

PROYECTO DE INVESTIGACION-MUJERES ESCRIBIENDO HISTORIA

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN “*Soacha es Mujer*”

PRESENTADO POR:

Jessica López Forero

Gloria Helena González Buitrago



UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

SOACHA, MAYO DE 2017

PROYECTO DE INVESTIGACION-MUJERES ESCRIBIENDO HISTORIA

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN “*Soacha es Mujer*”

Proyecto de investigación:

Jessica López Forero

Gloria Helena González Buitrago

ASESOR:

Migue Ángel Castiblanco

Docente Investigador



UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

SOACHA, MAYO DE 2017



UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
SOACHA MAYO DE 2017

Director Regional Soacha

Carlos Rodríguez

Directora Facultad Comunicaciones

Paola Vásquez

ASESOR DEL PROYECTO

Miguel Ángel Castiblanco

Soacha mayo del 2017

Contenido

RESUMEN.....	11
INTRODUCCIÓN	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
PREGUNTA PROBLEMA.....	18
OBJETIVOS	19
Objetivo General	19
Objetivos Específicos	19
JUSTIFICACIÓN	20
ANTECEDENTES.....	21
MARCO TEÓRICO.....	33
Género:	33
1.1 Perspectiva de género- democracia.....	34
2. Movimientos De Mujeres.....	37
2.1 Movimientos de mujeres en Latinoamérica.....	37
2.2 Movimientos feministas / movimientos sufragistas.....	39
2.3 Movimientos de madres contra la violencia	40
2.4 Movimientos de mujeres en Colombia	41
3. EMPODERAMIENTO:	43
3.1 Relaciones Públicas Y Estrategia De Comunicación	45

4. Modelo De Comunicación Participativa	47
METODOLOGÍA	50
5 Tipo De Investigación: Cualitativa.....	50
5.1 Diseño metodológico:	51
5.2 Instrumentos de investigación	51
ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	53
6.1 Cuestionario.....	53
6.2 Diarios De Campo	68
6.3 Entrevistas A Profundidad.....	83
6.4 Recopilación Documental	92
6.5 Entrevistas a expertos	120
IMPACTO DE LA INVESTIGACIÓN	138
PRODUCTO COMUNICATIVO.....	140
Estrategia De Comunicación “Soacha es Mujer”	140
Misión	140
Visión.....	141
Objetivo General.....	141
Objetivos Específicos	141
Matriz Dofa.....	142
Tipo De Estrategia	143

Identificación De Público	143
Mensaje.....	144
Canales De Difusión.....	144
Escaletas.....	145
CONCLUSIONES	155
RECOMENDACIONES	158
BIBLIOGRAFÍA.....	159

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICA 1: TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 1	54
GRÁFICA 2: TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 2	55
GRÁFICA 3 : TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 3	56
GRÁFICA 4: TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 4	56
GRÁFICA 5 :TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 6	58
GRÁFICA 6: TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 7	58
GRÁFICA 7:TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 8	60
GRÁFICA 8: TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 9	61
GRAÁFICA 9: TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 10.....	62
GRAÁFICA 10:TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 11.....	63
GRÁFICA 11:TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 12	64
GRÁFICA 12:TABULACIÓN PREGUNTA NÚMERO 14	66

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1:DIARIO DE CAMPO. ENCUENTRO LÍDER DE LA FUNDACIÓN.....	71
TABLA 2DIARIO DE CAMPO, ACERCAMIENTOS INTEGRANTES DE FAPPRO	74
TABLA 3:DIARIO DE CAMPO, CARACTERIZACIÓN DE LA FUNDACIÓN	77
TABLA 4:DIARIOS DE CAMPO, REDES SOCIALES	79
TABLA 5:DIARIO DE CAMPO, CREACIÓN FAN PAGE	82
TABLA 6, DATOS BIBLIOGRÁFICOS, ARTICULO DE FLORENCE THOMAS	99
TABLA 7,DATOS BIBLIOGRÁFICOS, ACTIVISTAS POR LOS DERECHOS	104
TABLA 8,DATOS BIBLIOGRÁFICOS, HISTORIA DE FAPPRO	109
TABLA 9,DATOS BIBLIOGRÁFICOS, OXFAM EL TRABAJO INVISIBLE DE LAS MUJERES RURALES EN COLOMBIA.....	113
TABLA 10, DATOS BIBLIOGRÁFICOS, ENTREVISTA NATALIE MICHELOU.....	116
TABLA 11,DATOS BIBLIOGRÁFICOS, FÁTIMA MASSE HABLA SOBRE EQUIDAD DE GÉNERO EN EL MUNDO LABORAL.....	119

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1 PRIMER ENCUENTRO CON LA LÍDER Y FUNDADORA DE FAPPRO.....	69
IMAGEN 2, PRIMER ACERCAMIENTO A LAS INTEGRANTES DE LA FUNDACIÓN	72
IMAGEN 3, CONTEXTUALIZACIÓN REDES SOCIALES.....	78
IMAGEN 4, CREACIÓN Y EXPLICACIÓN DE FAN PAGE DE FAPPRO.....	81

AGRADECIMIENTOS

Gracias al dador de la existencia, creador y promotor de todos los sueños.

Gracias al que renovó nuestras fuerzas como las del búfalo y en la angustia su paz nos llenó.

¡A él sea la gloria y el honor por los siglos de los siglos, amén!

“Pues si vivimos, para el señor vivimos; y si morimos, para el señor morimos.”

Dios.

RESUMEN

El grupo investigador tuvo como punto de partida la necesidad de hacer visible el arduo trabajo realizado por los grupos de mujeres en el municipio de Soacha, principalmente el de la Fundación Familias para el Progreso (FAPPRO), que ha trabajado por más de ocho años en pro de los derechos de la mujer en el municipio. Esto por medio de la creación de una estrategia de comunicación que permita ampliar la visión de la comunidad de Soacha en cuanto al trabajo e importancia de los grupos sociales de mujeres.

Esta investigación de corte cualitativo establece la importancia de las experiencias, entornos y contextos que enmarcan a los grupos de mujeres y de esta forma visibilizar los aportes de la Fundación Familias Para el Progreso en el municipio de Soacha.

De esta manera, una vez ejecutados los procesos del diseño metodológico basado en la observación y la formulación de lineamientos permiten llegar a la conclusión que a través del diseño de la estrategia de comunicación tanto mujeres integrantes de la fundación como la demás población femenina del municipio de Soacha pueden empoderarse por medio de herramientas comunicativas que les permita divulgar de manera masiva su trabajo.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación, Mujeres Escribiendo Historia, y como resultado el producto comunicativo “Soacha es mujer”, es una estrategia de comunicación presentada a la Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Centro Regional Soacha.

La presente investigación se basó en el diseño de una estrategia de comunicación que tiene como fin visibilizar el trabajo realizado por la Fundación Familias para el Progreso (FAPPRO) en el municipio de Soacha en cuanto al empoderamiento de las mujeres por sus derechos y de esta forma lograr que más mujeres se interesen por trabajar en pro de la mujer del municipio.

La investigación se desarrolló en tres momentos, entendidos también como objetivos específicos que permiten el cumplimiento a cabalidad la propuesta investigativa.

De acuerdo con lo anterior el grupo investigador estableció como propuesta investigativa, diseñar una estrategia de comunicación para visibilizar el aporte realizado por la Fundación Familias Para el Progreso en pro del desarrollo social en el municipio de Soacha.

Para dar pleno cumplimiento al objetivo general de esta investigación se desarrollaron herramientas de investigación compuestas por: recopilación de datos y análisis de los mismos, que finalmente permiten llegar a establecer los lineamientos para la construcción de la estrategia de comunicación. De igual forma se hizo uso de los diarios de campo que permitieron al grupo investigador describir los ambientes y aspectos relevantes, analizando su significado y los actores que lo generan, de igual forma situaciones y experiencias que suceden dentro de la Fundación Familias para el Progreso.

En un segundo momento con el fin de analizar los canales y herramientas de comunicación utilizadas por la Fundación Familias por el Progreso, para determinar impactos generados en su visibilización y reconocimiento social en el municipio de Soacha, el grupo investigador utilizó las entrevistas a profundidad para conocer las expectativas y percepciones que tienen las mujeres que pertenecen a la Fundación Familias Para El Progreso, a través de esta técnica de recolección de datos, se encuentran grandes hallazgos frente a las necesidades que tiene la fundación en la visibilización, comunicación y el manejo de redes sociales dando esto paso a la creación de una estrategia que permite a abarcar las redes sociales para hacer masiva la información y de igual forma la recopilación documental que permitió establecer un diagnóstico de la situación actual de la mujer en aspectos de equidad y empoderamiento nivel municipal, nacional e internacional.

Finalmente, el grupo investigador busca definir los lineamientos y principales aspectos que orientarán el diseño e implementación de la estrategia de comunicación enfocado a visibilizar la labor de la Fundación Familias por el Progreso, por medio de entrevistas expertos en campos de trabajo social, comunicación organizacional y líderes de grupos de mujeres, quienes permitieron establecer las formas de intervención en estos grupos y los aspectos que permitirían la construcción y desarrollo de la estrategia de comunicación, la cual está compuesta por tres piezas comunicativas con las cuales se busca tener presencia en medios como radio, televisión y digital, lo cual permite que la organización pueda tener una mejor relación con el público externo.

Y de esta forma llegar a las conclusiones y recomendaciones que propone esta investigación, como el aporte significativo a la Fundación Familias para el Progreso (FAPPRO). En cuanto a la utilización de los recursos comunicativos para masificar y visibilizar su trabajo y de igual forma el aporte desde la comunicación al desarrollo social en cuanto a los procesos de empoderamiento hacia la mujer.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El reconocimiento de la mujer como sujeto social capaz de aportar a una sociedad que está en constante cambio, ha recorrido tantos caminos para que su voz sea escuchada y perdure de generación en generación. Durante muchos años las mujeres se han visto enfrentadas a diversos desafíos y obstáculos para lograr el reconocimiento e importancia en la sociedad, que merecen y que hoy en día tienen.

De las primeras iniciativas que se llevaron a cabo por un grupo de mujeres se puede encontrar el reconocimiento de su derecho a elegir y ser parte fundamental en la construcción de democracia para que sus ideas y puntos de vista sean conocidos y reconocidos, para de esta forma aportar a la sociedad. Esta iniciativa es uno de los primeros pasos y el más relevante, de la lucha de la mujer por ser escuchada, dándole trascendencia a estudios sobre género y mujer.

La categoría género es entendida como un elemento constituyente de una sociedad donde existe la diversidad, siendo una categoría que permite entender las relaciones de poder que siempre han marcado el desarrollo de una comunidad en aspectos políticos, culturales, económicos y religiosos.

Esta categoría ha sido construida a raíz de estudios sobre el feminismo, machismo y marianismo; el primero entendido como un movimiento social que superpone a la toma de conciencia y decisiones de las mujeres sobre su rol en la sociedad, es constituido a final del siglo XVIII como una protesta a la dominación con el fin de que la mujer pueda verse como un ser libre. En segundo lugar, el machismo, como concepción del hombre como ser único y central en la sociedad, que a través de su rol dominante, limitaba a la mujer a ejercer un papel importante en el desarrollo y construcción de la misma, viéndose como un ser invisible e inferior desde la

mirada del modelo patriarcal quien dominaba al mundo. Por otro lado, el marianismo hacía referencia a la mujer desde una visión religiosa similar a la de la virgen maría, ejerciendo un papel sumiso bajo un patrón de creencias y prácticas (cuyas manifestaciones conductuales son la fortaleza espiritual de la mujer, paciencia con el hombre pecador, y respeto por la sagrada figura de la madre). Se presentan características para la humildad y el sacrificio. Existe una convicción de que los hombres son inferiores moralmente a las mujeres.

Hablar de género de su enriquecedor aporte a la sociedad requiere visualizar desde cada óptica y subjetividad de aquellos que han dedicado gran parte de su vida profesional a estudiar la concepción social de la mujer y generar planteamientos que hoy por hoy son la base teórica y el sustento conceptual de lo que conocemos como grupos de géneros o grupos de mujeres que trabajan por un interés común, ya sea los derechos de la mujer, el maltrato o la igualdad de género.

Estudios hechos por Joan Scott (1940), quien veía el género como una categoría útil para el análisis histórico, los estudios realizados por Norma Fuller en que ha sido de vital importancia para la construcción de las identidades en las sociedades latinoamericanas, frente al elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos y al mismo tiempo las relaciones significativas del poder, que vendría siendo una acertada descripción de la condición denominada “Genero” y los realizados por Florence Thomas En donde expone la necesidad de entender la democracia como “valor de comportamiento cotidiano”, para lo cual es importante comprender que se deben hacer cambios en los actores sociales (hombres y mujeres) quienes tendrán como reto elaborar un pacto social basado en el respeto y la igualdad. Dieron cabida a los a los primeros estudios realizados en Colombia en 1986 cuando se constituyó el grupo de mujer y sociedad en la universidad nacional, teniendo

como primer enfoque las causas de la subordinación de la mujer, aspecto que le dio cabida a muchas más investigaciones.

Por otra parte autores como Marcela Lagarde, afirman que la visión de género se ve influenciada por cada sociedad, comunidad y persona, pues son nociones que permiten la identificación y análisis de lo que se define como mujer y su papel en la comunidad, que en muchas ocasiones está relacionado según valores, normas y maneras de juzgar los hechos, siendo estos influenciados en la mayoría de ocasiones por el orden patriarcal, donde siempre es más influyente aquella imagen paternal con aspectos nocivos, destructivos y opresivos que no permiten que la mujer se idealice con la relevancia que merece, por lo cual cada vez es más notable ver como los movimientos de mujeres hacen su mayor aporte significativo para cambiar la figura patriarcal infundida desde años atrás y así dar paso a nuevas concepciones sobre la mujer. De estas y otras concepciones surge la necesidad de hacer visible el trabajo de los grupos de mujeres del municipio de Soacha quienes a partir de su trabajo conjunto y ferviente lucha incansable han logrado surgir con el fin de generar cambios y construir sociedad por medio de una labor apasionante de empoderamiento y liderazgo que caracteriza a aquellas mujeres que decidieron cambiar los paradigmas y estereotipos de una sociedad tradicional con el fin de reconocer sus derechos y alzar su voz. Generando un eco, el cual les ha permitido que otras mujeres se interesen en trabajar en pro de los derechos de la mujer. Sin embargo, en el municipio de Soacha el trabajo realizado por los grupos de mujeres no está siendo reconocido, lo cual no les permite generar un alto impacto en la sociedad.

Por medio del trabajo incansable y la constante lucha por ser reconocidas los grupos de mujeres en Soacha han logrado espacios importantes dentro de la dependencia de desarrollo social en el municipio, y hoy por hoy son las gestoras de la política pública enfocada en la

mujer, esto les ha permitido captar la atención de más mujeres, y por medio de talleres y conferencias incentivarlas a empoderarse y ser partícipes de aquellos temas y discusiones que se generan entorno a los derechos de la mujer.

Desde la comunicación social y periodismo es necesario ser mediadores y dinamistas del contexto y más que todo, desde la condición de mujeres, se proyecta hacia la realización de una investigación en torno a los procesos que adelantan las mujeres de nuestro municipio (Soacha), desde un presto acercamiento y trabajo con el fin de lograr incluir estrategias comunicacionales que faciliten la labor y por medio de un producto comunicativo visibilizar el trabajo realizado por estos.

Es tan arduo y extenso el trabajo realizado por las mujeres del municipio, lo cual promueve una necesidad incansable para que su labor no quede en el anonimato y es ahí, como futuros profesionales de la comunicación que significativamente se debe fomentar esa necesidad inagotable de resaltar estas labores, por medio de los conocimientos aprendidos en la academia, para ser ese puente entre la comunidad y las diversas herramientas comunicativas, para difundir los proyectos realizados. Es el gran aporte; ver como los elementos básicos de difusión promueven el interés para proponer temas de agenda pública, para generar opinión y temas de debate en la sociedad, con base en investigaciones desarrolladas en torno a la mujer y el género, para dar paso a temas que no solo entretienen, sino que destacan el rol existente de la mujer en la sociedad. Siendo una mujer que no solo conoce sus derechos, sino que se hace fiel defensora, para que estos sean de mayor relevancia en la actualidad, empoderándose de ese papel vital que tienen en la comunidad o territorio que se encuentren.

PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo hacer visible el aporte realizado por la Fundación Familias por el Progreso en pro del desarrollo social a través de una estrategia de comunicación?

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar una estrategia de comunicación para visibilizar el aporte realizado por la Fundación Familias Para el Progreso en pro del desarrollo social en el municipio de Soacha.

Objetivos Específicos

- Caracterizar la labor social realizada la “Fundación Familias por el Progreso” en el municipio de Soacha con el fin de conocer su impacto, alcances y principales características.
- Analizar los canales y herramientas de comunicación utilizadas por otras entidades, para determinar impactos generados en su visibilización y reconocimiento social.
- Definir los lineamientos y principales aspectos que orientarán el diseño e implementación de la estrategia de comunicación enfocado a visibilizar la labor de la Fundación Familias por el Progreso.

JUSTIFICACIÓN

Esta investigación surge con la necesidad de hacer visible la labor constante que realizan las mujeres en el municipio de Soacha, siendo este un territorio que se ha mostrado bajo la mirada de la violencia y las diversas problemáticas sociales que lo afectan. Por lo tanto, es importante mostrar una nueva cara de la comunidad que hace parte de Soacha, como lo son las mujeres que día a día trabajan y se destacan por empoderarse de sus derechos, a través de los movimientos sociales de mujeres, que realizan procesos de emprendimiento, reconocimiento y formulación de leyes que favorecen a la mujer, luchando incansablemente por defender los derechos de todas las mujeres, con el fin de crear conciencia.

