos y en especial, el ejercicio de la enunciación como producto de una realidad social. Abordar desde esta mirada a la “realidad” implica cambiar la posición de interpretación de los contextos socio culturales, los cuales se abordan desde una mirada socio comunicacional.

Durante las sesiones digitales se logró un reconocimiento de actores y del territorio, huyendo más allá de la expresión estadística. Se descubrió desde el reconocimiento mutuo, a un grupo de jóvenes que a través de sus vivencias diarias construyen una realidad comunicacional, donde los elementos de una vida cotidiana se transmutan en mundos y memorias, generando un compendio de sentidos, los cuales a través de las tramas culturales, históricas y sociales se convierten en un proceso comunicacional que permite abordar desde el análisis de las situaciones de comunicación, una prospectiva comunicativa.

De esta manera, se formuló la estrategia comunicacional ¡ASOJOCOFUR se activa!, junto al Plan de Comunicaciones: Semana de la Asojocomunicación en Piñal Salado, y el diseño de las actividades comunicacionales a realizar durante el trabajo de campo.

Así las cosas, con la visita a Piñal Salado (del ocho al doce de mayo), el equipo de comunicadores contrastó esa prospectiva comunicacional a través de matrices y herramientas que complementaron las estrategias y planes comunicacionales formulados durante la fase digital, permitiendo seguirla y evaluarla en sus etapas pre y post.

En relación a lo anterior, esperamos que el recorrido de este documento ¡lo haga vibrar! acompañado de una taza de chocolate caliente, probablemente elaborada con una cosecha de cacao tumaqueño, y que ésta lo acompañe por los caminos de una comunicación distinta, que le permita desligar ese territorio y a su gente de los contextos tergiversados por los medios de información, hallando un Tumaco rico culturalmente, ávido de concepciones diferentes y esperanzadoras.

Las páginas a continuación fueron construidas con anhelo, y es nuestro deseo lograr su conexión querido lector, con el amor y la pasión que sentimos al convivir con los habitantes de Tumaco y Piñal Salado, al haber recorrido las adoquinadas calles de la isla, el camino de trocha de la vereda, el mar, la playa del Morro, el calor y el obnubilante aroma del cacao al sol.

## CAPÍTULO I

### 1 Contexto inicial

Las propuestas de transformación surgidas desde la comunicación para el desarrollo y el cambio social, aportan expresiones de progreso y avance para las comunidades donde interviene. El primer paso consiste en realizar un diagnóstico en comunicación para acercarnos a la realidad que buscamos intervenir (Ceraso, 2017), siendo un punto de encuentro a respuestas diversas de problemáticas sociales, donde la interacción entre la comunicación y la transformación del medio permiten encontrar posibilidades de innovación social.

Recorrer San Andrés de Tumaco (reducida en el tiempo a Tumaco), es caminar por una región del Pacífico colombiano llena de matices y contrastes, conocida para algunos y misteriosa para otros. El paradisiaco paisaje de repente se abre ante la ruralidad más cruda, poniendo a la mente y al corazón en un crepitar de emociones encontradas.

Posiblemente sea esa la razón para que Piñal Salado, vereda tumaqueña en la que se yergue la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, no sea la excepción al misterio de la rebeldía, la lucha y el encanto. Por ello es tan importante describir el contexto socioeconómico del municipio para luego centrarnos en el territorio piñalense, tierra de música, cacao, sol, bruma y palmeras.

#### 1.1.1 Ubicación y descripción socioeconómica del municipio de Tumaco

Estos párrafos se quedan cortos ante las múltiples sensaciones que la mente y el cuerpo experimentan al sentir el viento, la humedad, el sopor de las doce del día y la macilenta caída de la tarde tumaqueña. Es una invitación abierta a conocerla.

San Andrés de Tumaco fue fundado el 30 de noviembre de 1640, por el padre Francisco Ruggi. Este territorio era apenas un asentamiento incipiente. En 1861, fue declarado municipio por el presidente Tomás Cipriano de Mosquera y se constituyó uno de los puertos más importantes de Colombia en el océano Pacífico (La Salle, 2023).

Tumaco, conocido como “La Perla del Pacífico” está ubicado al occidente del país.

Tiene una extensión de 3.778 km<sup>2</sup>, que corresponde al 11,4% de área del departamento de Nariño, acogiendo una diversidad de relieves que pasan desde el piedemonte costero, con su selva húmeda tropical, hasta la Llanura del Pacífico, caracterizada por esteros, ríos, quebradas, lagunas, humedales, guandales e islas, en las que predominan los manglares. El Distrito limita, al norte con los municipios de Francisco Pizarro, Roberto Payán y Mosquera, sobre la zona de San Juan de la Costa; al oriente con el municipio de Barbacoas; al sur con la república de Ecuador, y al occidente con el océano Pacífico”. (Alcaldía de Tumaco, 2020)

Biodiversamente esta región posee una amplia variedad ecosistémica al integrar una parte del Chocó Biogeográfico, una región en la que confluyen una gran variedad de ecosistemas, así como diferentes manifestaciones de la naturaleza; relativa frecuencia de sismos y tsunamis, actividad volcánica, lluvias torrenciales, los deslizamientos, la erosión, los cambios en los cauces de los ríos y en la línea de costa, y la influencia de fenómenos como la Niña y el de El Niño. (Alcaldía de Tumaco, 2020)

Respecto a la distribución territorial con relación a la zona urbana y rural, y de acuerdo con el Plan de Desarrollo Enamórate de Tumaco 2020,

Está constituido por 384 veredas, 5 comunas en el área urbana, 13 corregimientos (área no colectiva), 15 consejos comunitarios y 18 resguardos indígenas; esto, distribuido en ocho cuencas hidrográficas: Río Mira, Río Chagüi, Sistema de Esteros, Río Mejicano, Río Curay, Río Mataje, río Rosario y río Colorado, una subcuenca y el río Caunapí. Se encuentra a una distancia aproximada de 300 km de la capital del Departamento de Nariño, San Juan de Pasto, en un recorrido terrestre aproximado de cinco horas por la vía nacional al mar de Nariño” (Alcaldía de Tumaco, 2020).

La agricultura es el pilar económico del municipio en general.

El cacao, coco, plátano, banano, yuca, maíz, frutales (cítricos, borojó, chontaduro, naidí, mango, papaya, guanábana, guayaba, piña), palma de aceite para la agroindustria; la explotación forestal y aserríos locales; la pesca artesanal; la actividad ganadera y pecuaria (cría de cerdos y aves). Igualmente es importante la actividad productiva relacionada con el procesamiento de pescados y mariscos para el mercado local y nacional. (Cámara de Comercio de Tumaco, 2021)

Actualmente la palma africana y el cacao son los productos que lideran los proyectos productivos en el territorio, siendo la palma una opción relativamente nueva, esto si la comparamos con el cacao, un cultivo ancestral que ha tomado fuerza gracias al interés por las propiedades del grano producido en las condiciones que Tumaco ofrece. Portafolio (2021) así lo relata,

Colombia es uno de los productores del mejor cacao del mundo. Es más, el que se produce en Tumaco (Nariño) es considerado uno de los más finos y demandados por la industria del chocolate. La razón es que, al ser sembrado en medio de la selva, los frutos absorben los olores y sabores de la enorme diversidad de árboles y plantas de los alrededores. Estas propiedades organolépticas y el contexto social que rodea la siembra de este producto llamaron la atención de los franceses, quienes se caracterizan por hacer los mejores chocolates del planeta.

Los tumaqueños son bámbara, currulao, salsa, marimba y chirimía, una sonrisa eterna, una carcajada al viento, son lágrimas de mar, sabor de playa, arena y sal, son tambó, ritmo, belleza y majestuosidad. Los tumaqueños son la representación de la lucha y la valentía, del sobreponerse, del surgir entre las olas, el viento, el río y la selva. Sus gentes son un refugio para la vida, la alegría y la esperanza No obstante “el turismo también es una de sus importantes actividades económicas, debido a

sus diferentes paisajes y atractivos naturales que lo caracterizan: ríos, playas, islas, cabos y manglares” (La Salle, 2023).

Su población, según el Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) de 2018 con actualización al 2020, San Andrés de Tumaco tendría una población proyectada a 2022 de 257.326 personas, 137.035 mujeres y 126.291 hombres. Con esto, “se posiciona como el segundo municipio con la mayor población del departamento de Nariño, al representar el 15,8 % del total de la población nariñense”. (La Salle, 2023)

Al pasar las décadas Tumaco fue tomando cierto reconocimiento gracias a sus exponentes deportivos, especialmente en el ámbito futbolístico. Leider Preciado, Carlos “la Gambeta” Estrada, Willington Ortíz entre otros futbolistas, acapararon los reflectores mediáticos por años hasta convertirse en referentes. El factor común de la gente tumaqueña es su afrocolombianidad. Esa es una de sus riquezas más grandes. Su arraigo, su orgullo a flor de piel negra y la constante necesidad de gritar al mundo su ser afrocolombiano y vivir en Tumaco, es un premio doble. No es un hecho aislado pues según el DANE,

En el 2018, la distribución de la población por pertenencia étnica, se autorreconoce como negra, mulata, afrodescendiente, y representó el 83,29 % del total, seguida de la población indígena con el 8,91 %, población sin ningún grupo étnico con el 4,72 % y gitana o rom, junto con raizal del Archipiélago de San Andrés y palenquera de San Basilio, sumaron un 0,05 % de la población”. (La Salle, 2023)

Dice la historia que en sus playas alguna vez se encontró la perla más grande de Sur América, de ahí que se le conozca como la Perla del Pacífico. Se debe tener en cuenta que en “La Perla del Pacífico” del total de la población, el rango de edad que va desde los 0 a los 39 años equivale al 70 %, y las edades comprendidas entre los 0 y los 24 años representa el 47,4 % (La Salle, 2023).

Oficialmente se sabe que 952 familias conformaron el Consejo Comunitario Rescate Las Varas al recibir la titulación en el año 2006 (Diócesis de Tumaco, 2011), lastimosamente se desconoce el número de personas que habitan en las veredas que lo comprenden, teniendo en cuenta que la violencia ha causado el desplazamiento interno en gran parte del territorio nacional y Tumaco no ha sido la excepción, como lo menciona El Nuevo Siglo (2017),

De acuerdo con organizaciones que trabajan en el terreno, son por lo menos 15 grupos armados los que hacen presencia en la zona y se disputan un territorio geoestratégico para el tráfico ilícito por su salida al océano Pacífico, por su cercanía al Ecuador, por sus accesos al interior de Colombia y porque entre sus intrincados caminos de agua hay poco o nulo control estatal.

Esta es la forma en la cual se describe la tierra tumaqueña, quedando la invitación abierta. Propónganse viajar a Tumaco para sentir en su piel la enorme riqueza de sus gentes, la maravilla natural de su ecosistema y la delicia de guardar como recuerdo, la aventura de adentrarse en lo desconocido.

### **1.1.2 Piñal Salado**

Insertado en una cumbre se asienta Piñal Salado. Ubicado geográficamente al sur del casco urbano de Tumaco en el Consejo Comunitario Rescate Las Varas, donde un puñado de veredas convergen y se mantienen en pie, como si de un acto de rebeldía se tratara pese a los embates del conflicto interno, la ausencia estatal y las precarias condiciones que se han perpetuado por décadas en esta porción de tierra nariñense ávida de oportunidades. “Las Varas fue el último territorio afro constituido en Tumaco (2006), en una extensión de cerca de 12 mil hectáreas habitadas por 14.674 personas (Diócesis de Tumaco, 2011).

Piñal Salado fue fundado en 1756 por dos familias líderes, los Bonué y los Burbano, cuya descendencia o apellidos ya no existen en la comunidad. Los fundadores y primeros habitantes, según manifiestan en el Consejo Comunitario Rescate Las Varas, llegaron a este lugar provenientes de

Barbacoas, municipio cercano, buscando refugio ante la persecución de los españoles, desplazándose por trochas y caminos. A esta comunidad se le da el nombre de piñal por un gigantesco frutal de piña silvestre que había en la misma, y salado debido a que cuenta con una quebrada cuya agua salada proviene del mar.

Para llegar a la vereda en transporte público, se debe abordar un taxi o un colectivo en el parque Nariño hasta Chilví, en un recorrido cercano a los 16 kilómetros que tarda aproximadamente 30 minutos. Lo suficiente para deslumbrarse por la majestuosidad del bosque tropical, acompañado de conversaciones embellecidas por el inconfundible acento del Pacífico nariñense, y a la vez, poco para aquel viajero incauto o novato que no conoce lo que sigue.

Una vez llegado a este paraje (Chilví), se debe contratar el servicio de moto taxi que por diez mil pesos desafía un trayecto agreste, menor en distancia (5 kilómetros) con relación a la ya recorrida, pero que consume minutos de manera voraz, tardando media hora en llegar a Piñal Salado. Esta es la única “carretera” de ingreso y egreso de Las Varas, popularmente conocida como la vía a Robles (vereda referente de esta parte de Tumaco) siendo una de las muchas vías “destapadas” de la ruralidad municipal con las que habitantes y visitantes tienen que lidiar constantemente.

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) de 2018 “en el 2022, la mayoría de la población municipal se ubicaría en las zonas rurales del municipio. 170.524 personas se asentarían en centros poblados y territorios rurales dispersos” (La Salle, 2023), exponiéndose éstos, a cientos de miles de golpes, raspones y hasta la misma muerte. Son vías dignas de las películas más bélicas jamás creadas.

Tomar un expreso es una alternativa más económica, aunque menos práctica. Se debe llegar a la zona comercial conocida como La Taguera en Tumaco y esperar a correr con suerte para ser el pasajero que complete el cupo de partida (cuatro pasajeros) o de lo contrario el tiempo de espera aumentará exponencialmente, de igual manera que “la temperatura (26°C promedio) o la humedad relativa (85 %)” (La Salle, 2023).



### **1.1.3 La estructuración rural como alternativa a la transformación**

La ruralidad ha sido uno de los epicentros en la construcción de la comunicación para el desarrollo y el cambio social. En Latinoamérica, Luis Ramiro Beltrán (2006) planteó una teoría a partir de la intervención rural desde la comunicación, no como herramienta sino como elemento clave de transformación al interceder a favor de la clase campesina desde los usos tecnológicos primero, y las acepciones culturales después. Todo para desarrollar una comunicación que desde lo rural partió hacia los centros urbanos y en su camino abrazó a sus integrantes, reconociendo su ruralidad como una capacidad, más como una característica que como una desventaja.

En Colombia la población estimada censada es de 48.258.494 personas (DANE, 2018) siendo un país mayormente rural, ya que el “75,5% de los municipios son rurales, los cuales abarcan el 94,4 % del territorio nacional. En ellos vive el 32 % de la población” (Función Pública, 2015). Eso quiere decir que unas 15.442.718 personas viven en esa ruralidad.

Esta parte de la población ha encarado la ausencia del Estado y el atraso infraestructural del país con ahínco, pese a que las cifras hayan sido por décadas desalentadoras. La siguiente información la presentó la oficina de la Función Pública (2015) en su página web, y cuyas fuentes son: el Departamento de Planeación Pública (DNP), el Departamento Nacional de Estadística (DANE) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

De los 3.718.000 predios rurales inscritos en el catastro nacional, 1,7 millones no cuentan con títulos formales de propiedad, existe un 61 % de déficit de vivienda en el campo, el 64 % de los hogares rurales no tiene acceso a la tierra. La cobertura de acueducto en zona rural es del 53 % y el alcantarillado es del 16 %, mientras en la zona urbana es del 97 % y 92 % respectivamente. Hay 11.5 % de analfabetismo en el campo, 20 % de la población rural entre los 5 y 16 años no asiste a ninguna institución de educación formal. El 23,8% de los jóvenes del campo se encuentran inactivos, frente al 13,1% de los jóvenes de las

zonas urbanas. El 75% de la población ocupada del área rural tiene un ingreso mensual inferior al SMMLV, en el área urbana esta proporción es del 39,4%. Existe un 96.1% de cobertura en salud en las áreas rurales dispersas. Sin embargo, muchos de los centros de salud se encuentran muy distantes de las poblaciones campesinas. (Función Pública, 2015)

En resumidas cuentas, en la “Colombia rural” existe una constante ambivalencia de posesión inmobiliaria, los servicios no son del todo públicos, persiste el analfabetismo, la inactividad de jóvenes en el campo es casi el doble que en las áreas urbanas, y aquellos que sí lograron ocuparse, están mal pagos. El acceso a la salud no es la excepción, pues se ve entorpecido por lo centralizado de la prestación del servicio. Sin olvidar que el mal estado de las vías terciarias en el país representa otra variable al momento de acudir a los centros prestadores del vital servicio.

Al rededor del 69,5 % de las carreteras colombianas son vías terciarias, muchas en mal estado o convertidas en caminos de trocha que generan una grave desconexión entre varios municipios del país (...), en el gobierno de Iván Duque se realizaron inversiones por \$5,6 billones y se destinaron a 1.529 proyectos en 1.054 municipios, pero fuentes académicas apuntan a que solo entre el 6 % y el 8 % de las vías terciarias estaría en buen estado. (Infobae, 2022)

Por estas razones el mejoramiento de las condiciones de la población campesina de Colombia tomó un lugar preponderante en la discusión nacional, epicentro del conflicto armado y ahora lugar para la transformación del panorama nacional. El primer punto del Acuerdo de Paz, firmado el 24 de noviembre de 2016 entre el gobierno colombiano y las extintas FARC-EP, “Hacia un Nuevo Campo Colombiano: Reforma Rural Integral”, refleja la importancia de suplir esta necesidad en el cumplimiento de este primer apartado,

Contribuirá a la transformación estructural del campo, cerrando las brechas entre el campo y la ciudad y creando condiciones de bienestar y buen vivir para la población rural. La “Reforma Rural Integral” debe unir las regiones, contribuir a erradicar la pobreza, promover la igualdad y asegurar el pleno disfrute de los derechos de la ciudadanía. (Acuerdo Final, 2016)

En el documento elaborado por la Oficina del Alto Comisionado para la Paz “El Acuerdo Final de Paz. La oportunidad para construir paz”, se menciona que la Reforma Rural Integral (RRI):

Busca la erradicación de la pobreza rural extrema y la disminución en un 50 % de la pobreza en el campo en un plazo de 10 años, la promoción de la igualdad, el cierre de la brecha entre el campo y la ciudad, la reactivación del campo y, en especial, el desarrollo de la agricultura campesina, familiar y comunitaria. Este acuerdo busca que los habitantes del campo: 1. Tengan tierra. 2. Tengan como poner a producirla. 3. Participen en la planeación de sus regiones.

De esta manera y según el Acuerdo Final (2016) se determinan los siguientes factores como claves para la consecución de las metas previstas: desarrollo integral del campo, igualdad y enfoque de género, bienestar y buen vivir, priorización de población y territorios, integralidad, restablecimiento de los derechos de las víctimas, regularización de la propiedad, derecho a la alimentación, participación ciudadana, beneficio, impacto y medición del RRI, desarrollo sostenible y presencia del Estado, democratización del acceso y uso de la tierra.

Del Acuerdo de Paz surge la Ley 1876 de 2017, con la que se crean el Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria (SNIA), el servicio público de extensión agropecuaria, así como la normativa para la prestación del mismo. Es de esta manera que se busca fortalecer, promover e implementar la investigación, capacitación, desarrollo y transferencia de tecnología, y la gestión del conocimiento local,

tradicional y ancestral para el mejoramiento de la productividad agropecuaria participativamente en Colombia. (Fundación Microfinanzas BBVA, 2017)

Haciendo una aproximación más detallada a los conceptos que atañen la RRI, específicamente en la prestación del servicio público de extensión agropecuaria es preciso hacer hincapié en las siguientes dos definiciones:

1. Sector agropecuario. Se entiende por sector agropecuario aquel cuya actividad económica está circunscrita a los ámbitos agrícola, pecuario, forestal, acuícola y pesquero, así como la adecuación y la transformación de la producción, los servicios de apoyo asociados y la comercialización de productos primarios.
2. Ordenamiento productivo y social del territorio. Proceso de planificación participativo y multisectorial de carácter técnico, administrativo y político, que permite la armonización de los usos agropecuarios y la tenencia de la tierra rural, privilegiando el adecuado equilibrio entre la producción agropecuaria (agrícola, pecuaria, forestal, acuícola, pesquera, la adecuación y transformación de la producción), el uso eficiente del suelo, y la sostenibilidad social, ambiental y económica, orientado al logro de la competitividad sectorial. (Ministerio de Justicia, 2017)

Es también el Ministerio de Justicia (2017) quien de termina que esta Ley se basa en los siguientes lineamientos: articulación, enfoque territorial, enfoque diferencial, enfoque de asociatividad, ordenamiento social, uso productivo del territorio, participación de los actores del SNIA, desarrollo sostenible, orientación al mercado e incorporación a cadenas de valor, gradualidad y temporalidad, propiedad intelectual, productores como agentes de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), seguridad alimentaria y nutricional.

También en los territorios hacen presencia entidades u organismos de cooperación internacional. La Agencia para el Desarrollo Internacional (USAID por su sigla en inglés), trabaja con las comunidades, planes, programas y proyectos acorde a las necesidades y potencialidades locales, ya sea articulando con otros actores, formulando y/o financiando iniciativas productivas o de preservación. En el 2021 los Consejos Comunitarios Bajo Mira y Frontera de Tumaco, concretaron con la Federación de Chocolateros de Francia un acuerdo comercial con el que inicialmente 200 familias productoras de cacao se vieron beneficiadas, con la meta de alcanzar a 600 familias en total. El mediador en esta alianza comercial fue USAID a través de su programa Páramos y Bosques, con el que promueven la conservación del bosque y la mitigación del cambio climático (Portafolio, 2021). A diferencia de la palma africana el cacao no es un monocultivo, por el contrario, se beneficia al compartir el suelo con cultivos de plátano, naranja y otros árboles, sin importar que sean frutales. Este aspecto los hace idóneos a la hora de establecer un cultivo productivo con fines de preservación forestal.

#### **1.1.4 Fomento y promoción de la asociatividad para el fortalecimiento de la economía rural**

La biodiversidad de Tumaco ofrece amplias posibilidades para los productores agrícolas. Sin embargo, afrontar individualmente las cargas propias de un cultivo realizado de manera tradicional o convencional (siembra, podas, manejo integrado de plagas y enfermedades, elaboración de drenaje, estudio de suelo, cosecha, secado, selección de grano, fermentación y venta) de media hectárea o más, representa una enorme carga laboral y pecuniaria.

En algunos casos esta situación los ha llevado a abandonar sus cultivos, acarreándoles pérdidas de tiempo y dinero. Tras eso surgen dos opciones. Pagar un jornal equivalente a \$70.000 pesos el día por “empleado”, o hacer un trabajo colaborativo asociativo en el que un grupo de socios se organiza para intervenir sus cultivos progresivamente.

La asociatividad en los territorios rurales representa el esfuerzo de los productores para no sucumbir ante las muchas variables de las dinámicas productivas y comerciales. No obstante, el

conformar una Asociación no es suficiente, debe haber vínculos entre los demás actores inmersos en las cadenas de valor. El Título II Capítulo I de la Constitución Política de Colombia reza “El Estado deberá velar por proteger y promover las formas de Asociación”.

En este sentido y continuando con lo legislativo, la Ley 1876 de 2017 sostiene,

El gobierno fomentará y promoverá la asociatividad, encadenamientos y alianzas productivas entre pequeños, medianos y grandes productores, así como con procesadores, comercializadores y exportadores con el fin de garantizar una producción a escala y competitiva e insertada en cadenas de valor agregado que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de los habitantes del campo en general y en particular de los pequeños productores. Para ello brindará asistencia técnica, jurídica y económica (crédito o financiamiento) a los pequeños productores con el fin de garantizar proyectos de economías familiares y asociativas, equilibradas y sostenibles. (Ministerio de Justicia, 2017)

De igual manera, la Agencia de Desarrollo Rural (ADR) es uno de estos actores estatales involucrados en la consolidación de la asociatividad, basándola en lo solidario y colaborativo como aspectos fundamentales para la ayuda entre productores rurales, organizados para obtener no solo mejoras en niveles técnicos y productivos, sino también mejorar las condiciones de vida de las comunidades rurales y obtener un mayor desarrollo social integral del territorio (Confecámaras, 2023).

El estudio realizado por Confecámaras en 2023 “Asociatividad: mecanismo para la transformación productiva del sector agrícola en Colombia”, define que “la asociatividad es un mecanismo de empoderamiento de comunidades vulnerables como los jóvenes, las mujeres o las poblaciones víctimas del conflicto armado” Concluyendo que,

Es importante fortalecer el apoyo que reciben aquellas organizaciones que cuentan con un fin económico o social para mejorar las condiciones de vida de estas personas. En este

sentido, programas de capacitación en liderazgo, resolución de conflictos y trabajo en equipo, así como conocimientos técnicos agropecuarios, y habilidades financieras son una alternativa viable para alcanzar dicho objetivo. (Confecámaras, 2023)

## **CAPÍTULO II**

### **2 Diagnóstico**

Cuando gestionamos un proyecto de intervención como equipo de trabajo, no asumimos la responsabilidad de plantear las situaciones problema y mucho menos sus posibles soluciones, es decir, no somos un grupo de salvadores. Estas acciones provienen de un buen diagnóstico, resultado de una investigación consciente, hecha de la mano con la comunidad.

Las personas que asumen los procesos de investigación, intervención y/o gestión, son los encargados de escoger con rigor las herramientas metodológicas participativas adecuadas para recopilar la información, pero son ellos (la comunidad) quienes por el conocimiento de su territorio, son dueños de sus propias narrativas y por lo tanto, conocen con certeza sus necesidades. “La historia nos demuestra la existencia de saberes que, asociados a determinados poderes y relacionados con las prácticas sociales predominantes en una época histórica, guían la acción de las personas, los grupos y las comunidades” (Uranga, 2014. p. 5). Nos encontramos en el territorio para colaborar construyendo procesos de manera colectiva, no para gerenciar ni para administrar de manera paternalista.

La comunicación es la piedra angular para la edificación de procesos colectivos y la construcción del tejido social. Saber escuchar garantiza la fluidez multidireccional de la comunicación y por ello es de suma importancia, no solo por el respeto hacia quien nos habla, sino porque es la clave de la investigación. El respeto a la metodología significa respetar a los demás.

Para el desarrollo de este proyecto, se iniciaron conversaciones con la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR por medio de su Representante Legal Estiven Tenorio Montaña a través de una serie de diálogos dados con Sebastián León, uno de los dos gestores inmersos en esta

labor, quien conoce esta comunidad desde el año 2022, siendo responsable de la primera etapa de realización de talleres en el casco urbano de Tumaco, la vereda Piñal Salado y reuniones digitales desde Bogotá.

El primer contacto se dio de manera telefónica el 22 de marzo del 2022 y posteriormente el 19 de abril se llevó a cabo el primer encuentro en la sede del Sena Muelle Tumaco, donde se coordinó el encuentro inicial el día 21 de abril con la Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Tras realizar la socialización del contexto de acción con estos y el Fiscal de ASOJOCOFUR, se ajustó un cronograma que incluía un total de diez reuniones para el desarrollo de siete talleres, enfocados en el fortalecimiento de los conceptos de Asociación desde su funcionamiento e implementación en ASOJOCOFUR.

Como gestores debemos estar dispuestos a adaptarnos a los contextos sociales y culturales propios de las dinámicas del territorio. La metodología implementada para la obtención de la información relevante fue la Metodología de Marco Lógico, con el fin de ir proyectando los elementos de formulación de la estrategia comunicacional y su respectivo plan de comunicaciones. Su selección se basó en que,

Puede utilizarse en todas las etapas del proyecto: En la identificación y valoración de actividades que encajen en el marco de los programas país, en la preparación del diseño de los proyectos de manera sistemática y lógica, en la valoración del diseño de los proyectos, en la implementación de los proyectos aprobados y en el monitoreo, revisión y evaluación del progreso y desempeño de los Proyectos. (Ortegón, 2005, p.15)

De esta metodología se usaron los instrumentos, mapa de involucrados, árbol de problemas, árbol de oportunidades y la estructura analítica del proyecto (EAP), con los cuales se formuló la matriz de marco lógico, siendo este el producto de la metodología para la formulación del diagnóstico.



## **2.1 Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR – Perfil de la comunidad**

La Asociación Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, fundada el 28 de septiembre de 2021 y registrada ante la Cámara de Comercio de Tumaco el 26 de noviembre del mismo año, está conformada en su mayoría por jóvenes mayores de 18 y menores de 30 años y de acuerdo a lo manifestado abiertamente por la Junta Directiva, su Fiscal y Representante Legal, la idea partió de una iniciativa denominada Proyecto Junt@s, ejecutada de manera inconclusa y poco participativa, menospreciando la ausencia de los conocimientos propios sobre el funcionamiento de una organización, en este caso de tipo ESAL (Entidad sin Ánimo de Lucro). Este desconocimiento fue una de las razones que los llevó hacia una etapa de inactividad, alejándolos de su objeto y objetivo social.

ASOJOCOFUR, según reposa en el certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio de Tumaco, tiene como objeto social “promover y desarrollar actividades de carácter económico, social, cultural y ambiental relacionados con la producción, transformación y comercialización de productos y servicios derivados de la actividad agropecuaria”. Mientras que su objetivo social, es quitarle jóvenes al conflicto, captándolos como socios activos para mantenerlos alejados de la vida delictiva. Se debe entender como socios activos a aquellas personas que siembran y venden cacao, participando constantemente de las actividades de la Asociación.

El liderazgo de las actividades a desarrollar fue delegado por los miembros de la Junta Directiva, el Fiscal y el Representante Legal de ASOJOCOFUR, al presidente de la misma y líder veredal Jader Alexis Meza, quien por solicitud propia se hace llamar Juan Pablo. Él fue responsable de citar a los participantes de los talleres y gestionar la consecución y adecuación del aula de clases donde se realizaron las reuniones. Por cuestiones laborales Estiven Tenorio y Segundo Hilario no asistieron a tres encuentros.

La Junta Directiva está compuesta por seis personas a saber: presidente Jader Alexis Meza Guisamano, vicepresidente Darlin Mireya Cabezas Ortiz, secretaria Lucelly Valencia Riasco, tesorero

Yeison Alexander Rogallego Suárez, Fiscal Segundo Marino Torres Cabezas, vocal principal Segundo Hilario Bermúdez Cabezas Suárez, como vocal 1 Luisa Emelda Estupiñán Segura, vocal 2 Hilary Vanessa Ortiz Iturre, Representante Legal Estiven Tenorio Montaña, cuyas edades van de los 18 hasta los 35 años. Los cargos de Fiscal y Representante Legal son desempeñados por hombres menores de 30 años. De la Junta Directiva solo una integrante no tiene estudios técnicos.

**Tabla 1. Por cargos de la estructura empresarial de ASOJOCOFUR**

Cargo	Nombre	Edad	Nivel Educativo	Institución
Fiscal	Segundo Marino Torres Cabezas	22	Técnico laboral en manejo de cultivo de palma africana	I E Técnica Agroindustrial San Luis Robles
Presidente	Jader Alexis Meza Guisamano	31	Técnico agropecuario	SENA
Vicepresidente	Darlin Mireya Cabezas Ortiz	21	Técnico en cultivo agrícola	SENA
Secretaria	Lucelly Valencia Riascos	22	Técnico en secretariado ejecutivo	FUTES
Tesorero	Yeison Rogallego	26	Social productivo	Inesur
Vocal 1	Segundo Hilario Bermúdez	35	Técnico en Producción agropecuaria	SENA
Vocal 2	Hilary Vanessa Ortiz Iturre	18	Bachiller	
Representante Legal	Estiven Tenorio Montaña	28	Técnico en Producción agropecuaria	SENA

Pese a que siete de los ocho miembros de la Asociación tienen estudios técnicos, solo dos (Yeison y Segundo Hilario) han sido contratados formalmente para desempeñar labores directamente relacionadas con su educación posmedia. Dos han realizado labores informales relacionadas con su educación técnica (Estiven Tenorio y Jader Meza) y tres nunca han desempeñado de manera formal ni informal labores acordes a su título técnico (Segundo Marino Torres, Darlin Cabezas y Lucelly Valencia), aunque la señorita Lucelly funge como secretaria de la Asociación, este cargo lo ha desempeñado sin remuneración económica.

### **2.1.1 Perfil de la comunidad**

La asociatividad representa para el Estado una herramienta de transformación social que le permite a las comunidades (mediante una serie de Leyes, programas y proyectos destinados a incentivar esta práctica) crear proyectos productivos desde su sentir particular, o direccionar los que ya existen, para lograr un bien común. Sin embargo, se hace imperativo dotarles de conocimientos para mejorar su efectividad y prolongar su existencia activa.

Generar espacios de enacción al interior de la Junta Directiva, junto al Fiscal y el Representante Legal, podría brindar las bases conceptuales necesarias para que se establezca colaborativamente con los socios de ASOJOCOFUR, una visión, una misión y unos valores organizacionales que propicien la transformación territorial.

La intervención que buscamos se construye desde la gestión, la planeación y la formulación de estrategias que respondan a las necesidades propias de la comunidad u organización. De igual manera, incorporamos una perspectiva comunicacional desde sus postulados de enacción, alteridad, enunciación y prácticas sociales, articuladas con lineamientos de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, haciendo que esta perspectiva tome un rol preponderante, siendo productora de sentidos y enlace de acciones comunitarias nacidas a partir de las vivencias en sociedad.

No se trata simplemente de incluir los términos “comunicación o comunicacional” para dar por sentado su presencia y efecto. Se trata de un redescubrimiento de la esencia comunicativa a partir de su comprensión como elemento intrínseco del devenir cotidiano. Como lo señala Uranga (2017) “las prácticas sociales desde la comunicación son prácticas de enunciación”, es decir, un continuo accionar o movimiento del que dan fe los integrantes, en este caso de la vereda Piñal Salado, quienes al representarse de manera organizacional en la Asociación ASOJOCOFUR, traen consigo desde la comunicación sus prácticas culturales, sociales y humanas. Toda una alteridad como diría Cecilia Ceraso (2011).

Por eso la importancia de gestionar desde la comunicación las interacciones de quienes habitan en Piñal Salado y conforman la Asociación, ya que sus sentires nos pueden conducir comunicacionalmente hacia situaciones de índole organizacional administrativo, siendo esta la representación de la transdisciplinariedad comunicativa.

Escuchar entonces al líder comunitario Estiven Tenorio, al líder veredal y barbero Jader Alexis Meza, a la técnica agropecuaria y ama de casa Darlin Mireya Cabeza, al líder en proyectos de inclusión infantil Yeison Rogallego, a la técnica en secretariado Lucelly Valencia Riasco o a Segundo Marino Torres Cabezas, entre otros habitantes de la vereda Piñal Salado, es adentrarnos desde su oralidad hacia testimonios respecto al desempleo, reafirmando que la violencia surgida por los cultivos de uso ilícito como la hoja de coca, han mantenido la brecha entre una vida digna y una vida ilegal, siendo estas vivencias, expresiones comunicacionales veraces desde su cotidianidad.

De esta manera, la articulación entre la comunicación y el diario vivir revelan el punto clave que requiere de atención. Una comunidad de jóvenes entre 18 y 29 años con formación técnica, engrosa las cifras del alto índice de desempleo en Tumaco, expuestos a una baja calidad de vida, convirtiéndose en los actores principales de esta problemática. Sus roles y dinámicas de participación determinan su comportamiento en sociedad, el cual está enmarcado en las necesidades y/o carencias que padecen, los bajos niveles de desarrollo y las condiciones de vida deficitaria a las que se exponen, siendo estos factores los elementos de alerta para una intervención (Ortegón et al, 2005), desde la planificación y lo estratégico.

Como se indicó anteriormente, en la socialización llevada a cabo el 21 de abril del 2022 se intercambiaron conceptos, identificando entre sus falencias, el desconocimiento de los estatutos de la ESAL y la falta de formación organizacional y asociativa. Por ello, se pactaron 10 sesiones presenciales de trabajo colaborativo, junto con un contenido programático sujeto a los cambios que surgiesen por diferentes factores: interés o desinterés en temas específicos, lluvias que impidieran el ingreso a la

vereda por el mal estado de la única vía de entrada y salida, complicaciones del orden público, falta de quorum, entre otros.

El siguiente es el cronograma acordado entre ASOJOCOFUR y el gestor Sebastián León para iniciar la primera etapa de trabajo colaborativo.

**Tabla 2. Cronograma etapa 1**

Cronograma Etapa 1
<p><b>Abril 21 / 2022</b></p> <p>Socialización en territorio</p>
<p><b>1° encuentro: abril 22</b></p> <p>Presentación grabada en audio y conversatorio acerca del papel de la comunicación en las organizaciones.</p> <p>Conformación del grupo focal.</p> <p>Realización de encuesta.</p>
<p><b>2° encuentro: abril 26 / 2022</b></p> <p>Ejercicio exploratorio de viabilidad del proyecto productivo con base a cultivos de yuca, coco, plátano, palma africana o cacao. Realización del diagnóstico organizacional.</p> <p>Explicación y creación colectiva del NOPS, árbol de problemas y árbol de objetivos</p>
<p><b>3° encuentro: abril 27 / 2022</b></p> <p>Taller: conceptos relacionados a como conformar una Asociación (cargos, finanzas, etc.).</p> <p>Construcción del listado de necesidades tangibles e intangibles de la organización.</p> <p>Representación gráfica colaborativa del territorio: cartografía de tiempo presente.</p> <p>Posible convenio con tres organizaciones cacaoteras del consejo comunitario Rescate Las Varas: Cortepaz, Coopoteva, Afromuvaras.</p>
<p><b>4° encuentro: abril 28 / 2022</b></p> <p>Lectura y revisión Estatutos de ASOJOCOFUR.</p> <p>Socialización de conceptos referentes a como conformar una Asociación (cargos, finanzas, etc.)</p>
<p><b>5° encuentro: abril 29 / 2022</b></p> <p>Representación gráfica colaborativa del el territorio: cartografía de redes.</p> <p>Representación gráfica colaborativa del territorio: cartografía de actores.</p> <p>Representación gráfica colaborativa del territorio: cartografía de tiempo Pasado</p>

Cronograma Etapa 1
<p><b>6° encuentro: mayo 03 / 2022</b></p> <p>Taller presencial de formulación de proyectos productivos realizado por la ingeniera agrónoma especialista en comunicación ambiental y desarrollo de la comunidad y magister en admón. de empresas Alexandra Forero.</p>

Cronograma Etapa 1
<p><b>7° encuentro: mayo 04/ 2022</b></p> <p>Representación gráfica colaborativa del territorio: cartografía de tiempo futuro. Exposición de cartografías.</p>
<p><b>8° encuentro: mayo 05 / 2022</b></p> <p>Taller de formulación de Perfil de proyecto y como participar en una convocatoria a cargo de la ingeniera agrónoma especialista en educación ambiental y desarrollo de la comunidad y magister en admón. de empresas Alexandra Forero.</p>
<p><b>9° encuentro: mayo 06 / 2022</b></p> <p>Salida de campo. Intercambio de saberes con Procacao. Acuerdo de cooperación</p>
<p><b>10° encuentro mayo 27 / 2022 Seminario de la APP Línea productiva de cacao</b></p> <p>Primera actividad de la Asociación ASOJOCOFUR, con la Mesa técnica de la APP: Presentación formal ante las 13 asociaciones cacaoteras vinculadas a la Alianza Público Privada.</p>

Se obtuvo información relevante respecto a los canales y flujos de comunicación, el lenguaje y los códigos que utilizan en la vereda. También los jóvenes miembros de la Junta Directiva, el Fiscal y el Representante Legal, propusieron que para cumplir con su objetivo social, ellos podrían ser actores replicadores de las capacitaciones que recibieran, impartiendo los talleres a su base social.

En la primera sesión de trabajo, que se efectuó el día (22 de abril) se realizaron dos actividades. La primera, una encuesta que permitiera tener una aproximación al contexto social, comunicativo, educativo, laboral y económico de los integrantes de la Junta Directiva, el Fiscal y del representante Legal. La segunda, fue una presentación personal para crear lazos de confianza, ampliando la información obtenida en la encuesta. A continuación, se adjunta la encuesta realizada a uno de los integrantes de la Asociación (Ver anexos 1 – 2).

Este hipervínculo direcciona a uno de los audios de la presentación de un miembro de ASOJOCOFUR. <https://soundcloud.com/ASOJOCOFUR-social>

Segundo encuentro, abril 26 del 2022. Se dio inicio a las actividades a las 2:00 p. m. en las instalaciones de la escuela de Piñal Salado, partiendo de la exploración de unas posibles líneas productivas en las que se podría enfocar el objeto social de ASOJOCOFUR. Yuca, coco, plátano, palma africana o cacao fueron las opciones analizadas por los miembros de la Asociación presentes, siendo ellos quienes optaran por mantener al cacao como su línea base. Enseguida se elaboró el diagnóstico organizacional, mediante el levantamiento de información, con una herramienta de recopilación de información cualitativa y cuantitativa. Temas relacionados a la conformación de la ESAL, su gobernanza, producción, venta y contabilidad determinaron que su inactividad depende del desconocimiento de funciones de sus cargos, también, porque carecen de formación en aspectos organizacionales: estructura administrativa (esto comprende también la creación, importancia y funciones de los comités) capacitación en liderazgo, habilidades fuertes, habilidades blandas y gestión documental.

Después de un descanso de quince minutos se retomaron las actividades con la explicación de la matriz de Necesidades, Oportunidades, Problemas y Soluciones (NOPS), árbol de problemas y árbol de objetivos. Pasando de la teoría a la práctica con un ejercicio orientado a reflejar su realidad en estas herramientas metodológicas, base fundamental para la estructuración de este proyecto, las cuales serían complementadas durante el desarrollo del mismo.

La actividad del día 27 de abril se enfocó en diagnosticar por medio de un taller teórico-práctico, su nivel de conocimientos relacionados a la creación de una Asociación sin ánimo de lucro, los trámites y documentos que se requieren para su funcionamiento (registro ante la DIAN, la Cámara de Comercio de Tumaco y la Gobernación de Nariño), los cargos administrativos y a sus responsabilidades. También, con el grupo en pleno se creó el listado de necesidades materiales e inmateriales que a su parecer requerían ser suplidas para garantizar el inicio de actividades de ASOJOCOFUR.

Para finalizar, se programó un nuevo horario para los encuentros, se planteó la posibilidad de crear alianzas estratégicas con otras asociaciones de cacao y se creó colaborativamente la cartografía de tiempo presente. El presidente de la Asociación, Jader Alexis con el marcador en su mano derecha y una versión del mapa del territorio en un cuaderno en su mano izquierda, trazó la visión conjunta de lo que para estos muchachos es su amado Piñal Salado, en el papel periódico puesto sobre el tablero del aula de clase. A continuación, se relaciona la imagen de este momento:



Fotografía 1. Jader Alexis elaborando la cartografía de tiempo presente.

Esta misma cartografía serviría de base para desarrollar en otra ocasión, la identificación de actores presentes en el territorio y las redes de comunicación que se tejen en el mismo.

El 28 de abril del 2022 se realizó la lectura y el análisis de los estatutos de la Asociación, con el fin de garantizar que todos los miembros de la Junta Directiva, el Fiscal y el Representante Legal





La jornada de trabajo colaborativo culminó con el inicio de la cartografía de tiempo pasado. Todo tipo de historias comenzaron a construir un relato conjunto, centrado en el abandono estatal y la crueldad del conflicto armado, pero enmarcado en la esperanza. Piñal Salado es su territorio y no piensan renunciar a él.



Imagen 2. Cartografía de Tiempo Pasado

Esta es la cartografía de tiempo pasado, hecha presurosamente como si no se quisieran evocar más recuerdos de lo necesario. Es casi una vista borrosa y en movimiento, parecida a la que se experimenta cuando se transita por un lugar en un vehículo a alta velocidad. La conclusión de sus creadores es que en diez años poco ha cambiado su territorio, pero ha cambiado para bien. Posiblemente con su gestión se puedan conseguir mejoras sustanciales en los diez años que vienen.

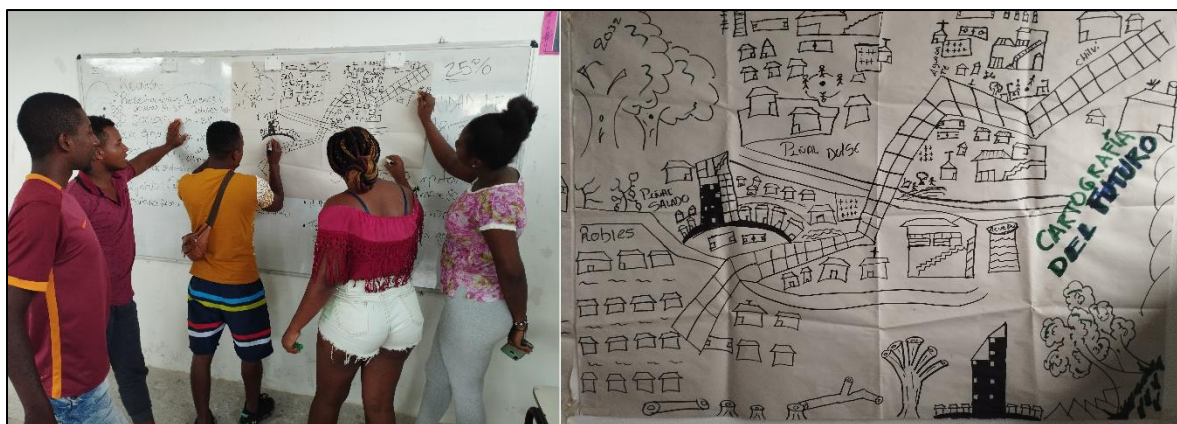
El sexto encuentro se dio el 3 de mayo del 2022. Esta etapa de diagnóstico ha sido fructífera, tanto que para este día hizo presencia en la vereda la ingeniera agrónoma Julieth Alexandra Forero Dimaté, especialista en educación ambiental y desarrollo de la comunidad, magister en administración de empresas MBA. Ella es la coordinadora del proyecto de caracterización de mil quinientos productores de cacao, y diagnóstico de doce asociaciones de cacaoteros en Tumaco, en el marco del plan Nuestra

Tierra Próspera de la APP. En esta ocasión se reunió con la Asociación para hacer un diagnóstico correspondiente al Plan de Negocio y a la elaboración de un Perfil de Proyecto. Gracias a la disposición de todos los involucrados y producto de lo hallado por la ingeniera (desconocimiento generalizado en la conformación y elaboración de estos documentos) se dio inicio a la capacitación en la elaboración del Plan.



Fotografía 2. Junta Directiva en compañía de la ingeniera Julieth Alexandra Forero.

El 4 de mayo del 2022 en la escuela de Piñal Salado como era ya habitual, se realizó el encuentro diagnóstico y formativo entre el gestor Sebastián León y los ocho miembros administrativos de la Asociación. Este séptimo encuentro sirvió para la elaboración de la cartografía de tiempo Futuro, permitiendo ver su visión de desarrollo territorial:



Fotografía 3. Elaboración de la cartografía de tiempo futuro por miembros de la Junta Directiva.

En esta cartografía, la tortuosa carretera de acceso, desprolija, repleta de huecos y nunca pavimentada, fue remplazada por una vía adoquinada al mejor estilo de las calles del casco urbano de Tumaco. Una clínica, un hotel y un parque infantil también son algunos de los aspectos mejorados que se pueden ver en la cartografía. También se observa la clara referencia a la tala de árboles y la urbanización expansiva.

La actividad de cierre de esta jornada fue la exposición de cada una de las cartografías realizadas por los jóvenes y registradas mediante una serie de videos. Estos se pueden ver en el siguiente link: <https://www.youtube.com/channel/UCU1-icHI3zcJBRWOWCVFsKA>

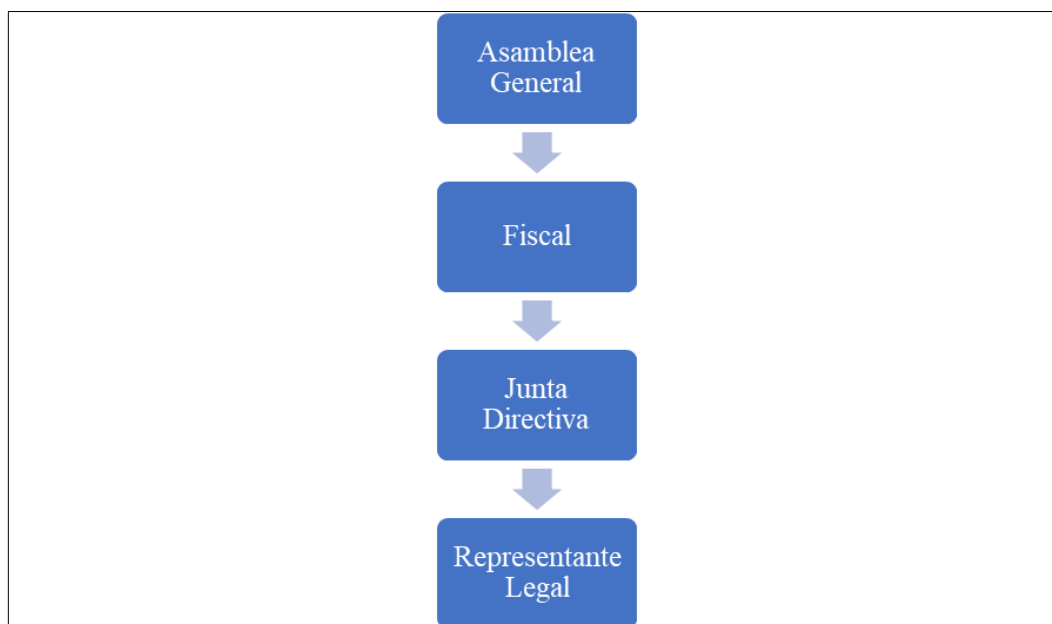
Una nueva jornada dio inicio el 5 de mayo del 2022. Se trataba del octavo encuentro en el aula de la escuela de la vereda. El taller de formulación de Perfil de proyecto y como participar en una convocatoria comenzó a las tres de la tarde. Por segunda ocasión la ingeniera Julieth Alexandra Forero Dimaté visitó a la Asociación para realizar en este caso, el fortalecimiento en los conocimientos de procesos de autogestión.

El compromiso final de la actividad fue la creación del Plan de Negocio y el Perfil de Proyecto para ASOJOCOFUR con el acompañamiento de la ingeniera Julieth Alexandra.

Finalmente, con las reuniones realizadas el 6 y 27 de mayo, se finalizó la labor presencial en Tumaco y se estableció un plan de trabajo mensual, iniciando el miércoles 15 de junio del 2022 y estableciendo el segundo miércoles de cada mes como día de reunión.

## **2.2 Organigrama**

Los miembros de la Junta Directiva ocupan un cargo con funciones que hacen parte de las directrices oficiales para el funcionamiento de las Asociaciones.

**Tabla 3. Representación gráfica de la estructura empresarial (organigrama) de ASOJOCOFUR**

El organigrama anterior permite observar la distribución de cargos y relaciones de poder. Todos sus integrantes son tumaqueños y han vivido en la vereda Piñal Salado por los últimos cuatro años. En el acta de constitución, requisito indispensable para la creación y formalización de la Asociación se indica y relaciona un total de 42 personas, de las cuales 33 viven en la vereda. Esta información se relaciona en el anexo número 3.

ASOJOCOFUR concentra su base social en el Consejo Comunitario Rescate Las Varas, principalmente en la vereda Piñal Salado. Un dato adicional que llama la atención, son los cinco asociados que viven en la vereda San Luis Robles, centro de operaciones de tres asociaciones reconocidas y con amplia trayectoria en Tumaco: CORTEPAZ, CORPOTEVA y AFROMUVARAS, entidades que cuentan con una capacidad instalada y convenios técnico-productivos gestionados por diversos proyectos ejecutados por actores presentes en el territorio, entre ellos la Alianza Público Privada (APP).