De igual forma, el reconocimiento de la mujer frente a las relaciones de poder como factor vital para el desarrollo de la sociedad, debe ser contemplado no sólo por aquellos movimientos sociales de mujeres, por las analistas, especialistas y profesionales que luchan en pro de la igualdad y la dignidad humana; sino por cada una de las mujeres adultas, jóvenes, adolescentes y niñas que hacen parte de la colectividad. Al momento de admitir la importancia en la sociedad, serán capaces de transformar junto con las otredades las fluctuaciones que estancan el progreso de la misma.

A través de un producto comunicativo que tiene como único fin generar conciencia en los pobladores del municipio y de esta forma reconocer el trabajo que han logrado los grupos sociales de mujeres en el municipio de Soacha y de la misma manera hacerle una invitación a todas las mujeres para que inicien su proceso a ser parte de la construcción de comunidad.

ANTECEDENTES

En este apartado se expondrá la investigación realizada con miras a fortalecer este trabajo de investigación que va enfocado en diseñar una estrategia de comunicación para visibilizar los aportes realizados por la Fundación Familias para el Progreso del municipio de Soacha, de esta forma se podrá evidenciar aportes y estudios de corte académico que servirán como referente y guía para orientar la investigación.

Esta búsqueda consta de diez tesis desarrolladas en diferentes universidades, teniendo cada una un enfoque diferente frente a la participación, empoderamiento, liderazgo y aportes de la mujer frente a la construcción de comunidad, por esta razón se encontrarán temas como: participación de las mujeres en la prensa, liderazgo comunal femenino y desigualdad de género, desarrollados desde un punto de vista comunicacional y antropológico.

Para empezar con este análisis, se investigó principalmente la participación y aportes de las mujeres lideresas frente a la construcción de sociedad, tema que fue abarcado por las estudiantes Ana María Amórtegui, Diana Paola Cruz y Yesenia Sierra, de la facultad de ciencias humanas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, la cual lleva por nombre “La participación de las mujeres lideresas en el mochuelo bajo: proceso colectivo de empoderamiento” (2010), donde plantean tres preguntas problemas que direccionan la investigación; ¿ cómo se ha generado el proceso de empoderamiento de las mujeres lideresas para construir la participación ciudadana dentro de sus comunidades? ¿Qué resultado ha tenido el empoderamiento de las mujeres lideresas en la participación ciudadana a favor de su comunidad?, ¿Por qué el empoderamiento de las lideresas en la participación ciudadana no es reconocido por ellas y por su comunidad? En esta también se plantea un objetivo con el cual se busca darles respuesta y solución a los interrogantes planteados, estando enfocados en “reconocer el proceso de empoderamiento

colectivo de las lideresas en la consolidación de la participación ciudadana, identificando los logros de su gestión en los espacios públicos para entender la posición y condición de género que ocupan las mujeres en el Mochuelo bajo”. Para lograrlo tuvieron en cuenta la diferencia en la participación entre mujeres y hombres, el fortalecimiento de las capacidades individuales para hacer posible el empoderamiento colectivo y la recuperación de las experiencias significativas de las mujeres para comprender el contexto en el que se desenvuelven. La investigación fue desarrollada a través de instrumentos como la entrevista semiestructurada y una cartografía social que les permitió concluir: “El papel de las mujeres en la sociedad trasciende lo privado, a pesar de la carga social impuesta históricamente, ellas asumen roles en el espacio público donde se movilizan y son capaces de incidir en la agenda pública. Cuando las mujeres son empoderadas logran influir en las relaciones de patriarcado a los que son sometidas, el proceso de empoderamiento colectivo en el mochuelo bajo se visibiliza en los intereses de la comunidad hacia los cuales se han direccionado sus esfuerzos...”

Continuando con esta línea investigativa frente al empoderamiento de las mujeres en su comunidad, en la Universidad Nacional de Colombia se realizó un trabajo de investigación que tiene como título “Género, poder y liderazgo comunal femenino; avances y contradicciones” (2004). El cual tiene como objetivo estudiar las formas de ejecutar el liderazgo de las mujeres en la ciudad de Bogotá tomando como base para ello sus procesos de socialización vividos por las lideresas y las relaciones sociales que han establecido .

Dicha investigación expresa la importancia del empoderamiento de las mujeres y la necesidad de hacerlas visibles en el entorno en el que trabajan, por tal razón la autora de esta tesis busca hacerlo a través del método biográfico ya que este le permite mostrar los cambios de las mujeres

en el transcurso de sus vidas, a través del cual los sentidos de la experiencia se revelan en datos personales.

Llegando así a la conclusión que las mujeres lideresas de las organizaciones comunales de Bogotá han recorriendo un camino que es hora de empezar a reconocer en aras de hacer visible los procesos de empoderamiento individual y colectivo.

En Soacha, se han adelantado investigaciones que se interesan por el análisis del empoderamiento individual del círculo de Mujeres Tejedoras de Xueños facilitado por los principios metodológicos de la Educación Popular. Trabajo realizado por Yanin Estefany Blanco Arboleda, estudiante de trabajo social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Centro Regional Soacha, (2016).

Este trabajo, plantea el interrogante ¿Cómo el círculo de Mujeres Tejedoras de Xueños posibilita la construcción del empoderamiento individual en sus participantes a través de metodologías de la Educación Popular?, ya que “en el municipio de Soacha, las mujeres han buscado afanosamente su libertad en el espacio público y privado del municipio a través de talleres, foros, charlas en torno a la incidencia de su participación política y cultural, además igualdad en condiciones laborales, educativas y violencia de género, lo cual han contribuido a la búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres del municipio a través de los términos de empoderamiento”.

Esta investigación tuvo como fin analizar la forma en que el círculo de Mujeres Tejedoras de Xueños a través de los principios metodológicos de la Educación Popular posibilita la construcción del empoderamiento individual en sus participantes. Para lograrlo, identifica los principios metodológicos de la Educación Popular que se desarrollan en el círculo de Mujeres

Tejedoras de Xueños, en segunda instancia describe en qué manera lo principios metodológicos facilitan el proceso de empoderamiento individual en los participantes del círculo y finalmente evidencia la construcción del empoderamiento individual en el círculo Mujeres Tejedoras de Xueños.

La metodología se desarrolla a través de la investigación cualitativa. Utilizando un diseño fenomenológico que describe y entiende el fenómeno desde el punto de vista de cada participante, teniendo en cuenta que la investigación descriptiva reproduce y representa cosas, animales o personas por medio del lenguaje. Los instrumentos de investigación utilizados fueron: la revisión documental de carácter exploratorio, observación participante, grupo de enfoque y entrevista a profundidad.

El análisis del empoderamiento individual del círculo de Mujeres Tejedoras de Xueños tiene como referentes teóricos: la propuesta feminista, olas del feminismo, aportes del feminismo al empoderamiento, comienzos de la educación popular, empoderamiento de los excluidos, poder, organización, cultura y educación.

Llegando a la conclusión que el “Círculo de Mujeres Tejedoras de Xueños es un espacio para la construcción de la identidad de la mujer, porque permite la reflexión de las prácticas y experiencias cotidianas, en pro de reconocer opresiones, para explicarlas y luego combatirlas, suministrando alternativas y visiones de un mejor vivir como mujer. Además, en particular se evidencia la construcción colectiva de un ejercicio político entorno a la creación de un espacio donde se dé la oportunidad de aprender, partiendo siempre de esas experiencias, que permiten desde luego presentar un carácter crítico orientado a la acción individual. Sin embargo, es de reconocer que aunque se esté llevando a cabo un ejercicio individual pleno, se debe tener la

concepción de trascender y de construir una incidencia política y social en el municipio, es decir, realizar una mirada holística de las mujeres en el municipio de Soacha, como grupo”.

Esta tesis aporta recursos metodológicos y teóricos a la investigación en cuanto a instrumentos de investigación y referentes teóricos sobre empoderamiento.

Por otra parte, Nathalia Andrea Gómez estudiante de la Pontificia Universidad Javeriana, realiza su tesis con el fin de tener una propuesta comunicativa para la construcción de mensajes radiofónicos para promover la reducción de desigualdad de género. En esta investigación principalmente se recopila la información necesaria para tener un marco teórico robusto, identificando las causas de las problemáticas de desigualdad, conociendo sus causas y analizando el tratamiento de los medios de comunicación en torno al género, llegando a la conclusión que en Colombia se han creado diversos tipos de campañas y programas de promoción para combatir la violencia de la mujer .Sin embargo es importante la creación de nuevas estrategias con lenguaje e imágenes que fomenten conciencia, sin presentar a la mujer como un ser vulnerable y degradante.

Esta investigación tiene muchas perspectiva interesantes en cuanto al papel de la mujer en la prensa en Colombia; tesis desarrollada por Carolina Pinzón, Universidad Nacional de Colombia (2011), bajo el título Escritoras de Prensa durante los años 40;Un despertar oculto?, siendo una investigación que se dedicó a una revisión exhaustiva de prensa en los diarios más importantes del país en los años 40,para visibilizar el empoderamiento de las mujeres en la prensa a través de la selección de escritoras sobre contexto, político, social y cultural mostrando que por medio de la prensa las mujeres hablan, escriben, interfieren e interactúan con el mundo, construyendo nuevas formas de ser mujer en una sociedad patriarcal.

En el ámbito Latino Americano, especialmente en Chile en la Universidad Academia de Humanismo Cristiano Daniela Araya y Bárbara Ramírez se interesan por estudiar la violencia hacia la mujer en el espacio público donde se investiga acerca del tipo de violencia encontrado en las mujeres de la comuna el bosque, para ver cómo influye el desarrollo de la mujeres en esta comuna en relación a la violencia de género, siendo de gran importancia su opinión para recolectar toda la información por medio de entrevistas. Como conclusión final se puede ver que la existencia de fronteras simbólicas en los espacios públicos limita a las mujeres.

Continuando con la línea de investigación internacional frente a la necesidad de articular la identidad de género con el empoderamiento que han obtenido las mujeres hoy por hoy, se encuentra la investigación realizada por Shirey Carolina Andrade en el año 2014, en la universidad Iberoamericana de la ciudad de México, titulada Relación de identidad de género y empoderamiento en un grupo de mujeres, por medio de la cual busca responder a la emergencia de las nuevas identidades de género integrando el empoderamiento ya que este es pertinente en las mujeres, pues propicia visiones más amplias de sí mismas, de manera que progresivamente ellas logran identificarse a la vez con su medio, fuerza, autoridad y libertad.

Esta investigación es realizada con una base teórica en la que su principal componente era la identidad de género y el empoderamiento de la mujer desde la perspectiva de Rocha y Díaz (2011) “que hace referencia a la identidad de género como al sentido individual básico de ser hombre o mujer”.

La investigación fue desarrollada por medio de un estudio de caso trabajado en un grupo de ocho mujeres, utilizando instrumentos de investigación como: la revisión documental, entrevistas, talleres, análisis del discurso y observación que le permitieron realizar diagnósticos

e intervenciones pertinentes para así llegar a la conclusión de que el empoderamiento puede ser exitosamente vinculado con el tema de identidad de género en mujeres, de hecho la sub categorías de ambos constructos encuentran una relación íntima y aplicable, además de obtener resultados favorables por medio del taller ya que el principal alcance de este fue que las “participantes reconocieran formas particulares, propias, auténticas y centradas en su ser, de mayor poder personal relacionadas al ejercicio de su identidad de género”.

De igual forma en el ámbito internacional específicamente en la Universidad El Salvador. Las estudiantes María Elena Coreas, Brenda Muñoz e Indira Ruiz llevando a cabo la investigación titulada "Estudio de la posición y condición del desarrollo profesional de mujeres y hombres que laboran en la Alcaldía Municipal de San Vicente, año 2010". Siendo un proyecto que se realiza con el fin de analizar las diferencias existentes con respecto a la posición y condición del desarrollo profesional de mujeres y hombres.

Esta temática es de gran interés para los investigadores, ya que la problemática detectada fomenta dar una pronta solución para valorar los esfuerzos por las mujeres, sin desigualdad de género, pues este impide el desenvolvimiento personal, surgiendo patrones generales de desempeño de la mujer en ámbitos hogareños y familiares.

Para llevar a cabo esta investigación se realiza un diagnóstico con el fin de describir la situación en la cual se encuentra la Alcaldía, seguidamente realizan una jerarquización de necesidades a la hora de abordar el diagnóstico. El marco teórico se divide en tres capítulos en donde primeramente se realiza un acercamiento contextual sobre que es el sexo, género y sexismo, mitos existentes en este campo allí se explica cómo es la desigualdad e inequidad de mujeres y hombres en el ámbito laboral y como se presenta la discriminación.

En el segundo capítulo se habla de la equidad de género en el Salvador y en tercer lugar se explica cómo es el reconocimiento de la equidad de género en la sociedad de San Vicente. La metodología se hizo a través de un método cualitativo participativo, ya que en el proyecto la información es recolectada con datos no cuantitativos para explorar las relaciones sociales existentes en esta problemática. Con la ayuda de diversos tipos de instrumentos de recolección de datos, se logró destacar la participación de los empleados de la Alcaldía Municipal de San Vicente, usando técnicas como la observación, entrevista a profundidad, recopilación documental, FODA, técnica diamante y encuestas.

Finalmente, después de la recolección y análisis de la información se da paso a la propuesta de intervención para dar solución a las principales necesidades prácticas y estratégicas de las mujeres y hombres de esta Alcaldía para garantizar el funcionamiento laboral a través de charlas y la elaboración de una unidad de género y política de género con el fin de tener equidad en los puestos de trabajo.

Siguiendo la línea investigativa de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Pamela Ximena Arias Cely en el 2011 desarrollo un trabajo investigativo sobre la lucha de las mujeres víctimas de violencia, por el pleno ejercicio de sus derecho en la corporación casa de la mujer de suba desde al año 2009 hasta el 2011. Donde plantea como pregunta problema ¿Como la violencia hacia la mujer incide en el pleno ejercicio de sus derechos en la corporación casa de la mujer en suba desde el 2009 hasta el 2011? Y estableciendo como objetivo General; Comprender cómo la violencia hacia la mujer incide en el pleno ejercicio de sus derechos del Proyecto “Mujeres al Derecho” de la Corporación Casa de la

Mujer de Suba desde el año 2009 a 2011. Para lograrlo tuvo en cuenta los diferentes tipos de violencia de las que han ido víctimas las integrantes del grupo, como ha sido el reconocimiento y ejercicios de sus derechos en los escenarios políticos y sociales. Esta investigación se realizó a través de un abordaje cualitativo, por medio de un método Hermenéutico “en el cual la comprensión de la realidad social se asume bajo el sentir, los pensamientos, formas de actuar de las mujeres, el cual es susceptible de ser interpretado mediante el empleo de caminos metodológicos con particularidades muy propias que la hacen distinta a otras alternativas de investigación.” Desarrollando instrumentos como el Análisis documental, formatos de caracterización, la observación, entrevistas individuales en profundidad y diálogos de saberes, así concluyendo que

La apropiación de los derechos, influye en la autoestima, genera nuevos caminos de vida, donde la libertad y la autonomía en la mujer sean fuente de su acción, así mismo las participantes de la Casa de la Mujer, con estudios técnico-profesional, integrantes del proyecto “Mujeres al Derecho”, son conscientes de que conociendo sus derechos pueden lograr una participación activa en los diferentes espacios sociales, promoviendo el respeto y la defensa a sus derechos y libertades fundamentales.

Por otra parte Syndy Emilcen Zamora Popayán de la Universidad Manuela Beltrán en el año 2012, realiza una investigación que se titula formación y empoderamiento en la política pública “mujer, equidad y género” en el consejo ciudadano de mujeres de pasto, se desarrolla con el objetivo de generar empoderamiento en la política pública para la mujer, equidad y género construida en el 2006;apartir de los procesos de formación de las 2 consejeras que integran el CMP que permita generar reconocimiento de su papel femenino y propuestas guiadas a la

igualdad de oportunidades y equidad de género para la población femenina de pasto, Teniendo como base teórica los conceptos de igualdad de género y violencia de género.

Esta investigación fue desarrollada mediante el método de investigación cualitativa con el fin de hacer una construcción de hechos, y un diagnóstico descriptivo a través de herramientas como la observación e historias de vida; finalmente llega a la conclusión de que es necesario crear y consolidar espacios de sensibilización para reducir las brechas de desigualdad de género presentes en la sociedad y así consolidar la participación de las mujeres en los espacios de incidencia política.

Para obtener el título de Comunicador Social, la estudiante Alejandría Sirette Chacón Rodríguez de la Pontificia Universidad Javeriana, año 2014. Realiza una propuesta para la mejora de la comunicación interna en la Asociación de mujeres y madres abriendo caminos: Barrio el Dorado, Bogotá, con énfasis en el uso de las tecnologías de información y comunicación.

A continuación, se explica cómo se constituye la Asociación, la cual es una entidad no gubernamental que busca apoyar a otras mujeres para fortalecer su participación política y social, además de dignificar a la mujer que se encuentra en situaciones adversas o de violencia. El principal problema planteado es que, debido a su situación económica, la escasez de financiación y la falta de articulación, han hecho que la asociación piense en desintegrarse, por lo cual se vio la necesidad de una propuesta alternativa con el uso de las tecnologías de información y comunicación TIC, para fortalecer la comunicación y sus proyectos hacia sus públicos de interés.

A través de un diagnóstico se detectó la ausencia de procesos, estrategias y canales de comunicación que ayuden a fortalecer el trabajo en equipo. Ante estas problemáticas se plantea el objetivo general el cual es: diseñar una propuesta estratégica para la mejora de la

comunicación interna en la Asociación mujeres y madres abriendo caminos que enfatice el uso de las tecnologías de información, comunicación y redes sociales.