Sin embargo, la base social podría verse disminuida a causa de la inactividad de ASOJOCOFUR. El 11 de marzo de 2023 se llevó a cabo la Asamblea General en la que se realizó el rendimiento de cuentas a los socios para que estos formularan cambios o ajustes en diversos aspectos, incluida la conformación de la Junta Directiva.

Para esta primera etapa de trabajo comprendida entre marzo y mayo del 2022, el cuerpo administrativo de la Asociación (Junta Directiva, Fiscal, Representante Legal) fue el centro de las actividades. El intercambio de saberes y el aprendizaje versaron en torno a su capacitación en temas asociativos, con el objetivo de convertirlos en actores replicadores de lo aprendido hacia los demás socios de ASOJOCOFUR.

### **2.3 Recursos, redes de información y comunicación de la comunidad**

Durante el periodo de tiempo mencionado, se observó la ausencia de un responsable directo para la divulgación de la información a los socios y de interactuar directamente con ellos, pese a que en los estatutos esta función le corresponde a la secretaria de la Asociación.

La comunicación entre los miembros de la Junta Directiva, el Fiscal y el Representante Legal de la Asociación no es fluida y existe una tendencia hacia el modelo jerárquico tradicional vertical, imperando en este proceso la figura del Representante Legal y el Presidente de la Asociación.

La comunicación se da en reuniones que se efectúan sin una frecuencia preestablecida, también por voz a voz y por whatsapp, o mediante llamada telefónica cuando las condiciones climatológicas o la deficiente infraestructura tecnológica lo permiten. Esto último hace poco efectivo el grupo de whatsapp organizacional que usan como canal oficial de comunicación. Tanto los miembros de la Junta Directiva, el Representante Legal, el Fiscal y la Asociación poseen correo electrónico, sin embargo, no se comunican a través de esta herramienta.

La comunicación entre la Asociación y los asociados se da de cuatro maneras diferentes. Primera, por medio de mensajes en un grupo de whatsapp en el que se comparte -en mayor medida-

información relacionada a lo productivo y en el que los miembros de la Junta Directiva y el Representante Legal son dominantes. Segundo, llamadas telefónicas que tienden a ser breves a causa de los fallos de la señal de telefonía móvil. Tercera, voz a voz, siendo este el más efectivo, dada la poca cobertura y la inconsistencia de la señal de la internet y la telefonía móvil. La cuarta es el perifoneo, usado para actividades extraordinarias, siendo el menos habitual. No se encontró un canal de comunicación en el que haya retroalimentación por parte de los socios, diferente a la Asamblea General o la Asamblea Extraordinaria.

Sumado a esto se evidenció un interés de la Asociación por identificar los lugares de interacción y público objetivo, así como sus competidores y posibles aliados. Buscando satisfacer estas necesidades y ahondar en el diagnóstico, se procedió a usar una serie de herramientas metodológicas que se describen a continuación.

#### **2.4 Cartografía de redes y actores**

Esta cartografía resultó clave para la identificación de los actores y de las redes de comunicación en el territorio, realizándose participativamente con los miembros de la Junta Directiva de la Asociación. Esta cartografía de redes permitió identificar los lugares en los que se tejen las redes comunicacionales en las veredas Piñal Salado, San Luis Robles y Aguacate. Estas redes son la expresión de las dinámicas cotidianas de sus habitantes, sujetos sociales activos en la construcción tácita de las líneas de conectividad de las redes.

A continuación, el ejercicio cartográfico y la tabla de referencia.



Imagen 3. Cartografía de Redes y Actores.

Tabla 4. Los lugares identificados son

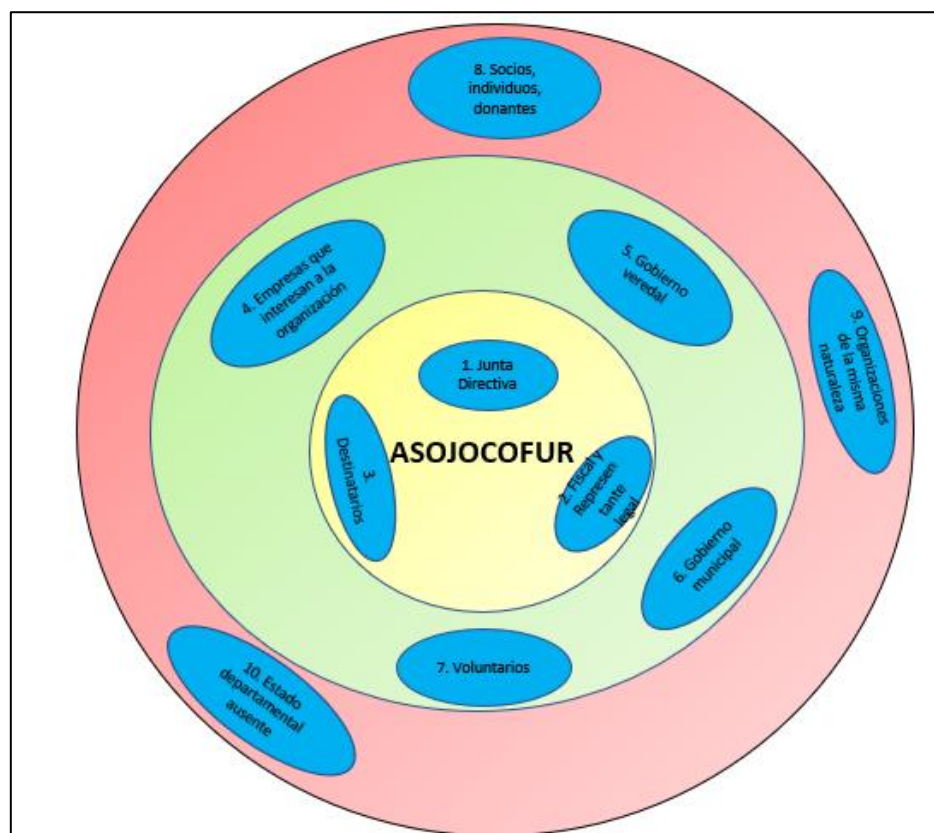
Lugar identificado		Lugar identificado	
1	Tienda Don Lucho	10	Mentidero (Robles)
2	Billar (Aguacate)	11	Casa Comunal (Robles)
3	Escuela (Aguacate)	12	Parque (Robles)
4	Polideportivo (Aguacate)	13	Politécnico (Robles)
5	Escuela (Piñal Dulce)	14	Colegio (Robles)
6	Tienda Casa de Nacho (Piñal Dulce)	15	Iglesia (Robles)
7	Billar (Piñal Salado)	16	Colegio (Piñal Salado)
8	Peluquería (Piñal Salado)	17	Cementerio (Robles)
9	Cancha de Fútbol (Piñal Salado)		



Los jóvenes de la Asociación recalcaron una vez más, que se les denomina mentideros en esta región nariñense a los lugares de esparcimiento destinados para ir a “mentir” (figura coloquial originada por los efectos del alcohol que motivan la imaginación), contar sus anécdotas, chistes e historias ficticias o exageradas mientras ingieren bebidas alcohólicas y escuchan música. Son sitios de conversación informal, tranquilos e importantes comunicacionalmente por ser espacios “seguros” de comunicación.

## 2.5 Mapa de Grupos de Interés MGI

Conjuntamente, los jóvenes de la Asociación identificaron los actores presentes en el territorio. En el siguiente Mapa de Grupos de Interés (MGI) ubicamos a los actores presentes en Piñal Salado y los situamos de acuerdo a la relación de estos con la ESAL ASOJOCOFUR. Para leer debidamente el MGI, se debe comprender que el centro del mapa corresponde al núcleo de la Asociación (Junta directiva, Representante Legal y Fiscal).



**Imagen 4.** Mapa de Grupos de Interés (MGI) de la ESAL ASOJOCOFUR

A continuación, se insertan en las tablas los grupos de interés situados en las veredas Piñal Salado, Piñal Dulce, Aguacate y San Luis Robles. Actores identificados en la cartografía con los que existe un mayor interés para mantener y fortalecer la comunicación (sombreados en amarillo) y también con quienes se buscará generar vínculos por primera vez (sombreados en azul) principalmente formativos y comerciales.

**Tabla 5. Junta Directiva**

Cargos	Nombres
Presidente	Jader Alexis Meza Guisamano
Vicepresidente	Darlin Mireya Cabezas Ortíz
Secretaria	Lucelly Valencia Riascos
Vocal 1	Segundo Hilario Bermúdez
Vocal 2	Hilary Vanessa Ortíz Iturre
Tesorero	Yeison Rogallego

**Tabla 6. Representante Legal y Fiscal**

Cargos	Nombres
Representante Legal	Estiven Tenorio Montaña
Fiscal	Segundo Marino Torres Cabezas

**Tabla 7. Destinatarios**

Público Objetivo
Jóvenes de 16 a 35 años del Consejo Comunitario Rescate Las Varas
Socios activos
Vecinos de la vereda Piñal Salado
Productores de cacao de la vereda Piñal Salado
Productores de cacao de la vereda San Luis Robles
Productores de cacao de la vereda Aguacate
Productores de cacao de la vereda Piñal Dulce
Productores de cacao de veredas lejanas vinculadas al Consejo Comunitario Rescate Las Varas

**Tabla 8. Actores que interesan a la Asociación**

<b>Colaboradores</b>
Federación Nacional de Cacaoteros
Cacao Hunters
Casa Luker
Asprocat
Chocolate Tumaco
Nacional de Chocolates

**Tabla 9. Gobierno Veredal**

<b>Autoridad Veredal</b>
Junta Veredal de Piñal Salado
Junta de Gobierno Consejo Comunitario Rescate Las Varas

**Tabla 10. Gobierno Municipal**

<b>Autoridad Municipal</b>
Alcaldía de Tumaco
Secretaría de Agricultura de Tumaco
Cámara de Comercio de Tumaco

**Tabla 11. Voluntarios**

<b>Actores Pro Bono</b>
Gestores Sociales
SENA

**Tabla 12. Individuos y donantes**

<b>Actores con aporte económico y en especie</b>
Habitantes de la vereda Piñal Salado
Habitantes de la vereda Piñal Dulce
Socios inactivos
Habitantes de la Vereda Aguacate

Actores con aporte económico y en especie
Habitantes de la vereda San Luis Robles
Habitantes de veredas lejanas vinculadas al Consejo Comunitario Rescate Las Varas
Alianza Público Privada
PDET Nariño

**Tabla 13. Organizaciones de la misma temática y región**

Asociaciones presentes en las veredas vinculadas al Consejo Comunitario
Chocolate Tumaco
Corpoteva
Cortepaz
Afromuvaras
Comcacaot
Asprocat

**Tabla 14. Estado a nivel Departamental y Nacional (Presencia inconstante)**

Presencia Irregular en el territorio
Agencia de Desarrollo Rural
MinTIC
Secretaría de Agricultura de Nariño

Se mencionan dos tipos de socios insertados en dos tablas diferentes. En la tabla número siete los socios activos (los que están inscritos en el acta de constitución, libro de asociados) interactúan con la Asociación, asisten a las reuniones convocadas y cumplen mensualmente con la cuota de sostenimiento estipulada en los estatutos (\$5.000 mcte). En la tabla número once están los socios inactivos (los que figuran en el acta de constitución y en el libro de asociados) pero no acuden a las reuniones y tampoco hacen los aportes de la cuota de sostenimiento mensual. La tabla número trece corresponde al interés de la Asociación por establecer vínculos con las tres asociaciones de cacaoteros anteriormente mencionadas (CORTEPAZ, CORPOTEVA y AFROMUVARAS) que han generado vínculos

sostenibles con actores del Estado a nivel departamental y nacional por medio la Alianza Pública Privada (APP).

## 2.6 Mapa de actores y relaciones

Posteriormente, se realizó un mapa de relaciones o de redes como herramienta de análisis situacional desde la comunicación (Uranga, 2012), con el objetivo de complementar el Mapa de Grupos de Interés (MGI) y de manera colaborativa, se analizó la situación de participación de la Junta Directiva de la Asociación para establecer una dinámica de relaciones comunicacionales. De esta manera se halló una falencia comunicacional al interior de la Asociación expresada por ejemplo, en el desconocimiento de los contextos en los que se dieron estas relaciones comunicacionales con parte de los actores. Miembros de la Asociación desconocían la ruptura de canales de comunicación con algunos actores identificados en este análisis de involucrados.

Estos datos complementan la información obtenida del trabajo con la organización durante los encuentros presenciales en la vereda, efectuados los días 21, 22 y 26 de abril del 2022. También de la observación y del análisis de información secundaria, se obtuvieron insumos para el planteamiento de la estrategia de comunicación y la formulación del plan de trabajo a futuro.

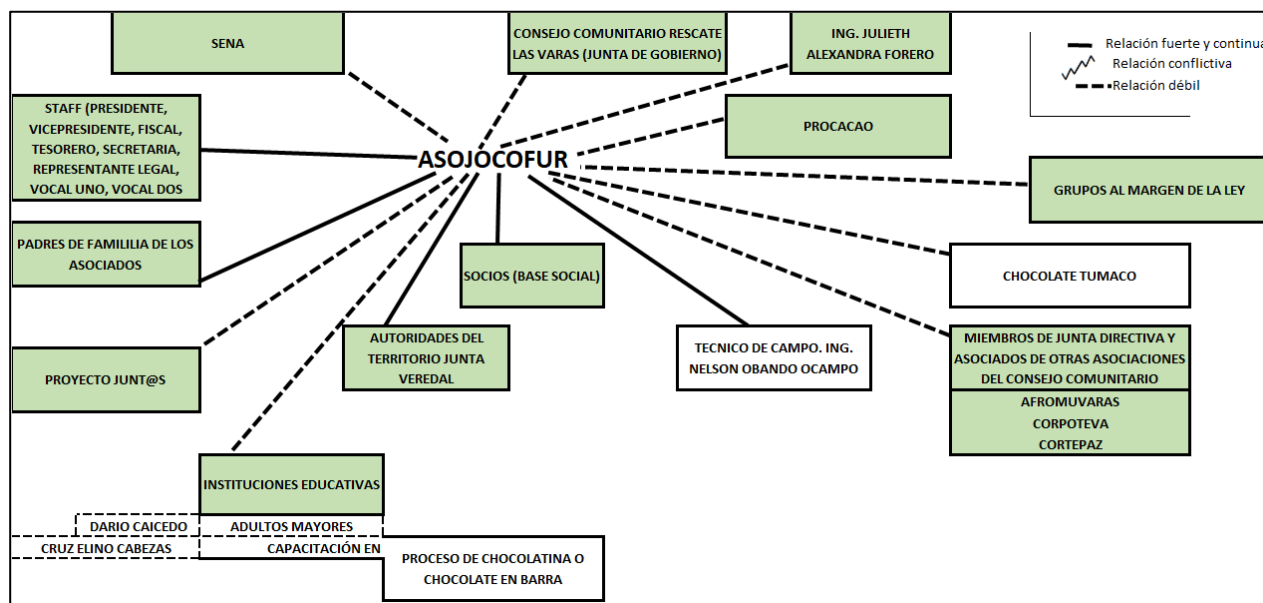


Imagen 5. Mapeo de actores y relaciones de ASOJOCOFUR

## 2.7 Planilla de prediagnóstico

La planilla de prediagnóstico es una herramienta que nos permite realizar los primeros acercamientos a la comunidad o territorio sujeto de estudio de intervención. Su diseño tiene como objetivo abarcar de manera general pero con un contenido minucioso, aspectos relevantes para la elaboración o formulación de un diagnóstico fidedigno a las características, actores sociales y contextos comunicacionales que circundan en la realidad comunicacional objeto de estudio.

Como lo indica Ceraso (2011): “El diagnóstico de comunicación es también una investigación como el diagnóstico social, pero nos ayuda a aclarar y ordenar los aspectos comunicacionales de una realidad determinada” (p.52). De ahí su relevancia y articulación dentro del desarrollo de la etapa previa a la formulación del análisis situacional en comunicación (Uranga, 2011).

A continuación, se presentan las matrices de prediagnóstico de comunicación desarrolladas con esa información. Se incluyeron los actores con mayor interés estratégico para la Asociación y con alta incidencia en el territorio. Siguiendo a Ceraso, se usó su modelo de matriz de prediagnóstico, el cual nos permite profundizar en los acercamientos iniciales con la realidad comunicacional a intervenir siendo parte de la etapa del diagnóstico socio comunicacional.

Su estructura identifica e individualiza a los actores inmersos en el territorio, las formas comunicacionales presentes entre sus construcciones subjetivas de significado (incluyendo los medios, canales y códigos), lo cual permite avanzar hacia la formulación de objetivos y estrategias de una manera cercana a las evidencias producidas en la certeza de lo comunicacional.

**Tabla 15. Planilla de prediagnóstico. Fuente: Tomado del modelo de Cecilia Ceraso 2011.**

Prediagnóstico de comunicación. Actores que intervienen en las dinámicas sociales de la vereda Piñal Salado en San Andrés de Tumaco, Nariño.					
¿Quiénes son los actores?	¿Con quiénes se comunican?	¿Cuál es el contexto?	¿Cuáles son los canales de comunicación?	¿Qué códigos se utilizan?	¿Cómo son los flujos de comunicación?
Junta Directiva Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR	Fiscal	La Asociación fue fundada en Piñal Salado el 28 de septiembre de 2021 con objetivos comerciales y sociales. Creada en el marco del Proyecto Junt@s, ejecutada sin contemplar la falta de conocimientos organizacionales, administrativos y asociativos de los jóvenes que conforman la Junta Directiva.	Voz a Voz, es el más efectivo, combinado con los mensajes de whatsapp y llamadas telefónicas, se notifica a una persona en la vereda que tenga conexión para que difunda el mensaje voz a voz.	Lenguaje oral, escrito, informal, coloquial y técnico relacionado con las labores del campo y de la Asociación.	Vertical, jerarquizada por el Representante Legal y el presidente.  Reuniones una vez por mes o cuando sea asignada por la Junta de Gobierno del Consejo Comunitario Rescate Las Varas.  Reuniones una vez por mes de la Junta Veredal de Piñal Salado.  Reuniones esporádicas de la ESAL.
	Representante Legal				
	Vecinos y comunidad de Jóvenes				
	Socios activos				
	Productores de cacao de Piñal Salado, San Luis Robles				
	SENA				
	Corpoteva				
Junta Directiva Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR	Chocolate Tumaco	Actualmente inactiva, no tiene acompañamiento de parte del proyecto gestor ni de otro actor público o privado.	Perifoneo veredal, es el menos usual y se recurre a este canal en ocasiones extraordinarias.		
	Junta de Gobierno del Consejo Comunitario Rescate Las Varas	La Juntas de Gobierno representan el enlace de las veredas con los lineamientos políticos de Tumaco y Nariño	Canal corporativo de WhatsApp y mensajes persona a persona.		Tanto en la socialización como en las 10 reuniones presenciales en Tumaco, se evidenció que la participación es de flujo horizontal.
	Junta Veredal de Piñal Salado		Sesiones del Consejo Comunitario Rescate las Varas, casa comunal en San Luis Robles, vereda de Tumaco, Nariño.		
	Llamadas telefónicas que por las condiciones climatológicas son deficientes				
	Padres de familia	La Asociación tomó como objetivo social vincular principalmente	Voz a voz	Lenguaje informal y coloquial, oral y escrito de	Vertical
	Junta Veredal		Llamadas telefónicas		En la asamblea general y

Prediagnóstico de comunicación. Actores que intervienen en las dinámicas sociales de la vereda Piñal Salado en San Andrés de Tumaco, Nariño.					
¿Quiénes son los actores?	¿Con quiénes se comunican?	¿Cuál es el contexto?	¿Cuáles son los canales de comunicación?	¿Qué códigos se utilizan?	¿Cómo son los flujos de comunicación?
Socios de ASOJOCOFUR principalmente Jóvenes de 18 a 29 años de la vereda Piñal Salado.	Junta de Gobierno del Consejo Comunitario	como socios a jóvenes de 18 a 29 años, esto no significa que no admita socios de más de 29 años.  Dadas las condiciones de desempleo y pobreza en Tumaco, los jóvenes se encuentran en situación de riesgo de vincularse a grupos armados	Reuniones en las gradas de la cancha de fútbol de Piñal Salado, en ocasiones son planeadas con días de antelación, normalmente son esporádicas.  Whatsapp  Messenger de Facebook	acuerdo al contexto.	reuniones focales entre socios y Asociación, la organización ha nombrado a 5 personas como voceros oficiales debido a que tienen señal telefónica y tienen la facilidad de contactar personalmente a los demás asociados.
Fiscal	Junta Directiva  Representante Legal  Junta de Gobierno del Consejo Comunitario Rescate Las Varas  Junta Veredal de Piñal Salado  Jóvenes de 18 a 35 años del Consejo Comunitario Rescate Las Varas  Socios activos	El señor fiscal Segundo Marino Torres Cabezas tiene 22 años y es oriundo de Tumaco.  Tiene una condición médica conocida como artritis séptica que lo dejó con una discapacidad en su pierna derecha. Sin embargo, no le ha representado un obstáculo para culminar sus estudios técnicos en manejo de cultivo de palma africana, ni para realizar actividades sociales  No tiene un empleo formal y no ha realizado labores formales o informales relacionadas a su preparación técnica.	Voz a Voz, es el que le resulta más efectivo porque durante varios días del mes no tiene paquete de datos y minutos  WhatsApp, pero este se limita a los días en que puede comprar y está vigente el paquete de datos, normalmente son dos semanas al mes.  Llamada telefónica, poco usado este canal por él.  Reunión con la Junta Directiva  Asamblea General	Lenguaje oral, escrito, informal, coloquial y técnico relacionado con las labores de la Asociación.	Horizontal  Reuniones una vez por mes o cuando sea asignada con la Junta de Gobierno del Consejo Comunitario Rescate Las Varas.  Reuniones una vez por mes de la Junta veredal de Piñal Salado.  Reuniones esporádicas de la ESAL
	Junta Directiva	El señor Estiven Tenorio tiene 28	WhatsApp es el más usado por él	Lenguaje oral, escrito, informal,	Vertical



Prediagnóstico de comunicación. Actores que intervienen en las dinámicas sociales de la vereda Piñal Salado en San Andrés de Tumaco, Nariño.					
¿Quiénes son los actores?	¿Con quiénes se comunican?	¿Cuál es el contexto?	¿Cuáles son los canales de comunicación?	¿Qué códigos se utilizan?	¿Cómo son los flujos de comunicación?
El Representante Legal	Fiscal SENA Junta de Gobierno del Consejo Comunitario Rescate Las Varas Junta Veredal de Piñal Salado Jóvenes de 18 a 35 años del Consejo Comunitario Rescate Las Varas Socios activos	años, es técnico en producción agropecuaria y es oriundo de Tumaco.  Es miembro de la Junta de Gobierno del Consejo Comunitario, labora como instructor del SENA y fue vinculado por el proyecto Junt@s al proceso de creación de la Asociación ASOJOCOFUR. Fue elegido para ejercer el cargo de Representante Legal por su reconocido liderazgo y su poder de convocatoria.	y el más efectivo en su caso, porque en el casco urbano es más estable la señal telefónica y de internet móvil.  Llamada telefónica en el casco urbano y en menor medida en la vereda. Las realiza cuando debe comunicarse con alguien que está en el casco urbano o fuera del municipio.  Voz a Voz en la vereda es el más efectivo. whatsapp y llamadas telefónicas a una persona en la vereda que tenga conexión para que difunda el mensaje voz a voz	coloquial y técnico relacionado con las labores del campo y de la Asociación. Mensajes SMS, reuniones con la Junta Directiva, Asamblea general	Reuniones una vez por mes o cuando sea asignada con la Junta de Gobierno del Consejo Comunitario Rescate Las Varas.  Reuniones una vez por mes de la Junta veredal de Piñal Salado.  Reuniones esporádicas de la ESAL
El Representante Legal	Proyecto Junt@s	.	.	.	.
Asociaciones de cacaoteros	Habitantes del Consejo Comunitario Rescate Las Varas Habitantes del Consejo Comunitario La Nupa del río Caunapí Productores de cacao del Consejo Comunitario Rescate Las Varas	En el Consejo Comunitario se encuentran ubicadas las asociaciones de cacaoteros, Cortepaz, Corpoteva y Afromuvaras, estas organizaciones son un referente para ASOJOCOFUR, porque han afrontado las problemáticas propias del territorio y han permanecido	Voz a Voz, es el más efectivo en el territorio, combinado con los mensajes de whatsapp y llamadas telefónicas, se suele notificar a una persona en la vereda que tenga conexión para que difunda el mensaje voz a voz.	Lenguaje oral, escrito, formal e informal coloquial y técnico relacionado con las labores del campo y de la Asociación.	Vertical con los socios.  Horizontal en las reuniones de Junta Directiva.  Reuniones una vez por mes o cuando sea asignada con la Junta de Gobierno del Consejo Comunitario.

Prediagnóstico de comunicación. Actores que intervienen en las dinámicas sociales de la vereda Piñal Salado en San Andrés de Tumaco, Nariño.					
¿Quiénes son los actores?	¿Con quiénes se comunican?	¿Cuál es el contexto?	¿Cuáles son los canales de comunicación?	¿Qué códigos se utilizan?	¿Cómo son los flujos de comunicación?
Asociaciones de cacaoteros	Productores de cacao del Consejo Comunitario La Nupa del río Caunapi	activas. De igual manera lo es Procacao, Asociación ubicada en la Caunapí, a 68 kilómetros del casco urbano, y que hace	Perifoneo veredal, es el menos usual. Usan este canal para convocar a sus asociados a reuniones fuera de su agenda (socializaciones, jornadas de censo, jornadas de salud, entre otras)		Reuniones periódicas de las ESAL.
	SENA	transformación de cacao. Una de las líneas de mercado en las que quiere incursionar la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro.	Canal corporativo de WhatsApp y mensajes persona a persona. Este es el canal oficial, pero se limita a la poca		Reuniones de la Mesa Técnica de la APP.
	11 asociaciones de cacaoteros vinculadas a la APP (incluida Chocolate Tumaco)	Estas ESAL han sido beneficiarias de proyectos ejecutados por organizaciones públicas, privadas y de cooperación internacional.	infraestructura de internet y la baja cobertura telefónica en el Consejo Comunitario.		
	Junta de Gobierno del Consejo Comunitario Rescate Las Varas				
	Junta Veredal de Piñal Salado				
Asociaciones de cacaoteros	Junta de Gobierno del Consejo Comunitario La Nupa del río Caunapí	Durante los últimos cinco años han recibido capacitaciones, donaciones de artículos de oficina, equipos para la cosecha y postcosecha, sacos, etiquetas, financiación para la adecuación de sus centrales de beneficio.	Sesiones del Consejo Comunitario Rescate las Varas, casa comunal en San Luis Robles, vereda de Tumaco, Nariño.		
	Comercializadoras	Igualmente, se han realizado acercamientos exitosos con compradores como Cacao Hunters y Casa Luker, entre otros.	Llamadas telefónicas, aunque las condiciones climatológicas o la deficiente infraestructura		
	Exportadores				
	Federación Nacional de cacaoteros FEDECACAO				
	Grupos armados al margen de la Ley.				

Prediagnóstico de comunicación. Actores que intervienen en las dinámicas sociales de la vereda Piñal Salado en San Andrés de Tumaco, Nariño.					
¿Quiénes son los actores?	¿Con quiénes se comunican?	¿Cuál es el contexto?	¿Cuáles son los canales de comunicación?	¿Qué códigos se utilizan?	¿Cómo son los flujos de comunicación?
			tecnológica dificultan su uso  Correo electrónico.		
Alianza Público Privada, en el marco del Programa Nuestra Tierra Próspera, conformada por: Cámara de Comercio de Tumaco, Alcaldía de Tumaco USAID, FUPAD, UNAD, ADR, Gobernación de Nariño, Alcaldía de Tumaco, Fundación Ideas para la Paz. Programa de Desarrollo con Enfoque Territorial, Proyecto de Desarrollo Territorial Nariño, Cancillería, CIAT, Rutas PDET, Cooperación Española, Federación Nacional de Cacaoteros, Cacao Hunters, Agrosavia, El Efecto Cacao, y 13 asociaciones de cacaoteros de Tumaco.	Al tratarse de una alianza entre varias entidades se debe ser enfático en que se comunican entre ellas y también con los siguientes actores por medio de la Mesa Técnica de la APP:  Armada Nacional  Ejército Nacional  Policía Nacional	La APP comenzó la implementación del Programa Nuestra Tierra Próspera en San Andrés de Tumaco, su enfoque agrícola ha priorizado varias líneas productivas, entre ellas el cacao.  Durante este tiempo se han beneficiado a 13 asociaciones de cacaoteros con donaciones de equipos, de dinero para adecuaciones de centrales de beneficios, capacitaciones, diagnósticos organizacionales, ruedas de negocios, seminarios y exposiciones de producto transformado.  Para vincularse a la APP, la Asociación tumaqueña aspirante debe estar formalizada, registrada en la Cámara de Comercio de Tumaco, con registro mercantil vigente, registro en la DIAN actualizado (RUT) e inscrito ante la Gobernación de Nariño. También debe estar activa realizando compra y	Correo electrónico, al ser formal y permitir una trazabilidad óptima es el más usado. Sin embargo, para comunicarse con las asociaciones de cacaoteros es el menos efectivo.  Llamadas telefónicas  Whatsapp  Voz a voz, combinado con los mensajes por whatsapp y las llamadas telefónicas es la manera más efectiva de comunicarse con las asociaciones de cacaoteros.  Reuniones de la Mesa Técnica Seminarios	Lenguaje oral, escrito, técnico enfocado en lo productivo y administrativo.	Horizontal estructurado, con un orden de temas a tratar y permitiendo que todos los participantes puedan intercambiar opiniones.

Prediagnóstico de comunicación. Actores que intervienen en las dinámicas sociales de la vereda Piñal Salado en San Andrés de Tumaco, Nariño.					
¿Quiénes son los actores?	¿Con quiénes se comunican?	¿Cuál es el contexto?	¿Cuáles son los canales de comunicación?	¿Qué códigos se utilizan?	¿Cómo son los flujos de comunicación?
		venta de cacao, ya sea seco o en baba.			
Grupos armados al margen de la Ley  Grupos armados al margen de la Ley	Con los entes de gobierno local (Juntas Veredales y Junta de Gobierno del Consejo Comunitario), con comerciantes y asociaciones de cacaoteros.	Tumaco es un municipio golpeado por la violencia y el narcotráfico. Esto es más evidente en la zona rural donde AGC, ELN, Cartel del Golfo, Disidencias de las FARC-EP y grupos residuales de los Rastrojos se disputan el territorio y el dominio de economías ilegales (extorsión, transformación de cultivos de uso ilícito, microtráfico de estupefacientes y narcotráfico)	Panfletos, suelen ser repartidos en los centros poblados de las veredas. Whatsapp, en modo “cadena”, pese a la falta de cobertura de internet móvil, esperando que esto también se vuelva un voz a voz.  Grafitis, dejando mensajes intimidantes a la población. Llamadas telefónicas a los comerciantes de la zona.	Lenguaje oral, escrito, informal coloquial intimidante, relacionado a labores ilícitas con fin extorsivo y bélico.	Vertical.  Esporádico.  En el territorio habitan miembros y portavoces de los grupos armados, siendo personas autorizadas y reconocidas para emitir sus mensajes.
Entes de Gobierno Local (Junta Veredal de Piñal Salado y Junta de Gobierno del Consejo Comunitario)	Asociaciones de cacaoteros.  Alianza Público Privada.  SENA  Oenegés.  Habitantes de la vereda Piñal Salado.  Habitantes del Consejo Comunitario Rescate Las Varas.	“Las Varas fue el último territorio afro constituido en Tumaco (2006), en una extensión de cerca de 12 mil hectáreas habitadas por 14.674 personas (Diócesis de Tumaco, 2011). En los consejos comunitario – organizaciones étnico territoriales afrocolombianas e indígenas- no hay presencia de la Policía Nacional por solicitud de las	WhatsApp, la emisión de mensajes por sus grupos oficiales son poco efectivos por la baja cobertura de internet móvil.  Perifoneo veredal, se recurre a este canal en ocasiones extraordinarias.  Llamada telefónica se realizan principalmente	Lenguaje oral, escrito, formal e informal, coloquial y técnico relacionado con las labores del campo y labores gubernamentales del orden local.	Vertical con los habitantes del Consejo Comunitario durante las sesiones de rendimiento de cuentas.  Horizontal en las reuniones de mensuales con la comunidad.  Reuniones una vez por mes o cuando sea asignada con la Junta Veredal.

Prediagnóstico de comunicación. Actores que intervienen en las dinámicas sociales de la vereda Piñal Salado en San Andrés de Tumaco, Nariño.					
¿Quiénes son los actores?	¿Con quiénes se comunican?	¿Cuál es el contexto?	¿Cuáles son los canales de comunicación?	¿Qué códigos se utilizan?	¿Cómo son los flujos de comunicación?
	Productores de cacao del Consejo Comunitario.  Grupos armados al margen de la Ley	mismas organizaciones, considerándose a sí mismas como autogestoras de su bienestar convivencial.	cuando deben comunicarse con alguien que está en el casco urbano.  Voz a Voz en la con los mensajes de whatsapp, llamadas telefónicas		

## 2.8 Cuadro de realidades

El cuadro de realidades es una herramienta que por su estructura, permite separar las circunstancias analizadas en positivo y negativo, haciendo una reflexión de sus causas, cuyo gran objetivo es construir las primeras líneas de acción que serán sustento de la estrategia comunicacional.

Se formuló el cuadro de realidades, teniendo como insumo la información obtenida directamente de los jóvenes de la Asociación, a través de diálogos y reuniones digitales desde Bogotá, alcanzando la siguiente información:

**Tabla 16. Cuadro de realidades**

CUADRO DE REALIDADES						
REALIDADES			CAUSAS		TENDENCIAS	LÍNEAS DE ACCIÓN
POSITIVAS	NEGATIVAS	DATOS	PROFUNDAS	SUPERFICIALES		
Una Asociación que busca favorecer a jóvenes de la vereda Piñal Salado		La Asociación tiene como objetivo ampliar en un 10% su rango de acción en la vereda Piñal Salado	ASOJOCOFUR quiere ser una respuesta a la falta de empleo de la comunidad de jóvenes	La falta de capacitación y trabajo de la comunidad de jóvenes	Si se activa la Asociación se aumenta su base social, fortaleciéndose con capital proveniente de los aportes de socios	Generar espacios de comunicación para que la Asociación se fortalezca y replique conocimientos en la comunidad
La Asociación tiene a muchos jóvenes asociados		53 jóvenes asociados formalmente	Hay pocos conceptos de trabajo asociativo	Falta de oportunidades laborales	Si la Asociación está compuesta principalmente por jóvenes, no se vería afectada en un futuro cercano, por la falta de relevo intergeneracional.	Generar espacios de aprendizaje en los que los 53 jóvenes asociados fortalezcan sus conocimientos en trabajo asociativo

	La sede de la Asociación no cuenta con las condiciones mínimas para su funcionamiento	Se cuenta con 01 bodega en comodato la cual se encuentra en obra negra, no cuenta con agua y gas como las demás edificaciones en la vereda. Respecto a la electricidad, su fluido no es constante. Además no tiene ventanas ni puertas.	No se cuenta con recursos económicos para la adecuación de la sede que garanticen las labores de almacenamiento, procesos de beneficio y transformación de cacao, ni tampoco funciones administrativas	La Junta Directiva no se ha presentado ante la ADR, ni ante la Alianza Público Privada, para acceder a los diversos subsidios económicos	Si no se hacen labores de aseo y mantenimiento de la sede, y no se crean alianzas estratégicas, no se podría adecuar la sede – central de beneficio	Proyectar actividades económicas que aporten a la consecución de materiales para las adecuaciones mínimas y planear labores de limpieza que impidan el aumento del deterioro de la sede
<b>REALIDADES</b>			<b>CAUSAS</b>			
<b>POSITIVAS</b>	<b>NEGATIVAS</b>	<b>DATOS</b>	<b>PROFUNDAS</b>	<b>SUPERFICIALES</b>	<b>TENDENCIAS</b>	<b>LÍNEAS DE ACCIÓN</b>
Interés de la Junta Directiva por crear estrategias que permitan activar a la Asociación		Proyección para formular una estrategia comunicacional, un plan de comunicaciones y actividades de implementación	Han evidenciado que necesitan de apoyo y orientación para superar sus problemas administrativos		Si se crean estrategias planteadas por la Asociación en compañía de gestores desde la comunicación, se podría llegar a activar la Asociación	Gestionar espacios dialogales para la formulación de estrategias comunicacionales y planes de acción para la Asociación
Interés de la APP por vincular permanentemente a la Asociación en sus planes de acción e intervención		Presentar al final de la intervención un informe que dé cuenta de los avances y situación actual de la Asociación	Material requerido por las áreas de coordinación de la APP para su estudio y análisis de caso		Si se exponen los resultados del trabajo realizado con la Asociación, podría permitirse la vinculación de la Asociación a la mesa técnica de la APP	Articular la estrategia de activación y fortalecimiento de la Asociación con programas de la APP
	Existe un fenómeno de voluntades cortas ante las oportunidades que se presentan	Realizar un diagnóstico a través de herramientas cualitativas	Trama mixta entre lo cultural y lo cotidiano		Si el fenómeno de voluntades cortas persiste, podría llevar al estancamiento de la Asociación y su posible disolución	Diálogos motivacionales que inviten a la reflexión respecto al compromiso y cumplimiento
	El bajo conocimiento a nivel tecnológico en aspectos técnicos en transformación de cacao, contables (uso de Excel), administrativo (power point y Word), en la vereda Piñal Salado	3 integrantes de la Junta Directiva poseen conocimientos en el uso de Word, Excel y power point.	Falta de educación en habilidades ofimáticas		Si no se realizan actividades de fortalecimiento a nivel ofimático y técnico a nivel de transformación de cacao, a la Asociación se le dificultaría cumplir con su objetivo social	Gestionar espacios y actividades de fortalecimiento en aspectos ofimáticos y de transformación de cacao

Actualizar sus documentos de Cámara de Comercio, RUT, ante la DIAN para cumplir con los requisitos de postulación a convocatorias de fortalecimiento y captación de recursos		Cumplir con los tiempos de renovación ante la Dian y Cámara de Comercio		Necesidad de “suplir” este requisito, cumpliendo con la renovación una vez al año	Si no se renueva el registro ante Cámara de Comercio y el RUT, la Asociación no puede participar en convocatorias de fortalecimiento y captación de recursos	Incentivar la actualización de los documentos requeridos
	Se han evidenciado conflictos entre los integrantes de la Junta Directiva	Disgustos, ausencia a las reuniones motivadas por malos entendidos	Falencias en la gestión emocional (inteligencia emocional) y ausencia de procesos de resolución de conflictos		Si continúan los conflictos y los disgustos por la falencia en la gestión emocional y la falta de procesos en la resolución de conflictos, la Asociación podría detener su proceso de fortalecimiento y activación	Diseñar talleres o actividades que fortalezcan estas habilidades
	Alto nivel de desconfianza de los habitantes de Piñal Salado, por la presencia de grupos armados al margen de la Ley	Grupos pertenecientes a las Autodefensas, ELN, Disidencias FARC, Cartel del Golfo, Cartel de Sinaloa	Grupos armados que ejercen control en el territorio impidiendo el asentamiento de empresas en el mismo y condicionado la creación de proyectos productivos y la vinculación a Asociaciones en Piñal Salado		De perpetuarse la desconfianza y el temor por la presencia de grupos armados, impediría que más personas se vinculen a ASOJOCOFUR y/u otras Asociaciones	Generar vínculos de confianza a través de jornadas de socialización en compañía de la Junta Veredal y la Junta de Gobierno del Consejo Comunitario Rescate las Varas

**Tabla 16.** Cuadro de realidades, tomado del diseño de Cecilia Ceraso.

## 2.9 Identificación de nudos críticos y líneas de acción

Los nudos responden a situaciones que oscilan entre lo crítico y lo urgente de la realidad que se nos presenta como comunicadores sociales. Se caracterizan por representar en un número menor al de las matrices anteriores, situaciones apremiantes (nudos) que están deteniendo todo el andamiaje de la organización y/o comunidad en la que se está interviniendo. Los nudos son la materialización de los problemas, pero en especial de las excusas, disculpas y “peros” de los que se sirven algunos actores sociales para justificar ciertos comportamientos e incluso fallos frente a las exigencias de los retos y compromisos adquiridos. Las líneas de acción son los caminos de primera mano que permiten orientar

la consecución y el desate de los nudos críticos, con lo cual, se presume una individualización de actores y situaciones a seguir, las cuales, de ser superadas, pueden fomentar el acceso a recursos, tecnologías, otros actores sociales, etc., que circulan en el contexto y permiten a través de su apropiación, líneas de salida. A continuación, presentamos tres nudos críticos con sus líneas de acción, como parte de la intervención estratégica comunicacional en ASOJOCOFUR.

**Tabla 17. Nudos críticos y líneas de acción en ASOJOCOFUR**

Nudos críticos	Líneas de acción
<p>Falencia comunicacional entre los miembros de la Junta Directiva de la Asociación, que está ocasionando diferencias de carácter personal y de cumplimiento en función de las responsabilidades de sus roles y cargos.</p>	<p>Intervenir la realidad comunicacional de la Junta Directiva a través de diagnósticos socio comunicativos, que les permitan reconocer sus debilidades y posibilitar espacios de encuentro a través del diálogo para reflexionar y generar compromisos personales y grupales.</p>
<p>No se cuenta con dinero o flujo de capital para la compra de cacao y su posterior transformación. Esta falta de efectivo, afecta todos los procesos de funcionamiento de la Asociación, inactivándola parcialmente.</p>	<p>Gestionar la vinculación de la Asociación a la Alianza Público Privada, actor que formula planes y proyectos que brindan subsidios, apoyos de infraestructura, equipos, capacitaciones y asesoría en la gestión de los procesos asociativos.</p>
<p>No hay adecuaciones a nivel infraestructural de la bodega (o sede) proyectada como centro de acopio del cacao, ni tampoco existe un espacio adecuado como oficina (muebles y enseres), ni están equipados para realizar el proceso de beneficio de cacao (muelles de secado, cajones de fermentación, etc.), para su funcionamiento y el desarrollo de actividades propias de una Asociación cacaotera</p>	<p>Gestionar recursos para lograr las adecuaciones mínimas (servicios de luz constante, ornamentación, etc.), también para adquirir de manera urgente pipetas de gas, dos equipos de cómputo, una impresora, muelles de secado, báscula, entre otros elementos (como mínimo) para tratar de iniciar el proceso de beneficio de cacao.</p>
	<p>Establecer alianzas con organizaciones presentes en el territorio con capacidad funcional ya instalada, que pueden compartir no solo conocimiento y experiencias, además espacios de</p>



	infraestructura y equipos de producción y oficina.
--	--

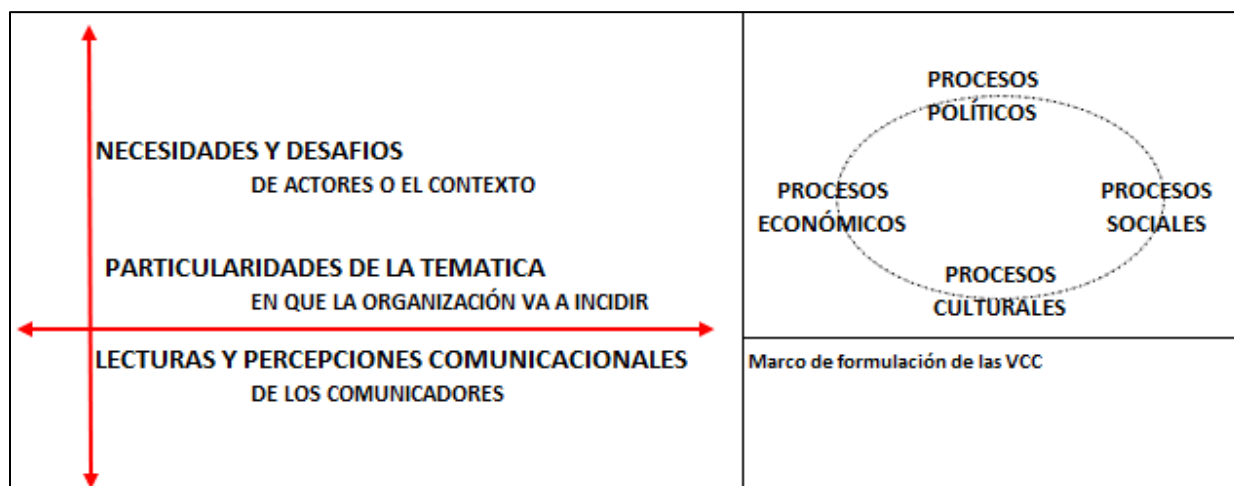
Decidimos dar continuidad al análisis realizado en la matriz de realidades con este enfoque de nudos críticos, ya que nos permite enlazarlos puntualmente con lo comunicacional, la infraestructura y el flujo de recursos. Aspectos de suma importancia que requieren con urgencia de atención para iniciar los procesos de activación, respuestas comunicacional y flujo de recursos como lo expresan sus líneas de acción. Esta dinámica deberá reflejarse en la estructura de la estrategia comunicacional que se diseñe para intervenir la Asociación.

### **2.10 Variables Clave Comunicacionales (VCC)**

Las Variables Clave Comunicacionales (VCC) se insertan en el análisis situacional de la realidad (Uranga, 2011). Su apropiación resulta productiva ya que orientan el curso de la estrategia y la planificación para su consecución, estableciendo lineamientos para la enunciación de objetivos, rutas a seguir, actividades, etc. Como señala Uranga:

Las VCC deben ser relevantes (importantes) y pertinentes (necesarias y adecuadas) en función de la realidad del ámbito de trabajo (...) definidas teniendo en cuenta el entrecruzamiento de las necesidades y desafíos expresados por el ámbito de trabajo y/o los actores de la misma, las particularidades de la temática sobre la que la organización está interesada en incidir en algún sentido. (2011, p. 126 -127)

Se presenta a continuación un esquema a manera de síntesis sobre las Variables Clave Comunicacionales:



**Imagen 6.** Análisis del entrecruzamiento para formular VCC. Elaboración propia



**Imagen 7.** Análisis de los aspectos funcionales para construir VCC. Elaboración propia.

Resulta oportuna la definición suministrada por Canales (2000) para complementar la noción sobre las VCC:

Ejes de indagación (que nos permiten analizar y comprender las características del tema/territorio/ámbito de trabajo donde el grupo se inserta), dimensiones de análisis (ya que son modos de enfocar y organizar los sentidos que, desde una mirada comunicacional, las prácticas enuncian), factores dinámicos (porque inciden

directamente en el desarrollo del tema/territorio a futuro: tanto en su avance como en su retroceso o estancamiento). (1994)

La utilidad de las variables clave comunicacionales, se determina por la capacidad que entregan al grupo de intervención (o investigación) para contextualizar la realidad comunicacional a partir de los ejes articulados desde su enunciación, orientando el sentido de la intervención y dado que su naturaleza es dinámica (Uranga), actúan de manera reactiva durante todo el proceso de gestión estratégica comunicacional. Como lo señala Washington Uranga (2020)

Para avanzar en el análisis situacional desde la comunicación, necesitamos ordenar y procesar la información relevada durante el trabajo de campo. En esta instancia, el objetivo será primero describir y luego analizar las prácticas sociales a partir de las variables clave comunicacionales (VCC) definidas para reconocer, en función de ellas, las distancias, desafíos y tensiones entre las imágenes de futuro manifestadas por los actores y la situación actual. (p.141)

### 2.11 Planilla de actores Variable Clave Comunicacionales

A diferencia del mapeo de actores y reconocimiento de territorio, la planilla de actores de las variables clave comunicacionales presenta los principales actores sociales por la naturaleza de los vínculos de comunicación, los sentidos que permiten el tejido de redes y las significaciones políticas en un sentido de tensión. Ofrece de esta manera un recorrido sucinto en la enunciación de las VCC.

**Tabla 18. Planilla de actores VCC para ASOJOCOFUR**

<b>TEMA/PROBLEMA</b>	Falencias administrativas, productivas y comunicacionales al interior de la Junta Directiva de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, las cuales no permiten su puesta en marcha de manera continua, sostenible y productiva en la vereda de Piñal Salado							
<b>ACTORES SOCIALES</b>	Integrantes de la Junta Directiva, socios de ASOJOCOFUR, comunidad de Piñal Salado, otras Asociaciones presentes en el territorio, entidades públicas y privadas, grupos al margen de la Ley.							
<b>CARACTERÍSTICAS DE LOS ACTORES SOCIALES</b>								
<b>Nombre del actor</b>	<b>Tipo de actor</b>	<b>Tipo de intervención</b>	<b>Intereses en relación al tema</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Capacidades</b>	<b>Alcance /área de cobertura</b>	<b>Articulación con otros actores (alianzas y tensiones)</b>

Fiscal, Representante legal de ASOJOCOFUR	Local	Social comunitario	Mucho interés	Asambleas, reuniones, Escuelas de Campo (ECAS)	Físicos, económicos, humanos		Local, regional	
Junta Directiva ASOJOCOFUR	Local	Social comunitario	Mucho interés	Asambleas, reuniones, Escuelas de Campo (ECAS)	Físicos, económicos, humanos		Local, regional	
Socios (base social)	Local	Particular	Mucho interés	Apoyo a las actividades propuestas por la Junta Directiva	Físicos, humanos, económicos		Local, regional	
Comunidad de Piñal Salado	Regional	Pública	Mucho interés	No han desarrollado actividades en función de ASOJOCOFUR	Humanos		Local, regional nacional	
Asociaciones cacaoteras (Corpoteva, Afromuvaras, Procacao)	De cooperación . Empresarial	Asistencia técnica.	Interés moderado	Visitas técnicas, jornadas de capacitación y conversatorios,	Humanos, físicos		Local, regional	Probables alianzas productivas en torno a la compra y venta de cacao. Tensión por el sentido de competencia
Alianza Público Privada	Gubernamental y privada	Asistencia directa. Extensión agropecuaria. Apoyo	Mucho interés	Visitas técnicas. Jornadas de capacitación. Conversatorios	Humanos, físicos		Local, regional nacional	Posible alianza de beneficio bilateral Tensión por voluntades cortas, algo habitual con las Asociaciones nuevas que no perduran en el tiempo.
Junta de Gobierno del Consejo Comunitario Rescate Las Varas	Gubernamental	Asistencia técnica. Apoyo	moderado	Visitas técnicas.	Humanos, físicos		Local, regional nacional	Posible alianza en miras de atraer organizaciones que fortalezcan la Asociación.

Grupos al margen de la Ley	Particular regional	Movilización	Poco interés	Toque de queda impuestos y paros armados	Humanos		Local, regional nacional	Coaccionan con su presencia la libertad de los piñaleños en general
----------------------------	---------------------	--------------	--------------	--	---------	--	--------------------------	---

## 2.12 Variables Clave Comunicacionales planteadas para intervenir ASOJOCOFUR

A continuación, presentamos las variables planteadas para el desarrollo de la estrategia y el plan comunicacional en ASOJOCOFUR.

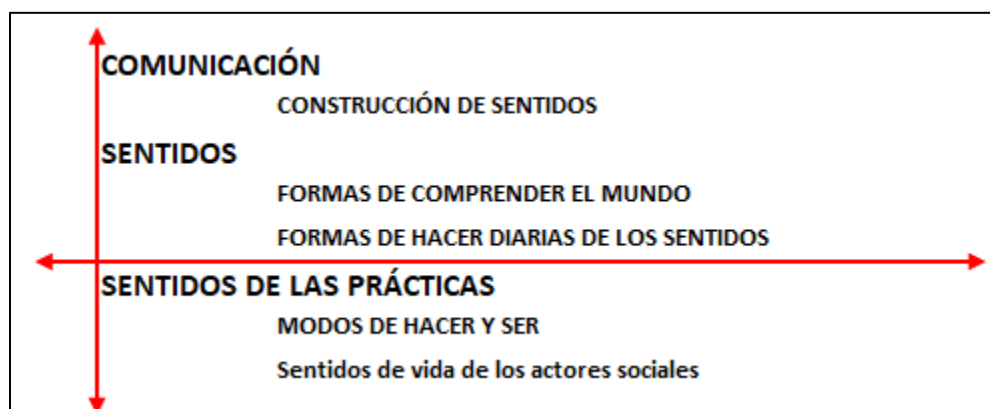
### 2.12.1 Primera Variable: Los sujetos que entran en relación y la naturaleza de sus vínculos.

Estructura:

**Tabla 19. Estructura de la variable 1. Análisis de la estructuración de VCC 1**

<b>Actor X</b>	Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR
<b>Actor Y</b>	Junta Directiva de ASOJOCOFUR
<b>Tema Z</b>	Desconocimiento de procesos comunicacionales en función de la planeación por parte de los integrantes de ASOJOCOFUR, que impiden su puesta en marcha de manera continua, productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado
<b>Territorio Y</b>	Piñal Salado
<b>Población objetivo</b>	Junta Directiva y socios de ASOJOCOFUR
<b>Comunidad de referencia</b>	Jóvenes de Piñal Salado

Elaboración propia.



**Imagen 8.** Análisis de la constitución de VCC 1. Elaboración propia

Enunciación de la variable:

## 1. **Los sujetos.**

- *Articulación del actor X con el Estado municipal.*

¿Cómo se articula la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR con la Junta de Gobierno del Consejo Comunitario Rescate Las Varas y las autoridades de la Junta Veredal en Tumaco?

- *Participación del actor X en las políticas públicas desarrolladas en el territorio Y en relación al tema Z.*

¿Existe alguna posibilidad de incluir la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR dentro de una política pública articulada con el Consejo Comunitario Rescate Las Varas que le permita fortalecer su presencia como Asociación frente a la comunidad de juvenil de Piñal Salado?

- *Relación del actor X con otros actores estratégicos del territorio Y y/o vinculados con el tema Z.*

¿Cuáles son las relaciones de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR con las organizaciones cacaoteras presentes en Piñal Salado como Procacao, Afromuvaras, Corpoteva, Cortepaz, con estatales como el Sena e instituciones educativas, con sus asociados, con los grupos al margen de la Ley, entre otros?

- *Relación del actor X con el actor Y en función del tema Z.*

¿Cómo es la relación interna desde los procesos comunicacionales de los integrantes de la Junta Directiva (presidente, vicepresidente, fiscal, tesorero, secretaria, representante legal, vocal uno y vocal dos) y como esta afecta los procesos de desarrollo de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR?

- *Vínculo del actor X con la población objetivo / con Y sector de la comunidad de referencia.*

¿Cuál es el vínculo (o vínculos) de los miembros de la Junta Directiva de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR respecto a la formulación de procesos de planeación que permitan su puesta en marcha de manera continua, productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado?

### 2.12.2 Segunda Variable: Los sentidos que circulan

Estructura:

**Tabla 20. Estructura de la variable 2. Análisis de la estructuración de VCC 2.**

<b>Actor Y</b>	Junta Directiva de ASOJOCOFUR
<b>Actor Z</b>	Socios (base social) de ASOJOCOFUR
<b>Medios locales de comunicación de Y</b>	WhatsApp, voz a voz, reuniones locales.
<b>Población destinataria X</b>	Socios (Base Social) y jóvenes de 16 a 29 años
<b>Tema X</b>	Mejorar los procesos de planeación comunicacional de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR
<b>Tema Y</b>	Poner en marcha la Asociación de manera continua, productiva y sostenible
<b>Territorio Y</b>	Jóvenes de Piñal Salado

Elaboración propia.

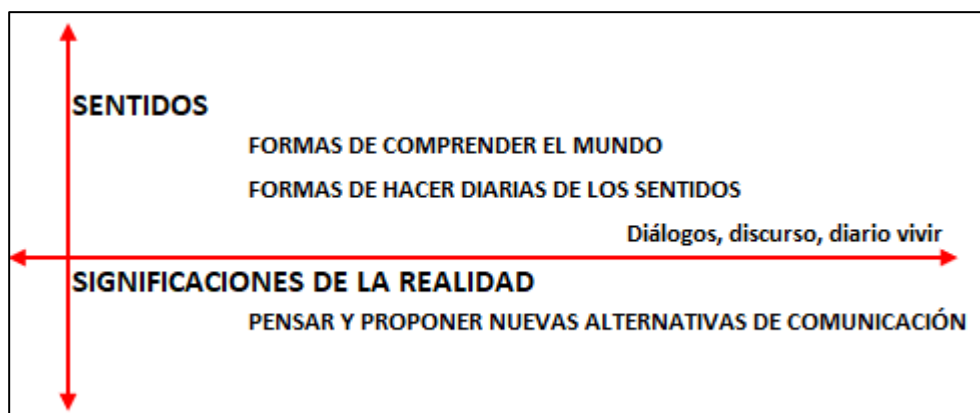


Imagen 9. Análisis de la constitución de VCC 2. Elaboración propia

Enunciación de la variable:

#### 2. Los sentidos.

- *Significaciones en torno al tema X en los actores Y y Z*

¿De qué manera los integrantes de la Junta Directiva de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR buscan mejorar sus relaciones comunicacionales con el fin de formular procesos de

planeación que les permitan poner en marcha de manera continua, productiva y sostenible la Asociación en Piñal Salado?

- *Sentidos que circulan en la población destinataria X sobre el tema Y*

¿Cuál es la expectativa de los socios (base social) de ASOJOCOFUR cuando la Asociación esté funcionando de manera continua, productiva y sostenible frente a las necesidades de los jóvenes en Piñal Salado?

- *Tratamiento del tema X por parte de los medios de comunicación locales de Y*

¿Cómo se mejorarían y/o encontrarían alternativas de cambio para potenciar los procesos comunicacionales de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR a través de los medios locales de comunicación más efectivos (usados) como son el WhatsApp, el “voz a voz” y las reuniones locales?

### **2.12.3 Tercera Variable: Significaciones. Políticas y estrategias de comunicación**

Estructura:

**Tabla 21. Estructura de la variable 3. Análisis de la estructuración de VCC 2.**

<b>Configuración de los espacios de encuentro entre los actores X en función del tema Y</b>	Estrategia para desarrollar procesos comunicacionales con sus socio y la comunidad de jóvenes de Piñal Salado en espacios distintos a la escuela y espacios comunes de la vereda Piñal Salado
<b>Estrategia de X para vincularse</b>	Invitación a participar en talleres, escuelas de campo, cursos, por parte de ASOJOCOFUR
<b>Mecanismo desarrollados en el ámbito X</b>	Encuentros, convocatorias, clases, promovidas por ASOJOCOFUR
<b>Modos de participación promovidos por X</b>	Desarrollo de talleres, escuelas de campo, cursos de chocolatería, "chismógrafos" (por parte de ASOJOCOFUR)
<b>Población destinataria Y</b>	Socios y comunidad de jóvenes de Piñal Salado
<b>Tema Y</b>	Poner en marcha la Asociación de manera continua, productiva y sostenible
<b>Actores Y</b>	Junta Directiva y socios (base social) de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR



Elaboración propia.

Imagen 10. Análisis de la constitución de VCC 3. Elaboración propia

### 2.13 Registro (relevamiento) de las Variables Clave Comunicacionales

Las matrices de registro (relevamiento) de las variables, presentan su formulación de manera puntual, al determinar los elementos del marco conceptual comunicacional, las fuentes, las técnicas, tareas y los resultados esperados de cada una. De esta manera se crea una visión pormenorizada de las variables en función del análisis situacional. A continuación, presentamos el registro de las Variables enunciadas para la intervención en ASOJOCOFUR.

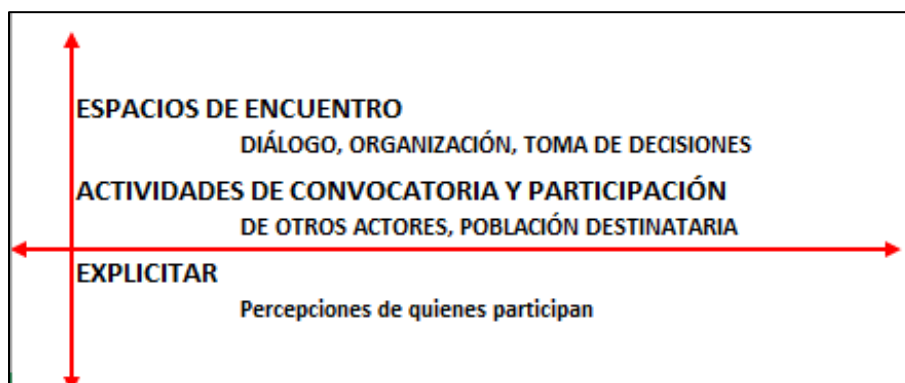


Tabla 22. Registro de variables para ASOJOCOFUR

VCC a registrar	Nociones en las que se apoyan (marco conceptual)	Preguntas que nos hacemos acerca de las VCC	Técnicas de relevamiento (en referencia al mapeo de actores y territorio)	Fuente: donde y quiénes?	Técnicas	Tareas	Documentos e insumos a obtener
Articulación actor X con el Estado municipal	Desarrollo desde la comunicación. Interacción social desde la interpretación cultural y de marco social. Política pública de Tumaco. Realidad comunicacional desde los determinantes sociales.	¿Cómo se articula ASOJOCOFUR con la Junta de Gobierno del Consejo Comunitario Rescate Las Varas y las autoridades de la Junta Veredal en Tumaco?	Mapa de redes y relaciones, planilla de prediagnóstico, cuadro de realidades, entrevistas, observación participante Modelo integrado de comunicación MIG. Nudos crítico	Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Comunidad de la vereda Piñal Salado. Miembros de la APP.	Entrevistas. Video llamadas con los socios de la Junta Directiva. Talleres. Matriz de brechas. Líneas de acción	Indagación sobre normatividad y políticas cacaoteras en el territorio.	Identificación de nudos críticos y formulación de líneas de acción
	Procesos educativos de formación de sujetos, subjetividades campo político. Desarrollo del espacio socio comunitario de ASOJOCOFUR.	¿Cómo incluir a ASOJOCOFUR dentro de una política pública articulada con el Consejo Comunitario para fortalecer su presencia en Piñal Salado?	Mapa de redes y relaciones, planilla de prediagnóstico, cuadro de realidades, entrevistas, observación participante	Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Comunidad de la vereda Piñal Salado.	Entrevistas grabadas - Talleres - Dinámica	Reuniones extraordinarias para ajustar plan y proyección de negocio y asociatividad	Adecuación de la sede. Equipos para su funcionamiento
	Análisis de las políticas para el mejoramiento y producción del cacao. Análisis organizacional a partir de relaciones comunicacionales en función de planeación y la gestión de proyectos	¿Cuáles son las relaciones de ASOJOCOFUR con organizaciones como Procacao, Afromuvaras, Corpoteva, Cortepaz, con el Sena, socios y grupos al margen de la Ley, entre otros?	Mapa de redes y relaciones, planilla de prediagnóstico, cuadro de realidades, entrevistas, observación participante	Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Representante legal de Corpoteva. Comunidad de la vereda Piñal Salado.	Entrevistas grabadas - Talleres - Dinámicas. Visitas a instalaciones de otras asociaciones	Creación de comités para el funcionamiento de la Asociación. Acordar reuniones con Corpoteva	Alianzas estratégicas. Concertación y orientación a través de guías a partir de la experiencia de asociaciones conformadas
	Análisis situacional desde la comunicación para el estudio de los	¿Cómo es la relación interna desde los procesos	Mapa de redes y relaciones, planilla de prediagnóstico,	Miembros de la Junta Directiva de	Talleres, entrevistas,	Construcción de cartas con reflexión personal. Entrevista y	Cartas a sí mismos. Análisis de las relaciones

Articulación actor X con el Estado municipal	escenarios socio - comunicacionales. Proceso comunicacional desde las experiencias de asociatividad	comunicacionales de los integrantes de la Junta Directiva y como afecta los procesos de desarrollo de ASOJOCOFUR?	cuadro de realidades, entrevistas, observación participante	ASOJOCOFUR. Socios de la misma	conversatorios y diálogos	desarrollo de evaluaciones individuales a partir de las percepciones comunicacionales en función de las aptitudes organizacionales	de poder y comunicación
--	---	---	---	--------------------------------	---------------------------	--	-------------------------

**Tabla 22.** Registro de variables para ASOJOCOFUR

VCC a registrar	Nociones en las que se apoyan (marco conceptual)	Preguntas que nos hacemos acerca de las VCC	Técnicas de relevamiento (en referencia al mapeo de actores y territorio)	Fuente: donde y quiénes?	Técnicas de relevamiento	Tareas	Documentos e insumos a obtener
Significaciones en torno al tema X en los actores Y	Trama de memoria social. Trama cultural. Análisis situacional desde la comunicación. Articulación disciplinar organizacional	¿De qué manera los integrantes de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR buscan mejorar sus relaciones comunicacionales con el fin de formular procesos de planeación que les permitan poner en marcha de manera continua, productiva y sostenible la Asociación en Piñal Salado?	Mapa de redes y relaciones, planilla de prediagnóstico, cuadro de realidades, entrevistas, observación participante Modelo integrado de comunicación MIG	Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Comunidad de la vereda Piñal Salado. Miembros de la APP.	Entrevistas. Video llamadas con los socios de la Junta Directiva. Talleres.	Identificación de actores - Sensibilización	Mapa de realidades. - Diagnósticos (pre y post) organizacionales. - Registros mercantiles
	Momentos enunciatarios en			Junta Directiva de ASOJOCOFUR.			Adecuación inicial de la bodega sede.

	un espacio de comunicación. Producción social de sentidos. Seguimiento a objetivos organizacionales.	¿Cuál es la expectativa de los socios de ASOJOCOFUR cuando la Asociación esté funcionando de manera continua, productiva y sostenible frente a las necesidades de los jóvenes en Piñal Salado?	Mapa de redes y relaciones, planilla de prediagnóstico, cuadro de realidades, entrevistas, observación participante	Comunidad de la vereda Piñal Salado.	Entrevistas grabadas - Talleres - Dinámicas	Reuniones extraordinarias para ajustar plan y proyección de negocio y asociatividad	Equipos mínimos para su funcionamiento
	Situaciones de comunicación como unidad de análisis. Procesos de prácticas sociales a través de la experiencia. Acciones sociales a partir del territorio.	¿Es posible mejorar alternativas de cambio potenciando procesos comunicacionales de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR a través de los medios locales de comunicación	Mapa de redes y relaciones, planilla de prediagnóstico, cuadro de realidades, entrevistas, observación participante	Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Comunidad de la vereda Piñal Salado.	Entrevistas grabadas - Talleres - Dinámicas	Semilleros de réplica de conocimientos - Creación de comités de la Asociación	"Chismógrafos" - Campaña de recolección de basuras

**Tabla 22. Registro de variables para ASOJOCOFUR**

VCC a registrar	Nociones en las que se apoyan (marco conceptual)	Preguntas que nos hacemos acerca de las VCC	Técnicas de relevamiento (en referencia al mapeo de actores y territorio)	Fuente: donde y quiénes?	Técnicas de relevamiento	Tareas	Documentos e insumos a obtener
Estrategia llevada adelante por X para vincularse con los actores Y	Procesos comunicacionales desde las prácticas sociales tanto individuales como comunitarias. Práctica social con marcos de referencia y estrategias de comunicación	¿Cuál estrategia puede crear ASOJOCOFUR para desarrollar un proceso comunicacional óptimo y eficiente	Mapa de redes y relaciones, planilla de prediagnóstico, cuadro de realidades, entrevistas, observación participante	Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Socios. Comunidad de Piñal Salado.	Video llamada con la Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Mapa comunicacional	Conversatorios	Plan comunicacional. Formulación de una estrategia comunicacional

Estrategia llevada adelante por X para vincularse con los actores Y		con sus socios y la comunidad de jóvenes de Piñal Salado?					
	Intervención desde la comunicación/educación. Mirada prospectiva. Desarrollo estratégico comunicacional	¿Cuáles podrían ser los modos de participación promovidos por ASOJOCOFUR para convocar, y mejorar alcance con los jóvenes de Piñal Salado?	Mapa de redes y relaciones, planilla de prediagnóstico, cuadro de realidades, entrevistas, observación participante	Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Socios. Comunidad de Piñal Salado.	Entrevistas grabadas.		
	Estudio de la Ley 1454 de 2011. Reconocimiento de la realidad comunicacional desde los problemas hasta las potencialidades. Tramas culturales e históricas.	¿Qué mecanismos pueden desarrollarse en el ámbito de la asociatividad corporativa de ASOJOCOFUR para lograr su puesta en marcha de manera productiva, continua y sostenible en Piñal Salado?	Mapa de redes y relaciones, planilla de prediagnóstico, cuadro de realidades, entrevistas, observación participante	Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Socios. Comunidad de Piñal Salado	Entrevistas grabadas	Creación de los comités para la diversificación de funciones	Actas, videos, registros fotográficos
	Construcción de espacios como hechos sociales de comunicación.	¿Cómo desarrollar espacios de encuentro que brinden condiciones de seguridad, cercanía, entre ASOJOCOFUR, los jóvenes y grupos ilegales en Piñal Salado?	Mapa de redes y relaciones, cuadro de realidades, observación participante	Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Socios. Comunidad de Piñal Salado.	Visitas al territorio	Adecuación inicial de la sede de ASOJOCOFUR	Postulación de nuevos espacios para la actividad comunicacional y organizacional

El registro de las variables arrojó entre otros aspectos, el acercamiento a las referencias conceptuales que guían el proceso de la estrategia, una segunda interpretación de los cuestionamientos iniciales de las VCC, que nos permiten proyectar posibles salidas y respuestas orientadoras del contenido, la postura de los actores ya definidos en el mapa de relaciones y actores, para precisar los productos que se deben alcanzar a lo largo de la intervención.

Para complementar este proceso de acercamiento y diagnóstico, se decide realizar el análisis participativo, que ampliamos a continuación.

#### **2.14 Análisis participativo de las Necesidades, Oportunidades, Problemas y Soluciones con la matriz NOPS**

Durante el desarrollo de los tres primeros encuentros (ya mencionados), se realizó una matriz de Necesidades Oportunidades Problemas y Soluciones (NOPS) con los miembros administrativos de la Asociación, en la que se identificó como problema principal la inactividad de la misma. Sin embargo, se realizaron conjuntamente una serie de ajustes que permitieron identificar otras situaciones problema.

#### **2.15 Matriz NOPS**

La matriz NOPS fue elaborada participativamente entre los miembros de la Junta Directiva, el Fiscal y el Representante Legal de la organización, quienes son los actores principales dentro de la estructura organizacional, por lo cual conocen de primera mano las necesidades, obstáculos y requerimientos de la Asociación.

**Tabla 23. Desarrollo de la matriz NOPS para ASOJOCOFUR**

<b>Necesidades</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Problemas</b>	<b>Soluciones</b>
Capacitaciones a la Junta Directiva, Representante Legal y Fiscal sobre aspectos organizacionales (funciones de sus	La APP actualmente está ejecutando el plan Nuestra Tierra Próspera, enfocado en fortalecer varias líneas productivas (principalmente	Inactividad de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, desde su fundación	Generar espacios de formación organizacional facilitando el intercambio de saberes con Corpoteva y

Necesidades	Oportunidades	Problemas	Soluciones
<p>cargos, procesos de autogestión) asociativos (conformación de estatutos), empresariales (elaboración de planes de negocio, perfiles de proyectos), con el fin de activar a la organización ASOJOCOFUR</p> <p>Capacitaciones a la Junta Directiva, Representante Legal y Fiscal sobre aspectos organizacionales (funciones de sus cargos, procesos de autogestión) asociativos (conformación de estatutos), empresariales (elaboración de planes de negocio, perfiles de proyectos), con el fin de activar a la organización ASOJOCOFUR</p>	<p>agrícolas y especialmente cacao) en el municipio de Tumaco, por medio de capacitaciones, donaciones y la creación de alianzas.</p> <p>Apoyo de la Asociación de cacaoteros Corpoteva, también ubicada en el Consejo Comunitario Rescate Las Varas, para acompañar el proceso de activación de ASOJOCOFUR.</p> <p>Acompañamiento e intercambio de saberes de la Asociación Procacao, de amplio recorrido en la transformación de cacao en Tumaco.</p>	<p>no ha realizado labores de compra, venta, beneficio del cacao (secado y fermentación) y transformación, lo que genera la falta de capital económico.</p> <p>No hay comunicación efectiva entre la APP y la Asociación</p>	<p>Procacao. También propiciar la lectura y el análisis de los estatutos de ASOJOCOFUR con la Junta Directiva, el Fiscal, el Representante Legal y los socios activos. En los estatutos se describen el objeto social, el funcionamiento de la organización y las funciones de los miembros de la Junta Directiva, del Fiscal y del Representante Legal.</p> <p>Gestionar la capacitación de la Junta Directiva, el Fiscal y el Representante Legal para la elaboración del plan de negocios y del perfil de proyecto. La organización no tiene ninguno.</p> <p>Generar espacios de diálogo entre la APP y la joven organización de Piñal Salado.</p>
	En el Consejo Comunitario se le	Carencia de infraestructura,	Establecer acuerdos entre la ESAL, la

<b>Necesidades</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Problemas</b>	<b>Soluciones</b>
<p>La Asociación requiere una central sede física para realizar labores de compra, secado y almacenamiento de cacao</p>	<p>otorgan tierras e inmuebles por comodato a las asociaciones legalmente establecidas.</p> <p>La APP gestiona donaciones de equipos e insumos para el almacenamiento, revisión del cacao y artículos de oficina.</p>	<p>equipamiento de oficina e insumos para el almacenamiento y manejo de cacao</p>	<p>APP y los entes de gobierno local que permitan el fortalecimiento en infraestructura y equipamiento de la ESAL.</p>
<p>Planear actividades en la vereda que les permitan fortalecer económicamente a la Asociación y facilite el inicio de compra de cacao.</p>	<p>ASOJOCOFUR tiene una base social (socios) de 53 jóvenes, como asociados tienen la responsabilidad de participar en actividades que tengan como objeto fortalecer a la organización.</p>	<p>No se planean ni se realizan actividades comerciales ajenas a su objeto social (bazares, eventos degustativos, rifas, entre otros.) con el fin de obtener dinero para la compra de cacao.</p>	<p>Elaboración participativa de un plan de actividades en el que se puedan vincular los socios activos, para la recaudación de fondos y fortalecer económicamente la Asociación, facilitando la compra de cacao.</p>
<p>Fomentar la asociatividad como una alternativa para suplir la baja oferta laboral en Piñal Salado</p>	<p>La APP y la Institución Educativa de Piñal Salado han mostrado su interés por facilitar el personal y las aulas de clase para la realización de jornadas de fomento asociativo.</p>	<p>En la vereda no se percibe a la asociatividad como una alternativa para suplir la baja oferta laboral en Piñal Salado.</p>	<p>La APP y la Institución Educativa de Piñal Salado han mostrado su interés por facilitar el personal y las aulas de clase para la realización de jornadas de fomento asociativo.</p>



Necesidades	Oportunidades	Problemas	Soluciones
<p>Fomentar la asociatividad como una alternativa para suplir la baja oferta laboral en Piñal Salado</p>	<p>Asociaciones de cacaoteros debidamente constituidas, dispuestas a compartir sus historias, siendo ahora fuente de ingresos de cientos de personas en San Andrés de Tumaco.</p> <p>Acompañamiento de la Junta Veredal de Piñal Salado y de la Junta de Gobierno del Consejo Comunitario colaborando estos entes con la convocatoria.</p>	<p>Alto índice de desempleo de jóvenes de 18 a 29 años en la vereda.</p>	<p>Asociaciones de cacaoteros debidamente constituidas, dispuestas a compartir sus historias, siendo ahora fuente de ingresos de cientos de personas en San Andrés de Tumaco.</p> <p>Acompañamiento de la Junta Veredal de Piñal Salado y de la Junta de Gobierno del Consejo Comunitario colaborando estos entes con la convocatoria a los encuentros formativos.</p>
<p>Incentivar la formulación de proyectos productivos autogestionados por los jóvenes de Piñal Salado. Actualmente solo existe ASOJOCOFUR y se encuentra inactiva administrativa y operacionalmente.</p>	<p>Interés manifiesto de los jóvenes (algunos) de la vereda por adquirir conocimientos que fortalezcan sus habilidades empresariales y les permita estructurar sus proyectos productivos.</p> <p>La APP actualmente está ejecutando el plan Nuestra Tierra Prospera, enfocado en fortalecer varias líneas productivas (principalmente</p>	<p>Los jóvenes de Piñal Salado no realizan procesos de autogestión de proyectos y desconocen cómo se formulan los proyectos productivos.</p>	<p>Promover espacios para la socialización y concienciación de la importancia de los procesos de autogestión para la creación de proyectos productivos.</p> <p>Creación de guías que les permita a los jóvenes seguir los pasos para formular sus proyectos productivos</p>

Necesidades	Oportunidades	Problemas	Soluciones
	agrícolas) en el municipio de Tumaco, por medio de capacitaciones, donaciones y la creación de alianzas.	En la vereda se desconoce cómo se crea y se estructura una ESAL.	Brindarles a los jóvenes de manera práctica y participativa los conocimientos necesarios para crear y estructurar una ESAL.

El desarrollo de la matriz NOPS permitió identificar además de su inactividad tanto administrativa y operativa, una inacción de participación social en la vereda de Piñal Salado. De igual manera, se identificaron necesidades de orden estructural y de financiamiento.

Dada la naturaleza de esta matriz, se abre el camino de las soluciones iniciando la búsqueda de contextos que fortalezcan las relaciones propias de la naturaleza asociativa de la Asociación, con sus pares y las organizaciones presentes en el territorio con capacidad de acción en aspectos económicos, formativos, funcionales, entre otros, fomentando el fortalecimiento al interior de la Junta y la Asociación.

En ese sentido, es importante encontrar las estrategias o planes de trabajo que establezcan acciones para el fortalecimiento económico de la Asociación, tanto a niveles de funcionamiento interno, como proyecciones en torno al cacao para su compra y venta (como en el cuadro de realidades) y la proyección de actividades económicas que aporten a la consecución de materiales para las adecuaciones mínimas y la planeación de labores de limpieza que impidan el aumento del deterioro de la sede.

Gestionar espacios dialogales para la formulación de estrategias comunicacionales y planes de acción para la Asociación, la búsqueda de espacios de aprendizaje donde los 53 jóvenes asociados fortalezcan sus conocimientos en trabajo asociativo y otros, como el establecimiento de vínculos con el

gobierno veredal para tender puentes de acción desde la planeación, ejecución y seguimiento de las futuras intervenciones que desarrolle ASOJOCOFUR en el territorio.

La urgente necesidad de crear una estrategia comunicacional con su respectivo plan de comunicaciones y la generación de espacios de comunicación para que la Asociación se fortalezca y replique conocimientos en la comunidad, también hace parte de los hallazgos de las VCC que en este caso se alinean con el cuadro de realidades.

## **2.16 Matriz de Marco Lógico (MML)**

La metodología del Marco Lógico es un instrumento para la recolección de información y datos, que gracias a su estructura permite analizarlos de manera profunda, como señalan Ortégón y otros,

Ofrece ventajas destacables por cuanto facilita la elaboración de decisiones que por su naturaleza son interconectadas, brinda espacio para una visión dinámica de participación interactiva y sobre la marcha, su utilización se convierte en un proceso de aprendizaje acumulativo, que quizás ninguna otra herramienta ofrezca con tanta validez. (2015, p.11)

Es importante indicar que el producto final de esta metodología es la Matriz de Marco Lógico, la cual abarca reflexiones respecto al ¿por qué es importante el proyecto?, ¿por qué es necesario?, ¿qué se entregará? ¿cuáles serán los resultados?) y ¿qué se hará? La componen entre otras herramientas, el árbol de problemas, el árbol de objetivos y la estructura analítica del proyecto (EAP), instrumentos que en conjunto construyen la matriz. A continuación, se presenta el uso y aportes de cada uno de ellos en esta intervención.

### **2.16.1 Árbol de Problemas**

Esta herramienta, como lo indica las Naciones Unidas,

(...) puede ser realmente útil para verificar las percepciones del problema por la comunidad y explorar todas las relaciones entre las causa y efectos en los proyectos de operación. También puede usarse de manera efectiva en la formulación de nuevos

proyectos, para que las comunidades se involucren en la identificación y evaluación de sus prioridades. (ONU., 2005, p. 39)

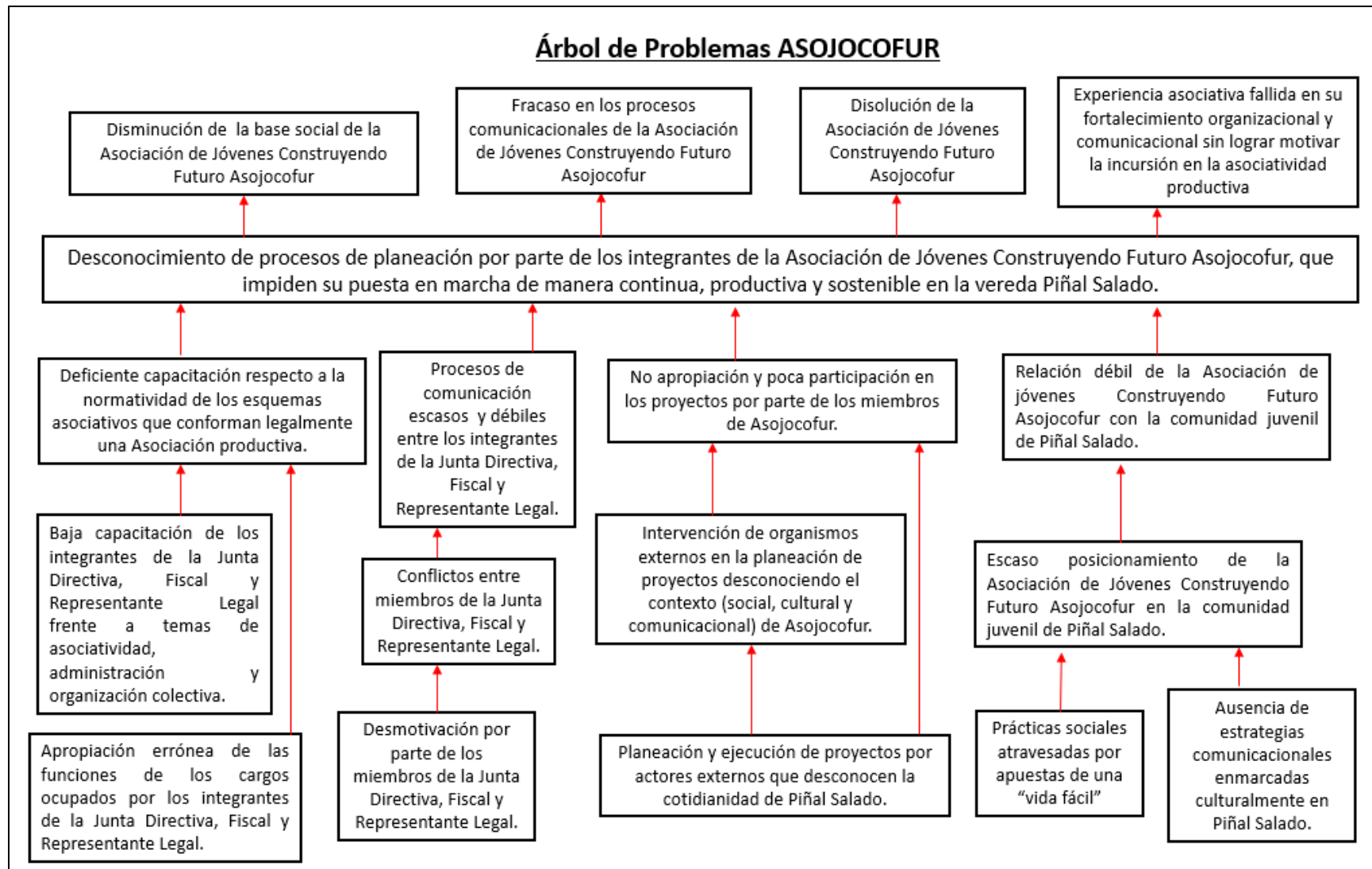
Se finalizó la etapa de diagnóstico con la elaboración colaborativa de los árboles de problemas y oportunidades respectivamente.

En este primer árbol, se tomó de la matriz NOPS como problema central y a intervenir la “inactividad de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro (ASOJOCOFUR)”. Por esta razón se dio inicio a los encuentros formativos dirigidos al fortalecimiento de conocimientos organizacionales, asociativos y empresariales. Sin embargo, el trabajo conjunto y las actividades realizadas evidenciaron que el verdadero problema a intervenir por la Asociación en el territorio era otro.

El siguiente árbol de problemas se modificó en compañía y con la participación de los miembros de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Los cambios no perjudicaron lo anteriormente trabajado con la Junta Directiva, el Fiscal ni el Representante Legal.

Este árbol de problemas permitió definir que el desconocimiento de procesos de planeación por parte de los integrantes de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR que impiden su puesta en marcha de manera continua, productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado, constituía el verdadero problema a intervenir.

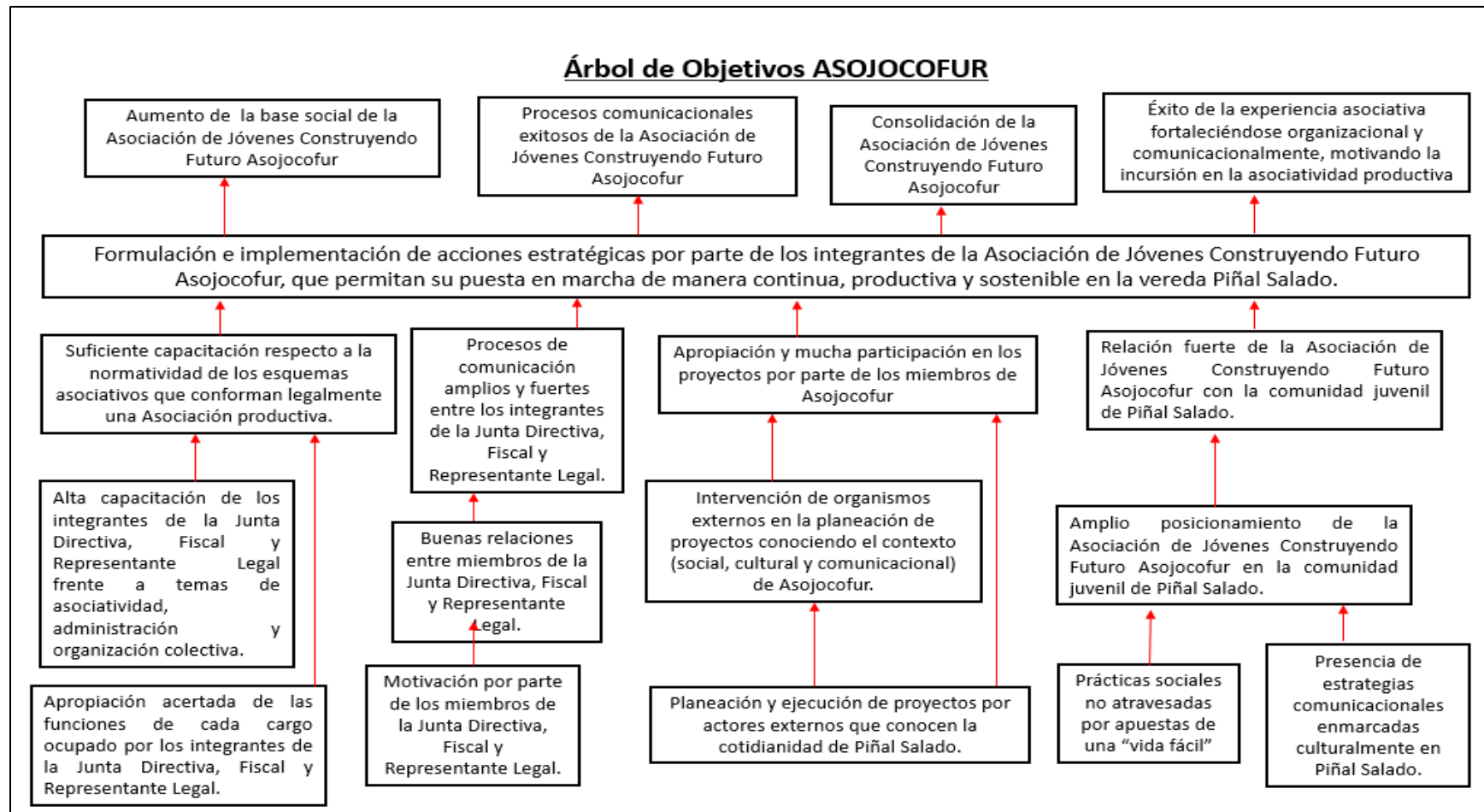
Tabla 24. **Árbol de problemas** realizado con los integrantes de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR



### 2.16.2 Árbol de objetivos

Esta herramienta “nos permite describir la situación futura a la que se desea llegar una vez se han resuelto los problemas. Consiste en convertir los estados negativos del árbol de problemas en soluciones, expresadas en forma de estados positivos” (ONU., 2005, p.17).

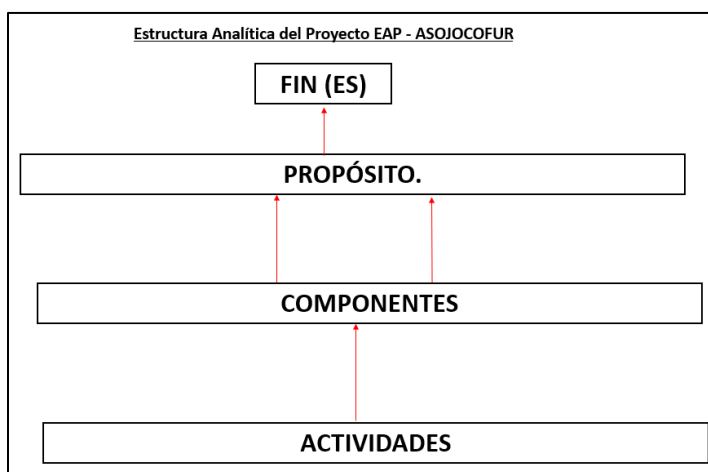
**Tabla 25. Árbol de objetivos de ASOJOCOFUR**



### 2.16.3 Estructura Analítica de Proyecto EAP

Esta estructura parte desde el objetivo general definido en el árbol de objetivos, incluyendo para su análisis “cuatro niveles jerárquicos: fin, propósito, componentes y actividades” (Ortegón, p.80). De esta manera, se establecen alternativas de solución y respuestas a las situaciones de tensión identificados en el árbol de problemas. A continuación, la EAP para la intervención en ASOJOCOFUR

**Tabla 26. Elementos de la EAP**

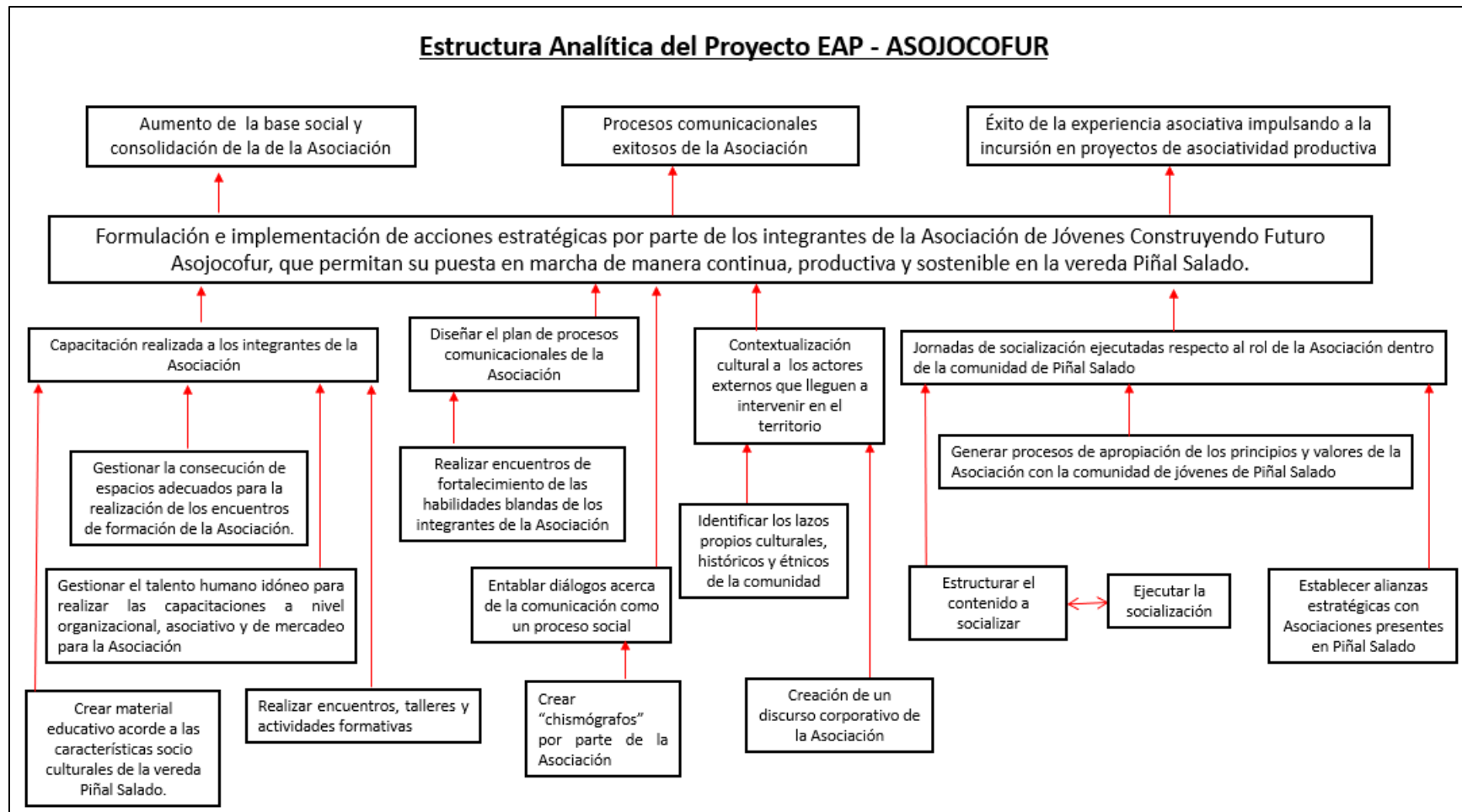


De acuerdo a esta EAP, sus fines en general se orientan hacia el aspecto de sostenimiento de la Asociación en el tiempo. Por ello se formularon desde el aumento de su base social, consolidación y construcción de un(os) procesos comunicacionales exitosos desde su interior, que fomenten el éxito de la experiencia de Asociación como actividad productiva y de emprendimiento.

Respecto a sus componentes, se convierten en la base de sustento hacia los fines propuestos. Capacitar, diseñar contextualizar y formular espacios de intervención orientados desde el objetivo general, estructuran el sentido del proyecto comunicacional de intervención.

Finalmente, las actividades corresponden al cuarto nivel jerárquico y son la base operacional de la Estructura Analítica del Proyecto. Su consecución contiene un componente transversal de ejecución en el cumplimiento del objetivo general (fin)

Tabla 26.1 .Estructura Analítica del Proyecto para ASOJOCOFUR





### 2.16.4 Presentación de la Matriz de Marco Lógico

Con la información obtenida, se prepara la matriz de marco lógico, la matriz de medios de verificación y la matriz de identificación de supuestos.

**Tabla 27. Matriz de medios de verificación de MML**

Nivel	Resumen narrativo	Medios de Verificación						
		Indicadores	Fuentes de Información	Cumplimiento	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia	Responsable
FIN	F.1. Aumento de la base social de ASOJOCOFUR	F.1.1. La Asociación aumenta el número de socios en un 10 % con relación a la cantidad de afiliados (42) que tenía inscritos para marzo del 2022.	Libro de asociados de ASOJOCOFUR	ASOJOCOFUR aumenta formalmente su base social en un número igual o superior a cinco (5) socios	Revisión de registros	Simple Verificación	Anual (final del proyecto)	Representante legal Presidente y Secretaria
	F.2. Procesos comunicacionales exitosos de la Asociación	F.2.1. La Asociación expresa una mejora en sus procesos comunicacionales con la formulación de un nuevo plan de comunicaciones gestionado de manera autónoma por la Junta Directiva	Diagnóstico comunicacional	Se evidenció en la herramienta de diagnóstico una mejora comunicacional en la Asociación de un X%	Herramienta de diagnóstico para la comprensión comunicacional	Interpretación cuantitativa	Bimestral (antes y después de la implementación de la estrategia comunicacional)	Junta Directiva Representante legal Fiscal Gestores
	F.3. Éxito de la experiencia asociativa de ASOJOCOFUR fortaleciéndose organizacional y comunicacionalmente, motivando a	F. 3.1. En Piñal Salado surgen iniciativas para la creación de una Asociación	La Junta Veredal Comité de responsabilidad social y educación de ASOJOCOFUR		Registro de la Junta Veredal y registros del comité de la Asociación	Simple Verificación	Anual (final del proyecto)	Representante legal Presidente y de la Junta Veredal Secretario de la

	otras personas para que incursionen en la asociatividad productiva	sin ánimo de lucro						Junta Veredal Miembros del comité de responsabilidad social y educación de ASOJOCOFUR	
PROPÓSITO	P1. Formulación e implementación de acciones estratégicas por parte de los integrantes de ASOJOCOFUR que permitan su puesta en marcha de manera continua, productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado	P.1.1. La Asociación elabora el plan de negocio y perfil de proyecto de ASOJOCOFUR.	Elaboración del Plan de Negocio y el Perfil de Proyecto ASOJOCOFUR.		Revisión de registros.	Simple Verificación	Anual (final del proyecto)	Representante Legal, presidente, secretaria y gestores	
		P.1.2. La Asociación aumenta su actividad y reconocimiento en el territorio realizando dos actividades en la vereda Piñal Salado para la comunidad durante el primer semestre del 2023	Comité de medio ambiente Comité de educación y responsabilidad social Vecinos de Piñal Salado	La Asociación realizó tres actividades en las que se involucró directamente a la comunidad: Semana de la Asojocomunación. Jornada de recolección de basura en Piñal Salado Creación de chismógrafos		Material audiovisual, registró fotográfico, registros de los comités de la Asociación	Simple Verificación	Anual (final del proyecto)	Integrantes de los comités de ASOJOCOFUR Junta Directiva
		P.1.3. Actualización del Registro Único Tributario ante la Dian y renovación del registro en Cámara	Cámara de Comercio y Dian de Tumaco. Comprobantes de pago de Cámara de Comercio. Documento RUT descargado	La Asociación renovó el registro en Cámara y Comercio y actualizó el RUT en la Dian		Recibo de pago de la renovación en Cámara de Comercio	Simple Verificación	Anual	Representante legal Presidente

		y Comercio de Tumaco	de la página de la Dian					
	Resumen narrativo	Indicadores	Fuentes de Información	Cumplimiento	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia	Responsable
Componente	C.1. Diseñar el plan de procesos comunicacionales de la Asociación	C.1.1. Se elabora en conjunto entre los integrantes de la Junta Directiva de la Asociación y los gestores una estrategia comunicacional	Diagnósticos en comunicación  Análisis situacional desde la comunicación  Variable Clave Comunicacionales	Se elaboró el plan de comunicaciones y se ejecutó a través de las actividades comunicacionales	Planillas de prediagnóstico, cuadro de realidades, matrices comunicacionales, mapeo, entrevistas	Interpretación cualitativa, análisis situacional desde la comunicación		
	C.2 Contextualización cultural a los actores externos que lleguen a intervenir en el territorio	C.2.1 Elaboración conjunta de un discurso corporativo, enfocado en la producción cultural étnica de la vereda Piñal Salado	Miembros de la Junta Directiva Grabaciones	Se creó la pieza sonora "Somos ASOJOCOFUR" compuesta por los miembros de la Junta Directiva y los gestores	Encuentro dialogal para la composición de la canción	Simple Verificación	Anual (final del proyecto)	Representante legal Presidente Gestores
	C.3 Jornadas de socialización ejecutadas respecto al rol de la Asociación dentro de la comunidad de Piñal Salado	C.3.1 La Asociación realiza dos jornadas de socialización con la comunidad de la vereda para ponerles al tanto de su objetivo social, misión y	Junta Veredal Miembros de la Junta Directiva Registro fotográfico	Se realizaron tres jornadas de socialización	Revisión de registros	Simple verificación	Anual (final del proyecto)	Representante legal Presidente Gestores

		planes que beneficien a Piñal Salado						
	Resumen narrativo	Indicadores	Fuentes de Información	Cumplimiento	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia	Responsable
Actividades	A.2. Gestionar el talento humano idóneo para realizar las capacitaciones a nivel organizacional, asociativo y de mercadeo para la Asociación	A.2.1. Con el acompañamiento de dos especialistas en administración de empresas y equidad de género respectivamente, dictan tres talleres enfocados en la elaboración de un plan de negocio, un perfil de proyecto y políticas organizacionales de equidad de género	Registro fotográfico, listado de asistencia,	Con el acompañamiento de dos especialistas se realizaron por parte de la Asociación un perfil de proyecto, un plan de negocio y un decálogo de políticas de equidad	Documento PDF de plan de negocio, documento PDF perfil de proyecto, documento PDF decálogo políticas de género	Simple Verificación	Anual (final de proyecto)	Representante legal Junta Directiva Gestores
	A.3. Crear material educativo acorde a las características socio culturales de la vereda Piñal Salado	A.3.1 Se crean diez talleres para ser dictados presencialmente a los miembros de la Asociación por parte de los gestores	Diez documentos en PDF	Se crearon diez talleres acorde a las características socio culturales de la vereda Piñal Salado	Registros fotográficos Planilla de asistencia	Simple verificación	Anual (final de proyecto)	Gestores

	A.4. Entablar diálogos acerca de la comunicación como un proceso social	A.4.1Se realizan seis encuentros dialogales acerca de la comunicación como un proceso social entre abril del 2022 y mayo del 2023	Actas de asistencia, registros fotográficos y capturas de pantalla de los encuentros digitales	Seis encuentros dialogales realizados satisfactoriamente entre los miembros de Asociación y los gestores	Registros fotográficos y capturas de pantalla	Simple verificación	Anual (final de proyecto)	Junta Directiva Gestores
	Resumen narrativo	Indicadores	Fuentes de Información	Cumplimiento	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia	Responsable
Actividades	A.5. Crear dos “chismógrafo” para el uso de la Asociación y los vecinos de la vereda Piñal Salado	A.5.1La Asociación crea en conjunto con miembros de la comunidad dos chismógrafos para su uso conjunto	Registro fotográfico y audiovisual	Miembros de la Asociación junto a vecinos de la vereda hicieron dos chismógrafos para compartir información veredal y de la Asociación	Revisión de registros	Simple verificación	Anual (final de proyecto)	Junta Directiva
	A.6. Identificar los lazos propios culturales, históricos y étnicos de la comunidad	A.6.1Se realizan siete actividades enfocadas en la identificación de los lazos propios culturales, históricos y étnicos de la comunidad	Planillas de asistencia, fotografías, relato oral	Se realizaron las siete actividades enfocadas en la identificación de los lazos propios culturales, históricos y étnicos de la comunidad	Revisión de registros	Simple verificación	Anual (final de proyecto)	Junta Directiva Gestores
	A.7. Creación de un discurso corporativo de la Asociación	A.7.1Elaboración conjunta de un discurso corporativo enfocado en la producción cultural	Grabación Miembros de la Junta Directiva	Se creó el discurso corporativo en formato de canción “Somos ASOJOCOFUR” compuesta por los	Revisión de documento PDF	Simple verificación	Anual (final de proyecto)	Junta Directiva