En el marco teórico se definen conceptos importantes como: comunicación y comunicación interna. La metodología utilizada fue la investigación mixta, ya que usa métodos cualitativos y cuantitativos para acercarse a la realidad de la organización, empleando estos enfoques que permiten analizar el entorno, sus acontecimientos y el entorno en el que se desarrollan. El tipo de investigación es el descriptivo, el cual le permitió describir y especificar las propiedades y características de los perfiles de las personas, grupos y comunidades. Para recopilar toda la información utilizan herramientas como: observación no participante, encuestas, entrevistas semiestructuradas, encuestas con preguntas cerradas y abiertas.

La conclusión final de esta propuesta para la Asociación mujeres y madres abriendo caminos, es que la incorporación de nuevos canales de comunicación abarca una mayor frecuencia del uso del correo electrónico y la interacción a través de Facebook, Twitter, YouTube y un blog para mejorar los procesos de comunicación en cuanto al flujo, niveles y reorganización de la estructura y mantenimiento de la filosofía institucional.

Cada una de estas investigaciones permitió ampliar el panorama en cuanto a la metodología y forma de llevar a cabo este proyecto de investigación ya que da lineamientos claros a la hora de recopilar la información y aplicar los diferentes instrumentos para la recolección de datos, además de cómo abordar de manera teórica las investigaciones que hacen referencia al trabajo con grupos de mujeres.

La mayoría de las investigaciones apuntan al reconocer y hacer visible el trabajo realizado por aquellas mujeres líderes que emprenden una lucha por ser reconocidas y principalmente por ser escuchadas, la investigación que se realizará actualmente va de la mano con las tesis anteriormente presentadas, ya que se pretende la creación de una estrategia de comunicación que impacte en el Municipio de Soacha , aprovechando las herramientas comunicativas aprendidas desde la academia para que la comunicación tenga un papel importante en los temas de mujer y género, no solo en ciertos nichos, sino que además la investigación se hace interesante, ya que se trabajará con la Fundación familias para el progreso, de la cual hasta el momento no se han desarrollado investigaciones a profundidad

MARCO TEÓRICO

Para establecer una base teórica que respalde y de soporte a los argumentos expuestos en el documento, el marco teórico estará compuesto por cinco temas fundamentales para el desarrollo de la investigación los cuales serán: Género, Perspectiva de género y democracia, movimiento sociales de mujeres. Empoderamiento y relaciones públicas y estrategia de comunicación.

Género:

Margarita Ortega (2000), retoma el concepto de género como “la construcción cultural y social que se articula a partir de las definiciones normativas de lo masculino y lo femenino, y la creación de una identidad subjetiva y las relaciones de poder tanto entre hombres y mujeres como en la sociedad conjunta.”

La categoría género ha permitido un cambio paradigmático histórico que integra a las mujeres como agentes y sujetos de transformación social y libera a los hombres de planteamientos rígidos que les hurtan la sensibilidad y les confiere una personalidad estereotipada. De igual forma, esta categoría, rompe con la polaridad, público – privado, como espacios fijos y atribuibles por su supuesta naturaleza a varones y mujeres, lo cual permitió analizar a las mujeres en dominios públicos y privados y de este modo se contempla la interacción entre lo público y lo privado como clave histórica.

Otros aspectos en los que ha influido la perspectiva de género, su estudio y a análisis ha sido, en la proyección social que desde la historia la mujer ha tenido, la cual ha estado mediatizada por su biología de igual forma que sus funciones sociales y políticas, concepción que ha sido cuestionada por la perspectiva de género la cual ha planteado que la definición de estos papeles están determinados por construcciones de índole sociocultural y no biológicas.

Y por último, el análisis de género ha implicado también una revisión del concepto “poder”, ya que, si bien es cierto que las mujeres no llegaron a formular, de forma colectiva un área de poder hasta la época contemporánea con el surgimiento de los movimientos feministas del siglo XX, algunas mujeres individuales ejercieron cierto grado de poder tanto en el ámbito privado y público.

Desde la perspectiva de género y su análisis según María Dolores Ramos (2014) se difundieron y analizaron, las voces, experiencias y luchas feministas a la vez que se escribió una nueva arquitectura del conocimiento, un diálogo intercultural comprometido con los derechos, las reivindicaciones y los movimientos sociales de mujeres.

La construcción de las identidades de género en el marco de las culturas políticas y la acción colectiva constituye, uno de los grandes ejes investigados y analizados desde la perspectiva de género, donde toma relevancia la biografía, auto biografía, las mediciones entre individualidad estructuran las conexiones entre el análisis de los movimientos sociales de mujeres y la representación política de género, contribuyendo así a la democratización del campo de la memoria que había estado hegemonizado por los hombres.

1.1 Perspectiva de género- democracia

Así como lo afirma Astrid Roaro se entiende por perspectiva de género *“aquello que permite enfocar, analizar y comprender las características que definen a mujeres y hombres de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias. Desde esa perspectiva se analizan las posibilidades vitales de unas y otros, el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ellos; así como los conflictos institucionales y cotidianos que deben encarar y las múltiples maneras en que lo hacen.”*, en el

ámbito de la democracia se plantea a la mujer como aquella capaz de crear su propio discurso y generar la acción, dejando a un lado las decisiones masculinas que se toman sin entender los intereses y necesidades de las mujeres, conformándose gobiernos y tomas de decisiones al orden de mujeres ricas o pobres, instruidas o analfabetas, ladinas o indígenas; pero que son ellas las que conocen sus problemáticas, por lo cual se requiere la equidad e igualdad para que su opinión también sea tomada en cuenta a la hora de tener democracia.

Silke Helfrich usa, directora de la Oficina para Centroamérica de la Fundación HeinrichBoell sobre la democracia de género en América Latina, tiene una frase muy particular *“los hombres son parte del problema, pero también son parte de la solución”*; para referirse que en cuanto a temas de democracia *“se necesita un amplio método, que va desde el empoderamiento de las mujeres hasta el procesamiento del tema de la masculinidad. No son sólo las mujeres quienes deben recuperar el terreno perdido, aprender y asumir el trabajo de género adicional”*, donde se tenga en cuenta que hablar de género, no solo es hablar acerca de la mujer, sino en las diversas relaciones existentes entre mujer y hombre para que tengan equidad en una sociedad que antiguamente ha sido patriarcal. Por lo tanto, los hombres también propenden a la contribución en la transformación de las relaciones de género.

Desde la perspectiva de Florence Thomas la democracia no es solo sinónimo de política, es decir, esta no sólo se construye afuera en la vida pública; sino por el contrario, para que esta surja es necesario construirla en lo privado, *“en el patio de atrás de la casa, desde lo cotidiano y lo doméstico”*.

Es entender la democracia como *“valor de comportamiento cotidiano”*, pero para lograrlo es necesario comprender que se deben hacer cambios en los actores sociales (hombres y mujeres)

quienes tendrán como reto elaborar un pacto social basado en el respeto y la igualdad; viendo como desde nuestras prácticas cotidianas se logra un verdadero cambio. Pues no es con hombres machos, guerreros y amos, con madres abnegadas y sin consistencia subjetiva en cuanto “ser en el mundo” y con mujeres todavía tan escasas en los marcos de una sociedad y cultura androcéntrica, que podremos cambiar las cosas.

Un cambio que por mucho tiempo se ha buscado y que debe empezar por redefinir el verdadero significado de la igualdad, pues desde mucho tiempo atrás se creyó que aquello tenía que ver con la mujer “lo privado” no era político. Por esta razón se hizo necesario en la década de los 50, el estudio de aquellos fenómenos sociales que empezaban a surgir; como lo fue el feminismo el cual estaba en búsqueda de repuestas del por qué se había excluido a las mujeres de todos aquellos procesos, obteniendo como resultado que los modelos construidos desde la mirada de los hombres permitieron que estos “tomaran parte de todo”, modelos que han estereotipado la imagen de hombre y mujeres lo cual es un obstáculo para la transformación y construcción de nuevos actores sociales.

Pero este problema no sólo es por culpa de los hombres, si no que aquí también está en juego el auto concepto que han tenido las mujeres de ellas mismas, de que solo son valoradas en su condición de maternidad y esto al mismo tiempo se convierte en un obstáculo más para lograr el cambio.

Esto quiere decir que para la construcción de nuevos actores sociales es necesario que las mujeres empiecen a reconocerse como sujetos productores de cultura y los hombres deban aprender a “relacionarse y reconciliarse con las mujeres” y de esta forma crear un pacto de “convivencia democrática”.

Es decir, que la democracia es la construcción de un espacio simbólico femenino, no oponiéndolo al espacio simbólico masculino si no por el contrario creando una nueva “ética de la diferencia sexual a partir del reconocimiento del otro género”. Darle un lugar a lo femenino para así poder hablar de terminar con la violencia a través de la aceptación de las diferencias y la construcción de procesos democráticos.

2. Movimientos De Mujeres

2.1 Movimientos de mujeres en Latinoamérica

Los movimientos sociales de mujeres son entendidos como un actor social colectivo plural y dinámico en el que confluyen mujeres de diferentes sectores de clase, pensamiento político y etnia, en los que se desarrollan procesos de empoderamiento y lucha específicamente frente a las relaciones de poder en la sociedad y la igualdad de género.

Estos movimientos en Latinoamérica según Lola G. Luna (2004) en su libro *Los movimientos de mujeres en América latina y la renovación de la historia política*. Texto en el que está planteado todo el contexto de los grupos Sociales de mujeres en Latinoamérica y el cual fue tomado como referencia para el desarrollo teórico de este trabajo.

“Los movimientos de mujeres en América Latina son interpretados como representaciones políticas de la exclusión y de la inclusión y como parte de esa otra carga de la política que se desarrolla a través del género”

En el contexto histórico latinoamericano en el surgimiento de los grupos sociales de mujeres se encuentran diferentes sucesos que enmarcaron el surgimiento de estos; la familia y la iglesia actuaron como instituciones normativas y garantes del mantenimiento y modernización del orden patriarcal y la exclusión de las mujeres del sistema político, a través del mito María,

virgen y madre, donde se creó en el imaginario social la visión de la mujeres como aquella que moralmente están por encima del hombre y es la que vela por los intereses de lo privado es decir su hogar y deja en manos de su cónyuge el aspecto público. Otro aspecto que influye en el surgimiento de los grupos sociales de mujeres la relación funcional que hizo el populismo con las mujeres al reconocer su condición de ciudadanas y concederles el derecho al voto por el interés de mantenerse en el poder, debido a que las mujeres eran votos que les legitimaban.

Los movimientos sociales de mujeres se constituyen en sujetos políticos múltiples que se han constituido en diferentes contextos discursivos como el liberalismo, la democracia desigual, el desarrollismo, las dictaduras, guerras y múltiples violencias.

Un ejemplo claro de estos es: el estado desarrollista de la década de los sesentas en donde existieron dos campos donde las mujeres fueron identificadas y visibilizadas como objetivo de políticas de género concretas; el primero se refería al control de la población y el reparto de alimentos para la supervivencia de los nuevos barrios populares de las capitales latinoamericanas, y el segundo que hace referencia a la lucha de las mujeres por controlar su capacidad reproductiva.

De allí surgen los clubes de madres que “encierran el significado político que les otorga cumplir sus deberes contruidos desde la diferencia sexual, intereses del estado y responsabilidades de la mujeres” enmarcados bajo el concepto del maternalismo que es “una construcción de género, nuclear a la feminidad con un contenido de poder opuesto al poder del padre”, el cual ha estado muy presente en los movimientos de mujeres y ha llevado a nuevas formas de participación política.

A finales de la década de los sesenta surgieron ejemplos de participación política de movimientos sociales de mujeres, unos maternalistas y otros feministas, por la democracia y por la ampliación de esta para las mujeres, tal fue el caso de las madres de la plaza de mayo en Argentina quienes luchaban por los derechos humanos a favor de sus hijos, y la lucha de las feministas en Chile. En la década de los ochentas superando las dictaduras fue el escenario de clara participación de las mujeres desde su diversidad.

2.2 Movimientos feministas / movimientos sufragistas

Son en su primera ola una respuesta a la exclusión de las mujeres de los derechos de ciudadanía civiles y políticos, que reconocieron a los hombres los sistemas liberales en Latinoamérica, estos movimientos tuvieron su mayor extensión en los años treinta, cuarenta y cincuenta después de que se concedió el sufragio universal masculino.

La lucha de las sufragistas y por lo que reivindicaban insistentemente era el derecho a la educación superior, ya que recurrente el argumento por parte de los gobiernos sobre la ignorancia de la mujer para negarle el derecho al voto, además de la insistencia de que la participación electoral de la mujer rompería con la paz del hogar y favorecería a los conservadores. Con las sufragistas aparece el primer discurso feminista crítico con los significados de género, pero limitado a reivindicaciones relacionados con los derechos ciudadanos.

La segunda ola de estos movimientos surge en los años sesenta en contextos discursivos autoritarios y de democracia sin igualdad, formaron parte de los movimientos de resistencia a las dictaduras, y la consigna chilena “democracia en el país y en la casa, trabajaron por : la identificación de la vida privada como un campo importante de subordinación y de significación

de género, por los derechos reproductivos y libre opción de la maternidad y sexualidad y por la participación política plena y activa de las mujeres.

2.3 Movimientos de madres contra la violencia

Surgieron a lo largo de las últimas décadas del siglo XX y tienen como contexto discursivo los regímenes dictatoriales y las guerras, estos movimientos sociales de mujeres surgen como una crítica a la inoperancia de los organismos internacionales de derechos humanos en situaciones de genocidio y crímenes de estado, son fruto también de las construcciones de género que persistentemente representan a las mujeres como madres en donde se oscurece la identidad autónoma de la mujer y se ilumina exclusivamente su capacidad material y se construyen como sujetos a través de confrontación y de negociación.

Algunos ejemplos de estos movimientos son:

- Las madres de la plaza de mayo en Argentina 1977, movimiento que se creó en la dictadura de Videla con el fin de recuperar a sus hijos y establecer los responsables de las desapariciones.
- Las COMADRES “Comité de madres Arnulfo romero” Del Salvador; grupo formado por madres obreras, vendedoras y amas de casa quienes luchaban por el derecho a la vida y la justicia como valores primordiales, se catalogaron como las “Madres del pueblo”, llevaban comida a presos ya tendían huérfanos, este movimiento para financiarse creó pequeñas industrias de comida y los mercados eran lugares de comunicación y enlace.
- Las madres de Héroe y mártires de Nicaragua, que fueron una construcción del contexto revolucionario y contra - revolucionario en el que se produjo el sandismo, fueron

impulsadas por el frente Sandista en 1933, se definían parte de la revolución y actoras de la misma, en la revolución desarrollaron su identidad como mujeres proclamando que se sentían “libres de prejuicios”.

- Las madres de las delicias de Colombia que pertenecen a un contexto de múltiples violencias entrelazadas desde finales de los años sesenta, este grupo se constituye en sujeto político a partir de un hecho de guerra en el cual fueron retenidos 60 soldados, su lema era “que los entreguen vivos”, como accionar decidieron ir a la zona de conflicto y dialogar con el Grupo armado Farc y por esta razón fueron nombradas por el presidente Samper como “Voceras de la guerrilla”.

2.4 Movimientos de mujeres en Colombia

Según Lola G. Luna en su texto *Los movimientos de mujeres Feminismo y feminidad en Colombia*. En el país los movimientos de primera ola se dividieron en tres periodos; el primero fue entre 1930-1943 en donde los movimientos luchan por la independencia económica, acceso a la educación superior y a cargos públicos, la toma de conciencia colectiva y los primeros espacio feminista. La segunda etapa fue comprendida en los años 1944 – 1948 con la lucha por el voto, y se realizaron los dos primeros congresos nacionales femeninos. Y el último comprendido desde 1949 – 1957 la violencia.

“En los años setenta en Colombia se adelantaban diferentes estudios e investigaciones sobre la unidad de reproducción doméstica, el impacto del capitalismo en el agro y cómo afecta en el trabajo femenino y su papel en la familia, así como la incorporación de la mujer a la industria y su posición subordinada en la jerarquización laboral”.

En Colombia, la voz de las mujeres se expresó de forma colectiva por primera vez en boca de aquellas que asumieron el papel de líderes en la lucha por el reconocimiento de una serie de derechos ciudadanos, la cual tuvo lugar por casi tres décadas, en donde el movimiento sufragista siempre estuvo en la constante lucha por el trabajo digno, acceso a la educación y el derecho al voto, el cual fue obtenido en la década de los cuarenta.

Cabe resaltar que algunos procesos adelantados por los movimientos de mujeres en esta época en el país tuvieron buenos resultados como lo fue la huelga de las obreras de Fabricato en Antioquia en 1920 liderada por Betsabe Espinoza, que terminó logrando un aumento de los salarios y un manifiesto firmado por 14.000 mujeres indígenas en 1927.

En Colombia durante tres décadas 1930 – 1957 se puede detectar signos de la prensa diario sobre la existencia de movimientos en torno a cuestiones como el voto y otros derechos civiles reclamados por las mujeres.

Los Movimientos de mujeres en la segunda ola en Colombia según Doris Lamus (2010), estuvieron enmarcados por el contexto nacional vivido en la transición al siglo XXI “signado por la confrontación armada, lucha contra el terrorismo y el narcotráfico, y la intervención de la cooperación internacional enmarcan las nuevas propuestas que contribuyen a la pluralización de los movimientos sociales”

A partir de los setenta en el país surge un número de movimientos feministas de diversas tendencias, se comienza a romper el muro de la privacidad y se coloca en el espacio público temas como la sexualidad, la libertad para decidir sobre el cuerpo y se da paso a los grupos de autoconciencia. Colombia como el resto de los países de América Latina y del caribe en esos

años la izquierda y sus militantes tuvieron presencia en los movimientos sociales, culturales y políticos, con esta influencia surgen los primeros grupos colectivos de mujeres, los cuales surgieron Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla que progresivamente iban definiendo líneas de pensamiento y temas de debate como: La autonomía, el aborto, el sentido de familia, relaciones de pareja, el poder, la salud reproductiva de la mujer y el sentido político para las mujeres en Colombia.

A finales de la década de los setenta las mujeres profesionales y feministas vinculadas a la academia iniciaron una importante producción de trabajos de investigación sobre condiciones de las mujeres en diversos campos y sobre la perspectiva de género en el país.

Para 1977-1978 se generaron algunas revistas en Bogotá y Cali “Cuéntame tu vida” y “mi cuerpo es mío”, como la idea de crear una casa de la mujer en Bogotá, idea que fue apoyada por la cooperación internacional la cual fue concretada en 1982 y para febrero del siguiente año publicaron el primer número de su órgano informativo “vamos mujer”. En 1980 se constituyó en movimiento de mujeres por la reforma de la constitución, donde mujeres de 17 organizaciones generan un proyecto de modificaciones y adiciones a la constitución del 86.

“en tiempos más recientes y en unos países primeros que en otros, ha tenido lugar un desarrollo creciente de la academia feminista en instituciones universitarias y de investigación lo cual ha ampliado y dado avance a los denominados estudios de género”

3. EMPODERAMIENTO:

Magdalena de León con su texto "Poder y empoderamiento de la mujer" afirma que desde una perspectiva entre lo individual y lo colectivo, este término ha tenido un significado desde lo individual refiriéndose a "hacer las cosas por sí mismo" o "tener éxito sin la ayuda de otros",

pero se debe tener en cuenta que el empoderamiento debe incluir la acción colectiva, ya que es un proceso personal y político con miras a que en los temas referidos al género femenino, sea la mujer quien adquiera el control de su vida, logre la habilidad de hacer cosas y pueda definir su propia agenda.

El término empoderamiento desde un comienzo fue utilizado por el movimiento popular de los derechos civiles en Estados Unidos. A mediados de la década de 1970 dicho término comenzó a ser utilizado por los movimientos de mujeres con el fin de que sean estas las que se dan cuenta de su situación de opresión y se capaciten para enfrentar las problemáticas que les afectan.

Hay una visión interesante en cuanto al empoderamiento de la mujer que se manifiesta en la cuarta conferencia mundial sobre la mujer celebrada en Beijing 1995 afirmándose que: “por un lado significa la toma del poder que individual y colectivamente tienen las mujeres. En este sentido tiene que ver con la recuperación de su propia dignidad y autoestima de cada mujer como persona. En segundo lugar, tiene una dimensión política, en cuanto que pretende que las mujeres estén presentes en los lugares donde se toman las decisiones, es decir donde se ejerce el poder. Se trata de fortalecer la posición social, económica y política de las mujeres desde la concepción del término como “poder para” y no “poder sobre”, lo que superpondría la eliminación de las relaciones de poder existente todavía entre hombres y mujeres.”

En este discurso se plantea la necesidad de mostrar las necesidades e intereses, divididos en prácticas para luchar en ámbitos económicos, sociales y políticos, enfocándose en visibilizar las necesidades que existen en las relaciones de poder entre los géneros.

Por otra parte, Srilatha Batuwala afirma que el empoderamiento se encarga de desafiar las relaciones patriarcales, ya que fomenta el cambio de la influencia de los hombres sobre las mujeres, movilizándose hacia temas de agenda política mediante el acceso a diversos tipos de conocimientos y recursos, siendo cada vez más partícipes a nuevas ideas que fomentan una mejor calidad de vida. El empoderamiento es una palabra que tiene el término poder y este se refiere a ejercer control sobre cosas físicas o intelectuales; cuando el poder se hace sobre el control en el ámbito intelectual, es para propagar un conocimiento, información e idea. La mujer ha tenido el poder sobre su familia, pero cuando tiene el poder sobre sus ideas y conocimientos, la mujer es quién ahora puede influir en la forma como es percibida, para cambiar la dirección de las fuerzas del sistema que la marginan y la llevan a sectores en desventaja.

Por lo tanto, es vital que la mujer tenga poderes solidarios y transformadores dentro de la sociedad, para inducir a mostrar una nueva realidad, sin estar bajo la subordinación patriarcal, fomentando la creación de conciencia en las mujeres acerca de sus derechos, el valor relevante que tienen en la sociedad desde perspectivas donde la mujer puede llegar a ser proactiva a nivel de negocios para lograr una autonomía económica, sin la dependencia total hacia el hombre a través de políticas que propenden garantías para la mujer.

3.1 Relaciones Públicas Y Estrategia De Comunicación

Edward Bernays, define las relaciones públicas como un *“campo de actividad que tiene que ver con la interacción entre un grupo, un individuo, una idea u otra unidad, con los públicos de los que depende; concibiendo a las relaciones públicas como una función asesora en comunicación, es decir, en cierta medida un experto que ofrece su experiencia y saber a una organización”*. Lo que permite entender a estas como la búsqueda de acciones y estrategias

obtener resultados favorables dentro las organizaciones cumpliendo con el objetivo de mantener una estrecha relación y visión por parte de los públicos de dicha organización

En el campo de las relaciones públicas juega un papel importante el asesor de relaciones públicas pues es el responsable y encargado de generar buenos resultados para las organizaciones como lo expresa Bernays, en su Libro cristalizando la Opinión pública, *“la función primaria del asesor de Relaciones Públicas y que es aconsejar a sus clientes sobre cómo conseguir resultados positivos en el campo de las relaciones con sus públicos y mantenerlos apartados de situaciones infortunadas o dañinas”* (p.46).

De acuerdo a lo expresado por el autor es de vital importancia generar nuevos canales de comunicación para atraer e influenciar a los públicos, teniendo en cuenta los ya utilizados por las organizaciones y de la misma manera el asesor debe ceñirse a un método específico. *“Ha de analizar el problema y los objetivos de su cliente. A continuación, ha de analizar el público al que se va a dirigir. Debe concebir un plan de acción... y determinar los métodos y órganos de distribución posibles para dirigirse a su público. Finalmente, ha de tratar de estimar la interacción entre el público al que se dirige y su cliente* (p.100). “

Por estas razones es de gran importancia implementar acciones adecuadas y pertinentes en el momento de dirigirse a un público y de esta forma obtener los resultados esperados y de benéfico para las organizaciones.

Por otra parte, La Comunicación Estratégica *“se produce en una situación de juego en la que intervienen varios jugadores, que tienen que tomar decisiones ante la incertidumbre que generan los otros jugadores, en contextos sociales dados, de cara al logro de un objetivo asignado, optando entre varias alternativas de acción (a qué audiencia, qué contenido/mensaje,*

cómo/el mensaje, cuándo y dónde/medios), mediante la valoración de dichas alternativas, y la elección de una de ellas, que se ejecuta, controla y evalúa”.

Se trata de la mediación de la comunicación en los modelos de la estrategia es decir la participación activa en cuanto a la solución de un problema a través de diversos canales y medios de comunicación.

Rafael Alberto Pérez, refiere a las estrategias de comunicación *Las nuevas tecnologías de la información* y cómo afectan a la sociedad y su importancia en la eliminación de brechas digitales y de esta forma obtener mayores alcances en el momento de difundir información en el marco de relaciones estratégicas en entornos sociales o empresariales. *“Este nuevo enfoque modifica las perspectivas estratégicas de las empresas, de los grupos, de las corporaciones, y también de los individuos”*

De igual forma define al estratega de la comunicación como

“Un profesional de la comunicación, con conocimientos sobre métodos, reglas y guías normativas para interpretación de los signos y los síntomas del problema o de la oportunidad, que puede establecer cuál es el papel de la comunicación dentro de ese operador/organizador/proyecto/ etc., y en qué medida la comunicación puede ayudar a la resolución del problema/oportunidad identificado, al tiempo que tiene capacidad para evaluar, proponer y aplicar el tratamiento comunicativo que prometa ser más efectivo, delimitar las posibles complicaciones y el tiempo en que pueden hacer su aparición, asistir a los operadores en el proceso de solución del conflicto, o en la maximización de la oportunidad, y evaluar resultados”.

4. Modelo De Comunicación Participativa

El modelo de comunicación participativa es una forma actual de hacer comunicación que contribuye a la recuperación de la vida cotidiana y las necesidades e intereses de los grupos sociales por medio de la planificación e implementación de herramientas de comunicación para mejorar su incidencia e impacto en procesos de desarrollo. A través de este modelo el grupo investigador busca posibilitar espacios donde se compartan experiencias e información para la creación de propuestas a nivel individual y colectivo. *“El modelo Participativo incorpora los conceptos en el marco de la multiplicidad, acentúa la importancia de la identidad cultural de comunidades locales y de la democratización y participación a todos los niveles”*, (Jan serVaes & Patchaneem aliKHao).

Este modelo acentúa la colaboración recíproca a todos los niveles de la participación argumentado desde lo que decía Sean Macberd *“Era necesario una nueva actitud para superar el pensamiento estereotipado para promover un mayor entendimiento de la diversidad y pluralidad respetando plenamente la dignidad e igualdad de los pueblos viviendo en diferentes condiciones y actuando de diversas maneras”*(pág. 47)

Es decir, lo que se busca por medio del modelo participativo es cambiar la visión, transmisión y recepción de la información de los diferentes grupos o comunidades sociales para de esta forma convertirlos y fundamentarlos en cuanto a las necesidad de espacios en donde ellos sean los mismos productores y creadores de los contenidos y así participar e interactuar con otras comunidades.

Este modelo tiene dos enfoques, la pedagogía dialogal de Paulo Freire argumentando *“Los pueblos subyugados deben ser tratados como humanos en cualquier proceso político y eso implica comunicación dialogal”*, y el de la UNESCO exponiendo el acceso en el uso de medios

a favor del servicio público y la participación con el involucramiento público en los sistemas de comunican.

Lo que implica el modelo participativo es la autogestión de las comunidades focos de investigación para crear contenidos y hacer uso de los recursos comunicativos posibilitados por los comunicadores para ampliar su visión y hacer masiva su información.

METODOLOGÍA

5 Tipo De Investigación Cualitativa

Para llevar a cabo esta investigación se utilizará el método cualitativo, ya que el objetivo general apunta a diseñar un producto comunicativo para visibilizar los aportes realizados por los grupos de mujeres en pro del desarrollo social en el municipio de Soacha. Por esta razón, es necesario ampliar el campo de conocimiento por medio de la recolección de experiencias y el análisis profundo del entorno y contexto en el que se enmarcan dichos grupos y de esta manera cumplir con el objetivo planteado.

De acuerdo a lo expuesto por Sampieri (2010), “lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos que se conviertan en información de personas, seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad, en las propias formas de expresión.”

Esta investigación se establecerá a partir de la interacción con los diferentes grupos de mujeres, lo que permitirá generar lazos que permiten descubrir las diferentes prácticas y en ambientes naturales y cotidianos de su vida diaria y de esta forma conocer cómo interactúan, como se comportan, que creen y que sienten.

Sampieri (2010), afirma “que al tratarse de seres humanos los datos de que interesan son conceptos, percepciones, imágenes mentales entre otras” con esto se difiere que la investigación arrojará datos descriptivos, en donde los grupos serán vistos como un todo, es decir aquellos que producen datos descriptivos. “las propias palabras de las personas habladas o escritas y la conducta observable, para comprender los grupos como un todo” Taylor y Bogdan (1986).

Según lo expuesto anteriormente el método cualitativo es el más idóneo para la realización de esta investigación, ya que, busca comprender las prácticas, aspectos sociales y culturales de los

grupos de mujeres en Soacha con el fin de crear un producto comunicativo que impacte y haga visible el trabajo de estos grupos de mujeres.

5.1 Diseño metodológico:

La investigación se desarrollará por medio de un estudio de caso ya que lo que se pretende realizar es una descripción y análisis detallado del trabajo realizado por la Fundación Familias para el progreso. Este diseño de investigación permite abordar, observar y estudiar desde diferentes ópticas el fenómeno de estudio.

Los estudios de caso son definidos como:

“Herramienta de investigación que analiza temas actuales y problemas contemporáneos que representen algún tipo de problemática de la vida real, donde el investigador intenta responder el cómo o el porqué de un caso específico”.

De esta forma el estudio de caso es el más adecuado para organizar y describir de manera correcta los aspectos que comprenden los grupos de mujeres y de esta forma saber cómo realizar un producto comunicativo acorde a las necesidades que este fenómeno de estudio nos arroje por medio de la observación y estudio realizado.

5.2 Instrumentos de investigación

Con una línea de investigación cualitativa se implementarán instrumentos propios de este enfoque metodológico que permitirán llevar a cabo el desarrollo de cada uno de los objetivos.

El primer instrumento a utilizar será la observación, ya que esta permite explorar y describir ambientes, comunidades y aspectos de la vida, analizando su significado y actores que lo generan, de igual forma situaciones y experiencias que suceden dentro de las poblaciones de

estudio y así lograr identificar la labor realizada por la Fundación Familias para el Progreso para conocer su impacto en la sociedad, definiendo sus características y alcances principales, a través de la descripción de lugares, entorno, actitudes y comportamientos dentro de FAPPRO.

Como segundo instrumento de investigación se utilizará la entrevista semiestructurada para abordar los entes externos a la fundación como por ejemplo la dependencia de género y mujer de la secretaria de desarrollo social del municipio, y la entrevista a profundidad y de igual forma la recolección de biografías e historias de vida que se realizará a las mujeres que conforman los grupos de género más destacados en el municipio con el fin de dar cumplimiento a el segundo objetivo, Caracterizando el impacto generado por la Fundación Familias para el Progreso, para identificar los alcances que han obtenido en su labor en pro de la construcción social.

Para desarrollar el objetivo número tres de la investigación con el cual se pretende definir los lineamientos y principales aspectos que orientarán el diseño e implementación del producto comunicativo, enfocado a visibilizar la labor de la Fundación Familias para el Progreso, se utilizará la recopilación documental con el fin de estructurar los lineamientos que conformarán el producto comunicativo para entender cómo se debe realizar y cuál es su estructura y de esta forma obtener un producto comunicativo pertinente para visibilizar la labor de FAPPRO.

ANÁLISIS Y RESULTADOS

Para dar cuenta al primer objetivo que hace referencia a caracterizar la labor social realizada por la “fundación familias para el progreso” en el municipio de Soacha con el fin de conocer su impacto, alcances y principales características, se utilizaron como instrumentos de investigación el cuestionario y diarios de campo, con el fin de darle la mayor participación a las integrantes del grupo.

6.1 Cuestionario

Para caracterizar la labor social realizada por la fundación familias para el progreso en el municipio de Soacha con el fin de conocer su impacto, alcances y principales características, se realizó un cuestionario con el total de 18 preguntas en donde se evalúan aspectos importantes según la percepción de las mujeres activas que conforman (FAPPRO).

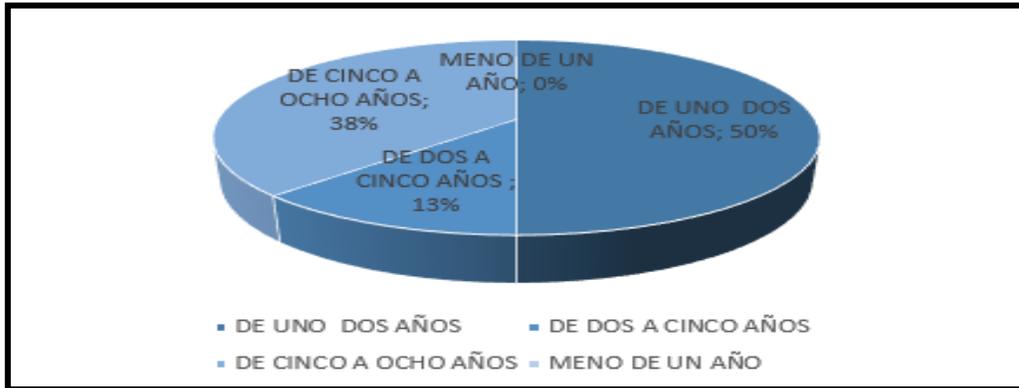
La Fundación Familias para el Progreso es una organización de aproximadamente ocho años de conformación la cual está integrada por mujeres en edades que van desde los 18 hasta los 65, que viven en la comuna 2,4 y 5 del Municipio de Soacha.

Según los datos arrojados por el cuestionario el 38% de estas mujeres realizan labores en el hogar, el 25% se encuentran desempleadas y el 26% son estudiantes y trabajadores independientes.

Mediante esta técnica de recolección de datos es posible evidenciar aspectos relevantes frente a la percepción, comunicación, visibilización y expectativas que tienen las mujeres sobre la Fundación Familias para el Progreso y la realización de la estrategia de comunicación, dando como resultado:

Percepción:

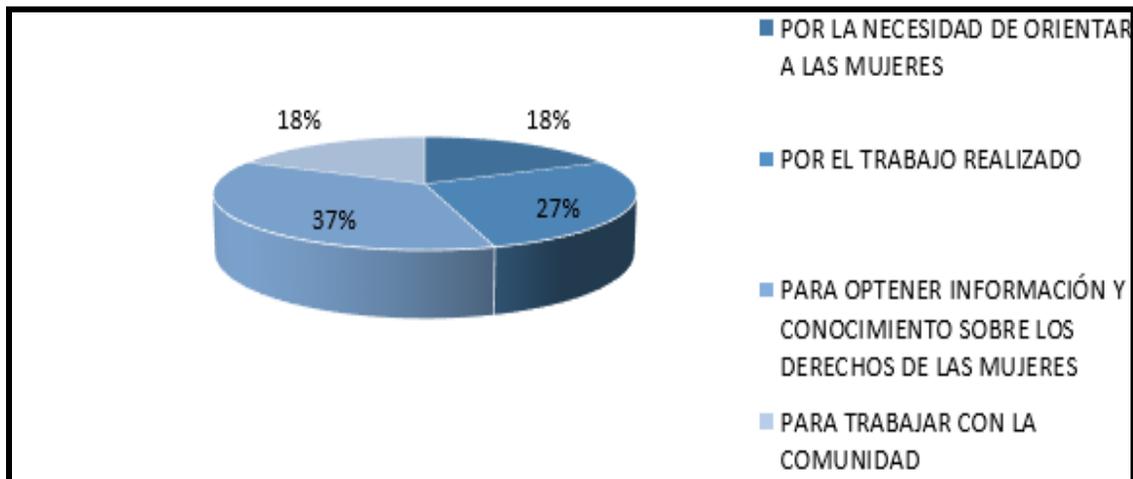
¿Cuánto tiempo lleva en la fundación familias por el progreso?