		étnica de la Asociación		miembros de la Junta Directiva y los gestores				
	Resumen narrativo	Indicadores	Fuentes de Información	Cumplimiento	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia	Responsable
Actividades	A.8. Estructurar y ejecutar contenido que represente el rol de la Asociación en la comunidad	A.8.1 Se realiza un (plan de manejo de residuos sólidos) contenido que representa el rol de la Asociación en la comunidad de Piñal Salado para llevar a cabo dos actividades	Plan de manejo de residuos sólidos en Piñal Salado	La Asociación elabora un plan de manejo de residuos sólidos en la vereda de Piñal Salado como reflejo de su rol en el territorio	Registro fotográfico	Simple verificación	Anual (final de proyecto)	Junta Directiva
	A.9. Intercambio de saberes con asociaciones presentes en el territorio	A.9.1 Se realizan dos encuentros con dos Asociaciones referentes en el Tumaco.	Registro fotográfico	Se llevaron a cabo una reunión la presidente de Corpoteva y otra reunión con tres representantes de Procacao, intercambiando experiencias sobre fortalecimiento de la cadena valor	Revisión de registros fotográficos, actas de reunión	Simple verificación	Anual (final de proyecto)	Junta Directiva

**Tabla 28. Matriz de identificación de supuestos de MML**

Nivel	Supuestos	Factores de riesgo				
		Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fin	El incremento en la inscripción de nuevos socios a la Asociación como mínimo deberá mantenerse sobre un 10% y tendrá que incrementarse con cada Asamblea General siendo un indicador de aumento y estabilidad para ASOJOCOFUR	X	X	X		
	En el marco del desarrollo de la estrategia comunicacional planteada para la Asociación, deberán surgir nuevas propuestas y planes de comunicación que respondan a las cambiantes necesidades organizacionales y comunicacionales de ASOJOCOFUR			X		
	Se propicia la intención de fundar una nueva Asociación en la vereda de Pila Salado inspirada en los procesos de ASOJOCOFUR en un lapso no superior a dos años	X	X	X		
Propósito	Tanto la estrategia comunicacional, como el plan de comunicaciones y las actividades comunicativas, permitirán el aumento de la confianza, cooperación, liderazgo, fortalecimiento del poder y la disminución de conflictos, al interior de la Junta Directiva en comparación a los resultados obtenidos tras el seguimiento y evaluación final de la estrategia ¡ASOJOCOFUR se activa!	X	X	X		
Componentes	Establecer las matrices de uso para los diseños de estrategias y planes comunicacionales que permitan a través de indicadores de gestión medir su efectividad			X		
	Representar como Asociación del gremio cacaotero un 5% del escenario social, comercial y de emprendimiento en Tumaco		X	X		
	Establecer una periodicidad para el seguimiento y evaluación con planes de mejora frente al papel de la Asociación en la vereda de Piñal Salado		X	X		
	<b>Supuestos</b>	<b>Financiero</b>	<b>Político</b>	<b>Social</b>	<b>Ambiental</b>	<b>Legal</b>
Actividades	Mantener contacto con profesionales especializados que mantengan actualizados los contextos de aplicación de capacitaciones para los miembros antiguos y futuros de ASOJOCOFUR.	X		X		
	Encontrar herramientas de diseño y contenido que fomenten material educativo de calidad producido por temas a manera de cartillas, ediciones, material audiovisual que pueda alojarse	X		X		

de manera física o digital para el acceso de los interesados en la Piñal Salado					
Avivar a través de encuentros programados el interés por identificar los nuevos enfoques comunicacionales propuestos para la Asociación y sus socios			X		
Mantener los dos “chismógrafos” en su esencia informativa a pesar de las tensiones originadas por presiones de grupos al margen de la Ley que pueden interferir o suspender su intención comunicacional		X	X		
Incrementar en un 2% las actividades culturales que representen la historia, etnia y tradición cultural, de Piñal Salado que se incluyan en el plan de desarrollo “Enamórate de Tumaco 2020”		X	X		
Continuar con la creación de canciones, poemas, cuentos, discursos, obras pictóricas, audiovisuales, por lo menos en un número de 10 unidades en total	X		X		
Acordar como mínimo una reunión bimensual con Corpoteva y Procacao		X	X		

**Tabla 29. Matriz de Marco Lógico**

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
F1. Aumento de la base social y consolidación de la Asociación F2. Procesos de comunicación exitosos de la Asociación F3. Éxito de la experiencia asociativa coaccionando la creación de proyectos similares	F.1.1. Al finalizar el proyecto, la Asociación aumenta el número de socios en un 10 % con relación a la cantidad de afiliados (42) que tenía inscritos para marzo del 2022.	Verificación de la información en el libro de asociados.	En el marco del desarrollo de la estrategia comunicacional planteada para la Asociación, deberán surgir nuevas propuestas y planes de comunicación que respondan a las cambiantes necesidades organizacionales y comunicacionales de ASOJOCOFUR
P1. Formulación e implementación de acciones estratégicas por parte de los integrantes de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, que permitan su puesta en marcha de manera continua, productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado.	P.1.1 Se formularon un total de (01) estrategia comunicacional: ¡ASOJOCOFUR se activa! (02) planes de comunicación: Semana de la Asojocomunicación en Piñal Salado y Asojocomunicación emancipada.	Contraste de objetivos generales y específicos con los resultados esperados durante la semana de intervención, por medio de evidencias audiovisuales y matrices.	Tanto la estrategia comunicacional, como el plan de comunicaciones y las actividades comunicativas, permitirán el aumento de la confianza, cooperación, liderazgo, fortalecimiento del poder y la disminución de conflictos, al interior de la Junta Directiva en comparación a los resultados obtenidos tras el seguimiento y evaluación final de la



			estrategia ¡ASOJOCOFUR se activa!
<p>C1. Capacitación realizada a los integrantes de la Asociación.</p> <p>C2. Diseñar en conjunto con la Asociación un plan de procesos comunicacionales de la organización</p> <p>C3. Contextualización cultural a los actores externos que lleguen a intervenir en el territorio.</p> <p>C4. Jornadas de socialización ejecutadas respecto al rol de la Asociación dentro de la comunidad de Piñal Salado.</p>	<p>C1.1. Al finalizar el proyecto se capacita a la Asociación en en temas relacionados a asociatividad, aspectos organizacionales (funciones de cargo, creación, importancia y funciones de los comités), capacitación en liderazgo, habilidades blandas, habilidades fuertes, herramientas de auto gestión y gestión documenta.</p> <p>C2.1. Se diseña en conjunto con la Asociación de un plan de procesos comunicacionales de la organización.</p> <p>C3.1. Al cierre del proyecto se contextualiza culturalmente a los actores externos que lleguen a intervenir en el territorio.</p> <p>C4.1. Al finalizar el proyecto se realizan dos (2) jornadas de socialización respecto al rol de la Asociación dentro de la comunidad de Piñal Salado.</p>	Listados de asistencia Registro fotográfico	<p>La continua capacitación se llevará a formatos digitales para su consulta y actualización.</p> <p>Representar como Asociación del gremio cacaotero un 5% del escenario social, comercial y de emprendimiento en Tumaco</p> <p>Representar como Asociación del gremio cacaotero un 5% del escenario social, comercial y de emprendimiento en Tumaco</p> <p>Establecer una periodicidad para el seguimiento y evaluación con planes de mejora frente al papel de la Asociación en la vereda de Piñal Salado</p>
<p>A1. Alta capacitación de los integrantes de la Junta Directiva, Fiscal y Representante Legal frente a temas de asociatividad, administración y organización colectiva.</p> <p>A2. Apropiación acertada de las funciones de cada cargo ocupado por los integrantes de la Junta Directiva, Fiscal y Representante Legal.</p> <p>A3. Buenas relaciones entre miembros de la Junta Directiva, Fiscal y Representante Legal.</p> <p>A4. Motivación por parte de los miembros de la Junta Directiva, Fiscal y Representante Legal para mantener y continuar con</p>	<p>A1.1. Al finalizar el proyecto, los miembros de la Junta Directiva, Fiscal y Representante Legal reciben nueve (9) capacitaciones.</p> <p>A2.1. Al finalizar el proyecto los miembros de la Junta Directiva, Fiscal y Representante Legal reciben una capacitación sobre los estatutos de la Asociación y las funciones de sus cargos.</p> <p>A.3.1. Las solicitudes de mediación en conflictos internos en la Asociación se reducen en un 100 % durante los meses de mayo y junio del 2023</p>		<p>Mantener contacto con profesionales especializados que mantengan actualizados los contextos de aplicación de capacitaciones para los miembros antiguos y futuros de ASOJOCOFUR</p> <p>Encontrar herramientas de diseño y contenido que fomenten material educativo de calidad producido por temas a manera de cartillas, ediciones, material audiovisual que pueda alojarse de manera física o digital para el acceso de los interesados en la Piñal Salado</p> <p>Avivar a través de encuentros programados el interés por identificar los nuevos enfoques comunicacionales propuestos para la Asociación y sus socios</p>

los objetivos planteados en la estrategia comunicacional ¡ASOJOCOFUR se activa!			Mantener los dos “chismógrafos” en su esencia informativa a pesar de las tensiones originadas por presiones de grupos al margen de la Ley que pueden interferir o suspender su intención comunicacional
--	--	--	---

### **3      *Marcos***

#### **3.1      Marco Conceptual**

El marco conceptual en el desarrollo de los procesos comunicacionales, es decir, los procesos de planeación, intervención, gestión y consecución de soluciones, propuestas y estrategias, se reviste de una condición especial que lo separa mínimamente del que se formula en las investigaciones tradicionales.

La distancia surge en una serie de combinaciones cuyo resultado arroja un elemento distintivo. Se trata de la posición del comunicador dentro del curso de su gestión. Mientras que en la investigación tradicional se habla de “investigador” como la persona que desarrollará todo el proceso metodológico, en la comunicacional se le identifica como “comunicador” o “comunicador social”, marcando una pauta a la hora de asumir el rol de la inmersión en el territorio.

Por ello los procesos comunicacionales se revisten de una calidez y una apropiación casi que empática sobre los hechos sociales a intervenir. No se trata de construir un debate en pro o en contra de uno u otro método, ni de indicar cuál es mejor, pero si es necesario mantener clara la posición del comunicador social, revestido como el sujeto capaz de accionar los lineamientos comunicacionales necesarios para inducir un cambio social.

Podríamos indicar que ese elemento distintivo surge de la condición empática con la que se asume a la comunicación como un proceso. Esto es definitivo. Concebirla de esta manera es aceptar que dentro de ese gran campo comunicacional la vida cotidiana reviste el centro de producción de los

actos comunicacionales y con ello, la construcción de tramas, lugares, memorias, mundos y universos entorno a la producción de sentidos individuales y colectivos.

Esta alteridad (Ceraso, 2011), permite reconocer como manifestación comunicacional los comportamientos y las conductas de los sujetos o actores sociales insertos en las redes propias de las situaciones de comunicación (Uranga, 2014), siendo los contextos para el desarrollo de las intervenciones y estrategias necesarias al momento de hallar respuestas y alternativas como medidas de cambio y transformación.

La vibración que la piel del comunicador social siente al internarse en los territorios que por efecto comunicacional lo avocan, suelen representar el factor distintivo con un investigador tradicional. La emoción tiene cabida, igual que el anhelo, la ansiedad, las lágrimas, la felicidad (y por qué no hasta la locura), conectando de esta manera con las personas, con su esencia, con su risa y sus tristezas, conectando a tal punto, que se convierte en una prioridad la gestión de soluciones prontas.

Así las cosas, en el contexto comunicacional se van integrando elementos académicos con las experiencias de vida de las personas, organizaciones y/o comunidades que interactúan en el proceso con el comunicador social. Como lo señala Uranga (2014) se trata de la perspectiva comunicacional que contiene enfoques, nociones, conceptos para construir nuestra propia perspectiva a partir de la comprensión de las temáticas y el territorio con el quehacer de la organización y sus integrantes.

Podríamos señalar entonces que en *el marco*, encontramos los límites culturales cotidianos alimentados de aquello que Dabas (2006) ha llamado la memoria social. Esos límites desde la óptica de la realidad comunicacional conectan en algún grado con la práctica y con el quehacer del aspecto dinámico de la acción social.

Y lo *conceptual*, desde esta perspectiva comunicacional contiene la apropiación significativa de elementos, circunstancias y agrupabilidad para crear una noción con sentido y significado. Es la consecuencia de asumir como colectivo y regulador una serie de condiciones sociales las cuales,

atravesadas por estelas históricas y culturales, involucran en su interpretación aspectos funcionales más activos tomados de la realidad cambiante y vívida.

Por ello, el marco conceptual comunicacional aborda como lo indica Uribe (2014) “una serie de aspectos histórico-culturales, diarios, nutridos de la cotidianidad propia del devenir de los hechos” (p. 103), lo cual cabe en la interpretación relevante del como las vivencias mínimas e individuales tejen en red el marco dotándolo de una capacidad de construcción de redes a partir de la interacción de varios marcos conceptuales.

Uno de los conceptos que han orientado el desarrollo de este trabajo, ha sido el de las Variables Clave Comunicacionales (VCC). Formuladas por el investigador de la comunicación Washington Uranga con el ánimo de vertebrar la estructura de planeación y gestión desde la comunicación para intervenir en territorios, se convierten en guías puntuales para la construcción del análisis situacional desde la comunicación.

Permitir la construcción de un marco conceptual a partir de la consecución de las variables clave comunicacionales, debe en el mejor de los casos responder a dos situaciones: la primera, allanarse a los espacios de construcción comunicacional donde surgen las posiciones de enunciación y las acciones de ejecución de las prácticas, y la segunda, insertarse más allá de lo subjetivo de los actores sociales luego de la consolidación que suelen representar al dar un sentido a los sujetos que a partir de un ejercicio de reflexión, valoración y práctica comunicacional, encuentran los parámetros de interacción de las claves en mención.

¿Qué nos queda? Interpretar el marco conceptual comunicacional a partir de la formulación de las Variables Clave Comunicacionales (VCC) en nuestra gestión. La Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, nacida en el sentir de un grupo de habitantes de la vereda Piñal Salado, abocados por una realidad pulsante, cargada de situaciones apremiantes, como la falta de oportunidades laborales a raíz de la presencia de grupos armados al margen de la Ley que generan control territorial

por las rutas de acceso al mar que ofrece la vereda, influyendo en la producción de cacao, incitando a los agricultores a reemplazar este cultivo histórico cultural por el de la hoja de coca, vinculando en este escenario social adolescentes, niñas y niños, ofreciéndoles una solución económica a sus necesidades más apremiantes de manera riesgosa pero lucrativa.

Todo esto suma elementos culturales y sociales que hacen parte de la memoria colectiva. Es una representación de las tensiones de las fuerzas sociales de los habitantes de Piñal Salado que no escapan a los lazos de esta realidad circundante. Este entrecruzamiento, las sensaciones, imaginarios y significados que construyen, se transforman dentro del marco conceptual en variables comunicacionales al sintetizarse en la identidad de los actores, sus espacios comunicacionales, sus acciones comunicativas, sus procesos de inserción comunicacional y la construcción de estrategias socio comunicacionales plasmadas en procesos de cambio y motivación a partir de esta realidad.

Recordemos que esta intervención se alimenta de vertientes comunicacionales modernas, en lo que ha sido una construcción reciente a la hora de discernir sobre la comunicación en Latinoamérica: la comunicación para el desarrollo y el cambio social.

Resulta interesante hallar en la extensa obra de los pensadores de la comunicación de las décadas de los setenta, ochenta y noventa, elementos puntuales que a la luz de las nuevas tendencias comunicacionales en dirección al desarrollo y el cambio social, permiten su inclusión dentro del marco conceptual de igual manera que en un marco metodológico, toda vez que en uno y otro el nivel de atención y la conexión de los temas requerirá un especial interés por parte de los constructores de los marcos en mención.

Es el caso de Rosa María Alfaro (1993) quien en su obra señala que la comunicación es un espacio que posee momentos enunciatarios. La enunciación en comunicación desde el inicio ha sido una condición de generación tácita de sentido. Al indicar esta condición en los espacios, comprendemos que los contextos vivenciales son la fuente de la acción comunicativa. Haber encontrado en los ánimos de los

ocho integrantes de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR los momentos de enunciación fue una revelación. Es decir, esta perspectiva nos permitió alcanzar elementos reflexivos a partir de los contextos reales en los que se desenvuelven cotidianamente estas personas.

Este ejercicio se conecta con la propuesta de Uranga (2016) cuando señala que las prácticas de enunciación surgen de los sujetos sociales en lo que se denomina prácticas sociales. Esa es la importancia de las intervenciones desde lo comunicacional. Es una especie de rescate emotivo constructivo más allá de lo académico.

No se puede pasar por alto un concepto inmerso a nivel global en cualquiera de los postulados. La comunicadora social y gestora Cecilia Ceraso habla de la “realidad comunicacional”, la cual se nutre tanto de problemas como de potencialidades (2011). Para Ceraso, llevar la realidad al plano comunicacional resulta ser una yuxtaposición de eventos y necesidades, las cuales, en el fatigar constante por superarlas, encuentran los medios, caminos, modos y herramientas que permiten solventar esas situaciones.

La realidad igual que la comunicación es un todo. Un todo tácito. Estamos inmersos en ella, es palpable, la construimos, la sentimos, la evidenciamos. De esta manera es casi que imposible separar la realidad de la comunicación. Conectamos estos conceptos una vez más con Uranga, quien habla sobre “la realidad comunicacional que se basa en la realidad determinada, es decir, una realidad dinámica”. Para estos autores la simbiosis es evidente. Toda realidad es comunicacional (Uranga, 2014).

En este punto es importante señalar los derroteros que seguimos comunicacionalmente. El diagnóstico en comunicación formulado por Ceraso inicialmente en el 2002 y reajustado en 2011, y el análisis situacional desde la comunicación establecido por Washington Uranga también en 2011. ¿Por qué? Porque en la formulación y elaboración de este marco conceptual ofrecieron tanto elementos epistemológicos como funcionales, que permitieron el planteamiento y desarrollo de estrategias, planes e intervenciones, que son en sí la esencia de la tesis que usted querido lector, tiene en sus manos.

En cuanto al modelo propuesto por Ceraso, las herramientas de abordaje inicial son claves para el acercamiento al territorio. La etapa de prediagnóstico compuesta por la elaboración de la planilla de prediagnóstico y un cuadro de realidades para analizar de primera vista la realidad comunicacional a intervenir, desemboca en el diagnóstico socio comunicacional, el cual permite al comunicador social tener las aristas de los fenómenos sociales participativos y comunicacionales de ese territorio, comunidad u organización.

La ejecución de esta fase, nos reveló una realidad diferente a la percibida desde la distancia tecnológica con los integrantes de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR. Nos permitió no solo conocer a las personas, sino reconocer y percibir sus personalidades, pensamientos, necesidades, logros y sueños por cumplir. Logramos conocer su realidad y con ello, replantear los modos de abordaje a partir de las necesidades reveladas. Se reconfiguro la realidad, porque recordemos que la realidad es cambiante...

Ahora bien,

La formulación del diagnóstico socio comunicacional permite captar las problemáticas de la comunidad, jerarquizarlas, analizarlas y delinear acciones de transformación, conocer las redes de relaciones entre vecinos o integrantes de la organización y encontrar la relación de medios entre actores sociales, flujos de comunicación, proponer líneas de acción y posibles soluciones a la realidad diagnosticada. (Ceraso, 2011)

Es decir, es lo plasmado al momento de consolidar e interpretar la información brindada por los protagonistas de la intervención en el diagnóstico en comunicación, el cual “aclara y ordena los aspectos comunicacionales de una realidad determinada” (Ceraso, 2011), para nosotros , la Junta Directiva de ASOJOCOFUR.

Volviendo al postulado de Uranga, el análisis situacional desde la comunicación, su planteamiento alentó la intervención y la gestión de manera aún más cercana por la particularidad de su ejecución. La

premisa indica que el análisis situacional tiene dos partes. La primera corresponde al diseño de la intervención y la segunda al procesamiento de la información.

El diseño de la intervención contiene un contexto creado desde “la aproximación a la temática, el acercamiento inicial, el mapeo de actores y la propuesta de trabajo de campo” (Algranati, 2013). Siguiendo tres elementos estructurales (las variables clave comunicacionales, el marco conceptual y el marco metodológico), permitirán la formulación del cuerpo del diseño articulado con el “quehacer de la organización” (Uranga, 2011).

Respecto al procesamiento de la información “organizar la información encontrada en las variables, identificar las brechas e interpretar los nudos críticos” (Uranga, 2011), permite la formulación de la propuesta metodológica, que a groso modo la podemos resumir como el planteamiento de la estrategia, el plan comunicacional (o de acciones comunicativas) y las actividades, ejercicios o actos comunicacionales que la nutrirán. El trabajo conjunto de estas perspectivas se convirtió en un ejercicio de naturaleza complementario.

Pensar los procesos de comunicación desde ahí, desde la cultura, significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios. Significa romper con la seguridad que proporcionaba la reducción de la problemática de comunicación a la de tecnologías.  
(Martín -Barbero, 1987, p.227)

Esta reflexión nos permite abordar el pensamiento del maestro Jesús Martín Barbero como un anclaje, una articulación entre los postulados de la comunicación para el desarrollo y el cambio social con los postulados de los procesos comunicacionales de intervención. El presente marco trata de responder a esa situación. La cultura es una transversal, como la comunicación que se encuentra presente en todos los actos y aspectos cotidianos.

De ahí que rescatar los elementos de individualización cultural permite elaborar un análisis socio comunicacional basado en la historia, lo simbólico, las significaciones, las representaciones y las



conjunciones que matizan los modos de ser de comunidades, organizaciones y sujetos. Cuando se apuesta a una intervención comunicacional incluyendo la cultura, el resultado esperado apuntará a soluciones acordes al sentido de producción cultural específica.

Haber conocido en viva piel el territorio de Tumaco, la vereda de Piñal Salado, a los miembros de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR y a sus socios, efectivamente agrega ese componente cultural tan necesario en los estudios socio comunicacionales que han comprendido a la comunicación como un campo con interacción multidisciplinar, una comunicación para “conocer y transformar” (Uranga, 2016), siendo una experiencia de transformación, porque nuestra propia cultura como comunicadores también se permeó.

Sandra Massoni (2007) formula las matrices socio culturales como parte de unas “lógicas de funcionamiento”, acertando la noción de una culturalidad inmersa en los procesos comunicacionales que para esta autora en particular, responden a estructuras y modelos de integración socio comunicativa que permiten un análisis segmentado de acuerdo a las proporciones de intencionalidad de cada uno de estos componentes. Este accionar conjunto de elementos en perspectiva comunicacional ha sido denominado por la autora, como una enacción comunicativa, una fuerza dentro de la fuerza que activa de manera revolucionada los componentes circunstanciales del campo de acción comunicacional.

En el desarrollo de esta intervención, el Mapa de Grupos de Interés (MGI) ofreció un panorama de actores, situaciones, elementos, relaciones y territorio en clave de comunicación. La interpretación de este modelo permitió comprender entre otros aspectos, los focos de interés a partir de las necesidades comunicacionales presentes en el territorio teniendo como eje central a la Asociación.

La reflexión epistemológica nos lleva a la comprensión de la enacción dentro de un circuito de operaciones comunicativas resultantes de las dinámicas “contingentes y situacionales” del MGI.

Planteamos así el espíritu de este marco conceptual, que ha recogido dentro del análisis situacional los aportes de comunicadores sociales volcados a la investigación de la comunicación, como

Gabriel Apella, Teresita Vargas y Cecilia Huarte. En cuanto a la estructura de situaciones de comunicación como unidad de análisis, los aportes de Daniel Prieto Castillo y en el ámbito de Educación/comunicación, el imprescindible punto de vista de Jorge Huergo, entre otros, soporta una base conceptual experimentada a lo largo de la intervención estratégica comunicacional.

A modo de ilustración, presentamos tres gráficas que representan: las conexiones conceptuales halladas en los insumos académicos involucrados en este marco: el diagnóstico en comunicación formulado por Cecilia Ceraso, el análisis situacional desde la comunicación planteado por Washington Uranga y la matriz de marco lógico.

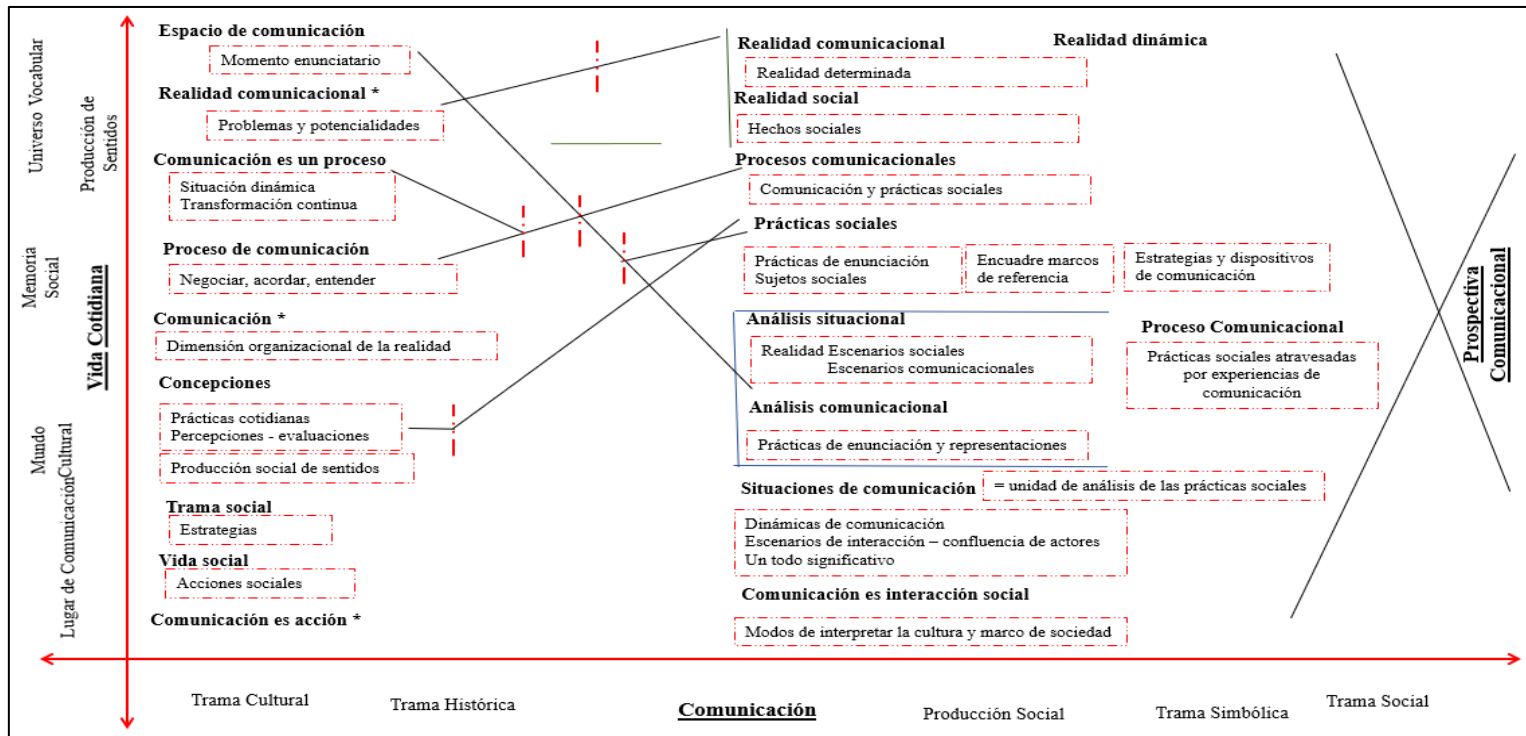


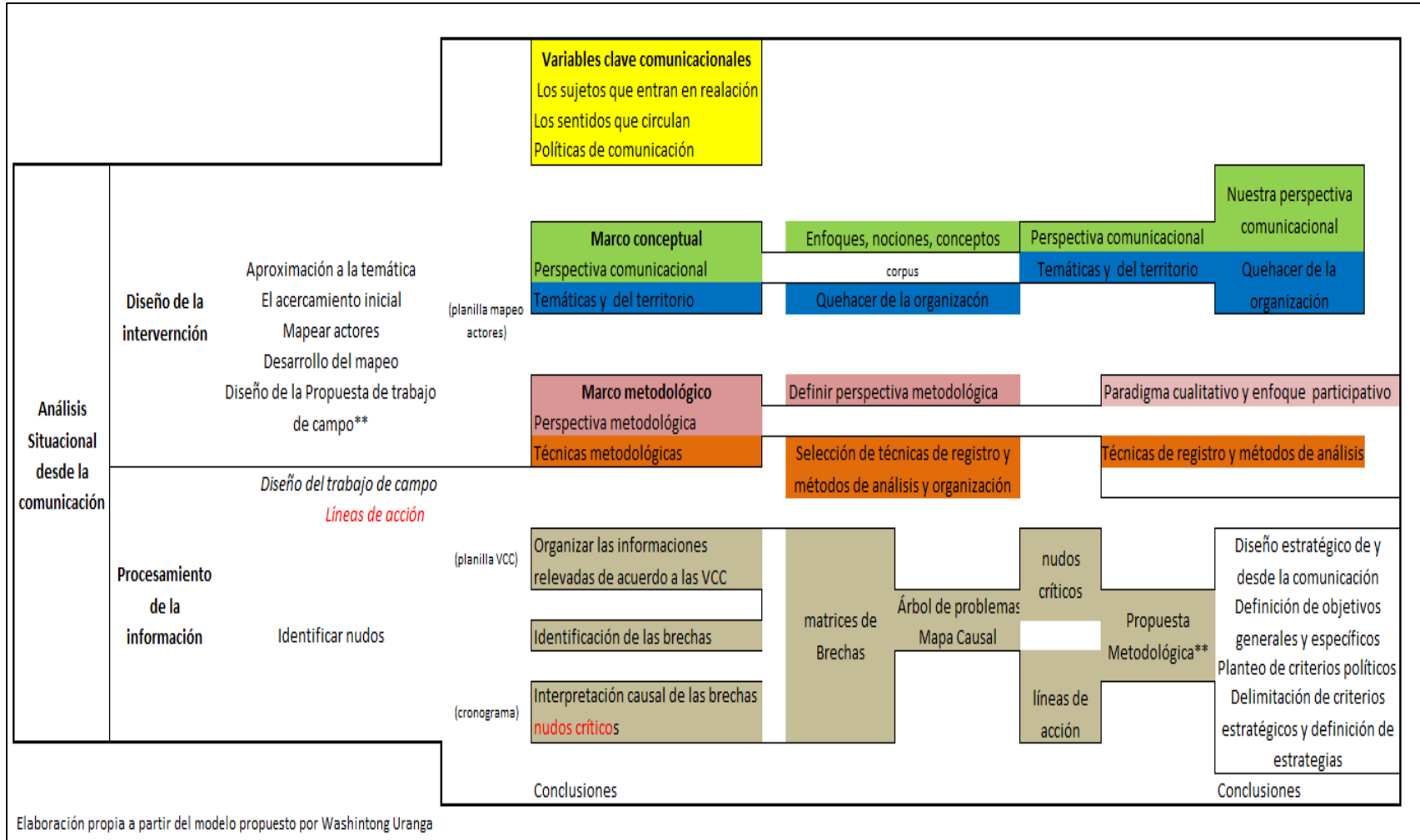
Imagen 11. Diagrama de cruces conceptuales sobre comunicación. Elaboración propia

Tabla 30. Estructura del diagnóstico socio comunicacional de Cecilia Ceraso.

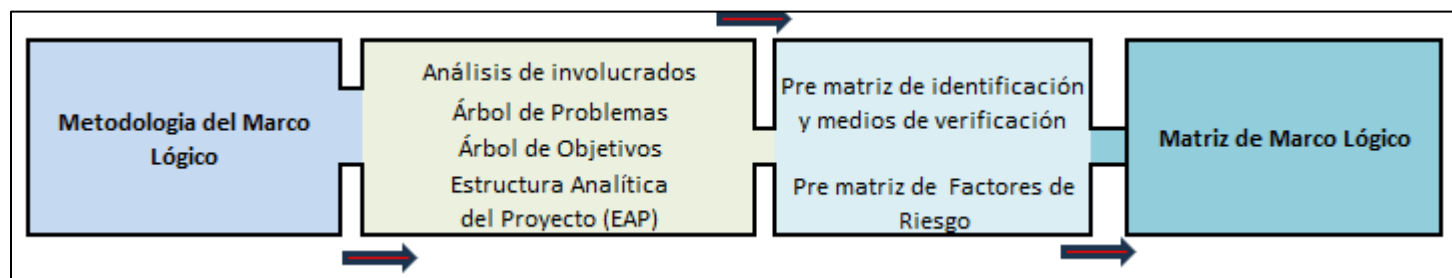
PRE D I A G N Ó S T I C O		D I A G N Ó S T I C O  S O C I O  C O M U N I C A C I O N A L	DIAGNÓSTICO SOCIAL PARTICIPATIVO	Permite captar las problemáticas de la comunidad, jerarquizarlas, analizarlas y delinear acciones de transformación				I N S T R U M E N T O S  M E T O D O L Ó G I C O S	Herramientas: Observación - Mapa comunicacional - Encuesta - Entrevista	C O S	Realidad comunicacional			
	1. Planilla de prediagnóstico.		Realidad comunicacional	DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL	Marco Teórico	Analizar la realidad y/o dimensión comunicacional	Problemas y potencialidades		Es el inicio y acompañamiento del proceso de planificación del proyecto		Son los diálogos, acuerdos y encuentros a través desde los cuáles se construye	Observación - Mapa comunicacional - Encuesta - Entrevista	DIAGNÓSTICO EN COMUNICACIÓN	Aclara y ordena los aspectos comunicacionales de una realidad determinada
	2. Cuadro de realidades					Conocer las redes de relaciones entre vecinos o integrantes de la organización.						Observación - Mapa comunicacional - Encuesta - Entrevista		Marco teórico
						Relación de medios entre actores sociales, flujos de comunicación, proponer líneas de acción y posibles soluciones a la realidad diagnosticada						Observación - Mapa comunicacional - Encuesta - Entrevista		

Elaboración propia

**Tabla 31. Estructura de análisis situacional de Washington Uranga.**



**Tabla 32. Estructura de la matriz de marco lógico**



### 3.2 Marco Teórico

Existe en el ambiente de las ciencias sociales una palabra que causa gran discusión en torno a su definición, método y alcance. Esa palabra es: comunicación. Basta musitarla para iniciar conversaciones, debates e incluso soliloquios retóricos y altisonantes respecto a su naturaleza, sus límites, su objeto de estudio, su proximidad o inclusión dentro de las ramas del conocimiento, su papel en la producción de sentidos y su capacidad de intervención.

Partimos de una premisa: la comunicación está inserta en las dinámicas de relación social y por lo tanto se adhiere a los procesos culturales e históricos entrelazados como sociedad. Nace individualmente desde la particularidad y singularidad de hechos cotidianos producidos por actores sociales o sujetos de acción comunicativa, entrelazándose con los demás participantes sociales, construyendo una red socio comunicacional.

Su condición adaptativa ha sido determinante para su avance dentro de las dinámicas de las ciencias sociales. La indiferencia con la que ha sido tratada a partir del simple funcionalismo del mensaje, no ha socavado su capacidad de interacción social, siendo ésta la clave para su desmitificación. Las acepciones que la expresaban como un instrumento o herramienta de acción operacional han quedado atrás.

Los albores que la abordan cómo un fenómeno inmerso en las prácticas de las vivencias sociales, han fortalecido su capacidad de integración. Desde lo comunicacional, temáticas como el desarrollo y el

cambio social junto a la formulación de estrategias que buscan gestionar de manera planeada una serie de acciones, consolidan el acervo que versa sobre una comunicación que se adapta, es dinámica y posee la capacidad de transformar realidades sociales como un intersticio comunicacional.

Diversos autores aportan desde sus reflexiones elementos claves para definir, desarrollar y comprender la comunicación como un campo de conocimiento transdisciplinar.

Tres aspectos resultan claves en esta disertación. Uno, la comunicación responde al entorno social que la produce y la moldea a través de las relaciones sociales que sus integrantes construyen de manera continua. Dos, la naturaleza cambiante y dinámica que hace de la comunicación un acto perenne, vivencial y transformador. Tres, la complementariedad de las prácticas sociales y la comunicación como fuente de producción social.

Esta interpretación abarca las concepciones políticas, económicas y culturales intrínsecas en las vivencias diarias de sociedades establecidas continuamente alrededor de la actividad comunicacional. Cuando se desconoce a la comunicación como un campo transdisciplinar, se ignora su capacidad para inducir el cambio a través de la acción social comunicativa. Como lo indica Uranga (2016):

No es posible comprender las prácticas sociales sin incorporar en el análisis una perspectiva comunicacional. Pero al mismo tiempo, la simple vista desde la comunicación resulta totalmente insuficiente para desentrañar por sí sola la complejidad de esas mismas prácticas, sólo comprensibles desde la posibilidad que habilita la transdisciplina.  
(p.56)

Este cambio de tono proviene de una fuerte vertiente Latinoamericana. Edificada desde su comprensión como un comportamiento social, la comunicación viene convirtiéndose en un fenómeno de transformación de lo teórico conceptual a lo práctico comunicacional. Se trata de un cambio moderno y continuo, o como lo señala Mata (1985) “una comprensión de la comunicación como hecho y matriz cultural” (p.44).

Hacia la década de los años noventa, la presencia de un pensamiento atado a acciones comunicacionales concretas, nutrió una camada de pensadores que versaron sobre una propuesta desde la comunicación no solo de cambio, sino de integración cercana a la articulación de saberes y la discusión de su objeto de estudio. De esta manera cimentaron las bases de una interpretación comunicacional social, planificadora, con capacidad de gestión y transformación desde la participación socio administrativa, socio política y socio cultural.

La comunicación para el desarrollo y el cambio social surgió como definición desde los albores de la década del dos mil y encontró una motivación para desarrollar una perspectiva diferente de intervención, usando la experiencia recogida en años de transformación y adaptación, migrando hacia un espacio definido concretamente por la ausencia de una comunicación propia para los países Suramericanos que representara sus necesidades y en especial, ofreciera una alternativa a través del desarrollo y el cambio para transformar sus realidades. Y aunque los resultados aún son cortos, son suficientes para alentar el impulso creciente de una comunicación más humana, participativa y transdisciplinar.

Sin embargo, entre desarrollo y cambio, hay un enorme espacio conceptual amparado bajo la sombra de la comunicación. No es un debate sencillo, limitado a dilucidar del porqué apareció en su estructura el concepto de desarrollo en primer lugar y años posteriores integraría el concepto de cambio y no de manera contraria. Amparo Cadavid (2011) aporta una perspectiva funcional al respecto, indicando que ese desarrollo en América Latina hizo parte de las corrientes económicas agropecuarias de la época, lo cual revistió un carácter decisivo al ser abordado desde la satisfacción de necesidades a partir de una comunicación centrada en ese fin.

Estos pensadores latinoamericanos de la comunicación, han aportado desde sus perspectivas, avances en torno a una manera distinta de comprender la comunicación, que responde a una serie de urgencias y espacios sociales que requieren de su apoyo y orientación. Esto, ya que la comunicación

para el desarrollo apunta hacia ese espacio continuo de transformación y en su arista de cambio busca una profunda intervención de los espacios sociales, los cuales en el cono Sur son reflejo de profundas vicisitudes sociales cargadas de inequidad, invisibilización, pobreza y marginación.

Por ello es indiscutible no referirnos a un pionero como Luis Ramiro Beltrán, quien plasmó en su obra los principios de una comunicación accesible para todos, una comunicación para la gente, con lo cual su pensamiento evidenció la existencia de una realidad urgente y palpable que necesita ser satisfecha por las comunidades que la adolecen, con la creación de dinámicas de acción social creadas desde una comunicación para el desarrollo latinoamericano (2006).

En esa línea, la prolífica autora Dra. Karina Mireya Herrera Miller, aporta desde su paradigma comunicativo emancipador, una serie de significaciones y propuestas que van desde la deconstrucción conceptual de la comunicación de los años cuarenta, hasta la proposición de una escuela suramericana de pensamiento comunicacional, incluyendo una pluralidad de voces que determinan un camino que integre la comunicación de manera efectiva como pieza clave del cambio social.

Re-comprender la comunicación y situarla en el escenario de nuevas búsquedas emancipadoras para los pueblos latinoamericanos, bajo la clave del pluralismo, el diálogo, el acceso, la diversidad y la participación. (Herrera, 2014)

Rosa María Alfaro nos guía hacia la importancia del desarrollo con implementaciones comunicativas y democráticas, a partir de una transformación social que interviene en el territorio, aprecia los saberes sociales de sus integrantes y construye desde allí un espacio de comunicación capaz de presentar propuestas de cambio.

Cada proyecto de desarrollo debe contener una estrategia comunicativa precisa que defina las relaciones a construir, los métodos, sus etapas, sus posibles conflictos y soluciones, sustentados en diagnósticos no sólo sociales, sino también comunicativos, abordando la intersubjetividad (1990).



En ese proceso se encuentra inmersa una energía dinámica que actúa como una fuerza detonante. Lo interesante es presenciar cómo se integra el concepto de lo social para consolidar la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Como lo indica Clemencia Rodríguez (2011):

La comunicación deja de ser un instrumento para fortalecer las plataformas políticas o económicas y comienza a ser vista como la práctica misma de la democracia y de la paz. Es decir, los medios pasan de ser vistos como simples instrumentos a ser valorados como espacios comunicativos, donde —desde la interacción— los sujetos se apropian de su futuro mientras cuentan al mundo en sus propios términos —desde sus culturas, narrativas, esperanzas de futuro locales. (p.44)

De esta manera la comunicación para el desarrollo y el cambio social contiene una mirada sobre los procesos de producción, sobre las transformaciones sociales y la apuesta de convergencia entre una nueva forma de desarrollo y nuevas interpretaciones de cambio desde y para lo social.

En este amplio panorama el pensamiento de Alfonso Gumucio-Dagron (2011) juega un papel determinante, protagónico y práctico. Sus diversas propuestas dan una voz participativa a la comunicación basada en metas y objetivos que al cumplirlos, deben superar con resultados tangibles las brechas sociales. “No es una nueva manera de llamar un concepto antiguo, sino un nombre nuevo para una nueva comprensión de la fuerza y la capacidad que tiene lo comunicativo; capacidad que ya se visibiliza plenamente en la sociedad” (p.11).

Por ello las aproximaciones a través del tiempo entre la comunicación y el desarrollo expresado como un cambio, han sido evidentes. Hablar de comunicación, es hablar de una cotidianidad con un impulso invisible de vida, perenne en los actos sociales por donde transcurre. De esta manera la comunicación ha sido atada inevitablemente a los caminos del desarrollo y el cambio. Como lo señala Gumucio-Dagron (2011):

La comunicación para el cambio social es un proceso vivo, que es mejor no encapsular en definiciones académicas limitantes. Sin embargo, hay cinco características o condiciones que parecen indispensables, más allá de una simple catalogación teórica. La participación comunitaria y apropiación, lengua y pertinencia cultural, generación de contenidos locales, uso de tecnología apropiada y convergencias y redes. Son condiciones que están presentes en los procesos de comunicación para el cambio social. (p. 33,34)

Los albores del nuevo milenio la vincularon al accionar de varias disciplinas, aportándole una característica necesaria y fundamental para su evolución: un “campo” de intervención. Esta transformación comunicacional se convirtió en una apuesta por comprender situaciones de comunicación de manera dinámica a través de sus conexiones multidisciplinares.

Sin embargo, la epistemología de los estudios sobre una comunicación como campo congrega diversas perspectivas. En las décadas de los años setenta y ochenta se encuentran las primeras propuestas de re significación y reinterpretación de la comunicación integrada a un punto de vista social. La integración de las múltiples disciplinas que la comunicación alberga, tiene como fin ponerlas al servicio de las comunidades.

Versar sobre la comunicación para el desarrollo y el cambio social es discurrir entre posibles propuestas de cambio y plausibles reacciones de intervención que construyan su sentido de campo y confluencia multisectorial, siendo un prefacio alentador en la búsqueda de una comunicación participativa e integradora, con una gran capacidad de adaptación social.

La urdimbre histórico cultural como elemento tangencial de la vida cotidiana, refleja la perspectiva de una actividad comunicativa basada en procesos comunicacionales (Uranga, 2018), determinando en su interacción, diversas formas de acción social.

Se trata de la apertura hacia un paradigma de renovación en función de la comunicación, surgido en la aprehensión de las acciones diarias, íntimas y humanas que representan esa tangencialidad al conectar acciones sociales a partir de la comunicación, es decir, del espacio socio comunicacional.

La propuesta de este paradigma comunicativo es evidente. Hemos pasado de la acepción de una comunicación férrea, unida a modelos, escuelas y fundamentaciones de carácter mecánico, retórico y amordazador, formulaciones propagandísticas, publicitarias y de mercadeo social que la usufructuaron durante décadas, a una conversión comunicacional viva, transversal, inclusiva, trascendente y transformadora.

Washington Uranga abandera las concepciones de la comunicación como procesos comunicacionales de producción social a través de las prácticas de enunciación y las representaciones que traen consigo. Abordar desde la enunciación las dinámicas de interacción social asienta finalmente una apropiación política y cultural diversa. “No es posible analizar las prácticas sociales sin el aporte de la comunicación. La comunicación es solo el lugar de entrada, una perspectiva para el abordaje que exige otros saberes y competencias” (Uranga, 2016, p34).

Así mismo la Licenciada Cecilia Ceraso, propone la importancia de comprender a la Comunicación como un intercambio, al indicar:

Cuando nos comunicamos tenemos que tener en cuenta que estamos ante una persona diferente a nosotros. Por eso, comunicarnos es generar encuentros desde la alteridad, que es el reconocimiento desde la diferencia. Se tiene en cuenta al otro como una persona que tiene características particulares y que es capaz de enriquecernos a partir del intercambio. Entonces, ahí se está produciendo la comunicación (2002, p.134).

Incluir una mirada cinegética desde la comunicación, nos permite sostener su campo y transdisciplinariedad, centrándola en un contexto de planeación y gestión para toda clase de desarrollo social (Ceraso, 2002).

Por ello la dinámica comunicacional no se detiene en el tiempo y cada fenómeno socio cultural aporta elementos comunicacionales diversos. “La comunicación es inherente a lo social, un elemento estructural de la sociedad” (Torrice, como se citó en Olmedo, 2012, p. 6). Estamos ante formas de reinterpretación comunicativa social.

El pensamiento de Eliseo Verón y su semiosis social, permite comprender la articulación de procesos lingüísticos y sociales en una nueva translingüística, llevando el discurso social hacia una construcción moderna de sentido y significaciones.

Esta semiosis se manifiesta en aspectos sociales revistiendo a la comunicación con una presencia tácita pero indeleble. “El mínimo acto en sociedad de un individuo supone la puesta en práctica de un encuadre cognitivo socializado, así como una estructuración socializada de las pulsiones” (1998, p.126). En este sentido se confirma el accionar de la semiosis teniendo a la comunicación como el elemento transformador.

Esto nos permite aunar en esa extracción residual de contenidos. Podemos trasladar la figura de la semiosis a todo un enclave social y cultural. Se trata de una construcción a partir de una compilación de saberes que tejen una red denominada por el autor como códigos comunes.

De esta manera podemos interpretar las dinámicas sociales comunicacionales, como un colectivo de acciones conjuntas producidas en el seno de las sociedades, armonizadas desde una razonabilidad social comunicativa.

La disertación teórica hasta aquí nos permite establecer un elemento clave para la puesta en marcha de nuestra intervención. La gestión de procesos sociales comunicacionales, ya que asumir esta concepción implica reconocer en la práctica vivencial, una nueva dimensión de la comunicación.

Nuestra tesis no apunta a una búsqueda recalcitrante sino a una producción de sentido desde lo comunicacional, planteando estrategias de intervención articuladas con los postulados de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, que redunden en una transformación o al menos el

inicio de esta, para la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR en la vereda Piñal Salado en Tumaco Nariño

La desigualdad es la expresión más crítica de un país como Colombia, que se ha desviado totalmente de la atención humanitaria, presa de un agudo conflicto interno que no le permite rescindir y buscar salidas concertadas en un proceso de paz boicoteado a través del tiempo.

Transgresiones como el hambre, el despojo, los desplazamientos, los falsos positivos, son solo algunos de los factores fácticos de la crisis social de la cual no escapa la comunidad de Piñal Salado. Por ello, aunque contradictorio, estas transgresiones permiten vislumbrar en medio de la tensión social, un escenario para la intervención comunicacional del desarrollo y el cambio social.

Como hemos señalado, la comunicación es un campo de interacción multi y transdisciplinar. “Su primer propósito es contribuir a la articulación de los diversos campos de conocimiento y del saber” (Rocha, et al., 2011, p. 236). De su constante interacción, surgen propuestas para intervenir, intermediar o propender el cambio, bajo la condición inexorable de adaptarse sistemáticamente a los contextos que la avocan como solución, gestión o complemento de las necesidades que la han provocado.

Washington Uranga sostiene que la comunicación es un proceso por ser parte de dinámicas y prácticas sociales al insertarse en los aconteceres cotidianos. Ese es el reto. Propender desde todos los ángulos posibles, un acercamiento de posturas teóricas para superar las barreras que han impedido la presencia articuladora de la comunicación en los contextos de producción social de Piñal Salado que requiere con urgencia iniciativas locales con capacidad de impacto glocal.

Se trata de hallar nexos de conectividad comunicacional, es decir, conexiones desde el comportamiento social, que son en sí, las directrices modernas de una comunicación social trepidante.

#### **4 Justificación**

Este proyecto se realizó con miras de lograr la activación de ASOJOCOFUR, una Asociación de cacaoteros creada por jóvenes tumaqueños y cuyo fin es el de mejorar sus condiciones de vida y las de su comunidad. La activación hace referencia al inicio formal de sus actividades económicas, sociales, culturales y comunicacionales.

La inclusión de los postulados de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, son la clave para la articulación de lo comunicacional, la gestión y el apuntalamiento de una práctica viva en territorio a partir de una intervención que busca reflejar y replicar los conocimientos adquiridos durante la realización de la maestría en comunicación, desarrollo y cambio social, con los saberes propios de la comunidad piñaleña.

Precisamente la vereda de Piñal Salado, más que haber sido seleccionada para la ejecución de esta apuesta comunicacional, fue el espacio social complementario que por sus características socio culturales y socio comunicacionales, permitieron el acceso a una intervención más humana y comunicativa, comprendiendo de esta manera que los hechos sociales son oportunidades para el cambio y la acción, tomando los riesgos, aplicando acciones y evidenciando los resultados de una estrategia comunicacional propuesta como alternativa de transformación para esta comunidad tumaqueña.

#### **5 Objetivos**

Avanzamos en la consecución de la estrategia, pasando a la formulación del proyecto que lo integrará como parte clave en la intervención desde la acción comunicacional para la Junta Directiva de ASOJOCOFUR.

### **5.1 Objetivo General**

Formular e implementar acciones estratégicas por parte de los integrantes de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, que permitan su puesta en marcha de manera continua, productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado.

### **5.2 Objetivo específico 1.**

Desarrollar las habilidades en aspectos administrativos, comunicacionales, asociativos y de productividad, para el fortalecimiento de la gestión de la Asociación.

### **5.3 Objetivo específico 2.**

Diseñar en conjunto con la Asociación un plan de procesos comunicacionales que contengan una estrategia comunicacional, un plan de acciones comunicacionales, y las actividades comunicativas necesarias para su ejecución.

### **5.4 Objetivo específico 3.**

Llevar a cabo la contextualización cultural para los actores externos que lleguen a intervenir en el territorio y directamente con la Asociación, para mitigar escenarios de explotación y maltrato por el desconocimiento de los arraigos étnicos y afrocolombianos.