Grafica 1: tabulación pregunta numero 1

El 50% respondió que tiene una antigüedad en la fundación de 1 - 2 años, el 38% de las integrantes lleva de 5-8 años y el 13% hace parte de la fundación desde hace 2 - 5 años.

Lo que permite evidenciar que la mayor parte de las integrantes de la Fundación Familias para el Progreso, no han participado desde el inicio y creación de la misma, por esta razón se puede observar la falta de apropiación en algunos aspectos como la necesidad de hacer visible el trabajo realizado en la comunidad, de igual forma se detecta la importancia del empoderamiento de las mujeres en el proceso de fortalecer e implementar una comunicación más efectiva, también es evidente que en FAPPRO no hace tanto tiempo se vinculó una mujer por lo cual se puede asegurar que es una fundación que tiene la disposición y permite la integración de más mujeres que se interesen por trabajar con la comunidad en pro de los derechos de la mujer.



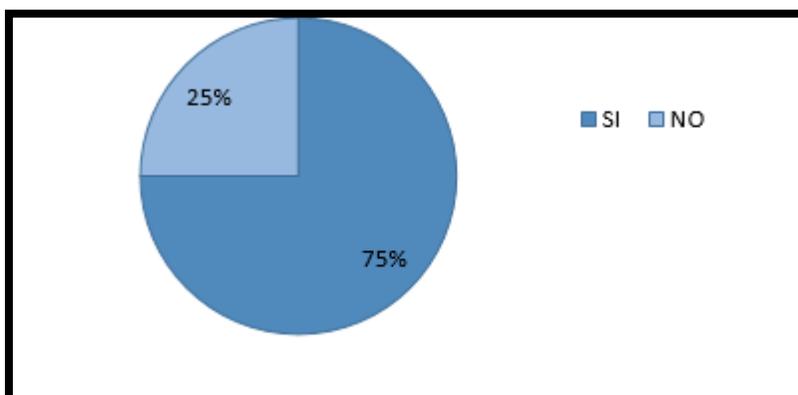
¿Por qué decidió vincularse a la Fundación Familias para el Progreso?

Grafica 2: tabulación pregunta numero 2

El 36% de las mujeres encuestadas respondieron que decidieron vincularse a la fundación para obtener información sobre los derechos de la mujer, 27% por el trabajo realizado y el otro 36% por la comunidad y la necesidad de orientar a las mujeres.

Esto deja claro y ratifica que las mujeres que hacen parte de la Fundación Familias para el Progreso tienen gran iniciativa de formar y fortalecer los procesos en cuanto al empoderamiento de la mujer, esto hace factible el trabajo con el grupo pues evidencia el interés de trabajar con la comunidad para concientizar a la población femenina sobre los derechos de las mujeres y políticas públicas.

¿Sabe usted cuál es la misión y visión de la Fundación Familias para el Progreso?

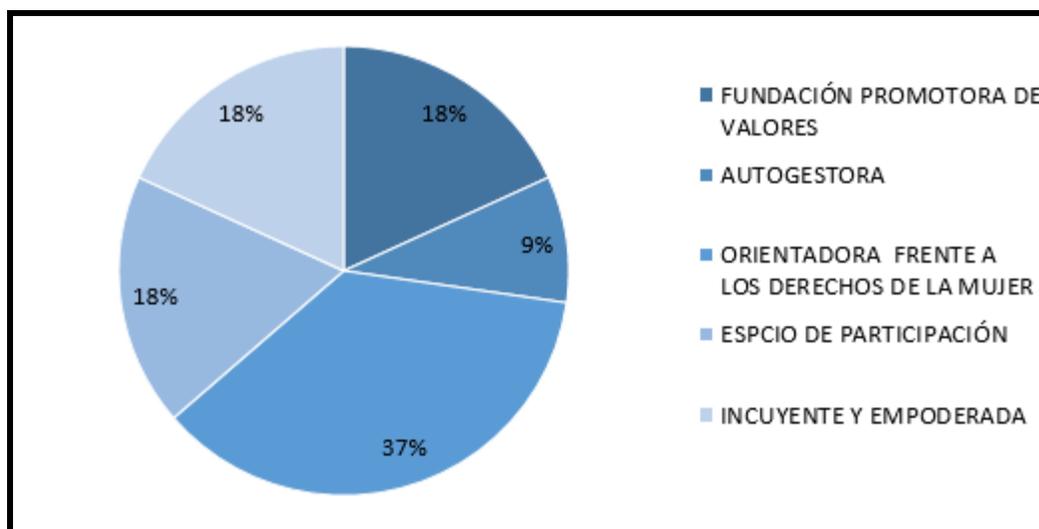


Grafica 3 : tabulación pregunta numero 3

El 75% respondieron que sabían la Misión y la visión de la fundación mientras que el 25% respondieron que no tenían conocimiento acerca de esta.

Con esta pregunta se buscaba conocer que tanto saben las mujeres sobre la fundación familias para el progreso lo que dió como resultado que la mayoría de las mujeres conoce el sentido y objetivo de la fundación, sin embargo, ese 25% ratifica la necesidad de continuar empoderando y apropiando a cada una de las integrantes, ya que esto permite generar un mejor trabajo frente a la estrategia de comunicación.

¿Con qué cualidades define usted a la fundación?



Grafica 4: tabulación pregunta numero 4

El 36% la caracteriza como orientadora sobre los derechos de la mujer, el 54% la considera como incluyente y empoderada, espacio de participación y promotora de valores y el 9% como autogestora.

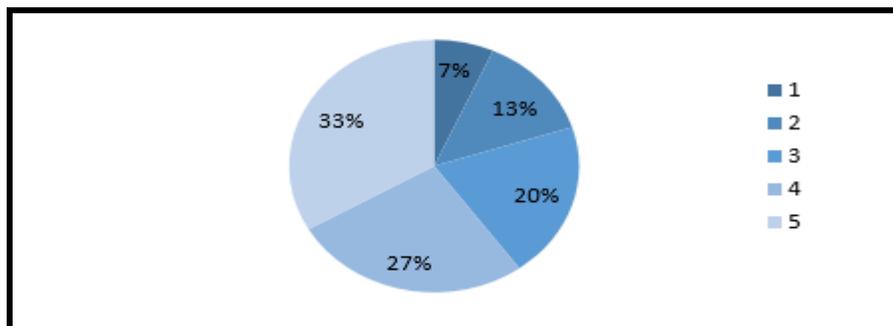
Con esta pregunta se evidencia la percepción favorable de las mujeres frente a la fundación y le atribuyen diversas características que la enmarcan como fundación líder que trabaja en pro de la mujer en la comunidad de Soacha, es notable ver la excelente percepción que tienen las mujeres frente a la fundación ya que ninguna de las respuestas es negativa.

En una escala de Uno a Cinco. ¿Qué tan identificada se siente con la labor realizada por la fundación actualmente? Y ¿Qué tan importante se siente dentro de la fundación?

En la primera pregunta El 62% califica con puntuación de cuatro y 38% califica un puntaje de cinco. Y en la segunda pregunta El 88% respondió que se siente muy importante dentro de la fundación, mientras que el 13% se siente poco importante dentro de la fundación familias por el progreso.

Se detectó el buen clima organizacional y el excelente trabajo en equipo que hay en la fundación puesto que la gran mayoría se sienten identificadas con la labor que realiza la fundación Familias para el progreso ya que conocen el objetivo del trabajo que realizan y están en caminadas a compartir su experiencia y conocimiento con más mujeres que como ellas decidan pertenecer al grupo y empoderarse frente a los derechos y políticas públicas de la mujer, sin embargo es necesario volver a resaltar que se debe trabajar con aquellas mujeres integrantes del grupo que aún no se empoderan del todo frente a los procesos realizados en la fundación.

¿Participa usted en las decisiones que se toman dentro de la fundación?

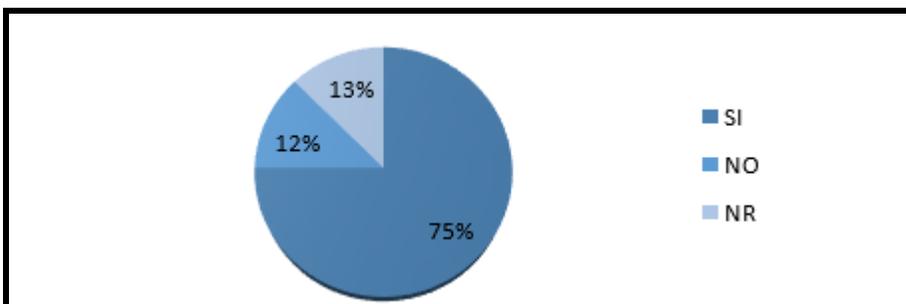


Grafica 5 :tabulación pregunta numero 6

El 100% contesto que son tenidas en cuenta en el momento de tomar las decisiones teniendo en cuenta que todas las opiniones y aportes son importantes lo que permite identificar que la participación de cada una de las mujeres es activa y relevante lo que genera un aporte y visión de las integrantes a la hora de construir a estrategia de comunicación ya que no solo se plasmara la visión de las investigadoras sino también de los intereses que tiene cada una de las integrantes.

¿Se siente usted conforme con la estructura que tiene actualmente la fundación?

¿Dentro de la fundación familias por el progreso considera usted que hay trabajo en



equipo?

Grafica 6: tabulación pregunta numero 7

La primera pregunta: El 88% respondió que sí y 13% respondió que no.

Segunda pregunta: El 75% respondió que sí, El 13% respondió que No y el 13% No saben ni responde

Claramente se ve que es muy poco el porcentaje que no está de acuerdo, lo que significa que la fundación tiene buenas condiciones en cuanto a las relaciones interpersonales, buena organización y está completamente organizada en su estructura funcionalmente, a pesar de ese poco porcentaje , bajo la respuesta no sabe, no responde.

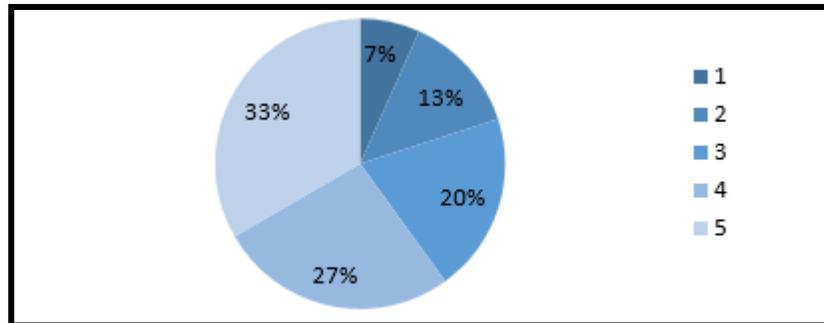
Teniendo en cuenta que el motivo principal es que dentro de la fundación familias para el progreso hay unión, se cumplen los objetivos y está correctamente organizada.

Como resultado de la evaluación a primer ítem en cuanto a la percepción que tienen las mujeres sobre la Fundación Familias Para el progreso se evidenció el conocimiento que tienen las integrantes sobre el objetivo y las metas de la fundación y el empoderamiento sobre los temas tratados en cada una de las actividades que se realizan, también es evidente el trabajo mancomunado que existe en el grupo ya que todas son activas en cuanto a la participación y aportes en ideas lo cual favorece el trabajo investigativo ya que permitirá una mayor apropiación y acción frente a la construcción de la estrategia de comunicación.

Comunicación y visibilización

Bajo este ítem se busca identificar todos los aspectos que comprenden la visibilización y la comunicación dentro de FAPPRO con el fin de detectar debilidades y fortalezas en este ámbito tan importante para toda organización.

En una escala de uno a cinco. Valore el impacto que ha tenido la fundación durante los



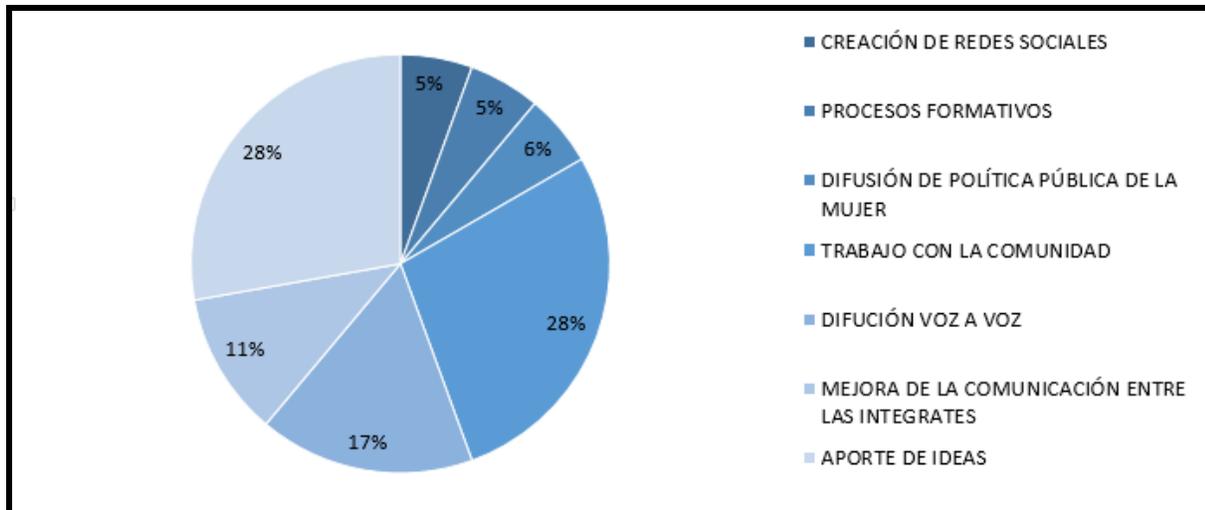
últimos cinco años

Grafica 7: tabulación pregunta numero 8

Con una puntuación cuatro el 63% y con puntuación de cinco el 38%.

Se puede resaltar que a pesar de las necesidades comunicativas que en diversas ocasiones se han mencionado, FAPPRO ha logrado un gran impacto en la comunidad por medio de conferencias y talleres en las diversas comunas, esto hace viable la realización de la estrategia de comunicación pues permitirá ampliar el impacto que hasta ahora han generado por medio de diferentes herramientas comunicativas.

Mencione brevemente los aportes a nivel comunicativo y social que ha hecho a la fundación

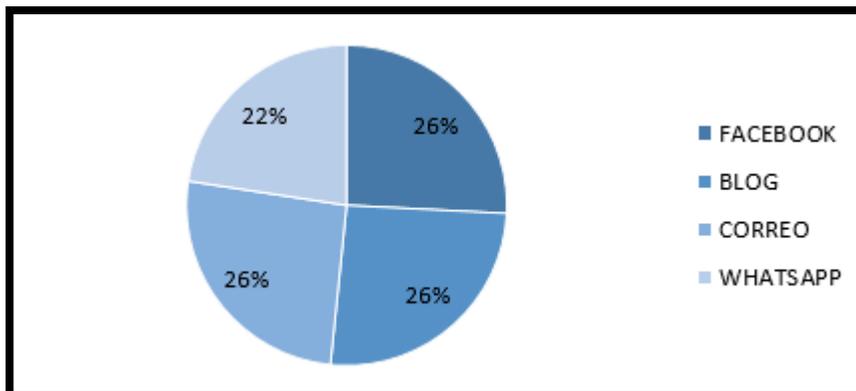


Gráfica 8: tabulación pregunta número 9

El 56% dice que ha aportado en ideas y con el trabajo en comunidad, el 28% contestaron que han aportado la mejora de la comunicación entre integrantes y la difusión voz a voz y el 18% por medio de difusión de la política pública, procesos formativos y la creación de redes sociales.

Es claro ver la necesidad comunicativa que inicialmente presenta la fundación familias para el progreso, ya que con un bajo porcentaje se menciona la creación de redes sociales y además es el único ítem de comunicación y difusión de la fundación, donde no está bajo estándares de uso de las últimas tecnologías de información, ni medios de difusión de contenido y reuniones que actualmente realizan en pro de la mujer.

¿Conoce usted que redes sociales tiene actualmente la fundación?



Grafica 9: tabulación pregunta numero 10

A la cual contestaron: Facebook 25%, Blog 25%, correo 25%, WhatsApp 22% y twitter 3%.

Es notable que existe uso de redes sociales, sin embargo, no todas las conocen, ni hay estructura, ni uso constante de estas herramientas debido al poco conocimiento de tecnologías de la información y comunicación por lo cual no tienen una clara visibilización en este campo tan utilizado e importante actualmente. Desde la investigación esto hace necesario la capacitación en este tipo de herramientas para que las mujeres se apropien y generen nuevos contenidos.

Expectativas

¿Qué necesidades a nivel comunicativo usted ha identificado dentro de la fundación?

Cree usted ¿qué es necesario implementar una estrategia de comunicación para que FAPPRO tenga mayor reconocimiento en el municipio?