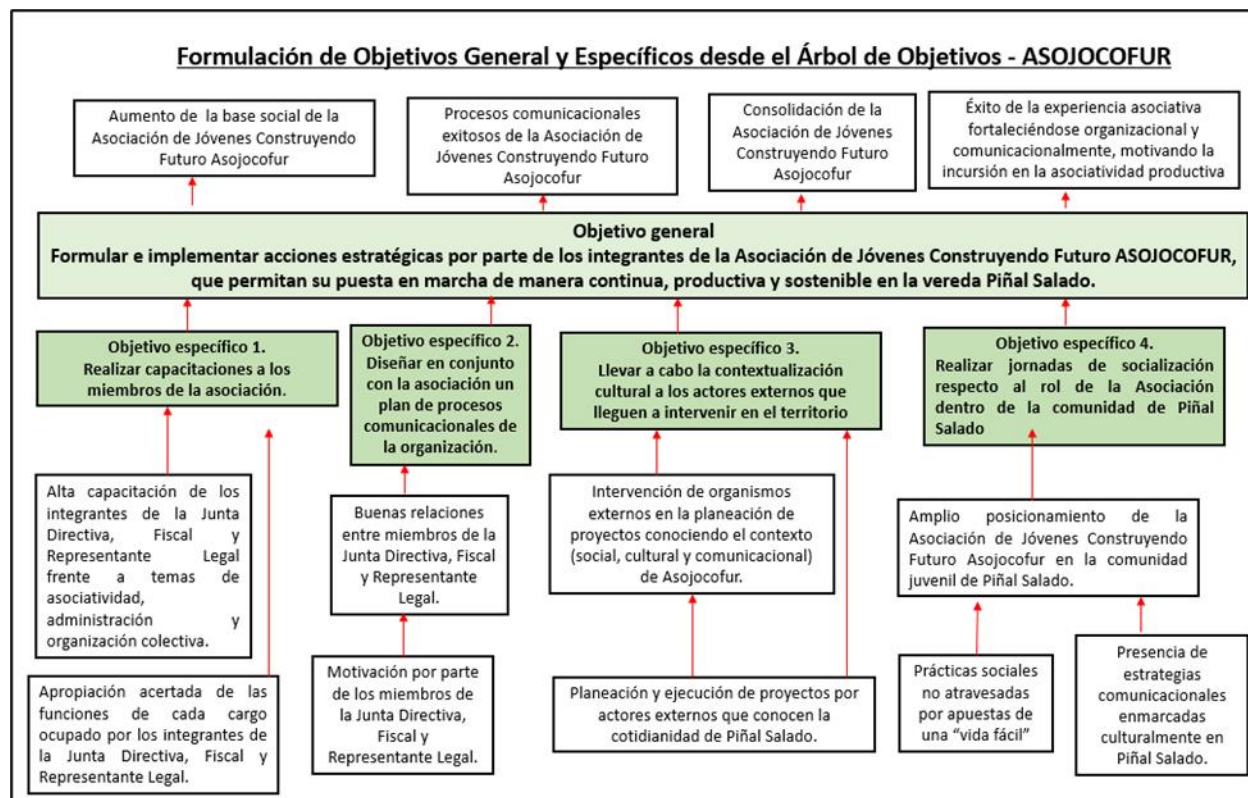
### **5.5 Objetivo específico 4.**

Realizar jornadas de socialización respecto al rol de la Asociación dentro de la comunidad de Piñal Salado, con el fin de situarla dentro del imaginario colectivo de la vereda, dándole una identidad corporativa y social.

A continuación, se identifica la formulación de los objetivos desde el árbol de objetivos realizado para la intervención estratégica de ASOJOCOFUR:

**Tabla 33. Formulación del objetivo general y los objetivos específicos desde el Árbol de los Objetivos de ASOJOCOFUR**

**Objetivos de ASOJOCOFUR**



### CAPÍTULO III

## 6 Diseño y formulación de la estrategia comunicacional

### 6.1 Metodología

Tras el diagnóstico en comunicación y el análisis situacional desde la comunicación elaborado para la Junta Directiva de ASOJOCOFUR, la formulación de la estrategia de intervención se plantea teniendo como orientación que estas “son la forma de traducir en iniciativas la voluntad política y cultural de transformación, que tiende a acompañar y fortalecer un proyecto de desarrollo, un entramado social, político, organizacional o de políticas públicas” (Uranga, 2014).

Las actividades realizadas el 6 de mayo del 2022, que hicieron parte del cronograma inicial de las etapas del trabajo colaborativo, se alinean en este apartado con el objetivo general planteado para la



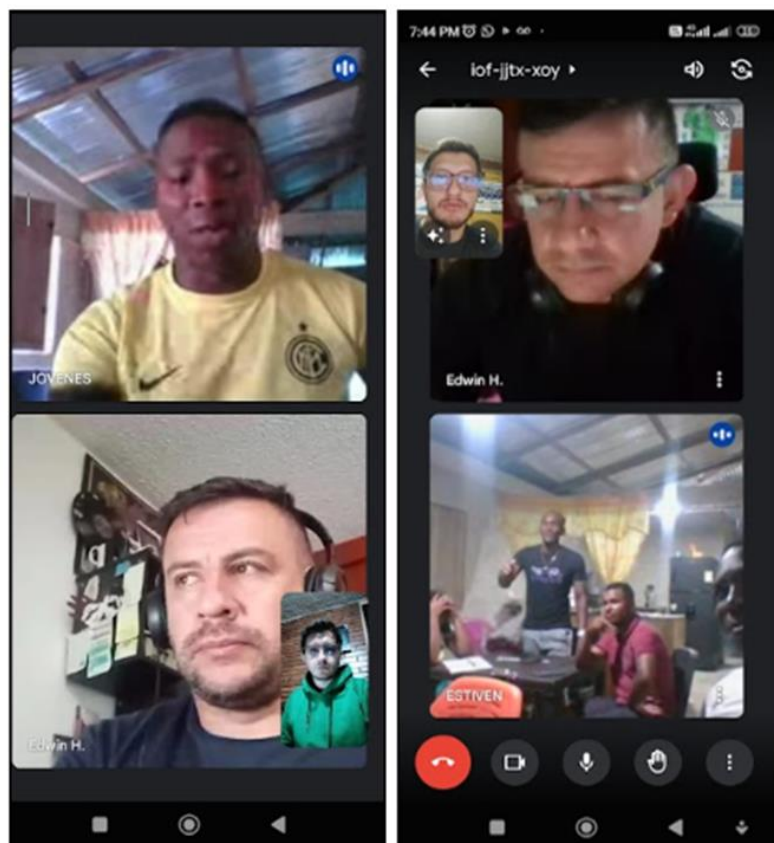
intervención, toda vez que ese día, en la sede de la Asociación Procacao, en la vereda Caunapí, se realizaron intercambio de saberes entre los jóvenes piñaleños y los representantes de la experimentada Procacao, donde se estableció un convenio entre ambas asociaciones, pues una de las metas de ASOJOCOFUR es hacer transformación de cacao y el enfoque social de Procacao es ser un ejemplo replicable para la comunidad.

De igual manera, la presentación de ASOJOCOFUR el 27 de mayo de 2022, en el primer seminario regional de cacao organizado por la Alianza Público Privada, ante las doce asociaciones de cacao participantes en el evento, también hace parte de la consecución del objetivo general de esta tesis.

Por ello, es necesario recordar que en la etapa de diagnóstico, se había establecido un plan de trabajo con la Asociación durante el segundo semestre del 2022. Durante este periodo, se realizaron una serie de acompañamientos por meet entre la APP y la Asociación, sin embargo, no se llevaron a cabo los encuentros mensuales programados entre los miembros de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR y el gestor Sebastián León.

Varios problemas relacionados a la pobre cobertura de telefonía celular e internet en la vereda y la distancia geográfica entre Bogotá y Piñal Salado, fueron deteriorando la continuidad del trabajo realizado entre la Asociación y el gestor. Tras casi seis meses de intentos fallidos para trabajar vía meet o WhatsApp, el inefectivo intercambio de mensajes y la falta de voluntad producto de una pérdida de motivación, se detectó un posible cese de actividades. Fue en este momento del estancamiento del desarrollo del proyecto, en el que se vinculó el segundo comunicador social y gestor, Edwin Betancourt.

Una vez se analizó toda la información obtenida durante la primera etapa del proyecto y se reestableció la comunicación con ASOJOCOFUR, se procedió a la vinculación oficial del gestor ante la ESAL y el trazado de la nueva ruta a seguir. A continuación, se comparte la imagen de la primera reunión digital entre ASOJOCOFUR y los dos gestores realizada el 20 de febrero del 2023:



Fotografía 4. Izquierda: Estiven Tenorio (arriba) Representante Legal ASOJOCOFUR. Abajo primer plano: Edwin Betancourt. Recuadro inferior derecho: Sebastián León. Derecha: Edwin Betancourt (arriba). Recuadro superior izquierdo: Sebastián León. Abajo, Segundo Marino, Yeison Rogallego y otros miembros de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR desde Piñal Salado.

## 6.2 Matriz de análisis para la formulación de estrategias

Para alcanzar el cumplimiento de los objetivos planteados en esta intervención, se inició una serie de encuentros digitales para la formulación del plan de gestión. En esta etapa, se dio inicio al desarrollo e implementación de la estrategia comunicativa **¡ASOJOCOFUR se Activa!** a través del plan de acción comunicacional: **Semana de integración comunicacional en ASOJOCOFUR: Asojocomunicación en Piñal Salado**. Toda estrategia de comunicación debe poseer características comunicacionales, organizacionales, de capacidad de cobertura, asentada en la realidad de los procesos sociales donde surge. En nuestro caso, se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

**Tabla 34. Matriz de necesidades para el diseño estratégico.**

Organización comunidad a intervenir	Clase de necesidades			
	Organizacional	Comunicacional	Comunitarias/sociales	De los sujetos
Junta Directiva de ASOJOCOFUR	Requiere de una estructuración que no se base en lineamientos administrativos, sino en dinámicas organizacionales de inclusión, motivación y voluntad hacia el cambio.	Necesitan construir procesos comunicacionales que unifiquen su accionar frente a la toma de decisiones y participación de manera unida que permita mantener una posición política y comunicacional indivisible	Es urgente hacerse visible ante la comunidad de Piñal Salado, para mostrar a través de acciones socio participativas su deseo de colaboración, apoyo y cambio.	
Miembros de la Junta Directiva		Sus integrantes necesitan comprender que sus interrelaciones afectan el desarrollo de las actividades de la Junta y con ello el devenir de la misma		Cada miembro de la Junta debe auto reconocerse como una persona capaz, con condiciones de liderazgo que deben aportar para un funcionamiento dinámico de la misma
Vereda de Piñal Salado		Requiere de un profundo proceso de sensibilización comunicacional estructurado en el tiempo y la voluntad de cambio	Surtir procesos de acción comunitaria ante las entidades territoriales que la acerquen a condiciones dignificantes para sus habitantes	
Socios de ASOJOCOFUR	No hay una cohesión como socios por ausencia de significados que construyan su identidad asociativa	La ausencia de procesos comunicacionales no permite tejer relaciones desde la confianza y el deseo de avanzar	Es urgente su participación dentro de los escenarios sociales de la vereda a través de su representación como miembros de una Asociación nacida en su territorio.	

Elaboración propia

### 6.3 Matriz de correspondencia de estrategias

Tras formular esta matriz, procedimos a sentar las bases de la estrategia a través de una correspondencia de identificación sustentada en las estrategias clasificadas por Uranga, así:

**Tabla 35. Matriz de correspondencia de estrategias**

<b>Nombre de la estrategia: ¡ASOJOCOFUR se activa!</b>		
<b>Clases de estrategias</b>		<b>Clase estratégica a la que responde</b>
De alianzas y concertación		Por su naturaleza asociativa
De diversidad comunicacional		
De uso de medios y canales alternativos		
De producción de contenidos y materiales de comunicación		
De fortalecimiento organizacional		Por su estructura administrativa
De comunicabilidad		
De educación/comunicación		Por las acciones complementarias a ejecutar
De fuentes y bancos de información		
De visibilidad		Porque debe ser representativa en el territorio
De promoción y uso de medios digitales		

Elaboración propia

A manera de síntesis, se presentan algunas nociones de las clases de estrategias sugeridas por Uranga (2020).

De alianzas y concertación: que buscan acuerdos, negociación de intereses en común y alianzas políticas para la acción conjunta, incluyendo a la mayor cantidad de actores y de voces en el ámbito de actuación para que cada uno de ellos se exprese desde su realidad y su contexto particular. De diversidad comunicacional: destinadas a generar espacios de libre manifestación de la mayor cantidad de voces, incluyendo la posibilidad de acceso al sistema masivo de medios de comunicación. De uso de medios y canales alternativos: generando medios propios, buscando acceder a otros nuevos y propiciando la penetración de mensajes en el sistema de medios. De producción de contenidos y materiales de comunicación: en diferentes formatos y soportes, para instalar temas en la

agenda, divulgar posiciones y contenidos, e incidir en la opinión pública. De fortalecimiento organizacional: destinadas a consolidar y desarrollar el entramado de relaciones de los actores en el espacio de la organización y de esta con otros actores del territorio o ámbito de actuación. De comunicabilidad: que involucren, comprometan e incluso capaciten para la producción de mensajes mediante el uso de todas las tecnologías, formatos y recursos. De educación/comunicación: partiendo de la base de que toda estrategia de comunicación tiene un componente educativo y que necesita de mediaciones pedagógicas para su concreción. De fuentes y bancos de información: para permitir el seguimiento y la investigación de los temas estudiados, de las perspectivas de los actores, como insumo para incidir en la toma de decisiones a futuro. De visibilidad: de los actores que se encuentran “ocultos” o invisibilizados en el escenario, también como forma de exponer sus agendas y sus situaciones problemáticas. De promoción y uso de medios digitales: se trata de una estrategia que utiliza creativamente todos los recursos disponibles en el ciberespacio para potenciar un objetivo estratégico sin limitar las acciones a los procedimientos centralmente técnicos. (p. 175 - 178)

#### **6.4 Matriz de estrategia comunicacional: ¡ASOJOCOFUR se activa!**

Tras la elaboración de las anteriores matrices, abordamos la producción de la estrategia a nivel general, la cual fue concertada con los miembros de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR ya que todo este proceso responde a un trabajo mancomunado, donde ellos son los protagonistas. Los sujetos sociales son la fuente principal para la construcción de herramientas que permiten formular rutas para hallar las soluciones requeridas en su realidad. A continuación, se presenta la matriz de diseño estratégico para la estrategia ¡ASOJOCOFUR se activa! a implementarse de manera inicial con la Junta Directiva de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro en la vereda de Piñal Salado en Tumaco – Nariño.

<b>Tabla 36. Matriz general de estrategia comunicacional</b>						
Nombre de la Estrategia		¡ASOJOCOFUR se activa!				
		Estrategia de diversidad comunicacional				
		Dimensiones política y organizativa			Dimensiones política y socio cultural	
Acciones comunicacionales		Liderazgo	Documentales	Metodología participativa	Enfoque de género	Comunicacionales
<b>Domínios de intervención comunicacional</b>	<b>Objetivo</b>	Llevar a cabo procesos de sensibilización que rescaten la importancia del liderazgo como elemento emancipador y coadyuvante dentro de las dinámicas funcionales propias de la Asociación.	Actualizar la documentación a nivel organizacional, administrativo, contable de la Asociación para su presentación ante las organizaciones públicas y privadas interesadas en brindarles apoyo para su funcionamiento.	Mejorar la práctica de los procesos ofimáticos de los miembros de la Junta Directiva para alcanzar un desempeño acorde para la prestación de sus servicios.	Resignificar los escenarios de reconocimiento y participación con el ánimo de alcanzar equidad en la inclusión de mujeres, hombres y población LGTBIQ+	Analizar la comunicación como un campo multidisciplinar para el desarrollo y el cambio social a través de procesos comunicacionales de la Asociación en la vereda Piñal Salado.
	<b>Nivel de entorno administrativo</b>	Reconocimiento de las capacidades de liderazgo individuales y colectivas con énfasis en la dirección de la Asociación.	Conformación de las bases de archivo como soporte documental en las áreas administrativas de la Asociación.	Fortalecimiento del aprendizaje diverso entorno a herramientas organizacionales.	Incremento de las políticas de enfoque de género en conjunto con las establecidas por entes gubernamentales	Articulación comunicacional con las audiencias y los contextos de divulgación presentes en el territorio.
	<b>Nivel de entorno socio político</b>	Construcción de redes de liderazgo con entidades presentes en el territorio.	Presentación organizada de informes, estados financieros y procesos documentales que llegasen a ser requeridos	Posibilidad de enlace con entidades presentes en el territorio a partir de usos ofimáticos complementarios	Desmitificación paulatina del modelo patriarcal – machista dominante de la vereda Piñal Salado	Comprensión de la comunicación como una interacción de hechos, vivencias y experiencias de los actores sociales.
	<b>Nivel de la entrega de servicios</b>	Creación de un ambiente de servicio a la comunidad, eficaz a partir de un liderazgo positivo y tangible.	Cumplimiento de la normatividad documental vigente	Entrega de información sistematizada a nivel interno y externo de manera ágil, veraz y oportuna.	Inclusión de lineamientos de equidad de género en los proyectos allegados a la comunidad	Desarrollo de contenidos comunicacionales acordes a la integración multidisciplinar comunicativa
	<b>Nivel de conductas individuales y normas sociales de la comunidad</b>	Descubrimiento del liderazgo en miembros de la Junta Directiva apropiándose de sus roles y	Capacidad de respuestas oportunas hacia la comunidad o entidades que requieran	Participación y réplica de conocimientos y habilidades con la comunidad.	Reconocimiento individual de las condiciones de género creando un tejido social basado en el	Inserción de un proceso comunicacional a partir de realidades individuales y comunitarias

	cargos en la Asociación.	información de la Asociación		respeto y la diferencia	
--	--------------------------	------------------------------	--	-------------------------	--

Modelo basado en los lineamientos propuestos por W. Uranga. Elaboración propia.

#### 6.4.1 Matriz de los estructurantes de la acción comunicativa

A continuación, se presenta la matriz de estructuración de la estrategia ¡ASOJOCOFUR se activa! para la definición y creación del plan de comunicación: *Semana de integración comunicacional en ASOJOCOFUR: Asojocomunicación en Piñal Salado.*

**Tabla 37. Matriz de los estructurantes de la acción comunicativa**

<b>Estrategia: ¡ASOJOCOFUR se activa!</b>		
<b>Plan de comunicaciones: Semana de integración comunicacional en ASOJOCOFUR: Asojocomunicación en Piñal Salado.</b>		
<b>Estrategias estructurantes de la acción comunicativa</b>		
<b>Políticas</b>	<b>Organizativas</b>	<b>Masivas</b>
<p><b>Lobby interno:</b> garantizar la voluntad política de la Alianza Público Privada y entidades estatales que brindan recursos económicos y de presupuesto para la participación de la Asociación.</p> <p><b>Entrevistas y visitas:</b> con los líderes y líderes de las Asociaciones cacaoteras en funcionamiento, conociendo sus ideales e instalaciones como guía de sostenibilidad.</p>	<p><b>Alianzas:</b> estratégicas con la Alianza Público Privada y las asociaciones cacaoteras Corpoteva, Procacao y Afromuvaras.</p> <p><b>Acuerdos:</b> con entidades pertenecientes al ramo del emprendimiento y la asociatividad en la línea productiva de cacao, como base de producción económica.</p> <p><b>Sensibilización:</b> De los miembros de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR respecto a temas organizacionales, de talento humano y productivos.</p>	<p><b>Divulgación:</b> dar a conocer los avances, retos, logros de la Asociación en Piñal Salado a través de WhatsApp, voz a voz y carteleras informativas denominadas coloquialmente “chismógrafos”.</p> <p><b>Promoción y socialización:</b> coordinar reuniones con la comunidad de jóvenes de Piñal Salado para presentar los proyectos de la Asociación de manera viable y segura.</p>
<b>Estrategias estructurantes de las acción operativa</b>		
<b>Informativas</b>	<b>Pedagógicas</b>	<b>Movilizadoras</b>
<p><b>Asambleas</b></p> <p><b>Rendición de cuentas.</b> Construcción opinión</p>	<p><b>Formación:</b> de los miembros de la Junta Directiva y socios de ASOJOCOFUR partiendo de los procesos pedagógicos temáticos programados para la semana de integración comunicacional.</p>	<p><b>Movilización:</b> Primera jornada de sensibilización respecto al manejo de basuras, promovida por la Junta Directiva de ASOJOCOFUR.</p> <p>Convocatoria para la creación de comités administrativos de la Asociación.</p> <p>Formulación de actividades y eventos con fines de recolección de fondos para la Asociación.</p> <p>Cambio de logo.</p> <p>Ajuste en la misión, visión de la Asociación.</p> <p>Revisión y ajuste de los estatutos.</p>

Modelo basado en los lineamientos propuestos por W. Uranga y Jaramillo López. Elaboración propia.

Esta matriz actúa de manera contenedora. De ella se desprende el plan comunicacional o plan de comunicaciones, como se evidencia en la siguiente matriz.

**6.5 Matriz de actividades del plan de comunicación: Semana de integración comunicacional en ASOJOCOFUR: Asojocomunicación en Piñal Salado**

Esta matriz se enfoca en las actividades comunicativas desde la intervención. Continúa su interacción desde los ejes políticos, organizacionales y culturales, expresando las actividades a través de sus objetivos en concordancia con los dominios comunicacionales para su ejecución general. Además, aporta una visión de la articulación comunicacional con los saberes multidisciplinares de acuerdo a sus líneas de acción, interacción y articulación.



<b>Tabla 38. Matriz del plan de comunicación</b>						
Nombre del Plan Comunicacional		<b>Semana de integración comunicacional en ASOJOCOFUR: Asojocomunicación en Piñal Salado</b>				
<b>Plan de articulación comunicacional</b>						
<b>Intervenciones</b>		<b>Política y Organizativa</b>			<b>Política y Socio Cultural</b>	
<b>Actividades comunicativas</b>		<b>Empoderamiento de roles y asimilación de identidad</b>	<b>Verificación de documentos, libros de registro, y actas de funcionamiento</b>	<b>Herramientas de auto gestión</b>	<b>Políticas organizacionales con enfoque de género</b>	<b>Comunicación como un proceso social</b>
<b>Dominios de intervención comunicacional</b>	<b>Objetivo</b>	Potenciar en los actores sociales sus capacidades de liderazgo, identidad y reconocimiento, a través de diálogo y/o, conversatorios que delimiten el interactuar de sus responsabilidades	Actualizar el registro mercantil ante Cámara de Comercio, RUT ante la Dian de la ciudad de Tumaco, y la creación del Perfil de Proyecto y Plan de Negocio.	Compartir material y contenidos actualizados para la implementación de instrumentos administrativos, asociativos y de producción	Promover la integración desde la diversidad sexual como elemento de construcción y promoción de respeto y equidad.	Comprender la importancia de la comunicación vista, no como una herramienta o instrumento, sino como un campo de acción multidisciplinar para el desarrollo y el cambio social de la vereda Piñal Salado
	<b>Nivel de entorno administrativo</b>	Creación de comités partiendo del organigrama de la Asociación con liderazgo definido.	Fomento de capacitaciones empresariales para el funcionamiento de la Asociación.	Formulación de procesos de gestión documental que permitan el acceso a la información de la Asociación de manera continua y ágil.	Incrementar las políticas de enfoque de género en conjunto con las establecidas por entes gubernamentales	Articulación con las audiencias y los contextos de divulgación de la Asociación
	<b>Nivel de entorno socio político</b>	Reconocimiento de roles a partir del análisis de los estatutos de la Asociación con el fin de estructurar funciones y responsabilidades por cargos y participación de cada cual.	Acompañamientos tanto de la Alianza Pública Privada (APP) y la Asociación cacaotera Corpoteva, Afromuvaras y Procacao	Progreso respecto al desempeño de la Asociación a nivel de gestión y desarrollo para aplicar a convocatorias de orden municipal y departamental	Desmitificación del modelo patriarcal – machista dominante de la vereda Piñal Salado	Comprensión de la comunicación como una interacción de hechos sociales
	<b>Nivel de la entrega de servicios</b>	Presentación de esquemas y documentos en los que se establece el mapa de funciones y relaciones de los miembros Asociación	Orientación hacia la presentación de soportes legales, administrativos y contables de manera oportuna y actualizada	Mejoramiento de la futura sede de la Asociación con la adecuación inicial de servicios básicos acorde a las	Inclusión de lineamientos de equidad de género en los proyectos allegados a la comunidad a través de	Desarrollo de contenidos mediáticos con reconocimiento de los actores comunicacionales

				condiciones de la vereda (tanques, reservorios de agua, planta eléctrica, etc.)	personal capacitado en el tema	
	<b>Nivel de conductas individuales y normas sociales de la comunidad</b>	A través del intercambio de saberes, incorporar las funciones y destrezas necesarias para alcanzar un trabajo en conjunto de manera armónica y eficiente	Presencia de la Asociación ante la comunidad de Piñal Salado a través de acciones de réplica y mejora	Creación en conjunto de una pieza musical como elemento articulador de la historia de la Asociación, sus objetivos, metas y planes	Reconocimiento individual de las condiciones de género creando un tejido social heterogéneo basado en el respeto y la diferencia	Inserción de un proceso comunicacional a partir de realidades individuales y comunitarias
	<b>Articulación comunicacional</b>	Aprendizaje significativo	Psicológicas organizacionales	Sociológicas organizacionales	Culturales étnicas	Análisis comunicacional

Modelo basado en los lineamientos propuestos por W. Uranga. Elaboración propia.

## 6.6 Matriz de actividades del plan de comunicaciones

A continuación, se presenta la matriz de actividades que integran el plan de comunicaciones diseñado para la intervención comunicacional.

**Tabla 39. Matriz de actividades del plan de comunicaciones**

Síntesis de la estrategia ¡ASOJOCOFUR se activa!, objetivos y actividades del plan de comunicaciones: **Semana de integración comunicacional en ASOJOCOFUR: Asojocomunicación en Piñal Salado**

Comunicación/educación

Objetivo general	Objetivos específicos	Resultados esperados	Actividades	Productos
<p>Formular e implementar acciones estratégicas por parte de los integrantes de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, que permitan su puesta en marcha de manera continua, productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado.</p>	<p><b>Objetivo 1.</b> Realizar capacitaciones a los miembros de la Asociación</p>	<p><b>Resultado 1.</b> Capacitaciones realizadas a los miembros de la Asociación</p>	<p><b>Actividad 1.</b> Construir conjuntamente en la playa del Morro los conceptos: trabajo en equipo, confianza y estrategia.</p>	<p>Partido de Fútbol Americano entre los miembros de la Junta directiva, el Fiscal y los gestores para poner en contexto los conceptos construidos conjuntamente: trabajo en equipo, confianza y estrategia.</p>
			<p><b>Actividad 2.</b> Hacer un conversatorio en la sede - central de beneficios en adecuación (obra gris) de la Asociación, teniendo como tema central La Identidad, tanto étnica como corporativa.</p>	<p>Creación conjunta de la misión, visión y objetivos de la Asociación.  Selección participativa de los colores corporativos con los socios de ASOJOCOFUR  Elaboración en equipo, con aerosoles y una plantilla, del nombre de la Asociación en la fachada principal de la sede – central de beneficios.</p>
			<p><b>Actividad 3.</b> Realización de dos capacitaciones en perfil de proyecto y plan de negocio impartidos de manera presencial por la ingeniera agrónoma, especialista en educación ambiental y MBA, Alexandra Forero Dimate.</p>	<p>Elaboración del Perfil de Proyecto y Plan de Negocio de ASOJOCOFUR</p>

<p>Formular e implementar acciones estratégicas por parte de los integrantes de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, que permitan su puesta en marcha de manera continua, productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado.</p>	<p><b>Objetivo 2.</b> Diseñar en conjunto con la Asociación un plan de procesos comunicacionales de la organización</p>	<p><b>Resultado 2.</b> Diseño conjunto con la Asociación de un plan de procesos comunicacionales de la organización</p>	<p><b>Actividad 4.</b> Realizar un taller de identificación y fortalecimiento de habilidades blandas (puntualidad, inteligencias múltiple, inteligencia emocional, negociación, escucha asertiva y resolución de conflicto) encaminado a solucionar una tensión entre dos miembros de la Junta Directiva, hecho diagnosticado por los gestores.</p>	<p>Intervención por parte de los miembros de la junta directiva a un conflicto interno entre miembros de la Asociación.</p> <p>Ajustes en el apartado de resolución de conflictos en los estatutos de la organización, acorde a la realidad comunicacional de los miembros de la Asociación.</p>
			<p><b>Actividad 5.</b> Efectuar un intercambio de saberes en el mentidero de Piñal Salado y la escuela, entre el presidente de la Asociación, la junta directiva, los socios y los gestores acerca de las habilidades y características del líder.</p>	<p>Elaboración de una carta para sí mismos, su líder interior</p>
			<p><b>Actividad 6.</b> Efectuar un taller teórico-práctico de herramientas de autogestión: toma de decisiones, lluvia de ideas y elaboración de proyectos.</p> <p>Seleccionar democráticamente un problema actual de la vereda para ser intervenido por los miembros de ASOJOCOFUR mediante las herramientas de autogestión.</p>	<p>Elaboración de un proyecto de autogestión planteado por la junta directiva y los socios de la organización.</p>
<p>Formular e implementar acciones estratégicas por parte de los integrantes de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, que permitan su puesta en marcha de manera continua,</p>			<p><b>Actividad 7.</b> Desarrollar un taller de políticas organizacionales con enfoque de género dictado por personal de la mesa técnica de la Alianza Pública Privada</p>	<p>Creación de un decálogo con normativas para la equidad</p>

productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado.			<b>Actividad 8.</b> Entablar diálogos acerca de la comunicación como un proceso social	Creación de dos “Chismógrafos” para pegar carteles e información para la comunidad.
	<b>Objetivo 3.</b> Llevar a cabo la contextualización cultural a los actores externos que lleguen a intervenir en el territorio	<b>Resultado 3.</b> Contextualización cultural a los actores externos que lleguen a intervenir en el territorio	<b>Actividad 9.</b> Hacer un conversatorio en la sede - central de beneficios en adecuación (obra gris) teniendo como tema central La Identidad, tanto étnica como corporativa.	Creación de una canción en la que se relacione sus lazos étnicos, su historia, su objetivo social y su cultivo ancestral, el cacao (Himno de ASOJOCOFUR)
Formular e implementar acciones estratégicas por parte de los integrantes de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, que permitan su puesta en marcha de manera continua, productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado.	<b>Objetivo 4.</b> Realizar jornadas de socialización respecto al rol de la Asociación dentro de la comunidad de Piñal Salado	<b>Resultado 4.</b> Realización de jornadas de socialización respecto al rol de la Asociación dentro de la comunidad de Piñal Salado	<b>Actividad 10.</b> Identificación de necesidades de la Asociación y de la vereda a través de un conversatorio	Creación de comités que permitan articular mejor su trabajo con y para la comunidad
			<b>Actividad 11</b> Propiciar en los integrantes de la Asociación su papel como actores que repliquen con la comunidad los conocimientos, destrezas y habilidades adquiridos durante las jornadas de capacitación	Desarrollo de talleres, conversatorios y actividades que permitan compartir los conocimientos ya adquiridos durante las capacitaciones, entre los miembros de la junta directiva, los socios y vecinos de Piñal Salado.

## 7 Ejecución de la estrategia comunicacional

### 7.1 Descripción densa del trabajo realizado en territorio y con la comunidad (Bitácora)

El sinnúmero de herramientas desarrolladas por las ciencias sociales a lo largo de su historia, se han convertido en instrumentos necesarios para el recaudo de información y datos, y de igual manera para la producción de análisis e interpretaciones que surgen durante el curso de todas las

investigaciones, cuyo fin es generar conclusiones, experiencias, reflexiones y cambios en aquello que se interviene.

Nuestro caso no es diferente. Haber convivido durante una semana con los integrantes de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR en la vereda de Piñal Salado y en Tumaco, acercándonos de manera vívida a su territorio, convirtiendo este pasaje de la investigación en una aproximación a la cartografía social y con ello, a la elaboración de una bitácora que relata con detalle las experiencias producidas en este viaje, nos permite acercar este ejercicio de redacción al de la descripción densa formulada por Clifford Geertz.

A continuación, presentamos a modo de descripción densa, la bitácora del viaje realizado desde el lunes ocho al viernes doce de mayo del año en curso, con lo cual buscamos acercar al lector a la experiencia vivida por los gestores inmersos en este proceso de investigación académica.

#### **7.1.1 *Día 1: lunes 8 de mayo.***

El viaje a Tumaco con el fin de conocer la vereda de Piñal Salado y a los jóvenes que integran la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro por sus siglas ASOJOCOFUR, inició desde febrero, pero se materializó en mayo, concretamente el lunes.

A las cuatro y cuarenta y cinco de la mañana, los comunicadores sociales Sebastián León y Edwin Betancourt (maestrandos en etapa de tesis), se encontraron en la puerta número dos del puente nacional del aeropuerto El Dorado, hoy llamado Luis Carlos Galán Sarmiento, con el ánimo presto y el deseo por continuar con el proceso que había iniciado un año atrás Sebastián.

Esa primera parte del proceso se había llevado a cabo en conjunto con los miembros de la Junta Directiva de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR, fundada en Piñal Salado, la cual se sopesó con un trabajo articulado que fue aportando al fortalecimiento de los cimientos organizacionales a través de actividades ideadas en conjunto con ocho jóvenes piñaleños aventurados

en los álgidos caminos del cambio social por medio de la creación de alternativas económicas para propiciar el beneficio de sus pares.

La segunda parte del proceso correspondía al desarrollo de este viaje. El comunicador social Edwin Betancourt se había incorporado a la investigación desde enero del 2023 para apuntalar los aspectos comunicacionales con los organizacionales realizados por Sebastián previamente, para desarrollar en conjunto las estrategias comunicacionales necesarias para lograr la puesta en marcha de la Asociación, o por lo menos, cimentar las bases para su desarrollo. Con sus agendas rebosantes de apuntes y la emoción por contribuir al proceso de esta organización cacaotera a flor de piel, el equipo de comunicadores experimentaba una satisfactoria felicidad.

El carreteo del avión a lo largo de la pista fue el primer momento de reflexión. Volar siempre es una aventura. Internarse en las nubes es en sí mismo un acto que nos sustrae de la tierra y la sensación de ingravidez nunca llega a ser lo suficientemente rutinaria como para dejar de lado un espacio para la meditación.

Desde ese momento la investigación ya se presentaba. La ciudad de Bogotá desde los aires es un complejo mapamundi. Trazados por doquier, sus calles y avenidas, los conjuntos residenciales, las casas, los sectores populares, las construcciones en las montañas, algunos lagos, hebras de ríos oscuros... se iban miniaturizando, de a poco el equipo de comunicadores fue dejando atrás ese paisaje urbano, internándose entre las nubes, para descubrir de pronto la maravilla de las cordilleras y más allá el imponente silencio del océano pacífico: grandioso, asombroso, atemorizante, majestuoso.

Habían volado durante una hora y media, cuando aparecieron las primeras lanchas dibujando líneas espumosas sobre ese extenso mar, guiando sus miradas hacia los esteros, las playas y las costas bordeadas con enormes árboles, para de repente ajustar de nuevo los cinturones y prepararse para aterrizar. Mientras descendía, el paisaje rural – urbano surgió. El enorme mapamundi había desaparecido para convertirse en una pieza de rompecabezas multicolor propio del panorama isleño, ya

que el aeropuerto La Florida colinda con un “barrio de invasión” con amplio nivel de ocupación y en el que las condiciones económicas tienden a estar en la línea de pobreza a nivel nacional, inclusive por debajo de esta.

Ambos lugares están insertos en la misma isla que alberga los barrios más lujosos de la zona y la playa el Morro, principal atractivo turístico del municipio, aportándonos una perspectiva fuera de lo común, con matices del más puro realismo mágico.

Eran las siete y cuarenta y dos cuando una brisa caliente y abrumadora les dio la bienvenida. Los elementos se presentaban dejando en claro las condiciones de su tierra. Mientras recorrían la pista hacia los cuartos de control y la pasarela para el equipaje, el calor subía y la sensación térmica se elevaba continuamente. El sudor empezó a hacer de las suyas. Al salir del aeropuerto, el primer cambio social fue étnico. Para un par de hombres blancos nacidos en la capital y criados en la cultura urbana bogotana, encontrarse en medio de la cultura afro colombiana era una situación evidente de transposiciones sociales. Ya no estaban en la zona de confort y control, ahora eran visitantes en una tierra de raza prieta, alegre, nada acartonada, febril, dicharachera y entusiasta.

Partieron de la isla del Morro hacia la isla de Tumaco, por el puente el Morro, una imponente vía que conecta las dos islas en menos de diez minutos. Al recorrerlo, la vista fue maravillosa. La majestuosidad que habían contemplado minutos antes desde el aire, ahora se materializaba en una brisa caliente con olor a mar y la vista se perdía en lontananza de un océano incalculable. Los pescadores artesanales armados con nailon y con los peces y cangrejos tirados sobre el asfalto, son un referente típico de este puente. Adentrarse en Tumaco ya es otra cosa. Se detuvieron por primera vez en la calle sexta con la carrera novena, lugar donde residiría uno de los investigadores en una casa cercana al monumento erigido en honor a la madre.

Luego a pie se dirigieron hacia el hotel Nabú en el centro de la ciudad. Solo fueron diez minutos, eran las ocho y treinta de la mañana, pero gracias a los 29° que los acompañaban, los minutos se



hicieron eternos. Tumaco se abría a sus pies. La primera impresión fue la de una ciudad enteramente comercial. Decenas de locales para el comercio de ropa, zapatos, licores, tiendas de publicidad, restaurantes, talleres, salas de belleza, bares, hoteles, cacharrerías, tiendas, supermercados, panaderías, locales de fotografía, tiendas de tecnología, centros médicos, y curiosamente hasta dos locales donde aún se hacen transcripciones a computador, rompían la imaginaria impresión sobre un Tumaco pobre y desvencijado, posicionado en el imaginario colectivo por amarillistas medios de información.

La segunda impresión fue la del tráfico. El ensordecedor pitar de cientos de motos era constante y abrumador. La práctica del mototaxismo les recordó la guerra del centavo en los años ochenta en Bogotá. Aunque hay semáforos, no se respetan y las calles adoquinadas son verdaderas pistas de competencia, no solo por el dinero, sino por la vida. Hay que estar atento en todas las direcciones, ya que no existe respeto por el peatón.

La tercera impresión, fue la de una ciudad madrugadora. Comparándola con la capital, Tumaco despierta más temprano, su comercio es voraz y necesita instalarse desde las primeras horas de la mañana, por eso mientras desayunaban, encontraban a su paso una ciudad lista para su cotidianidad a una hora en la que otras ciudades aún cavilan y duermen.

Aunque pequeño, el Tumaco urbano – las dos islas y su zona continental - es una isla bullosa. Pitos, motos, carros, gente, altoparlantes, sirenas, pregoneros, risas, gritos, rumores, llantos, hacen atronador su paisaje costero, que de no ser por el calor abrasador, haría pensar al turista desprevenido, que se encuentra en una ciudad sin mar, ya que las construcciones han bloqueado la vista original a la playa y el poco panorama náutico que aparece en este sector, es más bien triste y lóbrego, con trozos de mar muerto lleno de basuras, rescoldos de playa inerte, cementerio de desperdicios... son los contrastes que Tumaco ofrece sin pudor.

Sobre las diez de la mañana, el equipo de comunicadores sociales arribó a las instalaciones de Tetrattech, sede oficial de la Alianza Público Privada para encontrarse con una de las representantes de

esa organización, quien por razones de salud no pudo asistir a la reunión. Estas instalaciones son suntuosas, con aire acondicionado, confortables, fiel muestra del poder que la fecunda. Luego, a las once de la mañana, hicieron presencia un grupo de jóvenes disímiles pero alegres y entusiastas. Se trataba de Darlin, Yeison, Juan Pablo, María Fernanda, Lucelly y Segundo Marino, integrantes de la Junta Directiva de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR.

El objetivo de esta primera reunión fue el de actualizar el Perfil de Proyecto y el Plan de Negocio de la Asociación para tener acceso a los recursos estatales canalizados a través de la Alcaldía de Tumaco, la Agencia de Desarrollo Rural (ADR) y la Gobernación de Nariño. Se contó con el apoyo asincrónico de la ingeniera Alexandra Forero desde Sibaté, Cundinamarca. La reunión suministró elementos precisos para su revisión y corrección con el fin de lograr su validez para hacer parte de los procesos administrativos claves para la apropiación de recursos. De esta manera, el viaje seguía ajustando las realidades.

Conocerlos fue la clave para desmitificarlos. Para uno de los investigadores fue el primer encuentro físico y la ruptura con las sensaciones de los encuentros digitales se rompió. Definitivamente la tecnología suprime el factor humano de manera contundente. La voz a través del bit y el micrófono es muy distinta a la voz natural captada directamente por los oídos, las risas suenan diferente, redimensionar cuerpos y caras, sentir la vibra y la energía de cada quien, permitió un nuevo acercamiento bilateral, ya que, para ellos descubrir a la persona tras el investigador, fue un ejercicio similar.

La realidad suele tejerse por instantes. Cada uno de ellos va cambiando las percepciones y las lógicas de las relaciones sociales. Este grupo de jóvenes representa la oportunidad de cambio para toda una comunidad. Ahí estaban frente a frente en las instalaciones de la oficina del segundo piso de la Agencia, prestos a intercambiar conocimientos y vida. Obviamente la formalidad del rigor al inicio de la reunión fue inevitable. Sin embargo, arrojó situaciones muy fecundas. Se habló de machismo, del papel de la mujer dentro del proceso de recolección, transformación del cacao y con ello, de la administración

de fincas, de igual manera se abordaron temas de igualdad, de la tradición cultural cacaotera de generación en generación, de la importancia de involucrar a los niños y jóvenes en la cultura cacaotera, y especialmente el reclamo por ser actores activos y no sucumbir ante las problemáticas de violencia que acosan su territorio.

De esta manera transcurrieron dos horas y media de reunión, durante las cuales, descubrieron a las personas detrás de sus roles. Darlin Mireya, la mujer de la risa eterna y el carácter recio, aportó un sinnúmero de observaciones sobre género y la posición de la mujer en la vereda de Piñal Salado. Yeison, un joven calmado con voz tranquila, fue el fuelle en temas álgidos de la reunión. Juan Pablo, el líder, dicharachero y locuaz, nos mostró a un joven con ideales y ganas de luchar no solo por sus metas sino por los sueños de su comunidad. María Fernanda, dulce dama prieta, mujer fiel reflejo de la raza tumaqueña, pletórica y vigorosa, con un sentir sosegado, reflexionó con acierto sobre el devenir de la Asociación y las personas que la integran. Lucelly, la más atenta y prodigiosa a la hora de tomar apuntes, construyó a partir de su experiencia, la importancia de romper con los modelos machistas dentro de la cultura cacaotera. Finalmente, Segundo, asumió una postura rectificadora ante los espacios para la broma y la risa.

Así tejieron los primeros lazos más allá del acercamiento académico e investigativo. Se permitieron abrir espacios personales y compartir de manera informal a la hora de almorzar. Algo curioso. Los isomorfismos culturales culinarios nos hacían pensar que en una isla el pescado en todas sus presentaciones sería el plato fuerte y lo más solicitado por los comensales. Sorpresa, ¡almorzamos pollo! ¡y a la broaster! La verdad, segundo isomorfismo derribado.

Con 31° grados de temperatura, el contraste de razas era evidente. Embutidos en sus ropas capitalinas pegadas a la piel por el profuso sudor, derritiéndose como figuras de hielo al borde de una fogata, secándose la frente y el rostro cada diez segundos, era evidente que no estaban preparados para el calor soporífero de la media tarde. La sangre capital hervía... mientras que la sangre tumaqueña, a

duras penas se tibiaba. Ellos se burlaban por el precio que estábamos pagando al sol... pero fue un espacio para sentir en viva piel las diferencias con el otro, ya que este momento casi personal permitió la comprensión de una multiculturalidad existente que más allá de abrir distancias, permite estrechar vínculos sociales.

A las tres y once de la tarde pisaron la playa del Morro en Tumaco, Nariño. Cinco meses atrás el emblema más grande de esta población cedió a los embates del tiempo. El arco del Morro se había desplomado y con él una tradición cultural y turística centenaria terminaba. El maravilloso arco natural sucumbió a los desgastes propios de la naturaleza desmigajándose como una galleta en chocolate. El panorama que los comunicadores conocieron era muy distinto: una playa de arena café grisácea surcada por un mar verde y negro con un horizonte triste, ya que solo estaban los pilares que otrora se unían por el arco histórico, se convirtió en el escenario donde seguirían construyendo un tejido comunicacional.

El pesar de los habitantes de Tumaco ante la desaparición del arco del Morro era evidente. No solo los jóvenes de la Asociación lo expresaron, también pudieron evidenciarlo en los bañistas ocasionales que esa tarde coincidieron con ellos. A pesar de este sentimiento, el mar tiene magia propia y una fuerza inmensa capaz de sosegar y de ungir como bautismo, una nueva sensación de vida, cada vez que las olas tocan la playa, o en cada inmersión que se hace en sus aguas calurosas.

El objetivo de reunirnos en la playa era el de lograr construir en conjunto elementos para la visión y misión de la Asociación a partir de la experiencia de trabajo en conjunto y liderazgo a través de una actividad deportiva: el fútbol americano, o bueno, una variante acorde al grupo heterogéneo y la cancha improvisada en que concurríamos. Divididos en dos equipos de cuatro personas, el desarrollo del juego sacó a flote liderazgos tácitos, voces de mando ocultas, espíritus de esfuerzo y lucha, y una alegría conductora que finalmente permitió tras hora y media de juego identificar las bases para la construcción de una visión objetiva y una misión palpable, ambas medibles en el corto plazo.

Sobre las cuatro y media de la tarde, el primer encuentro con los jóvenes, con Tumaco, con el mar y la playa llegaba a su fin. Un día fructífero, lleno de descubrimientos y nuevos amigos, siendo el primer paso hacia una integración comunicacional efervescente.

### **7.1.2 Día 2: martes 9 de mayo.**

Tras una noche pasada por agua (que es una manera sencilla de describir un aguacero eterno que inundó las adoquinadas calles tumaqueñas, carentes de un sistema de alcantarillado), con la algarabía descubierta el día anterior de una ciudad despierta, tras un desayuno de patacona, huevos, arroz y una exquisita y refrescante limonada de panela, sobre las once de la mañana y a 25°, con el objetivo de dirigirse a Piñal Salado, el equipo de investigadores sociales se encontraron en la esquina de la Taguera, lugar icónico tumaqueño para iniciar el recorrido comunicacional de este día.

En primer lugar, es inevitable no referirse al medio de transporte. Decenas de Renault 12 son los vehículos que conforman la plantilla de automotores encargados del transporte hacia las veredas Piñal Salado, Piñal Dulce, Robles, Aguacate, entre otras, resultando muy curioso que esta clase de vehículos desechados en otras ciudades, sean los más apetecidos para afrontar el arduo camino hacia Piñal Salado, nuestro destino.

Abordaron por \$12.000 el Renault color rojo conducido por el “gordo” y tras esperar unos diez minutos se completó “el cupo” con cinco pasajeros en total (tres en la silla trasera y dos en la silla derecha delantera) más el conductor. Seis almas en busca de destino partieron a las once y media de la mañana con una sensación térmica de 30° al interior del coche. Atravesamos la plaza de mercado entre pescados y mariscos, cacao, plátanos, abarrotes y voces estentóreas. Dando tumbos sobre los adoquines se enrumbaron hacia el puente el Pingo que conecta a la isla de Tumaco con el Tumaco continental. Este sector de la isla muestra otra cara, la del Tumaco empobrecido, olvidado al extremo, el del Tumaco triste, aciago, mustio y apesadumbrado, en voz de uno de los comunicadores “el Tumaco de la televisión”.

La vía principal está pavimentada, se encuentra en muy buenas condiciones y es la que conecta a Tumaco con Pasto, la capital del departamento de Nariño. Durante este tramo, el paisaje a lado y lado es verde: extensos plantíos con palmeras frondosas y otras desconocidas por los comunicadores cercanos a la carretera, que particularmente es recta. Sin embargo, hay una parada tradicional obligatoria: las panaderías a las afueras del casco urbano, de la carretera, donde inevitablemente los pasajeros descienden para comprar pan, ya que en las veredas no hay panaderías o cosa parecida.

Tras reanudar el viaje, y luego de treinta minutos, el sopor y la morronga desaparecen. El vehículo reduce la velocidad, enciende la direccional izquierda, de a poco se va deteniendo y cuando tiene la oportunidad... gira abruptamente hacia una vía destapada, una trocha de barro y piedra, de agua que corre por las orillas con arena y hojas marchitas que la delimitan. De inmediato, todo aquel que venía durmiendo se despierta con el primer retumbar del vehículo a punto de desbaratarse ante los cráteres con los que inicia la trocha. Es el camino a Piñal Salado, pero también es el camino de un territorio olvidado.

Los esperan treinta minutos más de recorrido aproximadamente, en medio de un vaivén incesante. Se mueven al compás de la trocha, al carro le suena hasta el aire de las llantas, chilla, repica, silva por todas partes, los resortes de las sillas se tornan en hipodérmicas agujas y mantener un punto fijo en el panorama es más que imposible. Las cabezas en coreografía repentina no dejan de moverse de izquierda a derecha, de derecha a izquierda, hacia adelante, hacia atrás. Esto explica el dolor de cuello con el que terminará el viaje.

Como si fueran a caballo, el cuerpo no deja de moverse, cual cabalgata mecánica. Es un camino veredal rudo, cruel y exigente, no es fácil comprender cómo los destartalados Renault logran sobrevivir a este y a los demás recorridos que a diario realizan por esta trocha infernal. La lluvia de la noche anterior también se había extendido a estas latitudes, y como consecuencia, enormes charcos que ocultan su profundidad por el color a barro que adquieren, agregan otro elemento de estupor al

recorrido. Los conductores avezados sin perder el impulso atraviesan estos charcos salpicando todo con greda y piedras. Es un camino atroz.

Aunque somos conscientes de que avanzamos, pareciera que no. El paisaje no cambia y los tumbos constantes producen la sensación de movernos, pero no de avanzar. Una que otra casa de bloque, madera y tejas salpican espacios de la trocha. Alguno que otro habitante de la zona pasa a pie, en caballo, en mula o en moto, saludándonos, atisbando de alguna manera quienes somos y para dónde vamos. Tal vez han pasado veinte minutos y entonces aparecen los puntos de referencia que alientan la realidad del penoso viaje. Primero un aviso que da bienvenida a la vereda Aguacate. La palabra vereda es demasiado grande para describir cuatro casas desvencijadas y poco más de dos tres despojos que otrora albergaron la vibrante vida de algunas familias que sin aferrarse a ellas se fueron.

Nos hemos introducido dos kilómetros desde la vía principal hasta aquí. Sin detenerse, el vehículo avanza en esta fatigosa penuria donde poco después aparece el centro Educativo Piñal Dulce-Aguacate. Un foco de esperanza para los niños y niñas de estas veredas. Finalmente, y casi dos horas después de haber partido, llegamos a Piñal Salado epicentro de la realidad social y comunicacional que nos convoca.

31°. ¡Qué calor! Pero la labor no da espera. Nos recibe Jader Alexis, conocido en el territorio como Juan Pablo, líder veredal y presidente de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR. Aunque jovial, tras el efusivo abrazo Y cambiando el semblante nos dice: “muchachos, para que ustedes estén aquí, me tocó sacar un permiso”, y de inmediato tomamos rumbo hacia la escuelita macondiana de la vereda. Esa frase nos tocó mucho, porque nos recordó parte de la realidad que atravesamos. Este territorio se encuentra bajo el dominio de grupos ilegales al margen de la Ley, que dictan normas y hacen presencia constante. Por ejemplo, durante la semana en que estuvimos allí, habían establecido un toque de queda para menores de edad a partir de las ocho de la noche. Al sentir en carne viva sus miradas, comprendimos que estábamos sujetos a sus decisiones e intervenciones.