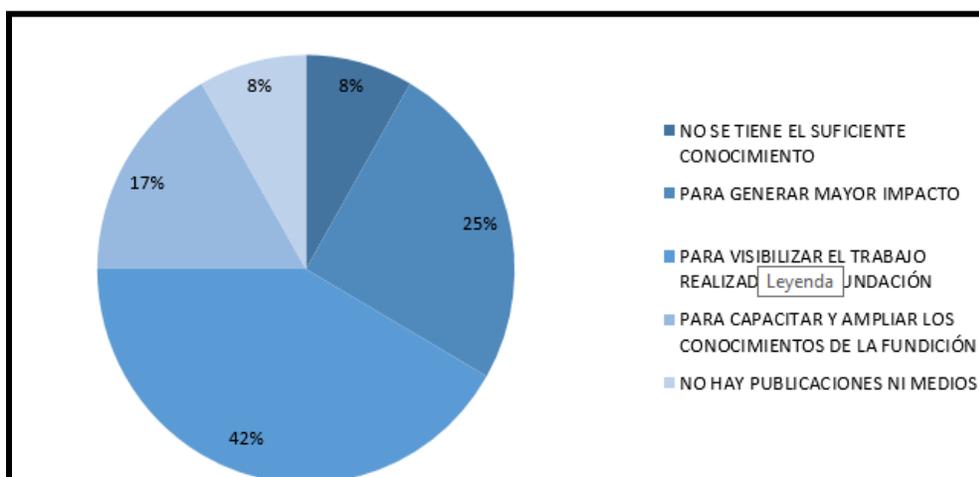
En esta pregunta el 2% respondieron que hacía falta redacción en publicaciones, el 22% dijo que capacitaciones en redes sociales, el 13% dicen que hacen falta canales de difusión apropiados, el 13% dice que es necesario generar una revista y el 4% dice que un buen manejo

y alimentación del blog. Y el 100% de las integrantes respondieron que es necesario implementar una estrategia de comunicación.

Estos resultados indican las falencias a nivel comunicativo con las que cuenta la Fundación Familias para el progreso y la necesidad que hay en la creación de una estrategia de comunicación ratificando la necesidad de trabajar de manera mancomunada con las integrantes e investigadoras con el fin de suplir cada una de estas falencias a través de herramientas comunicativas que le permitan a la fundación hacer visible su trabajo e impacta a más población femenina en el municipio de Soacha.

Lo cual permite a la investigación tener un gran campo de trabajo ya que a través de la estrategia de comunicación se suplirán cada una de las necesidades y FAPPRO tendrá herramientas claras para lograr un trabajo asertivo en pro de la visibilización del trabajo realizado por este grupo.

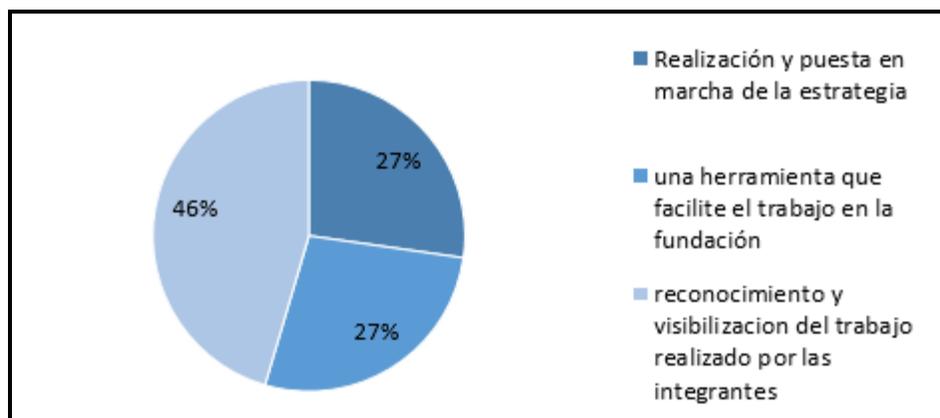
¿Por qué cree que es necesario implementar una estrategia de comunicación?



Grafica 10: tabulación pregunta numero 11

El 42% afirma que es necesario implementar una estrategia de comunicación para visibilizar el trabajo realizado en la fundación, 25% generar mayor impacto, 17% para capacitar y ampliar los conocimientos de la fundación y el 8% porque no se tiene suficiente conocimiento.

Se puede ver que un gran porcentaje de las mujeres sabe que es necesario implementar una estrategia de comunicación ya que esta les permitirá tener una mayor visibilización en el municipio de Soacha y mediante las sesiones de diálogo también han manifestado que verdaderamente tienen debilidades en la organización a nivel comunicativo. Es importante mencionar que también saben y reconocen que deben generar un mayor impacto, finalmente debido al buen clima organizacional que presenta FAPPRO es notable ver que desean adquirir más conocimientos que propenden hacia la proyección y durabilidad de la fundación.



¿Qué espera usted como resultado final de la estrategia de comunicación?

Grafica 11: tabulación pregunta numero 12

Ante las expectativas que tienen las integrantes sobre la estrategia de comunicación respondieron: lograr reconocimiento y visibilización del trabajo realizado 45% y el 48% afirma

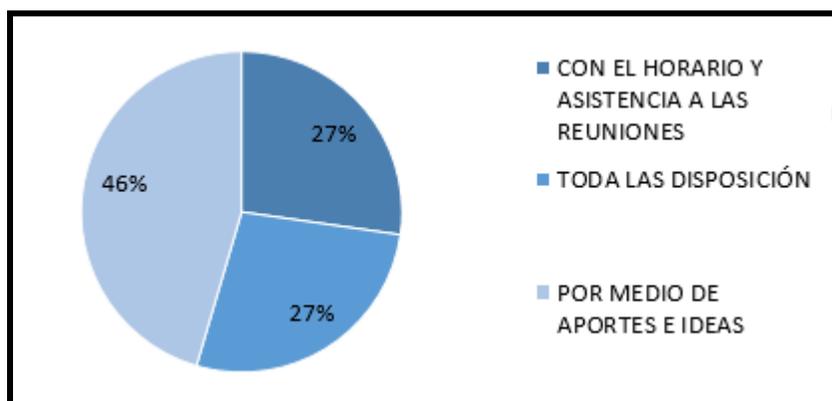
que es una herramienta que permitirá el trabajo en la fundación, como también ver la estrategia completamente realizada.

Ante estas opiniones se ha detectado que las integrantes conocen cual es el objetivo de una estrategia de comunicación gracias al trabajo realizado anteriormente por parte de las investigadoras donde se les informa sobre el objetivo de la investigación y además son sensibilizadas sobre las partes que componen una estrategia de comunicación. De esta forma, expresan los resultados que desean, donde su anhelo principal es ser más reconocidas en el municipio como la fundación que trabaja en pro de la mujer para concientizar y enseñar políticas públicas, derechos, deberes y leyes del género femenino, gracias al descubrimiento de las debilidades que presentan no solo a nivel comunicativo, sino también temas como visibilización e impacto.

¿Valore que tan importante es el uso de redes sociales y canales de difusión para la fundación?

El 100% de las encuestadas reconoce que es muy importante el uso frecuente de redes sociales y canales de difusión, bajo estos resultados FAPPRO se compone de mujeres que no tienen mucho conocimiento sobre el manejo de las diversas herramientas tecnológicas. Sin embargo, han detectado la necesidad de aprender sobre el uso de estas redes para crear contenido de calidad que fomente el interés de una comunidad que puede estar informada sobre todas las actividades que realizan y llevan a cabo, para así lograr un alcance mayor en el municipio haciendo el uso efectivo de las redes sociales aprendiendo conceptos básicos que ayudarán a formar mujeres empoderadas sobre la importancia del manejo de estas redes.

¿Qué tan dispuesta está usted para participar en el desarrollo de la estrategia de comunicación?



Gráfica 12: tabulación pregunta número 14

El 45% responde que puede participar aportando ideas y el 48% tiene toda la disposición para asistir a reuniones y escuchar atentamente cada una de las capacitaciones sobre la realización de la estrategia de comunicación.

Las dos opiniones se dividen en aspectos positivos y capacidades relevantes necesarias para llevar a cabo una estrategia de comunicación de impacto para todo un municipio, lo cual permite ver la excelente disposición para trabajar en equipo y realizar un excelente trabajo mancomunado que no sólo ayudará a cumplir objetivos de la investigación, sino que también propende a cumplir las metas que FAPPRO tiene actualmente.

El ítem de evaluación llamado comunicación y visibilización permitió resaltar la excelente disposición que tiene cada integrante para llevar a cabo la estrategia de comunicación, ligado al clima organizacional que presenta la fundación familias para el progreso, lo cual permitirá llevar a cabo cada proyecto y objetivo planteado en la investigación. Además, es importante la planeación apropiada para realizar cada capacitación que permitirá dar los conocimientos básicos que deben poseer las integrantes de la fundación, en temas como uso de tecnologías de la información, manejo de redes sociales y redacción de publicaciones.

Con el desarrollo del cuestionario se evidencia y logra caracterizar de manera adecuada el grupo de trabajo que conforma la Fundación Familias para el progreso, resaltando la labor que han realizado y rescatando cada uno de los aspectos que aportan al desarrollo de la investigación como lo son la necesidad de seguir fortaleciendo los procesos de aprendizaje dentro de FAPPRO y las diferentes necesidades a nivel comunicativo y de visibilización que permitir ejecutar de manera enriquecedora la realización de la estrategia de comunicación.

6.2 Diarios De Campo

REGISTRO No. 1			
TEMA:	Primer Acercamiento con la líder y fundadora de familias para el progreso		
OBJETIVO:	Obtener información sobre la fundación y las necesidades a nivel comunicativo que esta presenta.		
FECHA:	27/09/16	HORA:	2:00 P.M.
LUGAR:	Oficina de la Fundadora		
ACTIVIDAD:	Diálogo sobre la fundación y exposición del proyecto		

OBSERVACION	REFLEXIÓN
--------------------	------------------



imagen 1 Primer encuentro con la líder y fundadora de FAPPRO

En esta sesión se reunieron las estudiantes de Comunicación Social y Periodismo Jessica López y Gloria González quienes están llevando a cabo la realización del proyecto de grado “Mujeres escribiendo historia”, en compañía de la líder y fundadora Fabiola Murcia líder se presentó el primer acercamiento a FAPPRO, con el fin de explicar el propósito de la investigación y conocer sus necesidades comunicativas.

Durante la sesión, las estudiantes exponen brevemente su idea de proyecto a la líder, dándole a conocer cuál es el objetivo central, el cual se propone realizar una estrategia de comunicación con el fin de visibilizar el trabajo realizado por la fundación.

Se evidencia el interés de la líder frente a la estrategia de comunicación puesto que le permitirá a la fundación impactar a más mujeres a través de esta.

En lo concerniente a los objetivos planteados de la investigación se identificó que asertivamente están alineados con las necesidades que presenta la fundación en aspectos de comunicación.

A propósito del diseño de la estrategia de comunicación, la líder señala en repetidas ocasiones la necesidad del uso de redes sociales como aspecto principal de la estrategia, ya que las redes sociales son vitales para toda organización.

En este sentido, es evidente la necesidad que existe a nivel de comunicaciones en FAPPRO, lo que permite tener un proyecto con viabilidad a realizarse.

Así mismo, la señora Fabiola Murcia relató una breve reseña histórica, aclarando que la fundación fue creada aproximadamente ocho años al ver la necesidad de educar y empoderar a las mujeres sobre la importancia y el cumplimiento de sus derechos, trabajo realizado por medio de charlas y capacitaciones que han generado impacto entre las mujeres.

También habló sobre las veces que han intentado hacer masiva la información a través de diversos canales como redes sociales, blogs o correos, los cuales no han tenido éxito debido a la falta de conocimientos sobre redes y la ausencia de una persona encargada de alimentar de manera efectiva estos canales.

Por último, se estableció el día de encuentro con las demás integrantes del grupo para discutir sobre las necesidades de la fundación y pactar las reuniones y encuentros que se harán para adelantar y llevar acabo la estrategia.

--	--

Tabla 1:Diario de campo. Encuentro líder de la fundación

REGISTRO No. 2			
TEMA:	Primer acercamiento con las mujeres que conforman la Fundación Familias para el Progreso		
OBJETIVO:	Conocer cada una de las mujeres que hace parte de la fundación para explicar el esquema de trabajo que se llevará a cabo.		
FECHA:	04/10/16	HORA:	2:30 p.m.
LUGAR:	Salón comunal Cobec		
ACTIVIDAD:	Diálogo para presentar el plan del trabajo y objetivos de la investigación.		

OBSERVACION



imagen 2, primer acercamiento a las integrantes de la fundación

En esta sesión se realizó el primer acercamiento con las integrantes de la fundación familias para el

progreso contando con la asistencia de las señoras Gilma, Priscila, Myriam, Rosalba, Fabiola, María Isabel e Isabel; amablemente prestaron atención acerca de la forma en que se investigará la fundación, después se les informó sobre los objetivos que se tienen y el período de duración para llevar a cabo la estrategia de comunicación.

Mediante este diálogo manifestaron su gusto por aprender cosas nuevas, ya que según lo expresó su fundadora Fabiola Murcia, la fundación ha sido población de estudio por parte de otras

REFLEXIÓN

A nivel de comunicación interna se destacan varias fortalezas, ya que las integrantes de la fundación tienen unidad a la hora de mencionar sus ideas y el rumbo donde es necesario proyectar la fundación.

Es notable ver su disposición para trabajar e ir adelante con la estrategia de comunicación, mencionando su interés por aprender cosas nuevas, sobre todo en temas como redes sociales y publicación de contenidos web.

En repetidas ocasiones se menciona la necesidad de contenido audiovisual sobre las leyes acerca de la mujer, empoderamiento, autoestima, entre otros. Para ser mostrados en las comunas del

universidades, quienes le han ayudado en temas como la formulación de misión, visión y mejoras administrativas, en otros casos han sido población de estudio en cuanto a temas de mujer y empoderamiento, pero nadie se ha preocupado por mejorar sus procesos comunicativos con el fin de resaltar la labor que han realizado a los largo de 8 años, por lo que creen que es necesario utilizar todo tipo de herramientas comunicativas para estar actualizadas en temas como redes sociales, publicación de contenidos, administración de páginas web, entre otras.

Seguidamente cada una de las integrantes se presentó y dijo cuál es su nombre, lugar donde reside y procesos de participación en los cuales está involucrada, donde se identifica que son mujeres activas en temas sociales y culturales del municipio de Soacha, ya que algunas pertenecen a movimientos de mujeres Soacha, Soacha vive adulto mayor, Soacha conexión, centro vida manualidades, red de mujeres de Cundinamarca, juego comunitarios, entre otros. Finalmente expresaron que la comunicación interna se realiza a

municipio y reuniones de junta de acción comunal.

Por cierto, se destaca la participación que han presentado algunas de las integrantes de la fundación en procesos comunicativos en otras organizaciones sociales, lo cual ayuda de gran manera a la elaboración de la estrategia, ya que así tienen y conocen la manera como se realizan eventos, radionovelas entre otros.

través de mensajería instantánea con el uso de aplicaciones como whatsapp y las mujeres que no utilizan esta aplicación se informan de las reuniones por la voz a voz de otras compañeras, quienes las visitan o las llaman, para estar al pendiente de la fundación.

Para terminar, se ordenó el cronograma de encuentros con el fin de ir recopilando toda la información para el desarrollo favorable de la investigación, en donde se estipuló que se realizarán encuentros cada 15 días para el desarrollo y uso de cada una de las herramientas metodológicas y comunicativas que favorecerán a la realización de la estrategia de comunicación.

Tabla 2, Diario de campo, acercamientos integrantes de Fappro

REGISTRO No. 3			
REGISTRO N.3			
TEMA:	Caracterización de la fundación		
OBJETIVO:	Caracterizar la labor social realizada por la fundación con el fin de conocer su impacto y principales características		
FECHA:	10/10/16	HORA:	2:00 p.m.
LUGAR:	Salón comunal barrió		
ACTIVIDAD:	Encuesta de diagnóstico		

OBSERVACION	REFLEXIÓN
-------------	-----------

Durante esta sesión, las integrantes de la Fundación Familias Por el Progreso desarrollaron un cuestionario de 18 preguntas que tenía como fin caracterizar el trabajo realizado por la fundación, la percepción, la comunicación y las expectativas de cada una de las integrantes frente a lo que es la Fundación su valor e impacto, y sobre la necesidad de realizar la estrategia.

Fue de vital importancia preguntar sobre las percepciones acerca del cuestionario, donde las 8 participantes mencionaron que les parecía bueno el hecho de expresar sus ideas en cuanto a las necesidades de comunicación y proyección que presenta la fundación.

También se indagó sobre la forma en que les gustaría que se realizará el contenido audiovisual, para presentar contenidos acordes con la participación de cada una de las integrantes.

Se resalta la puntualidad, ya que asistieron todas las integrantes activas de la fundación, donde se ve el interés por ser parte de la estrategia de comunicación, estando prestas para la recopilación de toda la información necesaria y el aporte de ideas.

En cuanto a la realización de los vídeos que van a concientizar a las mujeres sobre temas como autoestima, empoderamiento y la ley 1257 expresaron que necesitan que sea lúdico y corto, donde se explique rápidamente, pero de forma efectiva el mensaje que se pretende dar a conocer.

Se mostraron bastante interesadas en realizar la siguiente sesión para que se les explique conceptos básicos sobre redes sociales y la importancia del uso de estas herramientas en la fundación.

De otra manera, siempre están pendientes a todas las

<p>Además, se programó la siguiente reunión con el fin de ir sensibilizando a cada una de las participantes sobre el uso de las redes sociales y la importancia de fomentar contenido de calidad</p>	<p>directrices que se van dando en cuanto a la estrategia de comunicación y además aportan ideas que fomentan la creatividad para la realización de cada uno de los objetivos planteados en la investigación.</p>
--	---

Tabla 3:Diario de campo, caracterización de la fundación

<p>REGISTRO No. 4</p>			
<p>TEMA:</p>	<p>Contextualización redes sociales</p>		
<p>OBJETIVO:</p>	<p>Explicar cuál es el uso adecuado de las redes sociales en organizaciones y fundaciones.</p>		
<p>FECHA:</p>	<p>14 de noviembre 2016</p>	<p>HORA:</p>	<p>2:00 pm</p>
<p>LUGAR:</p>	<p>Salón Comunal COBEC</p>		
<p>ACTIVIDAD:</p>	<p>Explicación de las funciones de las redes sociales.</p>		

OBSERVACION	REFLEXIÓN
<div data-bbox="191 297 648 557" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="212 574 588 630" data-label="Caption"> <p><i>imagen 3, Contextualización redes sociales.</i></p> </div> <p data-bbox="669 297 1020 662">Con el fin de informar a cada una de las integrantes acerca de las herramientas tecnológicas y comunicativas usadas</p> <p data-bbox="186 703 1008 954">actualmente en la era digital, en esta sesión se dio paso a contextualizar a cada integrante acerca de la manera de cómo se deben manejar los perfiles, fan page, Twitter, Instagram, entre otros.</p> <p data-bbox="186 1019 1045 1422">Inicialmente se indagó sobre las redes que comúnmente conocen, para poder entender la visión que tienen actualmente sobre el manejo de redes; seguidamente se procedió a explicar cuál es la diferencia existente entre perfil personal y fan page, recalcando la importancia de tener un fan page, ya que la Fundación Familias para el progreso es una organización social Y</p>	<p data-bbox="1073 297 1915 922">Como parte fundamental de la estrategia esta reunión fue lúdica y productiva, ya que cada integrante sabe y reconoce la necesidad comunicativa presente. Se destaca la participación de cada mujer, ya que su espíritu de indagación, siempre estuvo presente, lo que demuestra su gran interés por aprender conocimientos que aportan y permiten un mayor conocimiento en temas tecnológicos para ponerlos en práctica a la hora de hacer un trabajo mucho más representativo en toda la comunidad del municipio de Soacha.</p> <p data-bbox="1073 979 1915 1166">Reconocen claramente cuál es la importancia de hacer uso de redes sociales, y ahora tienen más claro el motivo por el cual deben cambiar y pasar su cuenta de perfil a un fan page.</p> <p data-bbox="1073 1222 1915 1409">Identifican cuales son los tipos de contenidos que se deben publicar al momento de tener un Fan Page, también demuestran su interés por aprender conocimiento acerca de la forma como se</p>

por lo tanto se debe tener un fan page con mayor poder de visibilización, sin los límites de un perfil personal.

Después, estuvo la explicación y enseñanza de los ítems necesarios a la hora de tener un fan page y la importancia de publicar constantemente contenido de calidad para todo el público interesado en saber las acciones que realizan a favor de la mujer en el municipio de Soacha.

Finalmente, se dio paso a la retroalimentación de los conocimientos adquiridos por cada integrante, para identificar si los conceptos quedaron claros.

deben tomar las fotos y el diseño de publicaciones

Tabla 4: Diarios de campo, Redes sociales

REGISTRO No. 5

TEMA:	Creación y explicación de Fan page de FAPPRO		
OBJETIVO:	Crear la Fan Page de FAPPRO con el fin de explicarles el uso y la importancia de esta herramienta para dará conocer la fundación por medio de redes sociales inicialmente por las más utilizada Facebook.		
FECHA:	21 de noviembre 2016	HORA:	2:00 pm
LUGAR:	Biblioteca Municipal de Soacha		
ACTIVIDAD:	Creación de Fan Page		

OBSERVACIÓN



imagen 4, Creación y explicación de Fan page de FAPPRO

Durante esta sesión, las integrantes de la Fundación Familias Por el Progreso realizaron de manera práctica la creación la fan Page de la

Fundación en las instalaciones de la Biblioteca municipal de Soacha donde contaron con disponibilidad de equipos tecnológicos y herramientas que les permitieron comprender mejor la temática.

En un primer momento se hizo reconocimiento del correo y perfil de Facebook que han utilizado durante el último año la fundación para dar a conocer su trabajo y diferentes actividades.

Luego de esto se dio una breve explicación sobre la diferencia que existe entre un perfil y una página que les permite tener más acercamiento a la comunidad.

REFLEXIÓN

Las integrantes de la fundación Familias para el progreso muestran interés y participación activa durante todas las actividades que se han adelantado con ellas, especialmente en las sesiones en las que se busca promover a la fundación por redes sociales.

Es clave resaltar que los aportes de las integrantes a la investigación y más específicamente a la estrategia de comunicación han sido satisfactorios ya que se están apropiando de la estrategia y han surgido nuevas inquietudes y aspectos que les gustaría que se hicieran visibles por medio de la estrategia.

Por medio de esa sesión se logró un avance significativo en el proceso de resolver necesidades comunicativas en FAPPRO y de igual forma identificar las fortalezas y debilidades del grupo en cuanto al manejo de redes sociales y herramientas

	tecnológicas.
--	---------------

Tabla 5:Diario de campo, creación Fan Page

Para dar cumplimiento al segundo objetivo se escogió como instrumento de investigación las entrevistas a profundidad y la recopilación documental con el fin de analizar los canales y herramientas de comunicación utilizadas por la Función Familias para el progreso, para determinar impactos generados en su visibilización y reconocimiento social.

6.3 Entrevistas A Profundidad

Con el fin de analizar los canales y herramientas de comunicación utilizadas por FAPPRO, para determinar el impacto generado en la visibilización y reconocimiento social en el municipio de Soacha, se realizaron entrevistas a profundidad para conocer las expectativas y percepciones que tienen las mujeres que pertenecen a la Fundación Familias Para El Progreso. A través de esta técnica de recolección de datos, se encuentran grandes hallazgos frente a las necesidades que tiene la fundación en la visibilización, comunicación y el manejo de redes sociales, bajo la opinión de la lideresa Fabiola Murcia y algunas integrantes de la organización como Gilma Abreo y Priscila Riascos, con el fin de reconocer las debilidades y así lograr el impacto esperado con la estrategia de comunicación.

Nombre: Fabiola Murcia – Lideresa

Percepción

Debido al desconocimiento del manejo asertivo de las redes sociales, ¿Cree que ha sido un obstáculo para la fundación?

Sí y no. El hecho de no estar en las redes sociales, no quiere decir que no se tenga reconocimiento ante la comunidad y las entidades administrativas, pero si ha sido un obstáculo,

ya que no es visible la labor de la fundación a nivel departamental y nacional, pues solo le ha dado a conocer a nivel local.

¿Implementando una estrategia de comunicación, el trabajo de la fundación en el municipio será más relevante?

Aplicar la estrategia de comunicación en la fundación genera la oportunidad de abarcar más público para que la gente se acerque más a la organización, porque el trabajo realizado depende del equipo con el que se cuenta actualmente.

¿Por qué considera necesario usar los diversos medios de comunicación para visibilizar el trabajo realizado desde hace ocho años?

Es importante replicar el trabajo que se viene realizando desde hace ocho años; al no difundirlo en las redes sociales, es invisible ante otros entes nacionales y departamentales, enfocándose solo a nivel municipal.

¿Cuáles han sido los obstáculos en el momento de trabajar por los derechos de la mujer en el municipio de Soacha?

El principal obstáculo es el machismo, el cual no permite difundir la información que es relevante para las mujeres, debido a las obligaciones que tienen para con sus esposos. Existiendo falta de libertad en el género femenino, para defender sus derechos y deberes legalmente constituidos.

¿Cuál ha sido su motivación para trabajar en pro de la mujer?

Desde hace muchos años he ejercido el liderazgo primordialmente en la comunidad, trabajando con niños y jardines de bienestar familiar, donde se identifican las problemáticas que principalmente afectan a las mujeres.

Más adelante, participo como lideresa en el programa familias en acción con grupos más amplios, en ese momento tenía a cargo mujeres cabezas de hogar y eran notables las malas condiciones de vida entorno a la familia y calidad de vida.

Debido a estas problemáticas surge la necesidad de crear una organización que pueda brindar un servicio informando a la mujer sobre temas que les interesan.

Expectativa

¿Qué resultados espera conseguir al implementar la estrategia de comunicación en la fundación?

Primero la apropiación de cada una de las integrantes de las redes sociales aprendiendo el manejo adecuado, en donde todas pueden participar y colaborar en estos temas, sin delegar las funciones de comunicación a una sola persona.

Mejorando la comunicación interna de la fundación según su punto de vista. ¿Es posible obtener mejores resultados, al momento de generar impacto en la población femenina de Soacha? ¿Qué aspectos de la fundación cree que cambiarán al implementar la estrategia de comunicación?

A través de las redes sociales se puede divulgar y convocar a una comunidad mucho más participativa, sin dejar de un lado las piezas comunicativas para alimentar las redes sociales que permitirá realizar un trabajo mucho más tecnológico.

¿De qué manera se vincularía usted a la estrategia de comunicación?

Ayudando a la realización de las piezas comunicativas, aportando ideas, manejando la organización e información que se entrega a las mujeres, para mejorar las asesorías que se brindan actualmente.

Nombre: Gilma Abreo – Integrante

Percepción

Debido al desconocimiento del manejo asertivo de las redes sociales, ¿Cree que ha sido un obstáculo para la fundación?

En algunos casos si es importante, ya que cuando realizamos alguna labor en específico, lo podemos publicar en redes sociales para que más personas accedan y conozcan las comunas y barrios en donde hacemos presencia. Al no tener los conocimientos si se convierte en un obstáculo.

¿Implementando una estrategia de comunicación, el trabajo de la fundación en el Municipio será más relevante?

Sí, ya que al comunicar las acciones que realizamos, es posible impactar a todo el municipio de Soacha.

¿Por qué considera necesario usar los diversos medios de comunicación para visibilizar el trabajo realizado desde hace ocho años?

Es importante utilizar los medios de comunicación. Personalmente, me gusta la comunicación, para difundir la labor que realizamos en el municipio.

¿Cuáles han sido los obstáculos en el momento de trabajar por los derechos de la mujer en el municipio de Soacha?

El obstáculo principal es que no es fácil enviar el mensaje a las mujeres, ya que la preocupación principal es que las mujeres entiendan claramente el objetivo de cada charla y capacitación que se les brinda, con el fin de darles a conocer cuáles son los derechos y deberes que tienen y su rol en la sociedad.

¿Cuál ha sido su motivación para trabajar en pro de la mujer?

Me gusta trabajar con las mujeres, porque es notable la necesidad de tener una voz que las oriente, informando las cosas que deben saber para el beneficio de ellas, también contando las experiencias personales, para generar conciencia y reflexión.

Expectativa

¿Qué resultados espera conseguir al implementar la estrategia de comunicación en la fundación?

El resultado sería bueno, ya que sería darnos a conocer a través de la comunicación.

Mejorando la comunicación interna de la fundación según su punto de vista. ¿Es posible obtener mejores resultados, al momento de generar impacto en la población femenina de Soacha? ¿Qué aspectos de la fundación cree que cambiarán al implementar la estrategia de comunicación?

Si se pueden obtener mejores resultados, ya que la comunicación sería mucho más relevante. Cuando se aprenden a usar las diversas herramientas de comunicación genera muchos beneficios personales, pero también para la fundación, FAPPRO sería más reconocida.

¿De qué manera se vincularía usted a la estrategia de comunicación?

Yo me vinculo a través de las TIC'S, que son las herramientas que más utilizo diariamente.

Nombre: Priscila Riascos – Integrante

Percepción

Debido al desconocimiento del manejo asertivo de las redes sociales, ¿Cree que ha sido un obstáculo para la fundación?

Yo no lo considero como un obstáculo. No todas las compañeras manejamos la estrategia, pero los trabajos pueden turnarse, teniendo una mejor facilidad para comunicarnos.

¿Implementando una estrategia de comunicación, el trabajo de la fundación en el Municipio será más relevante?

Si, será más relevante, porque FAPPRO se da a conocer a más lugares municipios y personas.

¿Por qué considera necesario usar los diversos medios de comunicación para visibilizar el trabajo realizado desde hace ocho años?

Es importante que todos conozcan a FAPPRO, siendo una fundación que trabaja en beneficio de las mujeres y así se divulgue la labor que hacemos.

¿Cuáles han sido los obstáculos en el momento de trabajar por los derechos de la mujer en el municipio de Soacha?

Yo he visto que algunas mujeres no tienen conciencia, sobre la importancia de conocer sus derechos, por otra parte, también la indiferencia del género femenino y apatía por las sesiones que realizamos para informarlas sobre sus derechos y deberes.

¿Cuál ha sido su motivación para trabajar en pro de la mujer?

La motivación, ha sido primeramente por el trabajo que he realizado con la comunidad cuando llegué al barrio y en segunda instancia es gracias a la vinculación con el programa Familias en Acción, donde conocí la cantidad de personas que necesitan conocimiento e información en temas relacionados con la mujer.

Expectativa

¿Qué resultados espera conseguir al implementar la estrategia de comunicación en la fundación?

Espero que la fundación tenga un mayor impacto, para que las mujeres conozcan por medio de la estrategia el trabajo que se hace, para divulgar los derechos que el público femenino aún desconoce.

Mejorando la comunicación interna de la fundación según su punto de vista. ¿Es posible obtener mejores resultados, al momento de generar impacto en la población femenina de Soacha?

Sí, porque al tener un mejor sistema de comunicación nadie puede tener excusas para no asistir a las capacitaciones que brindamos, pues constantemente estaremos divulgando los eventos que tenemos en próximas fechas.

¿Qué aspectos de la fundación cree que cambiarán al implementar la estrategia de comunicación?

Creo que no cambiarían aspectos, sino que mejorarían. Porque la estrategia de comunicación encierra muchos elementos para divulgar las acciones de la fundación enfocada siempre a los objetivos que tenemos como organización.

¿De qué manera se vincularía usted a la estrategia de comunicación?

Primero que todo aprendiendo el manejo adecuado de las redes sociales y también con la disposición para utilizar medios como televisión y radio, para divulgar el trabajo que realiza FAPPRO.

Teniendo en cuenta los aspectos mencionados durante la entrevistas, se destaca un punto en común en el cual se expresa y resalta la importancia de las redes sociales en la visibilización del trabajo realizado por la Fundación Familias Para el Progreso (FAPPRO), ya que para ellas esta herramienta les permite captar la atención de las mujeres jóvenes del municipio de manera más directa e inmediata y de esta forma lograr un impacto para que aquellas mujeres se empoderen e inicien su labor en pro de la mujer.

Elemento que permite tener una amplia visión de lo que las integrantes de la fundación desean, lo cual guía y enfoca la estrategia de comunicación en las redes sociales, haciendo de

ellas la base de dicha estrategia convirtiéndola en fortaleza para que esta obtenga mayor aceptación e impacto en la población femenina de Soacha, apuntándole así a un público joven con el fin de que estas se involucren en los procesos que adelanta la fundación en pro de los derechos de la mujer, a través, de las diferentes mecanismos de participación a las que han hecho acreedoras.

Otro de los aspectos que se pueden resaltar de cada una de las entrevistas, tiene que ver con la importancia del trabajo en equipo de las integrantes de la fundación ya que estas lo mencionan como el pilar y base de la relevante labor que han desempeñado por más de ocho años en el municipio de Soacha, además haciendo esto su principal medio de comunicación interno logrando el correcto funcionamiento de la fundación y el plena masificación de sus conocimientos a las de más mujeres que hacen parte de la población de Soacha.

Esto es una de las fortalezas que tendrá la estrategia de comunicación durante su construcción y difusión, pues cada una de las integrantes hará de sus capacidades y fortalezas un aporte importante haciendo del trabajo en equipo el pilar y base de la estrategia, lo que permitirá mayor inmersión por parte de las investigadoras en el trabajo de la fundación y de las integrantes de FAPPRO en la estrategia de comunicación, obteniendo como resultado una estrategia de comunicación más cercana a la comunidad logrando mayor aceptación y familiaridad por parte de las mujeres de Soacha, ya que será una estrategia realizada por mujeres de la comunidad, para mujeres de la misma.

Es importante mencionar el amplio conocimiento de las integrantes entrevistadas respecto al tema de género específicamente haciendo referencia a la equidad de género y la lucha y el trabajo en pro de los derechos de la mujer, permitiendo así reconocer las necesidades de las

mujeres del municipio de Soacha, los obstáculos que han obtenido para trabajar alrededor de este tema y las trabas que han sorteado para lograr cada uno de los espacios que hoy en día tienen no solo en Soacha , si no a nivel nacional.

6.4 Recopilación Documental

Por medio de la recopilación documental es posible tener un diagnóstico de la situación actual de la mujer en aspectos de equidad y empoderamiento nivel municipal, nacional e internacional.

Principalmente se evidencian los diversos trabajos que se están llevando a cabo, en países como en México, España, Ecuador y grandes organizaciones como el Banco Mundial y la ONU a favor de la creación de políticas con garantía de equidad de género, ya que, aún en pleno siglo XXI las estadísticas arrojan elevadas cifras de desigualdad hacia la mujer a nivel económico y social.

A nivel de medios de comunicación cada vez son más relevantes los temas de género y mujer que ocupan un lugar importante en las agendas públicas de los diversos canales de difusión de la información; también se destaca la labor en cuanto a no solo hablar de los casos amarillistas de violencia contra la mujer, sino que se interesan por difundir las diferentes movilizaciones y políticas a través de entrevistas, reportajes y publicaciones en secciones que no solo van dirigidas a públicos femeninos, sino en programas vistos, escuchados y leídos por toda una diversidad de público que hoy por hoy a empezado a interesarse por las acciones, problemáticas e iniciativas de las mujeres en su contexto cotidiano.