Piñal Salado es su territorio. No hay presencia de policía ni de ejército, es un lugar a merced de la ilegalidad impuesta, especialmente por el uso ilícito que se le da al cultivo de la hoja de coca.

Como un “flashback” comprendimos porqué había tanto interés al momento de tomar el vehículo en la Taguera por parte de personas que no conocíamos. Eran los “campaneros” de la zona, sujetos encargados de avisar a ciertas personas en las veredas, sobre quiénes ingresan y las intenciones manifiestas que los dirigen hacia ellas. Por ejemplo, el equipo de comunicadores: dos sujetos salidos de la nada con quien sabe que intenciones de llegar hasta sus linderos.

Juan Pablo nos recibe frente a una bodega en obra gris. Es una estructura de techo triangular con una entrada al frente sin puerta. En su interior no hay nada. Esta es la sede y futura central de beneficio de la Asociación. La impresión al conocer esta bodega – sede es fulminante. A la distancia telefónica, los investigadores imaginaban una sede típica, mínimamente habitable, pero la crudeza de la realidad es la ventaja expresa de una comunicación dinámica. Conocerla les permitió comprender los contextos que los rodean.

El tejado de la bodega – sede se está cayendo y la luz entra por una especie de claraboya sin ventana que se extiende a media altura sobre las tres paredes que la edifican. Al igual que las casas de este consejo comunitario no cuenta con acueducto ni servicio de gas, pero la diferencia radica en que los hogares en esta área rural si tienen tendido eléctrico interno. Las calles no. A las siete de la noche la penumbra se apodera de ellas y de todo aquello que las rodea.

Los miembros de la Junta Directiva luchan en brigadas de aseo contra la maleza y los murciélagos criollos que dormitan en su interior y defecan pestes, manchando además el piso. Los esfuerzos de estos jóvenes por mantener aseado el lugar son admirables. El interior de la bodega que otrora fue una central para la recolección de arroz, transmite una sensación de olvido, de mejores tiempos, pero augura a la vez la promesa de cambio con la incertidumbre propia del destino incierto.



Con Juan Pablo se encuentran Yeison y Lucelly, junto a Dimar, un joven socio de ASOJOCOFUR. El objetivo de esta visita era el de tratar temas de liderazgo con el grueso de asociados, sin embargo, y parafraseando...la realidad fue dinámica y cambiante. Sebastián, uno de los investigadores, asumió la tarea de desarrollar un taller en la escuelita desvencijada, mientras que Edwin (el otro investigador) a solicitud de Yeison, entablaban un intercambio de saberes en la bodega – sede de ASOJOCOFUR. Como un detalle especial, Juan Pablo les ofrecía un almuerzo típico de la zona: un “tapao” de carne, que es un sudado de carne con plátano, arroz y papa, cocidos en leña y adobados con chirarán y chilangua, aliños naturales de la región. ¡Una delicia!

Pero primero, el encuentro más deseado, el encuentro con un árbol de cacao. Se trata de un fruto de forma ovalada conocida popularmente como “mazorca del cacao” que varía entre colores rojos, naranjas y amarillos. Es pesada en la mano, su cáscara es rugosa y fría, con vetas profundas. Acariciarla puede ser en cierto modo relajante. Al cortarla, se abre como si tuviera una tapa dejando ver al ojo inexperto una pulpa blanca y carnosa. Juan Pablo le menciona a uno de los comunicadores “esta parte de la mazorca, esto blanco que mantiene los granos de cacao envueltos en su interior se llama mucílago”.

Así se ofrece y se come de manera primigenia. La pulpa blanca con el grano directo a la boca. Curiosa experiencia. Esa tela, nata, pulpa, es dulce, deliciosa, su sabor tiene notas de banano y algo de almendra ¡pero no así el cacao!, el cacao es la semilla que al probarla resulta amarga muy ácida, sabe mal, lejos del sabor de estantería comercial de las vitrinas ciudadinas.

Yeison nos explica que esa semilla “debe ser secada al sol, para luego iniciar el proceso de fermentación y de esta manera venderse, o en otros casos cuando se puede, tostarlo y molerlo para transformarlo agregándole otros ingredientes para hacerlo especial, como la sal marina, albahaca o naranjo, entre otros”. Esta experiencia de probar el cacao en su estado natural refleja en cierta manera

la dinámica de su proceso, en especial para ASOJOCOFUR. Dulce, como los sueños de sus integrantes por poner en marcha la Asociación, y amargo como la realidad que los atraviesa.

Mientras la olla hervía, Yeison recibió una capacitación sobre el manejo del Excel. Él es un joven padre de familia, emprendedor, vivaz e inteligente, con muchas ganas de aprender. Funge como tesorero de la Asociación y por ello su interés en aprender a manejar de una forma menos manual las cuentas por las que debe responder. Como Sebastián adelantaba un taller en la escuela, Lucelly, Juan Pablo, Yeison y Edwin se aprestaron a almorzar el delicioso tapao mientras que hablaban sobre el logo de la Asociación.

Actualmente en el centro del dibujo se muestra un lápiz con sombrero, ojos, nariz y boca sonriente, sosteniendo en el brazo derecho una pala y en el izquierdo un libro. El lápiz se encuentra de pie sobre dos mazorcas de cacao y se enmarca con barras de cacao transformado. Se reflexionó con los jóvenes sobre el mensaje que querían transmitir a través de este logo y tras un diálogo concluyeron que era necesario realizar un cambio clave para mejorar el sentido del mensaje que querían transmitir a la comunidad. Deben transformar el lápiz en una mazorca de cacao con el fin de reconocer su protagonismo como el producto real con el que quieren cambiar no solo sus vidas sino las de toda una comunidad. Por fortuna una de las actividades a desarrollar con ellos se basa en la identidad, tanto piñaleña como corporativa.

Una charla amena que les permitió identificar las primeras trazas culturales y la forma en que producen sus sentidos, al conocer un poco más de su intimidad y día a día. Lucelly les contó que es madre de familia, casada y responsable de las labores del hogar, las cuales ha venido cruzando con las que la Asociación le ha puesto como reto al ser ella la secretaria de la misma. Jader Alexis, que es el nombre real de Juan Pablo, también es casado y padre de familia de dos hijos. Así uno de los gestores (Edwin), quien hasta ese día ponía sus pies en la vereda y su ser físicamente frente a los jóvenes empresarios, se acercó de una manera más personal a sus realidades para comprender el cómo y el

porqué de las acciones y decisiones que toman, la manera en la que actúan, lo que les permite comprender cómo su comunicación es una interacción social.

Mientras esto ocurría, Sebastián llevaba a cabo el primer taller programado para desarrollarse en Piñal Salado. “El líder y sus cualidades”, al que asistieron únicamente cuatro socios y el Fiscal de ASOJOCOFUR. Fue él, Segundo Marino quien organizó a los pocos asistentes y dio paso al inicio de la actividad. A decir verdad, en un principio el bajo número de asistentes generó un poco de incertidumbre en el gestor. “¿Acaso no les interesa participar en las actividades? ¿Será que la Asociación tiene un bajo nivel de convocatoria? ¿Habría alguna presión por parte de un actor armado que no les permita asistir?” No obstante, estos cuestionamientos pasaron a un tercer plano al ver el nivel de participación de aquellos que sí llegaron.

Al transcurrir los minutos el taller se convirtió en una conversación fluida, como si de un grupo de amigos de mucho tiempo se tratase. La confianza, ese vínculo vital para el desarrollo de labores como esta se había forjado de ambas partes y debía materializarse de alguna manera. Así fue, al finalizar la actividad los asistentes se comprometieron a ayudar en la convocatoria a los miembros de la Junta Directiva. “Oiga, para mañana va a ver cuántos venimos” dijo Julio, un líder joven y entusiasta, animado porque, dice él, se identificó casi que en un cien por ciento con el contenido temático del taller.

En el Consejo Comunitario Rescate Las Varas existen tres asociaciones cacaoteras con mayor experiencia como Corpoteva, la cual visitamos junto a Juan Pablo y Yeison. Tras diez minutos de recorrido en la trocha perpetua, arribamos a sus instalaciones. Ya de entrada se veía su organización: varios muelles para el secado del cacao, bodegas para su almacenaje y transformación, oficina y maquinaria, marcaban el derrotero para asociaciones nacientes como ASOJOCOFUR. Conocimos a su presidenta Fanny Rodríguez quien nos enseñó sus instalaciones y amplia red de contactos, además de un trozo de su historia.

La interacción con Corpoteva tenía un propósito. Tratar de crear lazos directos con ASOJOCOFUR para el trabajo en equipo, con la promesa de un encuentro cercano para aterrizar objetivos en común. De regreso a las instalaciones de la Asociación nos encontramos con la esposa de Juan Pablo y otros socios, con quienes entablamos una charla sobre la importancia del valor corporativo, el compromiso y la constancia para alcanzar objetivos de desarrollo y gestión sostenibles que permitan en un lapso de tiempo corto la puesta en marcha de la Asociación.

El tiempo pasó “volando” y un síntoma de alarma preocupó a Juan Pablo. “Ya es hora de irnos... el último carro que regresa a Tumaco debe de estar por pasar, hay que ir rápido para que no se complique la salida y el regreso”. Su preocupación era válida, toda vez que el permiso que teníamos era restringido hasta las cinco de la tarde. El regreso hacia el punto de salida del carro que salía a Tumaco se hizo a pie, como lo temía Juan Pablo, cuando llegamos ya había partido. Quedamos fríos en medio del calor sofocante.

Debido a los sofocantes 30° y la humedad que marcó un porcentaje superior al 81 %, uno de los gestores se quitó el chaleco que portaba durante la jornada (el cual por motivos de seguridad debe llevarse como elemento de identificación), lo cual aumentó estupor y la preocupación en el rostro de Juan Pablo. Tras comentar algo con unos sujetos de dudosa presentación, él confirmó su sospecha. No había más vehículos disponibles para retornar. La tensión se hizo evidente cuando otros sujetos se nos acercaron con una mirada inquisidora, musitando entre ellos, llamando a Juan Pablo, con quien esta vez hablaron en un tono algo altisonante. “¿Qué hacemos?” dijeron los comunicadores, mientras que Juan Pablo le llamaba la atención a Edwin: “hermano, no quiero ser grosero, pero es mejor que se ponga el chaleco... ya vieron que no lo usa, y aquí es mejor que estén siempre identificados” Craso error del comunicador que había obviado ese detalle y del cual tanto le habían advertido. No lo había portado al regresar a la zona residencial de la vereda y eso había causado malestar entre aquellos que dictan las normas en la misma.

Seis de la tarde. La tensión va en aumento. Al parecer, Juan Pablo trataba de encontrar a alguien que le prestara el servicio de moto para sacarnos hasta la carretera principal, pero nadie respondía a su solicitud...tal vez por temor... o porque había orden de no hacer ese servicio para nosotros. Tampoco podíamos quedarnos en ninguna casa, como fuera, teníamos que irnos de Piñal Salado, y entre más rápido, mejor.

Tras una “reunión” con unas personas en una camioneta que iba rumbo a San Luis Robles, la vereda más conocida del Consejo, Juan Pablo aún preocupado nos dijo: “hay una solución, dentro de poco pasa de vuelta esa camioneta de unos amigos que van ahora para Tumaco... ya cuadré con ellos y los van a llevar...tranquilos, son amigos míos...” La preocupación se centró mucho más en el equipo de gestores que no tenían más remedio que esperar.

Finalmente, la camioneta blanca marca JAC arribó como algo irreal en medio del panorama que nos asistía. Luego de haber visto Renault destartalados por todo el camino, apareció esta enorme camioneta... a la cual subimos tras ser despedidos con premura por Juan Pablo. En su interior iban el conductor y otro pasajero. “Buenas”, dijeron...” buenas noches” contestamos y el silencio fue tan tenso durante el regreso, que pudimos escuchar cada charco atravesado, cada planta pisada, cada piedra salpicada y el constante rugir del motor que devoraba la trocha sin dificultad.

Cuarenta y cinco minutos después, estábamos en Tumaco de nuevo. Descendimos del vehículo, dimos las gracias, y tras cerrar la puerta, exhalamos un suspiro de aliento. De esta manera concluía el segundo día de inmersión comunicacional con un balance positivo tensionante.

### **7.1.3 Día 3: miércoles 10 de mayo.**

El tercer día inició con una espectacular vista del pacífico desde la terraza del hotel Nabú sobre las ocho y cuarenta, a unos agradables 28°. Tras desayunar y reflexionar sobre lo visto, escuchado y dialogado hasta ahora, el equipo de comunicadores planteó los objetivos del día. Realizar una segunda visita a Piñal Salado con el fin de compartir saberes con la comunidad y los socios de la Asociación a

través de algunos talleres sobre liderazgo, la importancia de la lluvia de ideas, clases de inteligencia con énfasis en la inteligencia emocional. De esta manera y luego de un clásico almuerzo tumaqueño (lisa frita, patacón, lentejas y arroz), nuevamente los investigadores llegaron a la esquina de la Taguera para abordar otro Renault 12. Eran las doce y treinta y dos, y a 31° iniciaron el recorrido en un carro que de milagro no se había desbaratado aún.

La acción de la rutina es inimaginable. Por ello la importancia de combatirla con ejercicios que rompan la monotonía. Aunque era su segundo viaje, ya tenían interiorizado el recorrido. Pronto cruzaron el puente del Pindo y en un instante los viajeros que los acompañaban ya habían comprado el pan, y sin más ni más, estaban virando hacia la izquierda para sentir el retumbar en sus cuerpos al iniciar de nuevo la inmisericorde trocha campal. A la una y treinta arribaban de nuevo a Piñal Salado, esta vez con el chaleco a pesar de los 32° y la humedad al 73% en la vereda. De antemano y por experiencia concertaron con el conductor del milagroso Renault su regreso y así salvaguardaban la integridad además de ahorrarle una preocupación más a Juan Pablo.

Precisamente él los recibió en la esquina de su casa. Tras un abrazo fuerte iniciaron el recorrido hacia la escolita desvincijada. El equipo de comunicadores pudo hacer un recorrido breve por el área residencial de la vereda. Su andar fue acompañado por algunos saludos y por muchas miradas. Piñal Salado solo tiene una calle adoquinada que la atraviesa y sobre la cual se edifican poco más de catorce casas y un templo cristiano, en su mayoría de una planta (por no decir que solo un par tienen dos pisos), con sus fachadas en madera y ladrillo. Algunas tienen ornamentación en las puertas y ventanas, otras simplemente tablas. Los “antejardines” están cercados con guadua, siendo este el conjunto que acompaña la calle principal que se estrella al final con otra calle destapada, en la cual también se apostan más casas con la misma humildad arquitectónica.

Ya sobre la calle trocha con más envolturas de frituras, caramelos y empaques plásticos, fue avanzando lentamente el equipo de comunicadores, observando el panorama, cruzando miradas con los

pobladores y alguno que otro vecino que saludaba alzando la cara, haciendo un gesto o simplemente diciendo adiós. Siempre escoltados por un motociclista... para recordarnos en qué lugar estábamos...

Al final de la trocha fue apareciendo la escuela desvencijada en lo que podría ser el centro cultural de la vereda. Aunque geográficamente está en un rincón, ya que a su lado está la iglesia y junto a ambas construcciones un salón que es usado igual para dar clases ocasionales, para restaurante infantil, para lo que sea...esta sede del centro educativo Piñal Salado – Robles está muy deteriorada, con algunos vestigios de lo que alguna vez fue un lugar mejor.

La iglesia es particular. De una sola planta, con una puerta en el centro sobre la cual se posa un crucifijo de madera y diez aperturas verticales a manera de ventana a lado y lado de la puerta pintadas de amarillo sobre el blanco de las paredes, le dan a primera vista una imponente sepulcral. Ha sido testigo muda de actos y pesares, de alegrías y quebrantos, de silencios y de fe. A su lado encontramos el aula de “sistemas” en el primer piso donde los investigadores se reunirían con algunos socios y comunidad de la vereda para continuar con el intercambio de saberes.

Juan Pablo es un líder carismático. Fue él quien convocó al mayor número de asistentes para los talleres del día y además se encargó de la logística del sitio. La realidad que permea al investigador social, es la primera fuente para la comprensión e interpretación de las realidades que va a intervenir. Uno de los gestores, Edwin, experimentó lo que posiblemente sienten las personas que visitan por primera vez la vereda. Al estar ahí, rodeados de palmeras y mucho verde, con el sol abrasador, la demoledora humedad, escuchando el rumor de un paisaje amable y silencioso, la brisa tibia, la sed ardiente, la tierra apelmazada de las calles, las casas tristes y pobres, los lotes baldíos, el olor de la tierra húmeda y el olor de la naturaleza selvática, comprendió que lo percibido durante meses a través de cámaras y computadores, estaba muy lejos de esa realidad abrumadora. La hiperrealidad es una cara más de la ficción.

Y qué decir de la gente, de los pobladores de Piñal Salado. Por ejemplo, don Darío, un abuelo centenario experto en el cultivo del cacao, que nos acompañó mientras llegábamos a la escuela, contándonos con un carisma y una tibieza paternal, como el cacao de antaño se había prácticamente extinguido. “El cacao criollo, el que inicio todo, ha sido reemplazado con el CCN-51, ICS 39, las variedades traídas de San Vicente del Chucurí (Santander) y otros” nos decía don Darío, mientras que el sol fulguraba en su cabellera blanca. Hombres como él representan la importancia social e histórica del cacao, ese mundo cultural y la trama social alrededor de una tradición centenaria, afectada no solo por los embates tecnológicos capitalistas, sino por el flagelo del cultivo de coca por presiones de los grupos ilegales y el azote que representa su transformación en alcaloide.

Van llegando a la cita los jóvenes de Piñal Salado. Cada uno cuenta una historia con su mirada, con su forma de hablar y de vestir, cada uno es una vida social que a la luz de la dimensión comunicacional los convierten en sujetos protagonistas de procesos comunicacionales vivos, cambiantes y personales. Estar junto a ellos y contemplar la poco concebida heterogeneidad enriqueció inmediatamente la experiencia en el territorio. No hubo cabida para los estereotipos en aquella aula de clases.

Es una juventud estragada por los bajos recursos. El trabajo es escaso, el ocio es constante y el tiempo se pasa de una manera muy distinta a como transcurre en las ciudades. Aquí, es paquidérmico y la anestesia de la rutina no ofrece muchas distracciones y/o cosas para hacer. Se crece en medio de un caserío empotrado en la selva, donde no hay tiendas, droguerías, panaderías, donde el agua no es potable, la luz es racionada, el gas en algunas casas se usa por cilindros y en otras simplemente se cocina con leña y carbón. Sin embargo, resulta interesante el contraste entre esta pobreza arraigada con algunos televisores de 60 pulgadas que albergan algunos de sus habitantes... o los poderosos equipos de sonido que acomodan con orgullo en sus salas desportilladas. Es la ironía de la pobreza... el afán del consumo, la necesidad de aparentar, el suplir del sacrificio, la ausencia de lo importante.



La sesión inició sobre las dos y cuarenta y siete, con la presencia de Julio, Ana, Luciana, Lina, Juan Diego, Lucelly, Geraldine, Sara Sofía, Charli, Darlin, Juan Pablo, Jennifer, María Fernanda y un joven sospechoso que también nos había acompañado el día anterior, que a todas luces se le notaba su papel de “infiltrado” en la sesión. Como se había planeado, se culminó el taller de liderazgo, donde los asistentes aportaron en torno a las características de un buen líder, la distinción entre un jefe y un líder, los elementos que suelen convertir a un buen líder en uno negativo, cerrando este tema con una reflexión del papel de la comunicación como un proceso de cambio y transformación del entorno, que se plasmó en una serie de frases escritas por cada uno de los asistentes que reflejaban su sentir y motivación.

“Resistir no es aguantar, es construir algo nuevo”, “Se trata de ser equitativos con todos”, “Avanza para nunca caer”, “Yo tengo la fe y Dios el poder”, “Cada vez que lideras, estas construyendo hacia metas a futuro”, “El empoderamiento juvenil ayuda a contribuir”, “Aguantar no decaer”, “Querer es poder”, “Ser resiliente y tener empatía”, “La unión hace la fuerza”, “El que persevera, alcanza”, fueron las frases inspiradas por los jóvenes de Piñal Salado.

Luego se dio inicio a la importancia de las herramientas de autogestión, la lluvia de ideas por ejemplo para la solución a problemas dispersos. Tras la definición académica se puso en práctica un ejercicio real. Se les pidió que identificaran una problemática de la vereda de manera rápida, y casi por mayoría se definió como clave encontrar solución a la mala recolección de basuras en la vereda. Tras algunos minutos de sepulcral silencio encaminado a permitirles a los jóvenes concentrarse plenamente y porque la dinámica así lo requería, los asistentes entregaron profusamente cual granizo en tempestad, trozos de papel donde plasmaban las posibles soluciones a tener en cuenta.

Seguido del debate y diálogo de las mismas, ellos establecieron en primer lugar, la importancia de ubicar puntos de recolección y aprovechamiento de los desperdicios, creando puntos ecológicos, motivando la clasificación de las basuras desde los hogares, y la importancia de crear una serie de

premios y sanciones, frente a las personas que colaboran con el proceso y a aquellas que se niegan a ayudar con el mismo.

Este ejercicio de lluvia de ideas frente a la recolección de las basuras, quedó convertido en un objetivo para la Asociación como parte de su compromiso para ser parte protagónica en las dinámicas socio – ambientales de la vereda. El siguiente tema fue el de las clases de inteligencia que poseemos. Un tema maravilloso que captó con especial interés la atención de los asistentes.

Después de conversar acerca de las clases de inteligencias existentes (matemática, lingüística, espacial, musical, kinestésica, intrapersonal, interpersonal, naturalista y emocional), el ejercicio propuesto les permitió ser sinceros consigo mismos durante unos minutos, como reconociéndose por primera vez, lo cual les permitió abrir su corazón y mente al identificarse con alguna de estas inteligencias. Varios coincidieron en la musical y la kinestésica, algunos en la matemática, pero especialmente en la emocional.

Un valioso recuerdo de esta jornada para los investigadores fue el comprobar como desde un análisis situacional se formulan situaciones de comunicación. Al inicio de la reunión dos de las asistentes se mostraron tímidas en exceso, negándose a participar en las actividades. Lentamente las situaciones de comunicación crearon las dinámicas necesarias para que al final de la jornada rompieran con esa timidez y se mostraran activas y elocuentes, participativas, lo cual les dejó a los gestores una lección comunicacional probada en la veracidad de su enunciación.

La tarde pasó muy rápido y siendo las cinco y treinta, nos despedimos de los amigos que nos habían acompañado esa tarde en Piñal Salado, para luego dirigirnos al punto de encuentro con el conductor ya pactado. Mientras se dirigían al punto de encuentro, tomaron una calle distinta y algo llamó poderosamente su atención. Sobre uno de los antejardines varias mujeres jugaban bingo sobre improvisados tableros artesanales y las fichas eran granos de cacao seco. Todas las tardes, esa era la actividad predilecta por las mujeres de para pasar el largo sopor de las tardes en Piñal Salado, según lo

explicó Juan Pablo. Los hombres por su parte, mitigaban ese calor, con juegos de cartas acompañados de una copa de biche y limón.

Algo sorprendente en este punto. El Renault 12 que esperaba para emprender el convulsionado viaje, era el más hermoso de todos los vistos hasta aquel instante. Misteriosamente se mantenía con una belleza original, su tapizado no estaba desgastado y su comodidad resultaba extraña frente a los destartalados vehículos que nos habían transportado hasta entonces.

Con la alegría en el espíritu y exacerbados en el ánimo de la investigación, arribamos a Tumaco ya entrada la noche.

#### **7.1.4 *Día 4: jueves 11 de mayo.***

El cuarto día de inmersión sería el último para uno de los investigadores que regresaría a la capital el viernes a las seis de la mañana. La noche del miércoles diez sirvió para un debate al interior del equipo de comunicadores. ¿Por qué este edificio que parece abandonado, no tiene nada relacionado a la Asociación? Después de formular varias hipótesis surgió una idea: proponerle a la organización y a sus socios pintar en la central de beneficio - sede de la Asociación el nombre de la misma para darle identidad al lugar.

El debate fue fructífero y necesario, inevitable además a la hora de amalgamar puntos de vista y pensamientos. Por eso, y para ganar tiempo, (que a estas alturas comenzaba a escasear) en la mañana se adquirieron los materiales necesarios: aerosoles, y las letras de la palabra ASOJOCOFUR se imprimieron una a una en un lugar que resultaba inevitable de visitar: el salón de transcripciones “Lizeth Maritza”, donde aún se pasaban los trabajos hechos a mano a computador, (como fue habitual en la década de los noventa hasta finales de la década del dos mil en Bogotá, Cali, Medellín y varias regiones del país).

Siendo las once de la mañana más soleada de la semana en suelo tumaqueño, los ya inevitables 31° y el sofocante 80% de humedad aplacaron a los comunicadores de la tal manera, que solo pegar con

cinta las letras de la plantilla, una a la otra, los hizo sudar más que cualquier partido de fútbol disputado por ellos en algún momento de sus vidas.

El único ventilador en la habitación poco podía hacer por ese par de almas ávidas de la brisa marina o del frío en el que se habían forjado por décadas. Los gestores, inertes de pie, se mantenían observando con beneplácito en el piso de la habitación la plantilla lista. Tomaron los aerosoles de color verde, amarillo y rojo, uno de cada color corporativo de la organización, hicieron maletas y, como si fuera el caso de dos antropomórficos trozos de hielo expuesto a la más caliente de las hogueras, emanando caudales de agua por todos y cada uno de sus poros, salieron del caluroso apartamento.

Después de otro almuerzo típico de este rincón de Colombia: camarón encocado con arroz y frijoles, a las doce y cincuenta y ocho partieron a bordo de un Renault 12 color rojo, que inexplicablemente cerraba las puertas correctamente, encendía al primer intento y marchaba...

A las dos y veinte llegaron a Piñal Salado... el sol de la mañana había calentado tanto las piedras, que al pisarlas crepitaban y se resquebrajaban, creando un compás musical prehistórico que los acompañó de nuevo por las trochas hacia la escuelita desvencijada. Esta vez la asistencia fue menor, ya que coincidió su visita con la de una profesora que adelantaba un curso de chocolatería con algunos de los jóvenes de Piñal Salado. Vale la pena mencionar que este curso se logró con la intermediación de la Asociación.

Se inició la tarde ampliando el tema de la inteligencia emocional. Algunos la asociaban más con un autocontrol de emociones y otros se sostuvieron respecto a que es una capacidad que expresa inteligencia. Julio tomó la vocería y de manera particular estableció un equilibrio entre las dos posiciones, al enunciar que el control era parte fundamental para tomar decisiones adecuadas, equilibrando las emociones de manera auto controlada. Tanto Julio como Juan Diego, encarnaron el testimonio de una fuerza juvenil ávida de conocimientos y oportunidades.

El siguiente tema fue “La identidad” y la importancia de reconocer la identidad como una característica única que nos define, individualiza y realza como personas libres y sociales. Con los asistentes, Darlin, Sara Sofía, Julio, Ana, Juan Diego, Juan Pablo, Eider y Huber, se dialogó respecto a la capacidad de reconocernos desde la identidad lo que nos permite crear lazos de confianza y seguridad. Lo mismo sucede con la identidad corporativa.

Darlin y Juan Pablo pusieron en contexto a los presentes en aquella calurosa y estrecha aula, comunicándoles que debían cambiar el logo de ASOJOCOFUR por uno más cercano a lo que quiere representar la Asociación en la vereda. El que tienen fue el resultado de una mala interpretación de la persona que transformó el boceto hecho colaborativamente. En el centro del logotipo se puede ver un lápiz con ojos, brazos y piernas sosteniendo un cuaderno y una pala en cada mano, en el diseño original no era un lápiz sino una mazorca de cacao. Pese a ese error los jóvenes empresarios decidieron conservarlo y darle uso.

También expresan que la misión, la visión y los valores corporativos serán ajustados y sometidos a aprobación por los socios: hay algunas imprecisiones identitarias identificadas por los miembros de la Junta Directiva, aspectos alejados de su herencia cultural.

La experiencia que han tenido en el Consejo Comunitario con las entidades que han llegado a intervenir en él no han sido del todo buenas, eso nos dicen los socios durante la actividad. Una observación de la señorita Ana se hace unánime, las organizaciones que llegan a su territorio llegan a socializar lo que se va a hacer, ejecutan, evalúan y se van, cosificándolos, pasando de sujeto a objeto de estudio.

Darlin les dijo a los demás participantes que una de las actividades a desarrollar será la construcción del discurso organizacional, aquella historia contada en cada una de las tres asociaciones de cacaoteros en el Consejo, al recibir a cualquier actor que busque intervenir en el territorio. En palabras de Juan Pablo, “se cuentan estas historias con la alegría propia de la raza negra para que el que

llegue se entere de primera mano sobre las motivaciones que tuvieron esos campesinos negros que se atrevieron en algún momento a trabajar asociativamente”.

Algo cambió en ese instante, la mirada del presidente de la Asociación cambió, así mismo su voz se notó entrecortada. “Seguimos siendo víctimas de racismo, nos denigran por ser negros. Hace unos años marchamos desde Tumaco hasta Bogotá pidiendo por la paz después de que un grupo armado matara a tres policías aquí cerca. Estando ya en Bogotá unos policías nos gritaban que nos iban a matar. Nos decían, negros asquerosos, asesinos y eso era lo menos ofensivo entre tanta cosa que gritaron. Todo eso mientras nosotros nos manifestábamos en contra de los ataques de los grupos armados hacia la Policía. Es como si fuera delito o pecado haber nacido con este color de piel”.

El silencio que se apoderó del pequeño salón de clases manifestó su sentir, también el nuestro. Las palabras sobran. Segundos después los comunicadores conversaron acerca de la certeza moral y la sujeción criminal, dos factores que perjudicaron ampliamente al pueblo Mapuche al sur del continente americano. “Existen casos en los que las personas “blancas” acusaban de hurto o vandalismo a miembros de este pueblo indígena, solo por ser indígena. El acusador manifestaba que tenía la certeza moral para señalarlos sin temor a equivocarse. En varias oportunidades eso bastó para encarcelarlos” dice uno de los gestores, a lo que Juan Pablo respondió “a nosotros nos ha pasado y nos sigue pasando, así como dice esa canción de Niche, blanco corriendo es atleta, negro corriendo es ratero”.

Nuevamente, las palabras sobran.

Darlin, la vicepresidenta, con esa sonrisa que contagia alegría y su potente voz intervino diciendo “tenemos que aprovechar para contar nuestra historia, pero vea, que sea de nosotros muchachos, no como las de los demás” haciendo referencia a las otras asociaciones de cacao de Tumaco.

¡Eureka! Llevan el ritmo en la sangre y lo saben, y ya que se mencionó una canción, el equipo de comunicadores les sugirió la musicalización del discurso, cambiando de una historia contada por alguien

a una canción debidamente escrita y musicalizada. De esta manera, los entusiasmados socios de la ESAL piñaleña decidieron que este discurso se produjese a manera de canción, suya y de nadie más.

Luego de un descanso de diez minutos se abordó la toma de decisiones y sus etapas. Juan Diego se mostró participativo en este aspecto aportando definiciones desde su sentir, las cuales conectó directamente con el papel de los integrantes de la Junta Directiva y socios de la Asociación a la hora de llevar planes de acción y participación de la misma con la comunidad.

Su realidad social es sincrónica de su realidad comunicacional. Su participación durante los talleres desde su sentir, transmitió con sinceridad la cotidianidad de su día a día, construyendo una memoria social palpable en la cual los investigadores encontraron elementos que confirman que la comunicación es acción. Finalmente, la jornada en el aula se cerró con el tema de resolución de conflictos, siendo una materia importante para dirimir enfrentamientos al interior de la Asociación, como entre vecinos y habitantes de la vereda.

El equipo de comunicadores decidió cerrar el encuentro en el aula preguntándoles acerca del porqué no han puesto ningún elemento alusivo a ASOJOCOFUR en la fachada de la central de beneficio – sede, a lo que respondieron que no lo habían pensado, pero que sería bueno hacerlo, sobre todo después de haber conversado sobre identidad. Esto dio paso a que se les dijera que existía la posibilidad inmediata de pintar el nombre de la Asociación en la fachada y que podrían poner en práctica lo aprendido acerca de la toma de decisiones y sus pasos. Otros tantos minutos pasaron, el reloj decía que fueron cuatro, nuestros cuerpos y mentes golpeados por el inclemente calor y la desesperante humedad nos hacían creer que fueron muchos más. La espera acabó y la unanimidad estremecedora al decir que sí querían y lo harían, junto con la algarabía de los socios dejó perplejo al par de comunicadores que vieron cómo se enaccionó comunicacionalmente a través de una idea surgida en uno de esos debates de tantas noches antes.

A las cuatro y quince de la tarde, el equipo de investigadores invitó a los socios que participaron en la pequeña aula y por el camino a los que no pudieron asistir. Ellos también convidaron a los miembros de la comunidad a pintar el nombre de la Asociación en la central de beneficio – sede. Al llegar decidieron hacer un diálogo de motivación: los jóvenes socios reconocieron la importancia de darle identidad a esos fríos y grises muros para iniciar de alguna manera el asentamiento en la comunidad de ASOJOCOFUR. La idea era convertir la bodega en un punto de referencia en la trocha, para que los conductores empezaran a incluirla dentro de los puntos de referencia y/o parada del camino veredal.

La emoción era evidente entre los socios, que bajó la voz de Juan Pablo, quien día a día se descubría como un líder sólido y diligente, se pusieron de acuerdo para la ubicación de la plantilla y los colores a usar. Tras cavilar decidieron usar la pared izquierda, a media altura. Allí ubicaron la plantilla con cinta y luego discutieron sobre el orden de los colores. Fue gratificante verlos unidos por una causa en común, debatir con la alegría y la jovialidad que los caracteriza, sobre la manera de colorear. Fue un gusto verlos trabajar en conjunto, en un entorno comunicacional efectivo.

Finalmente, a las cuatro y cincuenta la bodega sede tomaba un nuevo aire, una nueva vida. La palabra ASOJOCOFUR se plasmó en la pared con colores verdes, rojos y amarillos. La alegría reflejada en los rostros de los socios era única. Se sentían identificados, sentían que esa maltratada edificación se convertía de a poco en el lugar para materializar sus sueños y esperanzas. Su fe se encarnó en el sencillo ejercicio de “bautizar” como lo diría Yeison, el nombre de la Asociación en esas paredes que hasta entonces parecían abandonadas, porqué a partir de este momento sería un lugar de reconocimiento y cambio.

Tras el emotivo momento, la jornada se cerró con un partido de fútbol americano, esta vez en la cancha de fútbol de Piñal Salado, espacio que permitió la aparición de nuevos líderes y lideresas, y afianzó los lazos entre los socios y la comunidad. El objetivo de este encuentro no fue otro diferente a



comprobar el nivel de apropiación de los talleres dictados hasta el momento, entre esos el de inteligencia emocional. Sebastián, uno de los gestores fungiría como árbitro después de dictar las reglas del juego a los dos equipos integrados por ocho personas cada uno, hombres y mujeres jugando hombro a hombro, casi dando cátedra de equidad de género. Pitando mal, equivocándose a propósito y siendo en varios momentos más que injusto, puso a prueba la paciencia de los improvisados futbolistas.

Reclamos y más reclamos le llegaban de ambos equipos al “colegiado” quien se seguía equivocando, hasta que Jennifer, señorita socia de ASOJOCOFUR se percató de las intenciones del gestor-árbitro. Minutos después lo haría en el equipo adversario el joven Eider. Ambos conversaron con sus equipos para que gestionaran mejor sus emociones, después de todo todos querían ganar, pero de manera justa. Esto fue más evidente cuando uno de los equipos anotó pese al craso error del árbitro al no pitar una falta. Ambos equipos conversaron y entre ellos decidieron anular la anotación. Ese fue el cierre de la actividad, un broche de oro inimaginable, contextualizado y retroalimentado por ellos mismos. En ese momento el gestor fue el alumno y los jóvenes sus instructores.

De nuevo el mágico Renault verde nos recogió entrada la noche. Tras despedirse, iniciaron el recorrido de la trocha infame, con el corazón alegre, la mente cargada de reflexiones y el espíritu con más ansias que nunca por intervenir.

La noche tumaqueña los recibió sobre las siete y media a unos agradables 26°...

#### **7.1.5 Día 5: viernes 12 de mayo.**

Despedida del primer viajero.

Por vicisitudes de la vida, el equipo de investigadores no pudo regresar a la vez a Bogotá. El primero de ellos arribó al aeropuerto La Florida a las seis de la mañana, esta vez a bordo de una moto, que tardó tres minutos en cruzar el puente del Morro. En ese momento, la mirada del investigador se perdió de nuevo en el horizonte marino, pero a diferencia de la mirada que había puesto en el mismo punto el lunes, ahora lo embargaba una sensación de nostalgia.

Se despedía de una tierra bella, cálida y acogedora. Dejaba atrás en el espacio físico ese puñado de amigos de la Asociación que se habían injertado (como en las plantas de cacao) a su corazón. La moto veloz rompía la brisa del Pacífico colombiano y el susurro ensordecedor era como un coro del adiós. Pronto el investigador se vio realizando los controles de seguridad, para esperar en la sala el abordaje del avión que lo llevaría de nuevo a su realidad.

Eran las seis y treinta cuando dieron la señal para abordar. Lentamente recorrió la pista hacia el avión sintiendo con gozo los 29° que lo despedían de la isla. Se sentó y esperó el carreteo de la aeronave. Cuando inició el despegue, comprendió que se alejaba con la incertidumbre del regreso incierto de aquella pieza de rompecabezas multicolor propia del panorama isleño, con rumbo hacia el complejo mapamundi bogotano. Con el corazón repleto de emoción y alegría, y con el espíritu académico a flor de piel, la isla de Tumaco iba quedando atrás sin saber que se había convertido en un nudo especial en el quipu de su alma.

Una vez la aeronave emprendió el vuelo, Sebastián, el otro comunicador se dispuso a partir hacia Piñal Salado. 31° indicaba el celular cuando lo vio al recibir un mensaje de voz de Edwin, se trataba de una definición de lo que es la comunicación, alejada de la visión instrumentalizada que amargamente se le impone, distante del campo de conocimiento que es y diluida entre vagas percepciones enfocadas en los medios de información y las social media. Ya la salvedad estaba hecha, acompañada del material educativo en posesión del gestor que iba en la búsqueda del brioso Renault 12 de turno rumbo a tierras piñaleñas.

Eran las ocho y cuarenta de la mañana y ya se había abordado el vehículo, solo faltaba una persona para que el cupo se completara y así poder arrancar. Con él estaba un grupo de tres mujeres que iban a Robles, vereda colindante con Piñal Salado, a dictar algunas capacitaciones relacionadas a nutrición infantil. Había un problema, uno de sus compañeros no llegaba, constantemente lo llamaron por teléfono, pero sus intentos no llegaban más allá del cuarto “bip”. Después de llamar por quince o

seis minutos (la percepción del tiempo varía equivocadamente con relación al calor soportado, la humedad padecida y el imperioso afán que aflora a medida que los “bips” se hacen constantes), el caballero con el que el cupo se completaría contestó, “estoy comprando unos insumos, encontrémonos en la bomba de gasolina pasando Pindo”. Una crítica constructiva finaliza la llamada “descarado, ándate a comprar eso y espéranos ahí, y a la próxima levántate temprano, deja de ser impuntual”. Después de recoger al pasajero restante nos adentramos en la vía y después por la trocha.

Al conductor de turno le dicen “Labia”, su apodo se debe a la capacidad que tiene para conversar, habla de todo. Es evidente que le gusta estar informado, pero va más allá de lo leído o escuchado, sus anécdotas son lo que verdaderamente causan recordación.

El mismo “Labia” menciona que, como conductor está expuesto a todo tipo de situaciones: espantos de carretera, accidentes e intentos de agresión y hurto, esto último no es ajeno a los latentes problemas de orden público de esta región de Colombia. Fue insistente en el tema, tal vez porque de todos los ocupantes del automotor solo uno era forastero y eso se notaba a leguas. La camisa pegada al cuerpo por el sudor, el sudor bajando por su frente parecía más el chorro de agua proveniente de ducha y su falta de “sabor” en el acento de su voz lo delataban. La advertencia era una para evitar percances, llegar al sitio en el que lo esperan, trabajar con la gente acordada y salir sin reparo alguno. “Hay un grupo nuevo de bandidos, los treinta. Permanecen por el Mira y Mataje. Es mejor no meterse por allá porque ellos lo van picando a uno”. Respondió el otrora regañado miembro de la delegación “esos manes van bajando a la gente de los carros y motos para robárselos, pero no se conforman con robar, los matan para que no haya testigos”.

Ese es un amargo sorbo de realidad difícil de tragar, un aspecto del territorio que hace de la labor de los gestores aún más apremiante. Pero esto no se refiere solo a los dos maestrados, sino a todos aquellos actores que hacen presencia en San Andrés de Tumaco con fines de intervención. “Lo que está en juego es el futuro sostenible de algunas de las comunidades más vulnerables y vulneradas

del país, y mientras se siga interviniendo desde el asistencialismo nada va a cambiar. Una oportunidad es crear y fortalecer proyectos productivos priorizando aspectos como la autogestión, sostenibilidad y el enfoque asociativo” piensa el comunicador enlazando ideas y recuerdos de debates con Edwin y otras voces con conocimiento del tema.

El penúltimo viaje en uno de los ya inolvidables Renault 12 llegó a su fin. Junto a la vía espera Juan Pablo con un cuaderno y un esfero en su mano izquierda y una señal de “todo bien” en su mano derecha da inicio a la breve caminata en dirección a la escolita.

Dos días atrás el comunicador había comenzado a sentir algunos síntomas de resfriado, tal vez por el cambio de temperatura drástico en las noches, madrugadas y mañanas en el hotel, pero no fue sino hasta que bajó del carro esa última mañana en Piñal Salado cuando sintió el malestar en pleno. Dolor de garganta, congestión nasal, tos y algo de fiebre (aunque se camuflaba con la fuerte sensación térmica) se fueron apoderando de su cuerpo. Bastó con toser unas cuantas veces para que Juan Pablo notara el resfriado en el gestor y de inmediato formuló una medicación ancestral, una bebida espirituosa hecha artesanalmente con un proceso de destilación riguroso y ampliamente conocido por su señor padre.

El Biche, elaborado con paciencia y envasado cuidadosamente en botellas recicladas adornaba una pequeña estantería al costado de una mesa en la que dos señores y una jovencita jugaban a las cartas. “Tome esta copita, échele un poquito de limón y fondo blanco viejo Sebas” dijo muy convincente Juan Pablo, tanto que, sin cuestionarlo, Sebastián lo obedeció. Con un sabor similar al aguardiente, pero levemente aromático despejó la garganta del ahora estremecido comunicador, quién tomó impulso para iniciar la jornada.

Eran ya las diez de la mañana, el salón albergaba ocho almas y aguardaba por cuatro más. El saludo afectuoso se diezmaba un poco al saber que este sería el último encuentro presencial. Se hizo un breve recuento de los temas abordados en los anteriores encuentros para luego pedirles a los asistentes

que guardaran silencio. Segundos después la reconocible voz de Edwin retumbó en aquella aula, primero un saludo captó su atención para luego seguir con lo anteriormente mencionado. La comunicación como campo de conocimiento y eje transversal a todos los procesos de la vida es ahora un concepto, entre muchos, aprendido y con miras a ser apropiado por los jóvenes socios de ASOJOCOFUR. A esto Sebastián le sumó un poco de teoría contenida en su cuaderno de apuntes.

Continuaron con la estructura de proyectos para su comunidad, lectura de las funciones de los miembros de la Junta Directiva, los artículos relacionados a la resolución de conflictos y la creación de comités de trabajo. La autocrítica de los presentes llegó a ser conmovedora y altamente edificadora. Sugirieron más ajustes a los estatutos, la creación inmediata de los comités y la pronta implementación del Plan de Recolección de Basuras de Piñal Salado.

Así surgieron compromisos de ambas partes para continuar la labor digitalmente, a la distancia como se venía haciendo desde mayo del 2022.

Nuevamente el tiempo se escapó como agua entre los dedos, la inevitable despedida acompañó la última foto de la semana y sin dilatar el momento, evidentemente triste, sin importar que fuese su visita número diecisiete a la vereda, se inició la caminata hacia la vía principal en compañía del presidente de ASOJOCOFUR. Él le brindó la segunda y última copa de Biche frío con limón para pasar el triste momento del adiós, segundos después se ofreció a llevarlo en su moto hasta la vía principal donde podría abordar un carro rumbo al casco urbano.

Así salen los dos de Piñal Salado, retando la trocha a dos ruedas, Juan Pablo es prudente como aquel que conoce la vía y la respeta. Hicieron una parada de menos de cinco minutos en un cultivo de cacao a orillas del camino para tomar cuatro mazorcas de cacao a manera de souvenir, dos para Edwin (ya en Bogotá) y dos para Sebastián. Abandonaron el sembradío de árboles de cacao y a la vía llegaron en menos de quince minutos. Con una gaseosa brindaron por lo que fue una semana exitosa de trabajo

en conjunto y un abrazo se selló esta etapa. Un “hasta pronto” precedió el retorno de ambos actores sociales a sus respectivas rutinas.

El comunicador abordó un automóvil Kia Río sedán, sumamente diferente a los aguerridos Renault 12. Este vehículo, confortable y amplio le sirvió para relajarse un poco, organizar sus ideas y prepararse para el regreso a Bogotá. Con una sonrisa amplia y la satisfacción por la labor realizada en equipo, Sebastián deja atrás al Tumaco continental, aquel que sufre el conflicto armado desde hace décadas, el mismo que contiene los sueños y esperanzas de miles de personas aguerridas, afectuosas y esperanzadas por alcanzar los cambios sociales que muchos les han prometido, pero que pocos les han cumplido. Ojalá llegue pronto el día en que adopten los hábitos de autogestión y los hagan suyos, iniciando un proceso de emancipación del asistencialismo estatal y de cooperación internacional, aunque dependan de ello inicialmente. Por el momento la semilla del cambio se ha sembrado en Piñal Salado.

Ya en el casco urbano de Tumaco, el gestor aborda una moto y se va a almorzar a la playa y una vez allí captura mentalmente el hermoso y resplandeciente mar del Pacífico cubierto por la bóveda más celeste que haya visto en toda la semana, las nubes se tomaron la tarde libre.

Una vez acaba vorazmente una cazuela de mariscos y una limonada, contrata los servicios de un señor moto taxista y se dirige al hotel y de inmediato sale para el aeropuerto. Pasa poco tiempo entre el registro del equipaje y el abordaje. Ya se despidió del Tumaco continental y de una de las islas, es hora de dejar el suelo de la segunda isla, la del Morro y esperar porque llegue el día de volver.

## **7.2 Matriz de brechas (respuestas a las Variables Clave Comunicacionales)**

Toda brecha representa un espacio, una diferencia, un resultado por conseguir. Es la separación diplomática entre aquello que por circunstancias resulta equidistante. En términos comunicacionales, se enfunda en un sentido de enunciación temporal. Una brecha en comunicación representa las “distancias entre la situación presente, y aquella deseada considerada como óptima y posible” (Uranga, 2012).

De esta manera, la brecha comunicacional surge de las tensiones temporales entre la realidad futura (la que se desea, a la cual se pretende llegar) y la realidad actual. Esa presión es la que revela las necesidades, requerimientos, urgencias, deseos, sueños, etc., que la comunidad u organización busca superar, y en el ejercicio de esa búsqueda, se detectan a través de esta matriz, los componentes de las brechas, poniendo de manifiesto que al superarlas se zanjará la situación actual en pro de la futura.

Resulta fundamental la participación de la comunidad protagonista de la intervención, ya que son la base para su realización. Tras haber formulado las brechas de manera inicial en la etapa de diagnóstico, esta matriz plantea en prospectiva sus respuestas de intervención.

### **7.2.1 Respuestas de la Variable comunicacional 1: Los sujetos.**

Frente a la articulación de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR con las entidades gubernamentales de Tumaco, existe el anhelo de ser parte de estas de manera activa y participativa, a través de propuestas que permitan superar sus vacíos administrativos y políticos, buscando la inclusión en programas estatales, especialmente, los de acceso a recursos y sostenimiento.

Respecto a la participación de la Asociación en las políticas públicas articuladas desde el Consejo Comunitario Rescate Las Varas, se evidenció que no hay una idea de cómo participar en estos ámbitos, ya que al momento de la intervención, la organización no contaba con una estructura organizacional definida, lo cual debilitaba su presencia frente a la comunidad juvenil de Piñal Salado, por lo cual, como parte de la dimensión política de las estrategias de intervención, buscan implementar actividades eficaces y con presencia de cambio.

Las relaciones de la Asociación con las organizaciones cacaoteras presentes en Piñal Salado, como Procacao, Afromuvaras, Corpoteva, Cortepaz, es vital para la consecución de alianzas estratégicas. Con los grupos al margen de la Ley, es necesario articular una relación sostenida en paz, sociable, mostrando en todo momento su intención de productividad como alternativa social.

Para la relación interna desde los procesos comunicacionales de los integrantes de la Junta Directiva, sus miembros quisieran contar con un ambiente cohesionado de trabajo y una comunicación fluida, y desde ahí, partir hacia la construcción de ambientes positivos para la Asociación.

Los vínculos proyectados de la Asociación apuntan a una acción activa, sostenible y productiva con los ejes de comercialización del cacao en Tumaco, para garantizar un bienestar económico y social no solo para sus integrantes, sino para los miembros de la comunidad de Piñal Salado.

### **7.2.2 Respuestas de la Variable comunicacional 2: Los sentidos.**

Dentro de las significaciones, el encontrar un significado que represente su visión como Asociación, sus valores y la intención de ayuda con la comunidad de Piñal Salado, es una manera de superar la falta de apropiación individual, buscando asumir sus posturas de construcción colectiva de sentido como organización asociativa. Existe un enorme deseo de encontrar soluciones económicas y sociales que aporten al desarrollo de socios y miembros de la comunidad de Piñal Salado, mejorando su presencia ante la comunidad.

La posibilidad de integrar elementos multimedia como grabaciones tipo podcasts, incluso, buscar una representación con estos productos sonoros en emisoras comunitarias, es una de las alternativas para potenciar los procesos comunicacionales de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR en los medios locales de comunicación.

### **7.2.3 Respuestas de la Variable comunicacional 3: Las significaciones. Políticas y estrategias de comunicación.**

El trabajo en equipo es el camino para el desarrollo de estrategias continuas que apunten al cumplimiento de los objetivos de la Asociación, a través de un proceso comunicacional óptimo y eficiente con sus socios y la comunidad de jóvenes de Piñal Salado.

Las actividades que apunten al beneficio de la comunidad, interviniendo situaciones puntuales, lograrán ampliar su rango de alcance, sumado al fortalecimiento de las políticas y principios asociativos



de ASOJOCOFUR con capacidad de producción, son los mecanismos que pueden garantizar su sostenibilidad.

El ánimo de mejorar su sede, para albergar en ella espacios de desarrollo de actividades, reuniones y eventos de la Asociación, es un objetivo para afianzar su imagen corporativa, además de mejorar sus relaciones empresariales. A continuación, se presenta la matriz de brechas y posteriormente su interpretación.

**Tabla 40. Matriz de brechas (respuestas a la VCC)**

VCC		Imágenes de futuro	Brecha	Situación Actual
VCC 1	Articulación	Existe el anhelo de ser parte de la Junta Veredal, municipal y gubernamental de Tumaco, de manera activa y participativa.	Hay un vacío administrativo y político surgido en el desconocimiento y desorganización de la Junta Directiva de la Asociación	ASOJOCOFUR a pesar de estar constituida legalmente, no ha podido incorporarse a las estructuras asociativas de Tumaco y de Piñal Salado, ya que no se encuentra activa al 100%
	Participación	Participar activamente en las políticas públicas de Tumaco y la Junta Veredal Rescate Las Varas	No hay una idea sobre participación derivada de la ausencia de una estructura organizacional definida desde el interior de la Asociación	Actualmente la Asociación no participa en ninguna política pública o proyecto gubernamental de Tumaco o del Rescate Las Varas
	Relación	Relacionarse de manera sostenida y en paz con los grupos al margen de la Ley, de manera sociable con los integrantes de su base social y productiva con las demás asociaciones cacaoteras presentes en la vereda	La crudeza de las "reglas" impuestas por los grupos al margen de la Ley que limitan y amedrentan los anhelos y objetivos de cambio de la Asociación para trabajar con la comunidad	Relación tensa con grupos al margen de la Ley. Relación frágil con sus socios. Relación débil con otras asociaciones cacaoteras de Piñal Salado.
	Relación	Los miembros de la Junta Directiva quisieran contar con un ambiente cohesionado de trabajo y una comunicación fluida, y desde ahí partir hacia la construcción de ambientes positivos y productivos en pro de la Asociación.	No hay una relación a partir del diálogo o conversación, frente a la diferencia de carácter y personalidades de los miembros de la Junta Directiva, por lo cual los conflictos suelen presentarse de manera divisoria y cortante. Aunque escasos, se motivan por falta de conocimientos y articulaciones	Relaciones tensas. Existen fricciones surgidas por las relaciones interpersonales y de responsabilidad entre los integrantes de la Junta Directiva de la Asociación

			comunicacionales para dirimirlos	
	Vínculo	Vincularse de manera activa, sostenible y productiva a los ejes de comercialización del cacao en Tumaco, para garantizar bienestar económico y social a sus integrantes y comunidad	Falta de compromiso más allá de factores culturales y/o sociales. Se reconoce que la "voluntad" por hacer las cosas es el espíritu que les hace falta a los integrantes de la Asociación para llevar a cabo sus objetivos	Son vínculos escasos surgidos en primera instancia por el factor de novedad frente a la propuesta de organizar la Asociación, los cuales han sido resistidos frente a las responsabilidades y compromisos que se requieren para la puesta en marcha de ASOJOCOFUR
VCC 2	Significaciones	Encontrar un significado que represente su visión como Asociación, sus valores y la intención de su creación para ayudar a la comunidad de Piñal Salado	No hay un apropiación desde lo individual en cuanto al asumir una postura signficante frente a los objetivos propuestos como Asociación	Hay una percepción significativa sobre las rupturas comunicacionales que impiden una construcción colectiva de lo que deben representar como Asociación ante la comunidad
	Sentidos que circulan	Se percibe el deseo de encontrar en la Asociación soluciones económicas y sociales que aporten al desarrollo de sus socios y miembros de la comunidad de Piñal Salado.	No se ha hecho tangible la presencia de la Asociación en la vereda, lo cual distorsiona su papel ante la comunidad y socios	No hay un sentido de apropiación alto, ya que actualmente la Asociación no funciona plenamente. No se encuentra inmersa en los procesos de transformación, compra y venta de cacao. Existen pequeños intereses surgidos en la gestión que han realizado para impulsar cursos y escuelas de campo
	Tratamiento del tema	Crear podcast e incluso integrarse a emisoras comunitarias para transmitir no solo los mensajes de la Asociación, sino sus planes de trabajo con la comunidad	La pésima infraestructura y cobertura de señal en la vereda de Piñal Salado. Por ello tratar de unificar el wasap resulta más que dispendioso porque no todos los miembros de la comunidad pueden tener acceso a estos dispositivos electrónicos	Los medios locales voz a voz y reuniones locales son los canales más eficaces para la difusión de los mensajes de la Asociación
VCC 3	Estrategia	Trabajando en equipo desarrollar estrategias continuas que apunten al cumplimiento objetivos específicos propuestos por la Asociación, los cuales sean relevantes, participativos y de cambio	Desconocimiento para la generación, creación, puesta en marcha y seguimiento a estrategias propuestas. Este desconocimiento proviene de la falta de capacitación	La estrategia "ASOJOCOFUR se activa" es la primera planteada por la Asociación ante la comunidad, y con ella han logrado la primera

		en temas administrativos y organizacionales	jornada de aseo en Piñal Salado
Modos de participación	Una comunidad activa y participativa completamente en las actividades propuestas por la Asociación en beneficio de sus habitantes	La realidad socio cultural de la vereda sumado a la presencia de grupos armados al margen de la Ley, que limita y coacciona la participación de la comunidad en las actividades propuestas por la Asociación	La participación debe ser más activa por parte de los miembros de la Junta Directiva, ya que en ocasiones se percibe por la comunidad una falta de representación y protagonismo de sus miembros
Mecanismos desarrollados	La búsqueda de una Asociación fuerte y sostenible, que llegue a tener capacidad de producción amplia y presencia tanto en Piñal Salado como en Tumaco	La falta de compromiso de algunos miembros de la Junta Directiva por apropiarse de sus roles y responsabilidades ante los socios y la comunidad	Es necesario fortalecer las políticas y principios asociativos, ya que actualmente persisten fallas que producen retrasos para su puesta en marcha de manera completa y funcional
Configuración	Poder albergar en su propia sede, espacios para el desarrollo de actividades, reuniones y eventos de la Asociación	La ausencia de alianzas con otras asociaciones cacaoteras como Corpoteva, que puede prestar sus instalaciones para el desarrollo de actividades, reuniones y eventos	Solo se cuenta con algunas aulas de la escuela de Piñal Salado para la realización de actividades, reuniones y eventos, lo cual limita la fuerza de acción de las propuestas de la Asociación

Elaboración propia

#### 7.2.4 Interpretación de las brechas halladas

El ejercicio de interpretación de las brechas permite comprender cuales son las respuestas o salidas formuladas con anterioridad en las variables clave comunicacionales. Dada la naturaleza secuencial y de seguimiento, las brechas halladas indican:

Es urgente plantear mecanismos de intervención que permitan superar los espacios surgidos por la falta de conocimiento, que en la actualidad tienen represada a la Junta Directiva en sus intenciones de activación y ejecución a futuro dentro de Piñal Salado y el espectro comercial y asociativo de Tumaco. Esta brecha requiere de atención ya que se configura como un determinante de retroceso de la Asociación y sus proyectos a futuro.

Las condiciones precarias de las instalaciones sientan la brecha de las significaciones y la necesidad de solidificar un significado respecto a su papel y presencia en el territorio. Los anhelos

presentes por cambiar la sede con la que cuentan, ofrecen una panorámica de sus deseos e intenciones en el corto plazo, reconociendo la premura de contar con una sede adecuada en lo mínimo para iniciar con las actividades propias de su objeto social.

El análisis de las brechas no solo permite cuestionarse casi que ontológicamente sobre el “donde estamos y hacia dónde vamos”, sino que permite como en este caso, proyectar estrategias de compromiso al minimizar los estados de desconocimiento que entorpecen el desarrollo de roles y responsabilidades en el presente, limitando su funcionamiento óptimo en lapsos de tiempo establecidos, los cuales servirán como espacio de seguimiento y evaluación.

Como actores que buscan representación en el territorio, los esfuerzos actuales son cortos, aunque a su vez están impulsando planes a futuro que mitiguen la brecha de la presencia y en especial, la de una construcción de sentido y apropiación política y cultural.

Los diversos actores ilegales son determinantes en la situación actual de la Asociación. Sus actuaciones de profundo carácter regulador y de presión desde la ilegalidad, moldean los actos por venir no solo de la Asociación, sino de la comunidad en general interesada en aportar a una mejora a largo plazo a la vereda.

La brecha comunicacional además de representar en el hoy de la Asociación sus vacíos en contexto y apropiación desde una comunicación para el desarrollo y el cambio social, también refleja la urgencia de acceder al conocimiento empresarial, organizacional, político, productivo entre otros, teniendo en los nuevos planteamientos de una comunicación transversal y viva, un eje articulador medible en el futuro próximo por medio del seguimiento y control de estrategias y planes de acción, que superen esta brecha y fortalezcan la producción de sentidos desde lo político y lo comunicacional.

De esta manera la interpretación de las brechas arroja respuestas a las VCC formuladas anteriormente, en un sentido de lógica y seguimiento, que permiten avanzar en la proyección de una gran estrategia comunicacional de intervención.

## CAPÍTULO IV

### 8 Seguimiento y evaluación

#### 8.1 Análisis pre y post de la estrategia comunicacional ¡Asojocofur se activa! por medio de una herramienta de comprensión comunicacional

La constante interacción con la realidad comunicacional, es un elemento de interpretación y análisis fascinante que constantemente exige reflexiones epistemológicas orientadas hacia la formulación de nuevos paradigmas comunicacionales. Es en este ejercicio, que el equipo de comunicadores sociales desarrolló una herramienta para la comprensión del diagnóstico comunicacional, la cual se puede ejecutar en una etapa pre y una etapa post de la intervención, arrojando contrastes, tanto en actores sociales, como en las dinámicas del territorio.

#### 8.2 Diseño de la herramienta de comprensión comunicacional

La herramienta surge a partir de la matriz de análisis de relaciones para comprender el territorio, diseñada por el profesor César Rocha (2011), la cual, siendo parte del conjunto cartográfico social, fue rediseñada para los fines de nuestra intervención comunicacional. Se mantuvieron las categorías propuestas originalmente, la de confianza, poder, cooperación y conflicto, pero se cambiaron las variables de interacción y relación por las de capacidad de comunicar y relación comunicacional.

**Tabla 41. Matriz del profesor César Rocha**

<i>Matriz de análisis propuesta por el profesor César Rocha</i>		
Categoría	Interacción	Relación
Confianza		
Poder		
Cooperación		
Conflicto		

**Tabla 42. Matriz desarrollada por S. León y E. Betancourt**

<i>Matriz para la comprensión del diagnóstico comunicacional</i>		
Categoría	Capacidad de comunicar	Relación comunicacional
Confianza		
Poder		
Cooperación		
Conflicto		

En varias sesiones digitales, se socializó con los miembros de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR, el objetivo de esta matriz, explicando su dinámica. Cada uno de ellos calificaría de 1 a 5, siendo uno la nota más baja y cinco la nota más alta, a sus compañeros de la Junta, reflexionando sobre las preguntas ¿Cuál es la capacidad más fuerte o más débil para comunicar confianza, poder, cooperación, o conflicto de tal persona ...? y ¿Cuál es la relación comunicacional más fuerte o más débil en confianza, poder, cooperación y conflicto de tal persona...? Con sus respuestas se alimentó una base de datos que permitió graficar sus respuestas (a diferencia de la matriz original, que no registró gráficamente sus resultados). Este ejercicio se realizó a manera de un antes y un después de la intervención estratégica. A continuación, se presenta un resultado tomado de la herramienta en mención:

Esta imagen corresponde al análisis comunicacional de dos actores sociales antes de la intervención estratégica:

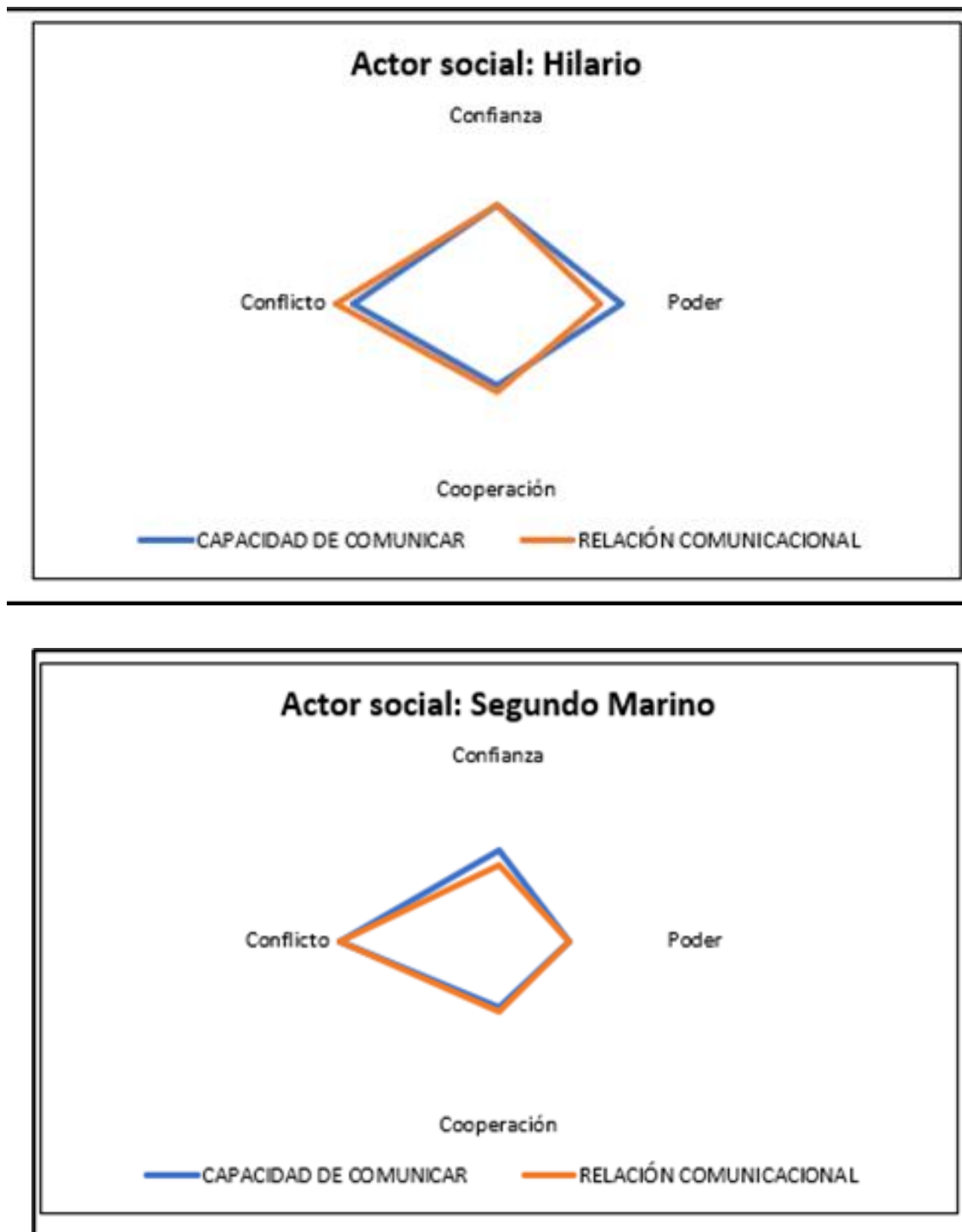
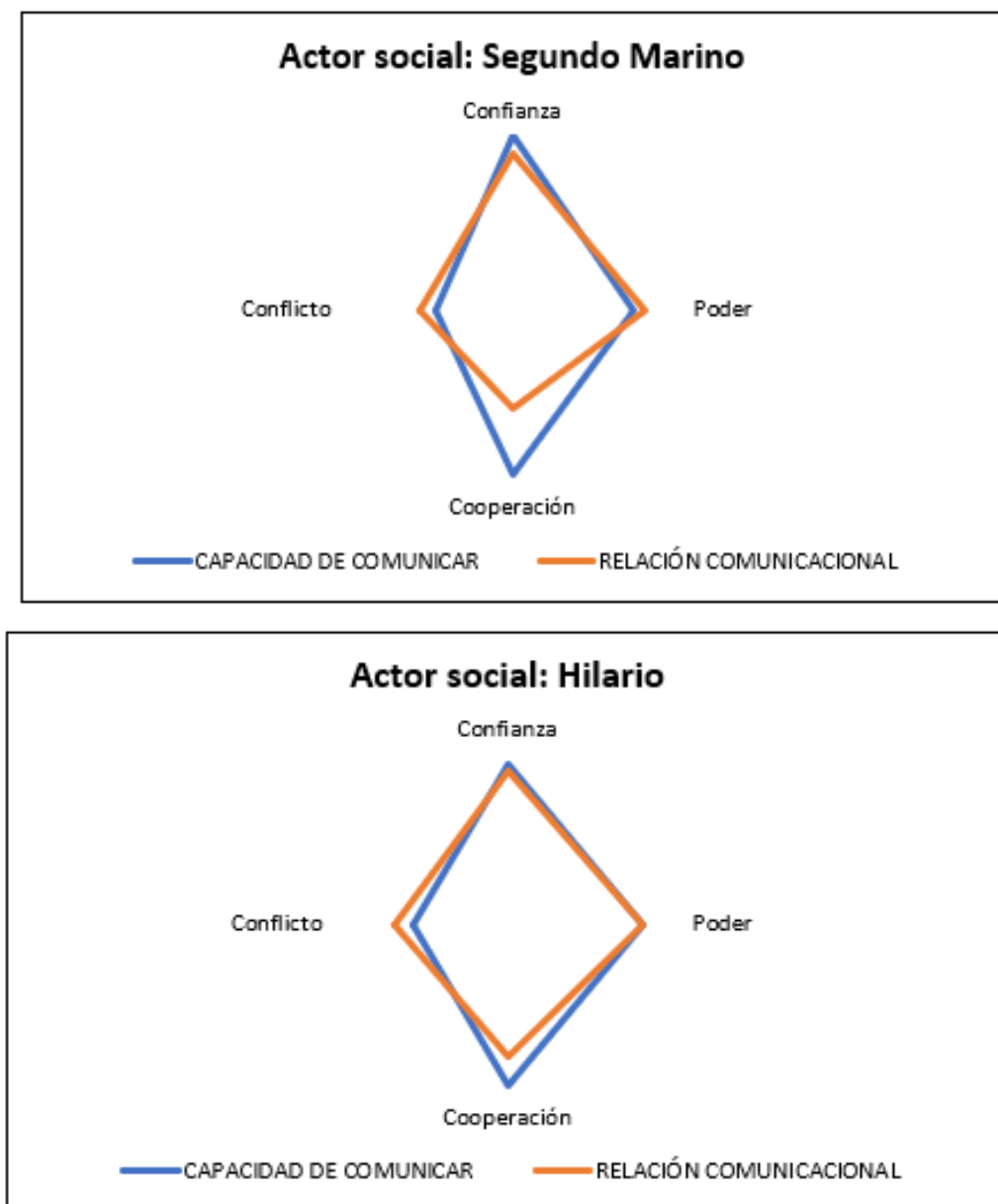


Figura 1. Comprensión del diagnóstico comunicacional antes de la intervención estratégica.

Por ejemplo, observamos en el actor social Segundo Marino, respecto a su capacidad de comunicar, un alto conflicto y bajos índices de confianza, poder y cooperación desde su relación comunicacional. En el actor social Hilario, se observa respecto a su capacidad de comunicar un equilibrio entre el conflicto y el poder, siendo más baja su relación comunicacional de confianza y cooperación.

La siguiente imagen corresponde al análisis comunicacional de los mismos actores sociales después de la intervención estratégica:



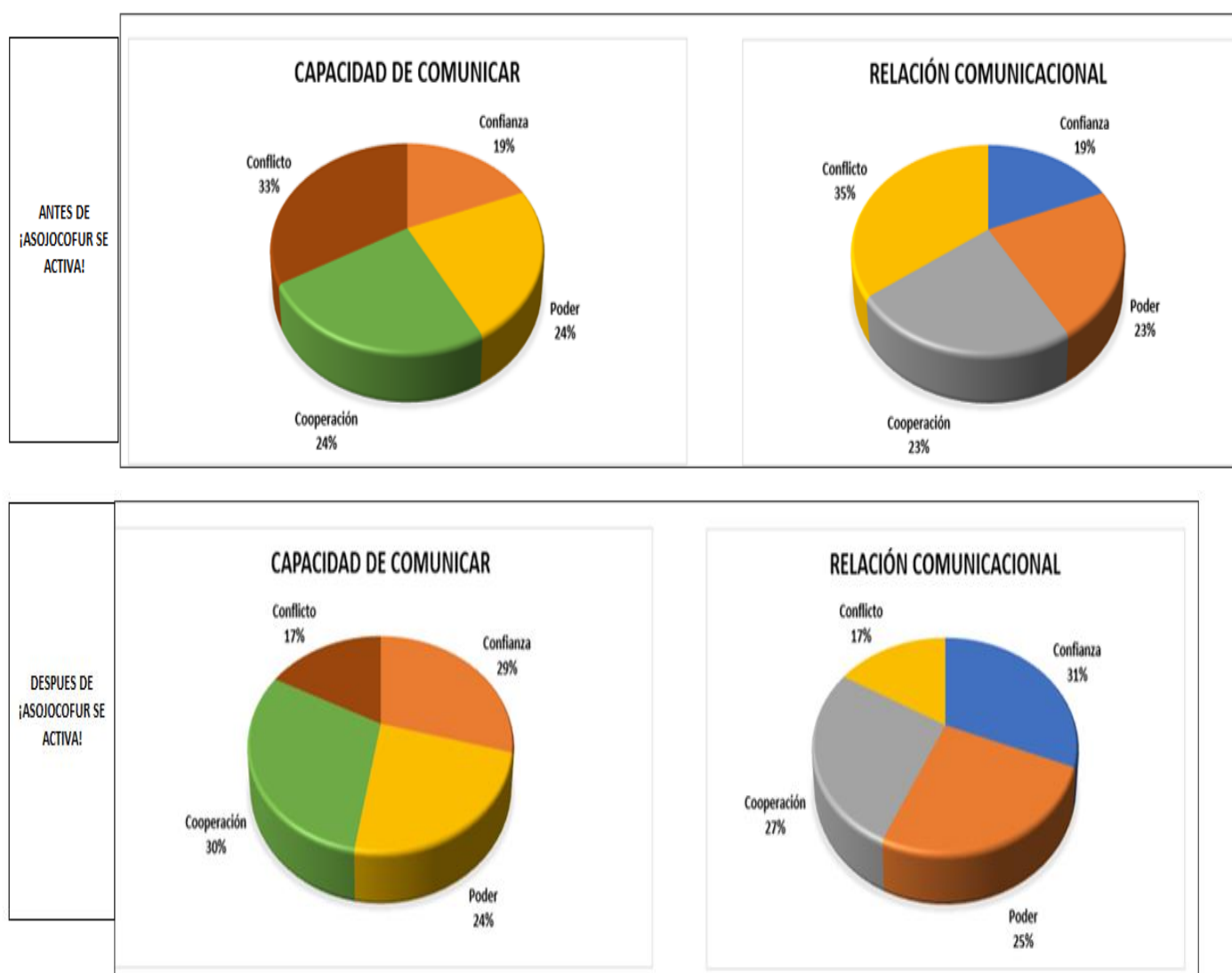
**Figura 2** Comprensión del diagnóstico comunicacional después de la intervención estratégica



Observamos en el actor social Segundo Marino, respecto a su capacidad de comunicar, una disminución del conflicto, y una mejora en los índices de confianza, poder y cooperación desde su relación comunicacional.

En el actor social Hilario, se observa respecto a su capacidad de comunicar un cambio de reducción de conflicto y poder, mejorando su relación comunicacional de confianza y cooperación

A continuación, se presenta el comparativo general de las variables analizadas en la etapa pre y post, con las respuestas de los ocho integrantes de la Junta Directiva:



**Figura 3. Comparativo de variables antes y después de la ejecución de la estrategia comunicacional ¡ASOJOCOFUR se activa!**

De manera práctica, la matriz para la comprensión del diagnóstico comunicacional, arrojó estos resultados:

**Tabla 43. Comparativo estadístico entre categoría y variables en las etapas pre y post de la intervención comunicacional**

Categoría	Capacidad de comunicar		Relación comunicacional	
	Antes ¡ASOJOCOFUR se activa!	Después de ¡ASOJOCOFUR se activa!	Antes ¡ASOJOCOFUR se activa!	Después de ¡ASOJOCOFUR se activa!
Confianza	19%	29%	19%	31%
Poder	24%	24%	23%	25%
Cooperación	24%	30%	23%	27%
Conflicto	33%	17%	35%	17%

Síntesis:

Respecto a la capacidad de comunicar confianza, esta aumentó en un 10%.

Respecto a la capacidad de comunicar poder, esta se mantuvo igual.

Respecto a la capacidad de comunicar cooperación, esta aumentó en un 6%.

Respecto a la capacidad de comunicar conflicto, este disminuyó en un 16%.

Respecto a la relación comunicacional de confianza, esta aumento en un 12%.

Respecto a la relación comunicacional del poder, esta aumentó en 2%.

Respecto a la relación comunicacional cooperación, esta aumentó en un 4%.

Respecto a la relación comunicacional conflicto, esta disminuyó en un 18%.

Finalmente se socializó con los miembros de la Junta Directiva estos resultados, convirtiéndose en un espacio para la reflexión, el aporte constructivo tanto personal como de responsabilidad de roles y cargos, en un ambiente armónico y de alta escucha.

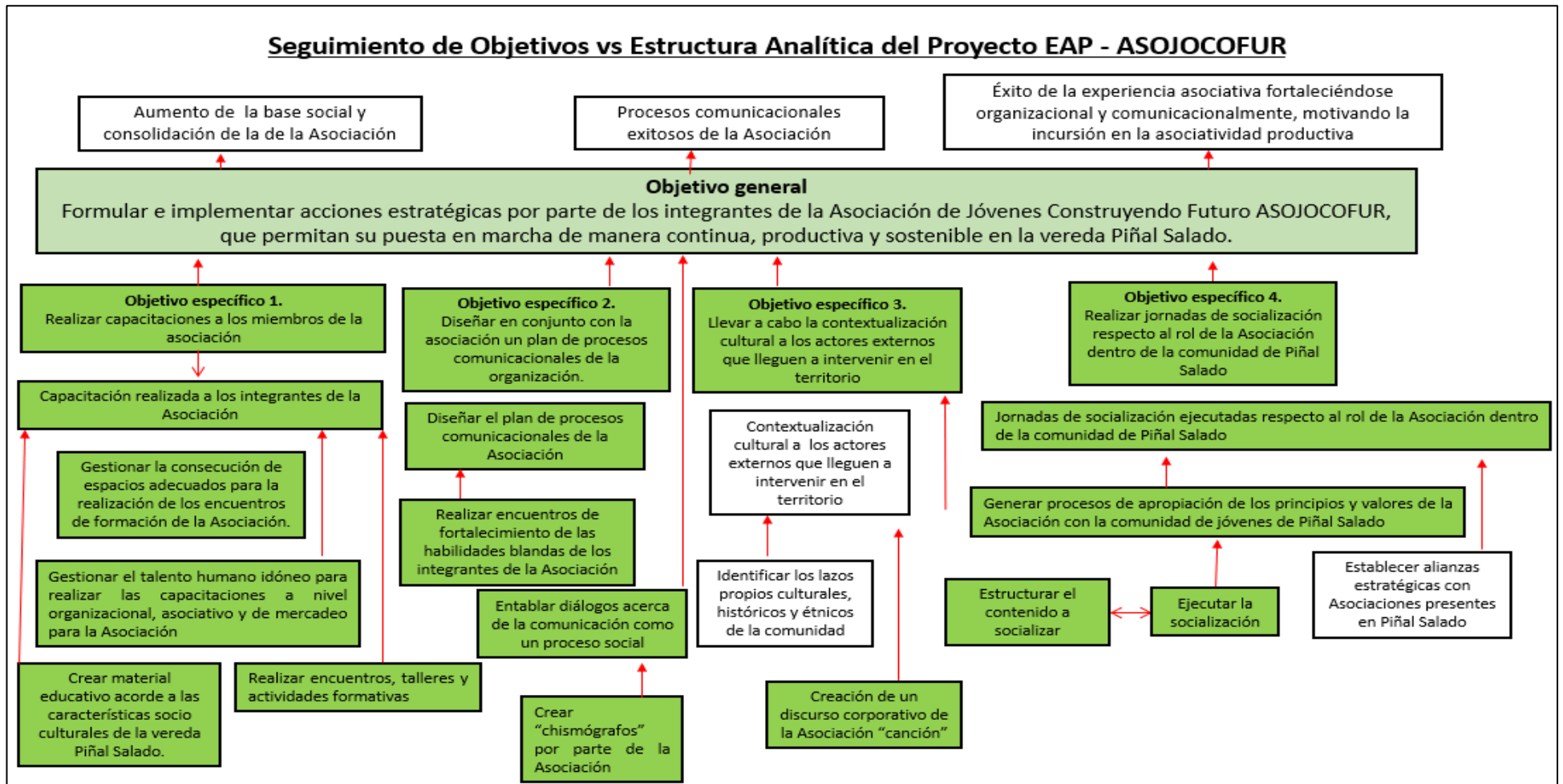
El desarrollo en general de esta herramienta, se puede apreciar en el siguiente [hipervínculo](#).

9 Logros y resultados

9.1 Seguimiento de objetivos vs estructura analítica del proyecto

Se desarrolló una matriz de cruce entre el Árbol de Objetivos y la Estructura Analítica del Proyecto, la cual presenta las acciones de cumplimiento y las acciones no alcanzadas, concretizando los logros y resultados propuestos en los objetivos (color verde), así:

Tabla 44. Seguimientos de cumplimiento de objetivos desde la EAP



A continuación, se presenta la matriz de seguimiento y cumplimiento del objetivo general y los objetivos específicos propuestos en esta tesis.

**Tabla 45. Matriz de seguimiento cumplimiento de objetivos desde la EAP**

Objetivo General	Acciones de cumplimiento				Acciones no alcanzadas
<p>Formular e implementar acciones estratégicas por parte de los integrantes de la Asociación de Jóvenes Construyendo el Futuro ASOJOCOFUR, que permitan su puesta en marcha de manera continua, productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado.</p>	<p>Se creó y desarrolló una matriz de <i>formulación de estrategias comunicacionales</i>, la cual permitió articular la estrategia comunicacional de intervención denominada <b>¡ASOJOCOFUR se activa!</b> con la comunidad de Piñal Salado y la Junta Directiva de ASOJOCOFUR.</p> <p>Se creó y desarrolló una matriz de <i>formulación de planes de comunicación</i>, la cual permitió ejecutar la estrategia a partir del plan comunicacional denominado <b>Semana de integración comunicacional en ASOJOCOFUR: Asojocomunicación en Piñal Salado.</b></p> <p>Se creó y desarrolló la matriz <b>Actividades de comunicación,</b></p>	<p>En tres etapas de trabajo se ejecutó la intervención y acompañamiento con la comunidad</p> <p>La Asociación ha realizado compra y venta de cacao () durante la intervención a la misma.</p>	<p>Se concretaron los siguientes documentos:</p> <p>Acta de conformación de comités de ASOJOCOFUR.</p> <p>Cartilla sobre Resolución de conflictos.</p> <p>Decálogo equidad de género.</p> <p>Actualización del logo de la Asociación.</p> <p>Ajustes en la misión, la visión y los objetivos de la Asociación</p> <p>Se crearon conjuntamente los valores corporativos de la Asociación</p> <p>Se compuso y musicalizó una canción institucional, escrita por los integrantes de la Junta Directiva y gestores.</p>	<p>Se concretaron las siguientes acciones:</p> <p>Plan de recolección de basuras para la vereda Piñal Salado.</p> <p>Creación de dos carteleras informativas, denominadas coloquialmente “chismógrafos”, ubicados en Piñal Salado.</p> <p>Los integrantes de la Junta Directiva y socios pintaron el nombre de la Asociación en la sede de la misma, como resultado del taller de identidad social y corporativa.</p>	<p>Respecto al aspecto productivo planteado en el objetivo, es de aclarar que la Asociación requiere mover en un lapso máximo de cuatro meses como mínimo 1.1 toneladas de cacao, de lo contrario se haría inviable ASOJOCOFUR.</p>

	<p>con la que se ejecutaron 14 acciones estratégicas (entre talleres, conversatorios, diálogos, encuentros lúdicos y deportivos, jornadas de capacitación, jornadas de sensibilización), como sustento de la estrategia comunicacional.</p> <p>Se creó y aplicó el instrumento de diagnóstico para la comprensión comunicacional, que permitió graficar las acciones y resultados pre y post de la estrategia aplicada en la comunidad.</p>				
<b>Objetivo Específico 1</b>	<b>Acciones de cumplimiento</b>				<b>Acciones no alcanzadas</b>
Realizar capacitaciones a los miembros de la Asociación	Se coordinaron capacitaciones para los miembros de la Junta Directiva y socios de la Asociación, abordando temas comunicacionales, organizacionales, administrativos, empresariales, psicológicos, que lograron transferencia de conocimiento y fortalecimiento de aprendizajes y	Se logró establecer apoyo de profesionales en psicología, ingeniería, ciencias sociales, para el diseño del contenido de las capacitaciones y talleres realizados durante la intervención comunicacional.	Se logró crear en conjunto material educativo acorde a las características socio culturales de la vereda Piñal Salado.	Se abarcaron temas de formación resultantes de la inmersión en el territorio, concretamente en nociones básicas de contabilidad, herramienta Excel, archivo y Word.	

	conocimientos, herramientas sociales, habilidades comunicacionales				
<b>Objetivo Específico 2</b>	<b>Acciones de cumplimiento</b>				<b>Acciones no alcanzadas</b>
Diseñar en conjunto con la Asociación un plan de procesos comunicacionales de la organización.	Se diseñó la estrategia comunicacional <b>¡ASOJOCOFUR se activa!</b> la cual orientó los ejes de planeación, ejecución y seguimiento (políticos, sociales, culturales) de los procesos comunicacionales a desarrollar en ASOJOCOFUR.	Se diseñó el plan de comunicaciones (o comunicacional) <b>Semana de integración comunicacional en ASOJOCOFUR: Asojocomunicación en Piñal Salado</b> , el cual orientó los ejes de ejecución, acción y seguimiento (políticos, sociales, culturales) de las actividades comunicacionales a implementar en ASOJOCOFUR.	Se diseñaron las actividades comunicacionales a ejecutar durante la semana de trabajo de campo realizado en ASOJOCOFUR.	Se logró proyectar un plan de comunicaciones prospectivo denominado <b>Asojocomunicación emancipada</b> , el cual surgió directamente de los integrantes de la Junta Directiva, el cual refleja la sostenibilidad e intención de réplica de las estrategias comunicacionales	
<b>Objetivo Específico 3</b>	<b>Acciones de cumplimiento</b>				<b>Acciones no alcanzadas</b>
Llevar a cabo la contextualización cultural a los actores externos que lleguen a intervenir en el territorio	Se compuso y musicalizó una canción institucional, escrita por los integrantes de la Junta Directiva, la cual cuenta la historia de la Asociación, sensibilizando a los actores externos que puedan interactuar con la Asociación y su territorio.	A través de la tradición oral, se planteó la posibilidad de conversatorios con los miembros más veteranos de la vereda, quienes poseen un conocimiento ancestral enorme, el cual al ser transmitido oralmente, sensibiliza y motiva a los actores externos.	A través de los comités de la Asociación, se planteó la posibilidad de organizar recorridos por la vereda, como acciones de reconcomiento del territorio a través de la emoción visual.	Se proyectó el taller de “sensibilización cacaotera”, el cual podría realizarse en medio del cultivo de cacao, tocando las mazorcas, probándolas, en medio de diálogos de contextualización cultural.	
<b>Objetivo Específico 4</b>	<b>Acciones de cumplimiento</b>				<b>Acciones no alcanzadas</b>

Realizar jornadas de socialización respecto al rol de la Asociación dentro de la comunidad de Piñal Salado.	Jornadas de socialización ejecutadas respecto al rol de la Asociación dentro de la comunidad de Piñal Salado.	Gestión de un plan de recolección y manejo de basuras, creación de los “chismógrafos” por parte de la Junta Directiva y socios de ASOJOCOFUR, sentando testimonio de su presencia en la vereda Piñal Salado.	Generar procesos de apropiación de los principios y valores de la Asociación con la comunidad de jóvenes de Piñal Salado.	La creación del decálogo de equidad de género, es muestra del sentido de pertenencia de la Asociación, la cual reflexiona en medio de una tradición machista y patriarcal, abriendo espacios para la integración y la diversidad.	
---	---	--	---	---	--

Elaboración propia

## 9.2 Cuadro de correspondencia

Haciendo parte de los logros y resultados, el cuadro de correspondencia presenta los puntos esenciales de las estrategias establecidas, sopesando sus resultados desde los objetivos de formulación, como se presenta a continuación.

**Tabla 46. Cuadro de correspondencia**

Estrategia/plan/proyecto	Objetivos	Metas	Evidencias	Actividad	Resultados esperados
¡ASOJOCOFUR se activa!	Definir los parámetros para la formulación y construcción de planes comunicacionales que permitan la puesta en marcha de manera productiva y continua de ASOJOCOFUR en el territorio.	Entregar herramientas para la intervención comunicacional que permitan ampliar y mejorar los análisis situacionales y los diagnósticos para mejorar en la producción de acciones de intervención social.	Se crearon las siguientes matrices y herramientas de análisis:  Matriz de análisis para formulación de estrategias.  Matriz de correspondencia de estrategias.  Matriz para la formulación de estrategias comunicacionales.	Aplicación y desarrollo de las matrices en las etapas de prediagnóstico y las previas para la formulación de estrategias comunicacionales, plan de comunicación y actividades del plan. Uso y análisis pre y post de la herramienta de comprensión comunicacional para evidenciar los cambios tanto	Matrices de interpretación estructural con presentación de la información de manera clara y veraz.  Articulación con gráficos estadísticos para la comprensión de comportamientos y dinámicas comunicacionales y sociales.

			Matriz para la formulación de Plan de Comunicación.  Matriz de actividades en comunicación.  Herramienta de diagnóstico para la comprensión comunicacional.	en los actores sociales como en el territorio intervenido.	
	<b>Objetivos</b>	<b>Metas</b>	<b>Evidencias</b>	<b>Actividad</b>	<b>Resultados esperados</b>
Semana de integración comunicacional en ASOJOCOFUR: Asojocomunicación en Piñal Salado	Motivar la presencia de la Asociación ante la comunidad a través con acciones definidas de intervención réplica y sostenimiento.  Replicar los conocimientos adquiridos en los conversatorios y talleres con la comunidad.	Realizar una acción tangible de cambio.  Generar un ambiente de retroalimentación entre la Asociación y los miembros de la comunidad de manera positiva y edificadora.	Audiovisuales que recopilan las jornadas de integración y a ejecución de las actividades propuestas.  Producción de textos, hashtags, redes sociales, canal de YouTube.	Sensibilización con la comunidad y gestión comunicacional ofrecida por los miembros de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR	Jornada de recolección de basuras promovida por ASOJOCOFUR.  Creación de “chismógrafos” por los integrantes de la Junta Directiva de ASOJOCOFUR.  Fortalecimiento de la estructura administrativa de la Asociación, con la creación y funcionamiento de comités internos.  Sesiones de réplica y transmisión de aprendizajes con socios y comunidad de la vereda.
Plan de Comunicaciones: Asojocomunicación emancipada	Fortalecer los vínculos entre los socios de ASOJOCOFUR	Continuar de manera articulada con la consecución de estrategias y	Proyección de la matriz de formulación de planes de comunicación	Reunión de los miembros de la Junta Directiva, para establecer los lineamientos	Desarrollo e implementación de actividades comunicacionales referentes a



	<p>Fortalecer los vínculos entre la ASOJOCOFUR y la comunidad.</p> <p>Realizar actividades que repercutan positivamente en la vereda Piñal Salado.</p> <p>Establecer mecanismos para que los socios de ASOJOCOFUR construyan desde el dialogo.</p> <p>Generar espacios de interacción para que los socios de la organización desarrollen actividades lúdicas, deportivas y culturales.</p>	<p>planes de acción comunicacional, teniendo como factor diferencial, su autonomía, ya que es propuesto por los miembros de la Junta Directiva y diseñado y puesto en marcha a futuro por ellos mismos, sin el acompañamiento de los gestores.</p>		<p>del plan de comunicaciones <b>Asojocomunicación emancipada.</b></p>	<p>resolución de conflictos y actividades deportivas y lúdicas como espacios de integración desde lo socio comunicacional.</p>
--	--	--	--	--	--

### 9.3 Hallazgos e intervención inmediata durante la ejecución de la estrategia comunicacional

#### ¡ASOJOCOFUR se activa!

##### 9.3.1 *Uso de Excel*

En la semana de la ASOJOCOMUNICACIÓN en Piñal Salado se tenían previstas las actividades antes referenciadas en la matriz Actividades de comunicación. Sin embargo, durante el desarrollo del segundo día (martes 9 de mayo) Yeison Rogallego, tesorero de la Asociación, expresó su interés por

aprender a usar Excel, importante herramienta ofimática que le permitiría llevar de una manera más organizada su control contable.

Tras un diagnóstico realizado por el gestor Edwin Betancourt, se determinó que Yeison no tenía conocimiento alguno sobre su uso. Hasta ese momento el escaso registro contable, producto de un par de ingresos y egresos de dinero de la caja menor, se venía depositando a mano en un cuaderno.

A las 2:18 de la tarde de ese mismo día se dio inicio a una capacitación enfocada en el aprendizaje del uso básico de Excel; creación de cuadros, uso de filtros, aplicación de cuatro formulas (suma, resta, multiplicación y división). Esta actividad culminó a las 4:23 de la tarde. Posteriormente, el día jueves 11 de mayo se realizó un encuentro de refuerzo para evaluar el grado de apropiación del aprendizaje. Ahora Yeison sabe crear cuadros en Excel y usa las cuatro formulas enseñadas por el gestor.

Cabe resaltar el interés de ambas partes (gestor y tesorero) por continuar el fortalecimiento de habilidades correspondientes al uso de Excel. El día 02 de junio se realizó un encuentro digital para despejar algunas dudas y ampliar los conocimientos de Yeison.

### **9.3.2 De logotipo a isologo**

Al hablar de identidad en una Asociación nos debemos referir a la selección de sus colores, su logotipo, a su discurso corporativo (Misión, Visión, Objetivos y Valores), entre otras cosas. De los mencionados no se había contemplado la creación del logotipo por parte de los gestores, pues, la Asociación había manifestado que ya tenían uno. No obstante, en el encuentro del día 09 de mayo, Jader Alexis, presidente de la Asociación, le mostró al equipo de comunicadores el diseño que les fue creado y entregado meses atrás. La siguiente imagen corresponde al logotipo de ASOJOCOFUR.

**Imagen 12.** Logotipo de ASOJOCOFUR antes de la intervención estratégica comunicacional



Se puede ver en la imagen un lápiz parado sobre unas mazorcas de cacao, sosteniendo en sus manos un cuaderno y una pala. Escrito en la parte superior e inferior “jóvenes construyendo futuro”.

Los miembros de la Junta Directiva que estaban presentes en la actividad le manifestaron al equipo de comunicadores que nada de eso fue lo que le solicitaron a la persona que realizó el logo. “Nosotros le dijimos que queríamos una mazorca de cacao sosteniendo un lápiz y una pala, porque nuestro sueño como Asociación es el de trabajar nuestros cultivos y estudiar, capacitarnos y ayudar a capacitar a la comunidad” dijo Darlin Mireya, vicepresidente de la Asociación.

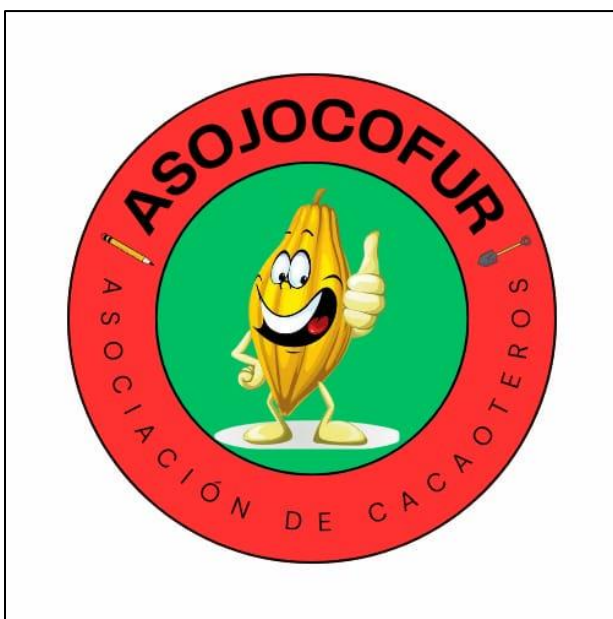
Lucelly Riascos, secretaria de la ESAL y la señorita Luciana Bermúdez, socia activa mencionaron que el diseño original, hecho por miembros de la organización fue malinterpretado por la diseñadora gráfica.

El descontento de los jóvenes piñaleños es evidente, pues la diseñadora los convenció de dejarlo así, con un lápiz en vez de una mazorca porque, según ella, les daría un elemento diferenciador respecto a las demás asociaciones cacaoteras.

La Asociación interpretó el argumento de la diseñadora como una excusa y una falta de respeto, puesto que se reusó a ajustarlo de acuerdo al diseño original. También los convenció de dejarlo así, con un lápiz en vez de una mazorca. Aun así, este logotipo ha sido usado por la Asociación, pues hasta aquel momento no habían encontrado quién les motivara a realizar un diseño acorde a lo que ellos quieren.

Al escuchar detenidamente, el equipo de gestores, desde la comunicación tomó nota de la construcción conjunta del isologo por cuenta de la Junta Directiva y los socios, interpretando su visión de la siguiente manera:

**Imagen 13.** Isologo resultado de la intervención comunicacional

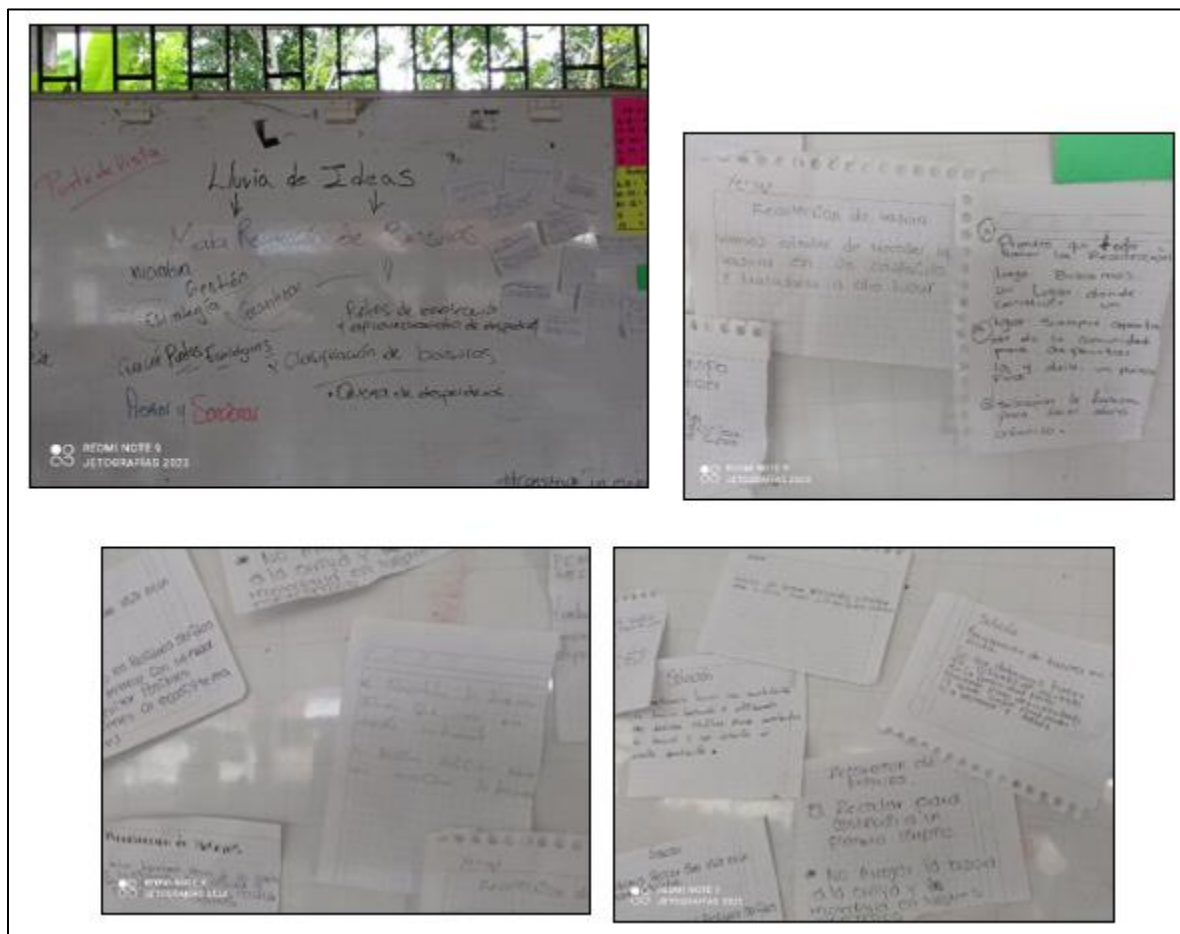


Este es un diseño es más cercano a la idea original, conteniendo una mazorca antropomórfica en el centro de la imagen, los colores corporativos y un lápiz y una pala junto a la sigla de la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro. Será solo tras una votación interna que su uso se definirá. Esta y otras fotos del desarrollo de las actividades de la semana de la Asojocomunicación las encontrará en el siguiente perfil <https://www.instagram.com/ASOJOCOFUR/>

### **9.3.3 Plan de manejo de residuos sólidos**

El tercer día de la semana de la ASOJOCOMUNICACIÓN en Piñal Salado, el miércoles 10 de mayo, se llevó a cabo una actividad que estaba diseñada para que los jóvenes piñaleños aprendieran a acerca de la autogestión (habilidad óptima para la productividad en diversos niveles; social, laboral y personal.), y pusieran una de sus herramientas en práctica inmediatamente. La lluvia de ideas.

El objetivo de la práctica de la lluvia de ideas, fue que los jóvenes identificaran un problema propio de su comunidad e idearan en conjunto la mejor manera para intervenirlo. Acto seguido se dio paso a la toma de decisiones y la elaboración de proyectos. El resultado fue significativo.



**Fotografía 5.** Lluvia de ideas

El 15 de junio entregaron un documento denominado “Plan de Manejo de Residuos Sólidos”. Mismo que ya habían puesto en marcha con la etapa de socialización e implementación de una jornada de aseo el día sábado 10 de junio y que quedó registrado en fotografías. A continuación, se adjuntan dos de ellas:



**Fotografía 6.** *Plan de recolección de basuras en acción*

El Plan de Manejo de Residuos Sólidos en Piñal Salado se encuentra en el apartado de Anexos.

#### 9.4 Evidencias del cumplimiento de la estrategia

En este [hipervínculo](#) se encuentran las siguientes evidencias del cumplimiento de la estrategia:

- Cambios en los estatutos de Asojocofur respecto a las funciones del cargo de vicepresidente
- Acta de creación de los comités de la Asociación
- Evidencia fotográfica de la creación e instalación de los “Chismógrafos” para el uso veredal
- Asojocación (Discurso corporativo)
- Plan de negocio
- Perfil de Proyecto
- Plan de resolución de conflictos
- Plan de Manejo de Residuos Sólidos (PMRS) para la vereda Piñal Salado
- Isologo diseñado colaborativamente

Así mismo, se adjuntan como evidencias los talleres formativos desarrollados con la comunidad.

#### **9.4.1 Plan de Comunicaciones: Asojocomunicación emancipada**

Fruto de los aprendizajes y experiencias a través de la estrategia ¡Asojcofur se activa!, los miembros de la Junta Directiva apuestan por el desarrollo de un nuevo plan comunicacional, para ejecutarlo de manera autónoma, usando las herramientas diseñadas a lo largo de la intervención comunicacional.

De esta manera y tras analizar la nueva propuesta, desarrollaron la matriz de Plan de comunicaciones denominada: Asojocomunicación emancipada. A continuación se presenta la matriz de estructuración de esta propuesta.

<b>Tabla 47. Plan de comunicaciones: Asojocomunicación emancipada.</b>						
Nombre del Plan Comunicacional		<b>Asojocomunicación emancipada</b>				
		<b>Plan de articulación comunicacional</b>				
<b>Intervenciones</b>		<b>Política y Organizativa</b>			<b>Política y Socio Cultural</b>	
<b>Actividades comunicativas</b>		<b>Articulación desde la experiencia inicial para la construcción de nuevas estrategias socio comunicacionales</b>		<b>Sostenimiento y mantenimiento de los planes de intervención en el territorio</b>	<b>Lineamientos para la resolución de conflictos de manera asertiva</b>	<b>Consecución concertada de tiempos y espacios de intercambio social</b>
<b>Dominios de intervención comunicacional</b>	<b>Objetivo</b>	Fortalecer los vínculos entre los socios de ASOJOCOFUR	Fortalecer los vínculos entre la ASOJOCOFUR y la comunidad	Realizar actividades que repercutan positivamente en la vereda Piñal Salado	Establecer mecanismos para que los socios de ASOJOCOFUR construyan desde el dialogo.	Generar espacios de interacción para que los socios de la organización desarrollen actividades lúdicas, deportivas y culturales.
	<b>Nivel de entorno administrativo</b>	Diálogos que permitan el ajuste y retroalimentación de las responsabilidades, roles, cumplimiento y valores corporativos y personales de los integrantes de la Asociación.	Diálogos que permitan el ajuste y retroalimentación de las responsabilidades, roles, cumplimiento y valores corporativos de los integrantes de la Asociación con la comunidad de Piñal Salado	Concertación con la comunidad a través de los comités de la Asociación para la identificación de situaciones que requieren de intervención y mejora	Formulación de un documento para orientar respecto a la solución de conflictos de manera oportuna y efectiva	Concertación con la comunidad a través de los comités de la Asociación para la planeación de actividades que permitan la integración deportiva, lúdica y recreativa
	<b>Nivel de entorno socio político</b>	Fortalecimiento continuo de los contextos socio políticos establecidos en los	Fortalecimiento continuo de los contextos socio políticos articulados con los	Inclusión de las políticas de la Junta Veredal para la transformación del territorio de	Ampliación de lineamientos resolutivos de conflictos hacia los actores armados al	Inclusión de las políticas culturales de la vereda para mantener viva la tradición

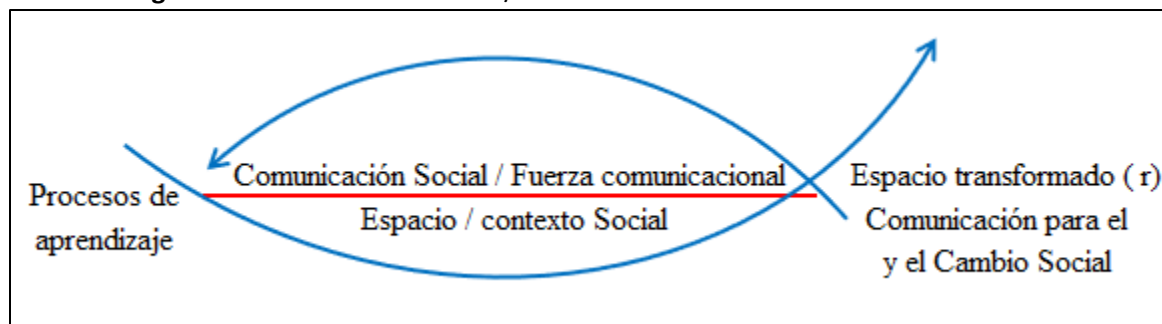


	estatutos de la Asociación	lineamientos de la Junta Veredal	manera articulada	margen de la Ley	socio cultural del territorio
<b>Nivel de la entrega de servicios</b>			Formulación de un proyecto enfocado en la buena recolección y manejo de basuras en Piñal Salado	Producción de un manual de negociación y resolución de conflictos para la Asociación	Creación de un cronograma
<b>Nivel de conductas individuales y normas sociales de la comunidad</b>	Mantener un ambiente laboral afable que disminuya los conflictos	Mantener un ambiente comunitario positivo que disminuya conflictos y tensiones			
<b>Articulación comunicacional</b>	Psicológicas organizacionales		Sociológicas organizacionales		Culturales étnicas

## 9.5 Aprendizajes

Inspirados en Huergo (2020), la clave para expresar las lecciones aprendidas durante el desarrollo de nuestra estrategia comunicacional, partió de un desafío: pensarnos no como docentes sino como comunicadores.

**Imagen 14.** Modelo de educación/comunicación



Elaboración propia.

A continuación, se presentan las lecciones aprendidas de acuerdo a las etapas en las que se desarrolló la estrategia comunicacional ¡ASOJOCOFUR se activa! a través del plan de comunicaciones Semana de integración comunicacional en ASOJOCOFUR: Asojocomunicación en Piñal Salado

### **9.5.1 *Aprendizajes de la etapa 1, correspondiente al diagnóstico.***

Desde el inicio se debe tener conocimiento de la metodología a implementar y ser cauteloso con su ejecución: El proyecto no tuvo un inicio riguroso debido a un vacío teórico propio del contenido programático de los dos primeros semestres de la maestría. Se inició a comienzos del tercer semestre, aprovechando la estadía circunstancial de uno de los gestores y la voluntad de un grupo de jóvenes que quiso ser partícipe. Por esta razón se tuvo que formular en tres ocasiones diferentes, la manera en que se iba a intervenir la Asociación para ajustarlo a la herramienta de la matriz de Marco Lógico, vista en Monitoreo y Evaluación, seminario del tercer semestre. Hasta este punto se instrumentalizó la comunicación, enmarcada netamente en aspectos comerciales. Aunque siempre se realizó la planeación en colaboración con los miembros de la Asociación, en otras circunstancias esto pudo llevar a la suspensión o cancelación definitiva del proyecto por parte de la comunidad.

La selección y participación de expertos en las actividades de formación no garantizan el éxito: Se debe contemplar factores que van más allá de las personas que dictarán las capacitaciones, uno en específico es el nivel de aprendizaje base que tengan los miembros de la comunidad beneficiaria del proyecto. En este sentido, se propone hacer un diagnóstico individual para no homogenizar los procesos y actividades de fortalecimiento de conocimientos.

La organización social como elemento de cambio positivo: Se conoció de primera mano una iniciativa asociativa surgida de un grupo de jóvenes que ven en su Empresa Sin Ánimo de Lucro ASOJOCOFUR, una alternativa para mejorar las condiciones de vida de su comunidad.

### **9.5.2 *Aprendizajes de la etapa 2, correspondiente al Trabajo mancomunado a distancia***

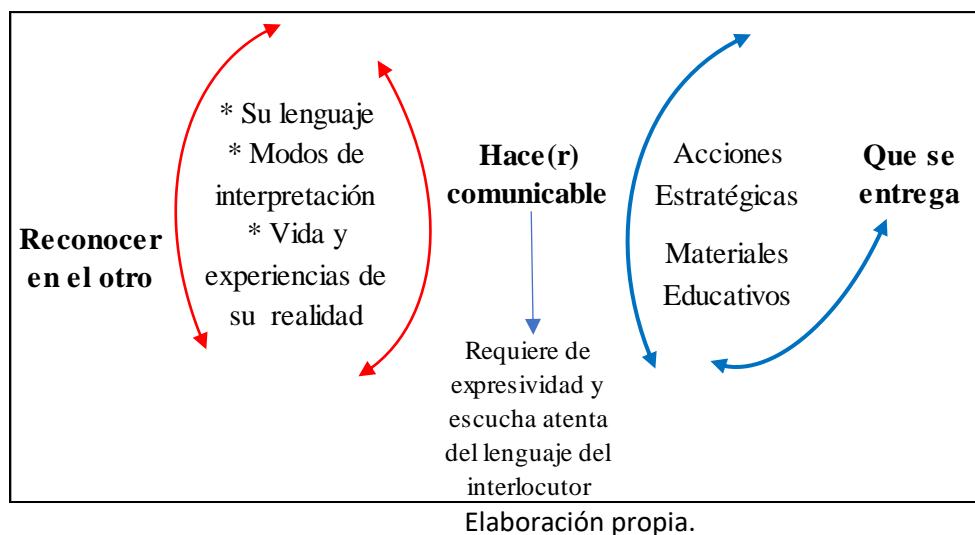
Pese a que hay factores previsibles, existen otros que van más allá del control de los gestores sociales. Uno de estos es el grado de frustración de las comunidades que se han visto abandonadas por el estado y cosificadas por los actores que llegan con regularidad a intervenir sus territorios sin contemplar su contexto comunicacional: La falta de una comunicación constante entre el gestor y la

Asociación debido a la deficiente infraestructura de telecomunicaciones en la vereda significó un problema de mayor impacto de lo previsto en el desarrollo del proyecto, tanto que repercutió en la confianza de los jóvenes hacia el gestor y causó poco interés en la ejecución de las actividades asignadas.

Es importante contrastar las voluntades de ser y de incidir (Uranga, 2018) de los actores o sujetos sociales que participan en el desarrollo de una estrategia comunicacional. Todo pasa por la condición volitiva de las personas. Más allá de un sesgo socio cultural, la fuerza de voluntad se convierte en un factor decisivo para la puesta en marcha, ejecución y sostenimiento de cualquier actividad (no solo académica) en el devenir cotidiano. En este sentido, el aprendizaje respecto a motivar y animar a las personas se convirtió en lecciones para los gestores, quienes se vieron avocados a descubrir acciones motivacionales y de compromiso a través del dialogo como vía principal, para motivar reflexiones en torno al cumplimiento y compromiso, ya que la voluntad de cambio se encuentra atada intrínsecamente al deseo de transformación personal.

### 9.5.3 Aprendizajes de la etapa 3, correspondiente a la ejecución de la estrategia en Piñal Salado

**Imagen 15.** Producción de materiales comunicacionales



La comunicación-educación como elemento emancipador: Una vez se logra el diagnóstico comunicacional de la comunidad se pueden plantear participativamente una serie de alternativas para crear y/o fortalecer procesos, herramientas de autogestión y producción de saberes enmarcados en acciones estratégicas y materiales educativos adecuados para la continuidad de los procesos de intervención. De esta manera irá disminuyendo su dependencia a los actores externos que acudan a su territorio para intervenir, mientras que su capacidad para elaborar sus proyectos podrá aumentar, buscando ellos mismos aliarse estratégicamente con el actor que se ajuste a sus necesidades.

Rescatar la importancia del trabajo en territorio: la realidad del campo de trabajo marcó un punto de inflexión para el desarrollo de la intervención. Uno de los gestores vivió la experiencia de trabajar inicialmente a distancia con los miembros de la Junta Directiva, avanzando en la elaboración de argumentos y productos comunicacionales, los cuáles se vieron sometidos a un reajuste operacional y desde el abordaje comunicacional en el momento de interactuar físicamente con los factores humanos, climáticos y socio cultural de Tumaco y Piñal Salado.

Precisamente fue este reconocimiento de factores lo permitió ampliar el enfoque de la intervención, ya que retomando a Huergo (2020) la intervención desde la comunicación/educación es un viaje. Los encuentros con los espacios y la organización se deben entender como una vivencia, siendo esto precisamente esta referencia un aprendizaje para el comunicador social, quien debe disponer de los medios necesarios para introducirse en el territorio, si en verdad desea intervenir de manera real y positiva, construyendo una experiencia que deje huella.

Es importante enfatizar en el cumplimiento riguroso de los cronogramas de trabajo y en los plazos establecidos para la entrega de las tareas asignadas: Esto aplica tanto para la comunidad como para los gestores, porque la credibilidad de ambas partes se ve afectada por el incumplimiento.

Cuando se gestiona un proyecto, los facilitadores de procesos de gestión desde la comunicación no son quienes plantean el problema a intervenir, tampoco son los que dan las soluciones. Esta

información proviene de un trabajo concienzudo hecho de la mano con la comunidad. Serán los gestores quienes deban escoger con rigor las herramientas metodológicas adecuadas para la recopilación de la información, pero es la comunidad, conocedora del territorio y dueña de sus propias narrativas, la que sabe acerca de sus necesidades. “La historia nos demuestra la existencia de saberes que, asociados a determinados poderes y relacionados con las prácticas sociales predominantes en una época histórica guían la acción de las personas, los grupos y las comunidades” (Uranga, W., 2014. P 5.). En el territorio los gestores están para colaborar, construyendo procesos colectivamente, no para gerenciar ni para administrar de manera paternalista.

Frente a todo el proceso que se llevó a cabo con ASOJOCOFUR, puntualmente en la segunda etapa de trabajo, se evidenció que la comunidad no autogestiona y no continua los procesos mientras que no haya una persona u organización acompañando y/o monitoreando. Es importante que esta comunidad, como cualquier otra del consejo comunitario Rescate Las Varas, desarrolle habilidades de autogestión que propicien la formulación y ejecución de sus proyectos comunitarios.

Por esto se hizo necesario dictar capacitaciones enfocadas en el fortalecimiento de habilidades de autogestión y el aprendizaje de herramientas para la autogestión.

Otro aprendizaje es el aporte de la comunicación en este tipo de proyectos productivos y de gestión socio administrativa. La adhesión comunicacional en los lineamientos de producción, acción y empresa, permiten descubrir desde otra mirada, vacíos, falencias, retos y oportunidades de cambio y mejora desde lo interdisciplinar, lo cual redundará en observaciones, pasos a seguir, sugerencias, planteamientos y líneas de acción, que, desde la comunicación, permiten enfrentar retos de gestión de una manera diversa y eficaz.

Respecto a los procesos de asimilación de la negritud como característica más allá de lo racial, la participación de miradas que permitan no su tergiversación, sino la comprensión de los procesos históricos y sociales que a través del tiempo han forjado la identidad negra a partir del reconocimiento

de la negritud como cultura propia, encuentran en voces como la de Eduardo Restrepo y su obra sobre las políticas de alteridad: Etnización de “comunidad negra” en el Pacífico Sur colombiano, un espacio relevante para la reflexión, luego de la experiencia de haber convivido y trabajado de manera conjunta en tierra tumaqueña.

La Etnización de las comunidades negras del Pacífico colombiano, ha sido un constante devenir de actores sociales, políticos y culturales, de puntos de vista sobre la naturalidad de la apropiación cultural a partir de rasgos particulares e individuales, que a lo largo del tiempo han permitido concebir dicha Etnización como construcción de un grupo étnico. En este caso, el grupo étnico tumaqueño.

Cuando se convive en contextos culturales ajenos al propio (vivir en la capital, ser blanco, etc..) e introducirse en contextos contrarios como el tumaqueño y el de la vereda de Piñal Salado, los contrastes de aprendizaje son extremos. Obedecen particularmente a los funcionamientos sociales erigidos a partir del territorio. Por ello, la presencia de una cultura altamente machista y patriarcal, fue uno de los aspectos más notorios durante la visita a Tumaco.

Durante las reuniones, talleres y diversas actividades realizadas en el marco del plan comunicacional, la voz de la mujer negra piñalense se hizo sentir constantemente. Sus debates altisonantes a la hora de establecer responsabilidades, ganancias y méritos, fue notoria. Percibimos el surgimiento lento pero constante, de un movimiento que busca dentro de esa etnicidad romper con líneas culturales tradicionales, ampliando de esta manera en espectro de su Etnización, al recurrir a modelos de transición no solo de género, sino de cultura y espacio de participación política.

Coincide esta reflexión con lo expuesto por Restrepo (2002) al señalar que “dicha Etnización ha sido sin duda posible por una serie de mediaciones y en el contexto de la consolidación de lo étnico como sujeto de derecho y organizativo emergente en el imaginario político nacional”. (p. 51)

Respecto a la Equidad de Género, la violencia de la que son blanco las niñas y mujeres desafortunadamente es habitual y sucede en todas las partes del planeta. Para la Oficina de las Naciones Unidas “Este tipo de violencia tiene graves consecuencias físicas, económicas y psicológicas sobre las mujeres y las niñas, tanto a corto como a largo plazo, al impedirles participar plenamente y en pie de igualdad en la sociedad” (ONU mujeres, s.f.).

Lamentablemente Colombia no es la excepción. Es conocido por gran parte de la sociedad que las mujeres en nuestro país, principalmente quienes viven en la ruralidad, por décadas han sido víctimas de violencia de todo tipo. Sobre todo, en zonas donde el conflicto armado se enquistó, por ejemplo, San Andrés de Tumaco. Así lo menciona Humanas Colombia - centro regional de derechos humanos y justicia de género, en su libro de 2018 titulado “Violencia sexual contra mujeres de Tumaco. Documentación y reflexión sobre los daños en mujeres racializadas:

La violencia contra las mujeres tiende a agudizarse en territorios militarizados y con presencia constante de actores armados, legales e ilegales. En las dinámicas de confrontación armada por el control económico, político y social, propias de los grupos armados, se ha gestado la violencia sexual y otras violencias basadas en género como una forma de guerra contra las mujeres, en la que sus cuerpos y subjetividades se convierten en un territorio en disputa, para alcanzar sus objetivos militares y políticos. (p.33).

En resumen, este tipo de violencia basada en género hace referencia a “los actos dañinos dirigidos contra una persona o un grupo de personas en razón de su género. Tiene su origen en la desigualdad de género, el abuso de poder y la existencia de normas dañinas”. (ONU mujeres, s.f.).

Tratándose de una asociación campesina, de la que hacen parte en la Junta Directiva tres mujeres, sin mencionar aquellas que conforman su base social, se hizo importante sostener un encuentro dialogal durante la semana de la Asojocomunicación en mayo del 2023, en el que el tema a

tratar fuera la desigualdad y la inequidad de género. El resultado de este encuentro fue la creación conjunta del Decálogo para la Equidad de Género en ASOJOCOFUR. Este listado de diez reglas, sería socializado y ajustado con los socios durante el mes de junio.

Actualmente la APP delegó a la profesional en Equidad de Género, Dora Guerrero para la realización de encuentros de sensibilización y fortalecimiento con la Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro.

Respecto a los procesos asociativos, cuando se vive en condiciones de pobreza y de pobreza extrema, con pocas oportunidades de obtener un empleo formal y con poco acceso a las TIC, ASOJOCOFUR se convierte en el reflejo de lo que sucede con los jóvenes rurales de Colombia, y ¿por qué no? de varias regiones del mundo. Cabe mencionar que “se consideran rurales tanto a aquellos jóvenes residentes en el campo como a quienes residen en núcleos urbanizados de zonas predominantemente agrícolas, aunque sin que se especifique concretamente el umbral poblacional de los mismos” (Kessler, 2007).

La vida de estos jóvenes piñaleños ha transcurrido en un territorio golpeado por el conflicto armado, obligándolos a adaptarse a unas condiciones de vida diferentes en varios aspectos con relación a los jóvenes urbanos. Así lo menciona Méndez Gómez, Y. M., Chaparro Álvarez, A. D., & Castro Apraez, J. P. (2017).

Podríamos afirmar que los jóvenes, en este caso de las zonas afectadas por el conflicto y el olvido estatal poseen cualidades que otras partes de la sociedad no poseen inherentemente, los lleva a formar parte de movimientos en pro del cambio para la protección de los territorios y sus derechos innatos como la salud, la educación o un trabajo digno, búsqueda de la paz y cuidado del medio ambiente. (p.22)

El éxito en la réplica de casos exitosos no se garantiza debido a que no existen dos casos iguales. Las realidades comunicacionales de sus integrantes definen la identidad de cada organización y el



desarrollo del proyecto. Sin embargo, estos casos exitosos ayudan a trazar una hoja de ruta esperanzadora que sirve como ejemplo a Asociaciones u organizaciones nacies que encuentran en su ejemplo, el camino a seguir.

Uno de estos casos de éxito es el de la Asociación de Jóvenes Rurales de Paz AsojovenesRGP. Esta organización está compuesta por jóvenes del corregimiento de Florencia, en Samaná, Caldas. Igualmente, por víctimas del conflicto armado, estudiantes y egresados del programa “Universidad en el campo”. Dicho programa “es un proyecto de educación superior en articulación con la educación media, orientado a jóvenes de la zona rural del departamento de Caldas, vinculados a colegios del sector oficial, pertenecientes a los estratos socioeconómicos más bajos” (U Manizales, 2018).

En la página web de AsojovenesRGP, la organización creada el 21 de febrero del 2017 manifiesta que ellos nacen de “varios procesos de transformación regional de la mano de la Fundación Apoyar y el programa desarrollo para la paz del magdalena centro (PDPMC)”.

Como este existen más asociaciones a nivel nacional e internacional que demuestran el potencial asociativo de los jóvenes y el valor en cada proceso de desarrollo social.

## **10 Aportes de la comunicación como campo disciplinar**

### **10.1 Propuesta de una comunicación intersticial como intervención en las dinámicas socio comunicacionales.**

Los diseños analíticos que abordan la realidad como su objeto de estudio a través de prácticas de enunciación (nutridas por las manifestaciones emocionales cotidianas), expresan como unidad de análisis una base comunicacional, proponiendo una comunicación con capacidad de trascendencia social.

Las prácticas sociales son un conjunto de acciones y movimientos producidos de manera continua, diaria y natural, por sujetos intrínsecos en colectivos sociales contruidos y acoplados desde la

asociatividad cultural, los cuales poseen un factor característico en sus relaciones participativas: un accionar comunicacional.

Se trata de la acción surgida a partir de la comunicación orientada hacia la ejecución y articulación de diversas producciones comunicativas (individuales y/o colectivas), que se engranan en una serie de dinámicas micro y macro socio comunicacionales, las cuales producen nuevos movimientos dentro de las prácticas sociales abordadas por los diseños de análisis iniciales.

En la importancia del trabajo interdisciplinario de la comunicación, es natural que reciba el apoyo de diversas disciplinas y el abrigo de varias ciencias. Tratar de desprenderla de su transversalidad natural, su comportamiento complementario y casi reduccionista con atención al detalle, en la manera de intervenir y aportar elementos para la búsqueda de soluciones a problemáticas sociales comunitarias, es un error. El verdadero reto sigue siendo convertirla en la columna vertebral de los procesos de investigación, intervención y cambio social, lo cual requiere de un continuo aporte epistemológico, una profunda reflexión sobre el territorio y especialmente, un deseo inmensurable de identificarse como un agente comunicacional de investigación.

Por ello la estrategia comunicacional ¡ASOJOCOFUR se activa!, busca aportar desde la orilla del inicio académico a la construcción del campo, una propuesta denominada, **comunicación intersticial como intervención para las dinámicas socio comunicacionales**. Esta noción es el resultado de la intervención estratégica a partir de la combinación metodológica elaborada para su desarrollo, la cual nos permitió evidenciar y comprender que la realidad comunicacional es dinámica y por lo tanto, implica pensar en el implemento de varios modelos metodológicos con sus herramientas de investigación, gestión y planeación.

Al no enmarcarse en una sola metodología y por ende pensar desde la comunicación, se puede llegar a la complementariedad entre ideas y necesidades propias del proyecto a realizar, siendo precisamente ese llenado de vacíos, la apuesta por mejorar las condiciones de vida de los actores

sociales, sumado a una intención de transformación del escenario socio cultural con una perspectiva de futuro distinta.

Desde la hermenéutica propuesta por Abraham Moles en su Teoría Informacional y de acuerdo a lo indicado por el Dr. José Luis Piñuel Raigada en sus Reflexiones de la Comunicación Mediada, Moles fue quien señaló por primera vez la posibilidad de vincular a la comunicación con una dinámica intersticial.

Sin embargo, la naturaleza de su postulado surgido desde los aspectos teóricos informativos y el enfoque de análisis del(os) mensaje(s) desde las ciencias humanas, lo aleja sistemáticamente de las nuevas formulaciones comunicacionales, ya que redundando en aportes de relevancia matemática para la comprensión funcional de los mensajes, no abordando la interpretación de los elementos circunstanciales propios de las dinámicas interpersonales dentro de la construcción del contexto socio comunicacional.

Por ello, el acercamiento desde nuestro aporte, resalta el esfuerzo de la comunicación por suplir espacios desde el valor comunicacional y personal, hacia la transformación de escenarios complejos de articulación social, con una actividad comunicacional viva, potente, con una alta capacidad para inducir el cambio social.

## **11      Presupuesto**

### **Tabla 48. Presupuesto**

<b>Tabla de presupuesto.</b> Síntesis de objetivos y actividades con presupuesto de la estrategia comunicacional ¡ASOJOCOFUR se activa!					
<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Actividades</b>	<b>Productos</b>	<b>Presupuesto</b>
Formular e implementar acciones estratégicas por parte de los integrantes de la Asociación de Jóvenes Construyendo el Futuro ASOJOCOFUR, que permitan su puesta en marcha de manera continua, productiva y sostenible en la vereda Piñal Salado.	<b>Objetivo 1.</b> Realizar capacitaciones a los miembros de la Asociación	<b>Resultado 1.</b> Capacitaciones realizadas a los miembros de la Asociación	<b>Actividad 1.</b> Construir conjuntamente en la playa del Morro los conceptos: trabajo en equipo, confianza y estrategia.	Partido de Fútbol Americano entre los miembros de la Junta directiva, el Fiscal y los gestores para poner en contexto los conceptos construidos conjuntamente: trabajo en equipo, confianza y estrategia.	\$ 120.000
			<b>Actividad 2.</b> Hacer un conversatorio en la sede - central de beneficio en adecuación (obra gris) teniendo como tema central La Identidad, tanto étnica como corporativa.	Creación conjunta de la misión, visión y objetivos de la Asociación.  Selección participativa de los colores corporativos con los socios de ASOJOCOFUR.  Elaboración en equipo, con aerosoles y una plantilla, del nombre de la Asociación en	\$ 88.000

<p align="center"><b>Tabla de presupuesto.</b>  Síntesis de objetivos y actividades con presupuesto de la estrategia comunicacional  ¡ASOJOCOFUR se activa!</p>					
<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Actividades</b>	<b>Productos</b>	<b>Presupuesto</b>
				la fachada principal de la sede – central de beneficios.	
			<b>Actividad</b> <b>3.</b> Realización de dos capacitaciones en perfil de proyecto y plan de negocio impartidos de manera presencial por la ingeniera agrónoma, especialista en educación ambiental y MBA, Alexandra Forero Dimate.	Elaboración del Perfil de Proyecto y Plan de Negocio de ASOJOCOFUR	\$ 236.000

<b>Tabla de presupuesto.</b> Síntesis de objetivos y actividades con presupuesto de la estrategia comunicacional ¡ASOJOCOFUR se activa!					
<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Actividades</b>	<b>Productos</b>	<b>Presupuesto</b>
	<b>Objetivo 2.</b> Diseñar en conjunto con la Asociación un plan de procesos comunicacionales de la organización	<b>Resultado 2.</b> Diseño conjunto con la Asociación de un plan de procesos comunicacionales de la organización	<b>Actividad 4.</b> Realizar un taller de identificación y fortalecimiento de habilidades blandas (puntualidad, inteligencias múltiple, inteligencia emocional, negociación, escucha asertiva y resolución de conflicto) encaminado a solucionar una tensión entre dos miembros de la Junta Directiva, hecho diagnosticado por los gestores.	Intervención por parte de los miembros de la junta directiva a un conflicto interno entre miembros de la Asociación.  Ajustes en el apartado de resolución de conflictos en los estatutos de la organización, acorde a la realidad comunicacional de los miembros de la Asociación.	\$ 153.000
			<b>Actividad 5.</b> Efectuar un intercambio de saberes en el mentidero de Piñal Salado y la escuela, entre el presidente de la Asociación, la junta directiva, los socios y los	Elaboración de una carta para sí mismos, su líder interior	\$ 0

<p align="center"><b>Tabla de presupuesto.</b>            Síntesis de objetivos y actividades con presupuesto de la estrategia comunicacional            ¡ASOJOCOFUR se activa!</p>					
<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Actividades</b>	<b>Productos</b>	<b>Presupuesto</b>
			gestores acerca de las habilidades y características del líder		
			<p><b>Actividad 6.</b>            Efectuar un taller teórico-práctico de herramientas de autogestión: toma de decisiones, lluvia de ideas y elaboración de proyectos.</p> <p>Seleccionar democráticamente un problema actual de la vereda para ser intervenido por los miembros de ASOJOCOFUR mediante las herramientas de autogestión</p>	Elaboración de un proyecto de autogestión planteado por la junta directiva y los socios de la organización.	\$ -

<b>Tabla de presupuesto.</b> Síntesis de objetivos y actividades con presupuesto de la estrategia comunicacional ¡ASOJOCOFUR se activa!					
<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Actividades</b>	<b>Productos</b>	<b>Presupuesto</b>
			<b>Actividad 7.</b> Desarrollar un taller de políticas organizacionales con enfoques de género dictado por personal de la mesa técnica de la Alianza Público Privada	Creación de un decálogo con normativas para la equidad de género	\$ 60.000
			<b>Actividad 8.</b> Entablar diálogos acerca de la comunicación como un proceso social	Creación de dos “Chismógrafos” para pegar carteles e información para la comunidad.	\$ 200.000
	<b>Objetivo 3.</b> Llevar a cabo la contextualización cultural a los actores externos que lleguen a intervenir en el territorio	<b>Resultado 3.</b> Contextualización cultural a los actores externos que lleguen a intervenir en el territorio	<b>Actividad 9.</b> Hacer un conversatorio en la sede - central de beneficios en adecuación (obra gris) teniendo como tema central La Identidad, tanto étnica como corporativa.	Creación de una canción en la que se relacione sus lazos étnicos, su historia, su objetivo social y su cultivo ancestral, el cacao (Himno de ASOJOCOFUR)	\$ -



<b>Tabla de presupuesto.</b> Síntesis de objetivos y actividades con presupuesto de la estrategia comunicacional ¡ASOJOCOFUR se activa!					
<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Actividades</b>	<b>Productos</b>	<b>Presupuesto</b>
			<b>Actividad 10.</b> Identificación de necesidades de la Asociación y de la vereda a través de un conversatorio	Creación de comités que permitan articular mejor su trabajo con y para la comunidad	\$ 24.000
	<b>Objetivo 4.</b> Realizar jornadas de socialización respecto al rol de la Asociación dentro de la comunidad de Piñal Salado	<b>Resultado 4.</b> Realización de jornadas de socialización respecto al rol de la Asociación dentro de la comunidad de Piñal Salado	<b>Actividad 11.</b> Propiciar en los integrantes de la Asociación su papel como actores que repliquen con la comunidad los conocimientos, destrezas y habilidades adquiridos durante las jornadas de capacitación	Desarrollar de 5 sesiones de trabajo donde se aborden 2 talleres por encuentro que permitan compartir los conocimientos ya adquiridos durante las capacitaciones, entre los miembros de la junta directiva, los socios y vecinos de Piñal Salado.	\$ 1.060.000

## 12 Referencias

Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz Estable y duradera [Presidencia de la República]

[https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Fotos2016/12.11\\_1.2016nuevoacuerdofinal.pdf](https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Fotos2016/12.11_1.2016nuevoacuerdofinal.pdf)

Alfaro, R. (1990). Alfaro, R. M. (1990). ¿Participación para qué? Un enfoque político de la participación en comunicación popular. <https://felafacs.org/dialogos/pdf22/alfaro.pdf>

AsojovenesRGP (2023). Página web de información general. <https://asojovenesrgp.org/quienes-somos/>

Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación.

[https://www.infoamerica.org/teoria\\_textos/lrb\\_com\\_desarrollo.pdf](https://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf)

Cadavid, A. (2011). Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. Pontificia Javeriana. [https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/comunicacion\\_desarrollo\\_cambio\\_social2.pdf](https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/comunicacion_desarrollo_cambio_social2.pdf)

Cámara de Comercio de Tumaco, 2023. <https://www.cctumaco.org/>

Canales, F, Alvarado, E, Pineda, E. (2018). Metodología de la Investigación (2ª edición). Organización Panamericana de la Salud, 1994.

[https://www.pluralismoyconvivencia.es/upload/19/71/guia\\_elaboracion\\_proyectos\\_c.pdf](https://www.pluralismoyconvivencia.es/upload/19/71/guia_elaboracion_proyectos_c.pdf)

de%20Salud.pdf Recuperado 22 de enero de 2018 Canales 2000-1994 Uranga 2002

Ceraso, C. (2008). Sembrando mi Tierra de Futuro. Comunicación, planificación y gestión para el desarrollo local. Ediciones de la Unidad de Prácticas y Producción de Conocimiento de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP) <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/planideportiva/wp-content/uploads/sites/10/2020/03/Manual-Sembrando-mi-tierra-de-futuro.pdf>

Confecámaras. (2023). <https://rnt.confecamaras.co/home>

Constitución Política de Colombia (1991). Título II, Capítulo I.

<https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>

Clifford, G. (1992). Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura.

<http://www.fdocto.com.ar/wp-content/uploads/2013/03/u1-Geertz-Clifford-descripcion-densa.pdf>

Dabas, Elina. (2006). Viviendo redes. Experiencias y estrategias para el fortalecimiento de la trama social. Ediciones Ciccus, Buenos Aires, 2006, ISBN 987-9355-30-X, pág. 31.

<https://repositorio.unal.edu.co>

Departamento Administrativo de la Función Pública. (2023).

<https://www.funcionpublica.gov.co/>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. 202. Censo nacional de población y vivienda (CNPV) 2018. <https://www.dane.gov.co/>

Diócesis de Tumaco, 2023. <https://diocesisdetumaco.com.co/>

El Nuevo Siglo (2017, noviembre 25). Un modelo etnoeducativo en Nariño. El cacao por la coca en la periferia de Tumaco. El Nuevo Siglo. <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/11-2017-el-cacao-por-la-coca-en-la-periferia-de-tumaco>

Fundación Microfinanzas BBVA. (2023). Historias de cacao 2017.

<https://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/?s=CACAO>

Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. Signo y pensamiento, 30(58), 26-39. Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. Pontificia Javeriana.

[https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/comunicacion\\_desarrollo\\_cambio\\_social2.pdf](https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/comunicacion_desarrollo_cambio_social2.pdf)

Gutiérrez. Sebastián, Martínez. Adriana, Mora. Carlos, Rendón. Jaime, Vergara. Carlos (2023).

San Andrés de Tumaco (Nariño): diagnóstico socioeconómico y de producción agropecuaria (2010-2019). Ediciones Unisalle. <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=ceir-narino>

Herrera, K. (2014). El giro crítico: bases de la transformación del pensamiento comunicacional de Luis Ramiro Beltrán. <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/med/article/view/537>

Humanas Colombia, (2018). Violencia sexual contra mujeres de Tumaco. Documentación y reflexión sobre los daños en mujeres racializadas. [https://humanas.org.co/pazconmujeres/wp-content/uploads/2021/04/8.ar\\_65472\\_q\\_TUMACOinforme.pdf](https://humanas.org.co/pazconmujeres/wp-content/uploads/2021/04/8.ar_65472_q_TUMACOinforme.pdf)

Infobae. (2022, agosto 22). Estado de las vías terciarias le resta competitividad al campo, según el presidente de la SAC, Jorge Enrique Bedoya. Infobae. <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/08/23/estado-de-las-vias-terciarias-le-resta-competitividad-al-campo-segun-el-presidente-de-la-sac-jorge-enrique-bedoya/#:~:text=Al%20rededor%20del%2069%2C5,una%20importante%20producci%C3%B3n%20del%20agro.>

Kessler, G. (2007). Juventud rural en América Latina. Panorama de las investigaciones actuales. En Bruniard, Rogelio, Educación, desarrollo rural y juventud. La educación de los jóvenes de provincias del NEA y NOA en Argentina, IIPE/Unesco, Buenos Aires.

Ley 1876 de 2017. Por medio de la cual se crea el sistema nacional de Innovación agropecuaria y se dictan otras disposiciones. Diciembre 29 de 2017. <https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Leyes/Ley%20No%201876%20de%202017.pdf>

Martín-Barbero, J., Berkin, S. C. (2017). Ver con los otros: comunicación intercultural. Fondo de Cultura económica. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RtNSDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=martin+barbero+Pensar+los+procesos+de+comunicaci%C3%B3n+desde+ah%C3%AD,+desde+la+cultura,+significa+dejar+de+pensarlos+desde+las+disciplinas+y+&ots=hc3i5JnZqG&sig=hTbq6vdsowIAHoVyoPyC6-18zmg#v=onepage&q=martin%20barbero%20Pensar%20los%20procesos%20de%20comunicaci%C3%B3>

n%20desde%20ah%C3%AD%20desde%20la%20cultura%20significa%20dejar%20de%20pensarl  
os%20desde%20las%20disciplinas%20y&f=false

Massoni, S. (2007). Modelo de comunicación estratégica.

[http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1150/1/Massoni-  
%20Comunicaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica.pdf](http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1150/1/Massoni-%20Comunicaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica.pdf)

Mata, M. (1985). Nociones para pensar la comunicación.

<http://www.agro.unc.edu.ar/~extrural/Mata.pdf>

Méndez. G, Chaparro. A, Castro. J. (2017). Participación juvenil en los procesos asociativos dentro de las zonas de reserva campesina.

[https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1195&context=finanzas\\_comercio](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1195&context=finanzas_comercio)

Ministerio de Justicia. (2023). <https://www.minjusticia.gov.co/>

Naciones Unidas, (2023). <https://www.un.org/es/>

ONU Mujeres, (2023). [https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-  
women/faqs/types-of-  
violence#:~:text=La%20violencia%20de%20g%C3%A9nero%20se,la%20existencia%20de%20normas%20da%C3%B1inas](https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/faqs/types-of-violence#:~:text=La%20violencia%20de%20g%C3%A9nero%20se,la%20existencia%20de%20normas%20da%C3%B1inas)

Ortegón. E, Pacheco. F, Prieto. A. (2015). Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. CEPAL.

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf)

Portafolio. (2021, marzo 22). Cacao del bosque de Tumaco sale rumbo a Europa. Portafolio. <https://www.portafolio.co/negocios/cacao-del-bosque-de-tumaco-sale-rumbo-a-europa-550290>

Programa de Gobierno. (2019) “Enamórate de Tumaco 2.020 – 2.023” [Alcaldía de Tumaco] Julio 27 de 2019.

[https://sanandresdetumaconarino.micolombiadigital.gov.co/sites/sanandresdetumaconarino/content/files/000368/18389\\_programa-de-gobierno--20202023\\_2.pdf](https://sanandresdetumaconarino.micolombiadigital.gov.co/sites/sanandresdetumaconarino/content/files/000368/18389_programa-de-gobierno--20202023_2.pdf)

Restrepo, E. (2002). Políticas de la alteridad: Etnización de "comunidad negra" en el Pacífico sur colombiano. *Journal of Latin American Anthropology*, 7(2), 34-58.

<https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1525/jlca.2002.7.2.34>

Rocha, C. (2011). *Comunicación, Desarrollo y Cambio Social*. Pontificia Javeriana.

[https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/comunicacion\\_desarrollo\\_cambio\\_social2.pdf](https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/comunicacion_desarrollo_cambio_social2.pdf)

Rodríguez, C. (2011). *Comunicación, Desarrollo y Cambio Social*. Pontificia Javeriana.

[https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/comunicacion\\_desarrollo\\_cambio\\_social2.pdf](https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/comunicacion_desarrollo_cambio_social2.pdf)

Universidad de La Salle (2020). *Ciencia Unisalle. Colecciones Unisalle*.

<https://ciencia.lasalle.edu.co/>

Universidad de Manizales (2018). *Universidad en el campo*.

<https://universidadenelcampo.umanizales.edu.co/presentacion/>

Uranga, W. (2007). *Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales*.

<http://www.comunicacion4.com.ar/archivos/URANGA-MirarDesdeLaComunicacion.pdf>

Uranga, W. (2011). *Para pensar las estrategias en la planificación desde la comunicación*.

[https://periodismo.undav.edu.ar/asignatura\\_cc/csb06\\_diseno\\_y\\_gestion\\_de\\_politicas\\_en\\_comunicacion\\_social/material/uranga4.pdf](https://periodismo.undav.edu.ar/asignatura_cc/csb06_diseno_y_gestion_de_politicas_en_comunicacion_social/material/uranga4.pdf)

Uranga, W. (2012). *Perspectiva comunicacional*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/77808>

Uranga, W. (2014). *Conocer, transformar, comunicar: Para incidir*.

[https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/8330/406007\\_conocer,\\_transformar\\_y\\_comunicar%20wuranga.pdf?sequence=3](https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/8330/406007_conocer,_transformar_y_comunicar%20wuranga.pdf?sequence=3)

Uranga, W. (2016). Conocer, transformar, comunicar. Editora Patria Grande.

[http://taoppcomunicacion.weebly.com/uploads/6/9/3/8/6938815/uranga\\_conocer-transformar-comunicar-15-26.pdf](http://taoppcomunicacion.weebly.com/uploads/6/9/3/8/6938815/uranga_conocer-transformar-comunicar-15-26.pdf)

Uranga, W. (2018). La comunicación es acción.

[http://www.washingtonuranga.com.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=16:propios-22&catid=8:textos-propios&Itemid=107#:~:text=Contacto-,La%20comunicaci%C3%B3n%20es%20acci%C3%B3n%3A%20comunicar%20desde%20y%20en%20las%20opr%C3%A1cticas,y%20llanamente%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n.](http://www.washingtonuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=16:propios-22&catid=8:textos-propios&Itemid=107#:~:text=Contacto-,La%20comunicaci%C3%B3n%20es%20acci%C3%B3n%3A%20comunicar%20desde%20y%20en%20las%20opr%C3%A1cticas,y%20llanamente%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n.)

Uranga, W, Vargas, T, (coordinadores). (2020). Algranati, S, Appella, G, Bruno, D, Huarte, C, Iglesias, M, Iotti, A, Pagola, C, Zapata, N. Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales (cátedra I). Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP planificación y gestión de procesos comunicacionales. <https://perio.unlp.edu.ar/la-facultad/ediciones-de-periodismo-y-comunicacion/planificacion-y-gestion-de-procesos-comunicacionales/>

Verón, E. (1998). La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad. Editorial Gedisa. <https://www.felsemiotica.com/descargas/la-semiosis-social-fragmentos-de-una-teoria-de-la-discursividad-veron-pdf.pdf>

## Anexos

## Anexo 1

Formato de encuesta diligenciado por un integrante del a Junta Directiva de ASOJOCOFUR

FECHA	26-04-22	LUGAR	Piñal Salado	DEPARTAMENTO	Nariño	MUNICIPIO	Tumaco	VEREDA	Piñal Salado
NOMBRE	Segundo Marino Torres	No. DOCUMENTO	1.004.606.611	TELÉFONO DE CONTACTO	3107948132				
ESTADO CIVIL	Soltero	HIJOS	No	EDAD(ES)	22				

A. Marque con una X su respuesta

A1. Nivel educativo	Primaria	Secundaria	Técnico <input checked="" type="checkbox"/>	Tecnólogo	Profesional	¿En dónde?	Sena
---------------------	----------	------------	---	-----------	-------------	------------	------

A.2. De tener estudios técnicos y/o profesionales ¿En qué área?	Técnico en Palma de aceite	A.3. ¿Cuál fue el tiempo de duración de sus estudios técnicos?	1 Año	A.4. Nombre de la institución educativa	Institucion educativa Tenica Agro industria San Luis Robles
---	----------------------------	--	-------	---	---

A.5. ¿Ha laborado formalmente en los años 2020 y/o 2021?	2020— 2021— NO <input checked="" type="checkbox"/>	A.6. ¿Con qué empresa?		A.7. ¿Por cuánto tiempo y en qué año(s)?	
A.8. ¿Ha laborado formalmente desempeñando labores relacionadas con sus estudios técnicos?	No	A.9. ¿Con qué empresa?		A.10. ¿Por cuánto tiempo y en qué año(s)?	
A.11. ¿Ha laborado informalmente desempeñando labores relacionadas a sus estudios técnicos?	No	A.12. ¿De qué manera?		A.13. ¿Por cuánto tiempo y en qué año(s)?	

A.14. ¿A cuánto ascienden sus ingresos económicos durante los tres (3) meses anteriores?	3.000.000	A.15. ¿A cuánto ascienden sus gastos mensuales?	700.000
--	-----------	---	---------

Las siguientes dos (2) preguntas se realizan con conocimiento previo del interés de algunos de los participantes de esta encuesta por desarrollar un proyecto productivo.

B.1. ¿Le gustaría iniciar procesos productivos enfocados en producción agrícola? <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	B.2. ¿Con qué cultivo? Plátano_ Yuca_ Coco_ Cacao_ Limón_ Arroz_ B.2.1. ¿Por qué?
---	---

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN, DESARROLLO Y CAMBIO SOCIAL  
UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS

## Anexo 2.

Formato de encuesta diligenciado.

B.3. Sabe usted qué fundaciones, organizaciones y/o asociaciones están presentes en la vereda y cuál es su objetivo? <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Cuál?	A Fromaveira Corpeteva Cortevas	B.4. ¿Tiene conocimientos acerca de procesos de asociatividad? <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Le gustaría aprender acerca de procesos de asociatividad? <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
--	---------------------------------------	--

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios; que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes (Art. 16 Ley 1341 de 2009).

Existen múltiples ejemplos de TIC como el teléfono, los celulares, la imprenta, el correo y las computadoras, pero, sin duda, el que ha causado más impacto en el desarrollo de las sociedades es el internet

C.1. Teniendo en cuenta lo anterior ¿tiene usted acceso a las TICs en su vereda? De ser así describa como accede.	Sí Pero es complicado el internet
---	-----------------------------------

C.2. ¿Tiene teléfono celular? <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	C.2.1. De tenerlo ¿Es un teléfono inteligente? <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	C.2.2. ¿Se conecta a internet por medio de este teléfono <input checked="" type="checkbox"/> o por computador...? <input type="checkbox"/>	C.3. ¿Se conecta a internet varias veces al día? <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	C.4. ¿Tiene perfil en redes sociales (Facebook, Instagram, otros) <input checked="" type="checkbox"/> c5. ¿Tiene computador en su vivienda? <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	C.6. ¿En su vereda hay lugares de conexión a internet? <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Cuál? <input checked="" type="checkbox"/> Si ven, yesi	C.7. ¿En la vereda hay cobertura de telefonía móvil constante <input checked="" type="checkbox"/> intermitente <input type="checkbox"/> mala <input type="checkbox"/> no hay cobertura <input type="checkbox"/>
--	---	--	---	--	---	---

D.1. ¿Cuándo se realizan conversatorios, reuniones veredales o comités del Consejo Comunitario es posible la participación democrática <input checked="" type="checkbox"/> o se acapara la participación por parte de líder(esa) que con vocó <input checked="" type="checkbox"/> líder(esa) social <input type="checkbox"/> líder(esa) político(a) <input type="checkbox"/>
--

D.2. ¿Se reúnen para discutir asuntos de la vereda más de una vez por semana <input type="checkbox"/> una vez por semana <input checked="" type="checkbox"/> una vez cada quince (15) días <input type="checkbox"/> una vez al mes <input type="checkbox"/> sólo cuando es necesario <input type="checkbox"/>
---

D.3. ¿Las reuniones se llevan a cabo en un único lugar destinado para eso? <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿En dónde <input checked="" type="checkbox"/> centro del pueblo <input type="checkbox"/> o se reúnen en diferentes lugares tales como: Casa comunal <input type="checkbox"/> Cancha de fútbol <input type="checkbox"/> Sede del Consejo Comunitario <input type="checkbox"/> Instalaciones del colegio <input checked="" type="checkbox"/> Barbería <input type="checkbox"/> Centro religioso <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> ¿Cuál?
---

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN, DESARROLLO Y CAMBIO SOCIAL  
UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS



## Anexo 3.

## Acta de constitución Asociación de Jóvenes Construyendo Futuro ASOJOCOFUR

ACTA DE CONSTITUCIÓN			
ASOCIACION DE JOVENES CONSTRUYENDO FUTURO DEL CONSEJO COMUNITARIO RESCATE LAS VARAS			
ACTA No.001-2021			
<b>FECHA:</b>	28 de septiembre de 2021		
<b>LUGAR:</b>	San Andrés de Tumaco/Veneda piñal salado		
<b>HORA:</b>	02:00 PM		
<b>NUMERO DE ASISTENTES:</b>	42		
Para conformar esta Asociación nos reunimos las personas que a continuación se nombran asociados fundadores:			
ASOCIADOS FUNDADORES			
No.	NOMBRE	No. CEDULA	DOMICILIO
1	JADER ALEXIS TMEZA GUI SAMANO	1.087.188.187	Piñal Salado
2	LAINER ESTEBAN CAICEDO ORTIZ	1.087.113.646	Piñal Salado
3	YEISON ALEXANDER RO GALLEGO ZUARES	1.004.615.620	Piñal Salado
4	LUCELLY VALENCIA RIASCO	1.004.620.528	Piñal Salado
5	SEGUNDO MARINO TORRES CABEZAS	1.004.606.622	Piñal Salado
6	EDER FABIAN BERMEJO OBREGON	1.004.606.640	Piñal Salado
7	DARLIN MIREYA CABEZAS ORTIZ	1.087.122.465	Piñal Salado
8	YERMY ANGULO CAICEDO	1.004.607.013	Piñal Salado
9	DADUEN RAMIRO MAGALLANES VELASCO	1.087.793.677	Piñal Salado
10	ESTIVEN TENORIO MONTAÑO	1.087.197.328	Piñal Salado
11	MARTHA NAYALI RO GALLEGO SUAREZ	1.004.615.619	Piñal Salado
12	MARYI LORENA CAICEDO CASTILLO	1.087.806.174	Piñal Salado
13	ANDREA NORRUEN CABEZAS TORRES	1.006.169.046	Piñal Salado
14	SAIDA EVA ARBOLEDA CAICEDO	1.087.793.958	Piñal Salado
15	LUZ MARY ORTIZ MAGAYANES	1.087.211.808	Piñal Salado
16	SOLANYI OROBIO RO GALLEGO	1.004.606.607	Piñal Salado
17	JENIFER CABEZAS TORRES	1.087.834.998	Piñal Salado
18	HILARY VANESSA ORTIZ ITURRE	1.087.834.998	Piñal Salado
19	LUZ ANGELICA GODOY ESTRADA	1.087.793.906	Piñal Salado
20	NAILI YULIE LASSO MINDINEROS	1.193.524.220	Piñal Salado
21	GLENIS TANISA CALZADA SINISTERRA	1.004.606.628	Piñal Salado
22	SEGUNDO CHARLIE MONTAÑO GUI SAMANO	1.004.620.479	Piñal Salado
23	YERSON DAVID ORDONEZ BATANCUR	1.087.808.433	Piñal Salado
24	LUIS MIGUEL TORRES MEZA	1.193.570.023	Piñal Salado
25	RICHARD GILBERTO OBREGON DELGADO	1.087.128.667	Piñal Salado
26	SEGUNDO HILARIO BERMUDEZ CABEZAS	1.087.119.544	Piñal Salado
27	JHON JAIRO GODOY CORTES	1.004.614.738	Piñal Dulce
28	ERMENSON STIVEN BARREIRO	1.087.800.574	Piñal Dulce
29	LUZ EDEN RENGIFO SOLIS	1.004.606.830	Piñal Dulce
30	INGRI YADIRA CABEZAS RODRIGUEZ	1.087.211.737	Piñal Dulce
31	VIKY YULEZI CARDENAS RODRIGUEZ	1.004.620.860	Piñal Dulce
32	DORIS ADRIANA CORTES CUERO	1.087.793.978	Piñal Dulce
33	ELISABETH ARROYO RENGIFO	1.087.202.384	Piñal Dulce
34	RUBY DAYARA CARREÑO CASTRO	1.087.212.034	Robles
35	LUCI MAYERLY RINCON TENORIO	1.087.113.895	Robles
36	SEIDY YULEI MORENO QUEÑONES	1.004.640.501	Robles
37	SANDRA YULISA ESTUPIÑAN FLORES	1.004.606.939	Robles
38	LUISA EMELDA ESTUPIÑAN SEGURA	1.087.202.476	Robles
39	SINDI VANESA SERRANO MONTAÑO	1.087.114.784	Aguacate
40	JENNIFER CARDENAS MICOLTA	1.087.794.039	Aguacate
41	CLEBER FERNANDO CARDENAS GALLARDO	1.004.607.105	Aguacate
42	ISABELLA RUIZ	1.087.789.366	Chapillar

Anexamos a este apartado el siguiente [hipervínculo](#) con el que se puede acceder a los demás elementos que dan soporte a cada una de las etapas de desarrollo de este proyecto de gestión desde la comunicación.