Esto se ve reflejado en publicaciones que permiten dar un vistazo más profundo de lo que hoy está pasando con las mujeres en un contexto global y las principales problemáticas que han estado enfrentado como lo es por ejemplo, los casos masivos de feminicidios en diferentes países

de Latinoamérica, acto que cada vez aumenta las cifras en Colombia y que aún muchos de estos han quedado impunes siendo uno de las acciones que atenta de todas las formas contra los derechos internacionales de las mujeres, este tipo de casos ha llevado a diferentes organizaciones y grupos de mujeres a poner su mirada en la erradicación y rechazo frente a este tipo de violencia.

Otro aspecto importante a resaltar frente a la información adquirida por las recopilaciones documentales son las diferentes acciones y reconocimiento de organizaciones internacionales como ONU mujeres que ha reconocido la labor realizada por grupos de mujeres en el país que se han encargado a través de la lucha de equidad de género caracterizarse por ser constructoras de paz en cada uno de sus municipios, de la misma forma esta organización mundial hace un reconocimiento a la importancia y los compromisos que deben adquirir los gobiernos frente a la participación de las mujeres en los procesos sociales y la toma de decisiones en cuanto a las medidas y acciones con respecto a los obstáculos en el reconocimiento y avance de las mujeres.

Por otro lado, los puntos de vistas de expertos como Florence Thomas en cuanto las movilizaciones femeninas y los aportes de estos a la sociedad encanto a lucha de derechos de la mujer y la posición del género y lucha de igualdades en la agenda pública, también es un gran aporte aquellos estudios y reseña hecha al grupo focal ya que permite un abordaje más cercano frente a los procesos que FAPPRO ha venido adelantando durante sus ocho años de trabajo en pro de los derechos de la mujer y la familia.

Estas recopilaciones documentales no solo amplían el panorama de los que está pasando actualmente con las organizaciones de mujeres y la posición de la igualdad de género a nivel social, sino que es una herramienta que permite a la investigación obtener una estructura más

clara de cómo llevar el proceso con el grupo focal FAPPRO y de igual forma le brinda ejemplos e ideas claras de cómo llevar a cabo la construcción de la estrategia de comunicación a nivel de prensa, radio y televisión haciendo uso de los testimonios y experiencias de aquellas mujeres que han hecho parte de la fundación y que han alcanzado tantos logros por medio de su constante lucha.

DATOS BIBLIOGRÁFICOS

Autor	Título	Editorial - Edición	Año	Fuentes de acceso
Florence Thomas Coordinadora del grupo Mujer y Sociedad	Las violencias de género	EL TIEMPO Columna de opinión	1 de diciembre de 2015	

Autor	Apartados	Cita Textual
-------	-----------	--------------

Florence Thomas	Violencia de género	Hemos incidido en la adopción de normas y leyes que hoy reconocen la violencia contra las mujeres como un delito.
	Activismo y movilización en contra de la violencia de género	Semanas de activismos en contra de este flagelo acaban de tener lugar en múltiples ciudades y municipios del país. También están los hombres, algunos, que poco a poco están aprendiendo a decir “no más violencia contra las mujeres, no en nuestros nombres”, y no solo del país, sino del mundo. Y hoy, para nosotras, mujeres colombianas, el 25 de noviembre, Día Internacional de la No Violencia contra las Mujeres, está tomando una particular importancia por su resonancia emblemática para el Estado colombiano y sus compromisos ante el porvenir de una paz posible.

	<p>El avance en el país en cuanto al reconocimiento de la violencia contra a mujer</p>	<p>De las violencias contra las mujeres hay que hablar. Porque, en primer lugar, denunciarlas es un camino para eliminarlas. Y nombrándolas, las visibilizamos. A propósito, cuando llegué a Colombia, hace ya casi 50 años, nadie hablaba de ese intolerable social, nadie tenía la manera de nombrarlo y ni siquiera existía la expresión “violencia intrafamiliar”, con la creencia de que lo que pasaba en la familia se tenía que quedar en la familia. No había cifras o, si ya existían algunas, se mantenían bien ocultas. Y allí sí, todos, todas y el mismo Estado tenemos que reconocer que fueron las mujeres feministas, y en sus incesantes y diversas luchas, quienes lograron visibilizar no solo ese hecho, sino que aportaron las primeras explicaciones y aun tímidamente las primeras exigencias de tratados y legislaciones de los organismos internacionales y de los Estados.</p>
	<p>Dos de los aportes más contundentes de las feministas que están permitiendo deslegitimar</p>	<p>Uno, el develamiento de las violencias que ocurren en el seno del hogar: las feministas lograron argumentar claramente que lo privado era también profundamente político. Ese hecho permitió descubrir estas múltiples violencias, tanto físicas como psicológicas y sexuales, que se ejercen como un poder sobre los cuerpos y las mentes</p>

	<p>y desnaturalizar tantas violencias ocultas que han tenido que soportar las mujeres del mundo.</p>	<p>de mujeres, niñas y adolescentes. Es en ese sentido en el que las feministas de todos los pueblos del mundo han luchado por devolver su cuerpo a las mujeres. Ese cuerpo expropiado, confiscado y víctima de abuso durante siglos, lugar por excelencia del poder patriarcal. Y dos, paralelamente a estos aportes, y en muchos países, estamos aprendiendo a ejercer nuestra ciudadanía, a exigir nuestros derechos y a realizar el valor de la justicia de género. Hemos incidido en la adopción de normas y leyes que hoy reconocen la violencia contra las mujeres como un delito. Leyes que, como conquistas duramente conseguidas, ojalá no se queden en el papel y logren volver las violencias contra las mujeres un intolerable social</p>
	<p>Leyes en el país</p>	<p>La Ley 1257 del 2008, la Ley 1761 del 2015, llamada también ley Rosa Elvira Cely o de feminicidio, y en estos días esperamos la ratificación de la ley contra los ataques con agentes químicos o ácido.</p>

--	--	--

ANÁLISIS Y COMENTARIOS QUE APORTEN A LA INVESTIGACIÓN

A través de esta columna de opinión es clave resaltar el punto de vista de Florence Thomas una de las teóricas y expertas en el tema de genero hablando sobre la importancia de aquellos aportes hechos por las feministas en cuanto a poner el tema de violencias de género en la agenda pública, pues este es uno de los primeros pasos que se da en cuanto a la conformación de los grupos y fundaciones que hoy por hoy trabajan en pro de los derechos de las mujeres y son parte de las leyes y políticas públicas que se están llevando a cabo en el territorio nacional.

Tabla 6, datos bibliográficos, Artículo de Florence Thomas

DATOS BIBLIOGRÁFICOS

Autor	Título	Editorial - Edición	Año	Fuentes de acceso
UN Women	Activistas por los derechos de las mujeres en Ecuador: nuestras historias, nuestro trabajo	UN Women Ecuador	2016	YouTube

Autor	Apartados	Cita Textual
UN Women	La lucha por la igualdad de género está escrita en la vida de las mujeres	Sus vivencias personales han impulsado la acción de otras mujeres y este movimiento ha puesto un cambio a todos los niveles

	<p>Lily Rodríguez</p> <p>activista por los derechos de las mujeres y fundadora de CEPAM</p>	<p>“Las mujeres se organizan para poder gestionar, a o que yo llamo un activismo popular, que nos caracteriza or estar presentes en las tomas de decisiones del país”</p>
	<p>Dolores Padilla</p> <p>40 años siendo activista</p>	<p>“Reuniones intergeneracionales que generan satisfacción en donde se da cuenta de cómo ha cambiado la situación de la mujer en el país, sin embargo aún se deben generar grandes esfuerzos enfocados en eliminar la violencia y en pro de los derechos sexuales, reproductivos y económicos”</p>
	<p>María Andrade</p> <p>Lideresa Indígena</p>	<p>Trabajar desde diferentes espacios de debate compartiendo y poniendo en la agenda pública los principales problemas de las mujeres indígenas”</p>

	<p>Gioconda Herrera</p> <p>académica e</p> <p>investigadora de la</p> <p>facultad Latino Americana</p> <p>de ciencias sociales</p>	<p>“Mi trabajo a lo largo de este proceso ha consistido en Plantear la importancia de las mujeres en las ciencias sociales desde las vivencias sociales “</p>
	<p>Katty Mosquera</p> <p>Activista en la</p> <p>organización mujeres por</p> <p>el cambio</p>	<p>“ La igualdad se trata de velar por los intereses de niños y niñas eliminando los roles e imaginarios de lo que es ser niño o niña con el fin de lograr una sociedad equitativa”</p>
	<p>La motivación e</p> <p>impulso de trabajar por la</p> <p>mujer</p>	<p>Fui víctima de violencia y discriminación</p> <p>Romper paradigmas frente al concepto y visión del feminismo</p> <p>El feminismo es el lente que permite entender los nudos de la desigualdad en la</p>

		<p>sociedad desde la mirada y experiencias de las mujeres.</p> <p>Porque es algo personal que cambia las perspectivas de vida</p>
--	--	---

ANÁLISIS Y COMENTARIOS QUE APORTEN A LA INVESTIGACIÓN

Este reportaje le da brinda al proyecto un panorama más amplio de como contar la historia de la Fundación Familias para el Progreso a través de la percepción y experiencias de cada de sus integrantes, no solo es un aspecto clave por esta razón si no que de igual forma permite reconocer el trabajo que están realizando otras organizaciones en diferentes partes del mundo lo cual da un buen enfoque a la investigación que tiene como fin dar a conocer el trabajo de las mujeres que trabajan hoy por hoy en el municipio de Soacha.

Tabla 7, Datos bibliográficos, activistas por los derechos humanos Ecuador.

DATOS BIBLIOGRÁFICOS				
Autor	Título	Editorial - Edición	Año	Fuentes de acceso
Rodrigo Villar	La Fundación Familias para el Progreso FAPPRO: una organización comunitaria dedicada a	Red actívate y construye	2014	Archivo FAPPRO

	combatir la violencia contra la mujer			
--	--	--	--	--

Autor	Apartados	Cita Textual
Rodrigo Villar	Organización comunitaria	<p>La Fundación Familias para el Progreso trabaja en un tema que afecta severamente las condiciones de vida y la salud física y mental en muchos lugares de América Latina; LA VIOLENCIA HACIA LA MUJER.</p> <p>Por medio de iniciativas de empoderamiento y formación para poner en la agenda pública el tema de la violencia y establecer las condiciones institucionales para enfrentarlas.</p>

	<p>Antecedentes de FAPPRO</p>	<p>Inician en el programa gubernamental familias en acción en espacios de bienestar comunitario como: Asambleas municipales, comités de madres líderes y encuentros de bienestar.</p> <p>Fabiola Murcia quien desde el 2006 demostró su capacidad de liderazgo, fue tomando interés por contribuir a la resolución de problemas sociales, quien con 38 mujeres más decidieron formar FAPPRO que inicio formalmente su labores en 2009</p>
	<p>Identificación del foco de trabajo</p>	<p>La violencia contra las mujeres como un creciente problema de salud pública, como algo común, vivido en silencio, sobre el cual las acciones adelantadas por las organizaciones gubernamentales no son suficientes.</p> <p>Lo cual las lleva a establecer su misión en formar integralmente a las mujeres</p>

		<p>con el enfoque de sus derechos y promover valores al interior de las familias contribuyendo a mejorar la calidad de vida y aportando al equilibrio de géneros en la sociedad.</p>
	<p>dinámicas de trabajo</p>	<p>“De manera organizada nos reunimos, nos escuchamos y ponemos en la mesa las problemáticas que vivimos en cada barrio y cada comuna, de esta misma manera cada una de las integrantes hace su aporte de que acciones podemos tener para buscar el beneficio de la comunidad o parte de la solución a esos problemas, de común acuerdo escogemos la más apropiada y que se ajuste a nuestro objeto social, aportamos nuestro conocimiento, o gestionamos con otras entidades para poner en marcha esa acción y poder alcanzar nuestro objetivo.</p> <p>Para desarrollar acciones encaminadas al bien común siempre delegamos funciones dependiendo de las habilidades y capacidades de cada una de las</p>

		<p>integrantes de la organización. Tenemos un cronograma de reuniones establecido para el segundo miércoles de cada mes, y cuando se presenta algo urgente se cita a reunión extraordinaria.”</p> <p>Con dinámicas de selección y retroalimentación de las iniciativas FAPPRO ha realizado diversos proyectos en el municipio, los cuales van desde jornadas de distribución de alimentos, capacitaciones a grupos de mujeres y participación en mesas y en el debate público.</p> <p>Participando en la elaboración de políticas públicas de mujeres con equidad de género en Soacha.</p>
--	--	--

ANÁLISIS Y COMENTARIOS QUE APORTEN A LA INVESTIGACIÓN

El autor logra hacer una contextualización a largos rasgos de o que ha venido siendo la fundación y su experiencia en el trabajo en comunidad frente a la violencia contra la mujer, lo que permite saber desde donde abordar las diferentes temáticas y herramientas a nivel comunicativo con las mujeres que trabajan en FAPPRO y de esta forma fortalecer cada uno de los procesos de visibilización para la fundación.

Tabla 8, Datos bibliográficos, historia de la Fundación Familias Para el Progreso

DATOS BIBLIOGRÁFICOS

Autor	Título	Editorial - Edición	Año	Fuentes de acceso
Oxfam	El trabajo invisible de las mujeres rurales en Colombia.		2015	www.oxfam.org

Autor	Apartados	Cita Textual
<p><i>María</i></p> <p><i>José</i></p> <p><i>Medellín</i></p> <p><i>Cano</i></p>	<p>Introducción</p>	<p>Las horas extras que una mujer invierte en criar sus hijos o a los quehaceres del hogar no tienen ninguna retribución económica.</p> <p>La crianza de los niños, las tareas de cocina y limpieza, el mantenimiento general del hogar y la atención de enfermos o personas discapacitadas, son las tareas que conforman el trabajo de cuidado.</p> <p>El tiempo y el esfuerzo que demandan estas tareas no tienen ninguna retribución monetaria y tampoco cuentan con el reconocimiento de la sociedad.</p> <p>Thalia Kidder, con más de 18 años de experiencia en África, Asia y Latinoamérica, nos habla sobre la importancia de reconocer y reivindicar el trabajo de cuidado de las mujeres rurales colombianas, un sector de la población que incluye campesinas, indígenas y afrodescendientes.</p>

<p>Características de la mujer colombiana</p>	<p>Se caracterizan por contribuir en gran medida a la producción agrícola, pero sin mucho reconocimiento, pues no se es común llamarlas productoras. Además, una particularidad de las mujeres colombianas es que han tenido que vivir décadas de inseguridad, conflicto armado, desplazamiento, acoso sexual, trabajos no dignos en varias fábricas y muchas otras dimensiones de violencia.</p>
<p>Impacto de la violencia en la mujer colombiana</p>	<p>Hemos observado que los efectos están en la posibilidad que tienen las mujeres de acceder a servicios y estructuras que, de no estar en conflicto, les ayudaría a desempeñar su trabajo de cuidado. He escuchado testimonios de mujeres que fueron obligadas a lavar ropa y cocinar para grupos paramilitares. Lo hicieron para asegurar que no mataran a sus hijos. Pero sé que también hay historias que no son tan extremas. A pesar de los años de conflicto, las mujeres colombianas han salido adelante con iniciativas y propuestas muy fuertes.</p>
<p>¿Cómo hacer para que este trabajo deje de ser invisible?</p>	<p>Varias personas del Gobierno y de comisiones y organizaciones de mujeres rurales comentan que la única manera de promover los derechos de la mujer es reconocer ese trabajo invisible y redistribuir la carga de ese trabajo entre el Estado, el sector privado y la sociedad civil. No es sólo responsabilidad de las familias y de la condición natural de las mujeres. De ahí la importancia del</p>

		análisis tan sofisticado de las propuestas en Colombia.
	<p>¿Cuáles son los pasos a seguir?</p>	<p>En varios países en vía de desarrollo, como Nepal e India, existen leyes para que las empresas privadas con cierta cantidad de mujeres empleadas, provean una guardería, horas y lugares para que las mujeres amamenten a sus bebés. En otros países se ha visto que la divulgación de cuñas de radio y campañas con material educativo ayuda a promover la idea de que el hombre no sólo puede hacer parte del trabajo de cuidado, sino que debe.</p>
<p>ANÁLISIS Y COMENTARIOS QUE APORTEN A LA INVESTIGACIÓN</p>		
<p>Esta publicación muestra como el trabajo de las mujeres campesinas no es visible ante el país, por lo que explica la importancia de reconocer y reivindicar la labor que realizan en su hogar y en la comunidad, lo cual es muy paralelo al objetivo planteado en la investigación, ya que la meta final es hacer visible el trabajo realizado por la Fundación familias para el progreso.</p> <p>En este caso para hacer visible la labor de las mujeres campesinas, se hace con la creación de políticas con el apoyo del estado, sector</p>		

privado y la sociedad civil, particularmente en esta investigación lo que se necesita es el empoderamiento de las herramientas comunicativas por cada integrante de esta organización, con el apoyo de los conocimientos adquiridos desde la academia en el área de comunicación social y el periodismo. Viéndose que en el género femenino, existe la necesidad de salir del anonimato a través de proyectos, pero el aporte principal que llevará a cabo es aprovechar las herramientas comunicativas y estrategias para apropiar la comunidad sobre el trabajo que realiza la mujer y la labor realizada por FAPPRO en el municipio de Soacha.

Tabla 9, Datos bibliográficos, Oxfam El trabajo invisible de las mujeres rurales en Colombia.

DATOS BIBLIOGRÁFICOS				
Autor	Título	Editorial - Edición	Año	Fuentes de acceso
W Radio	Entrevista Natalie Michelou	Mujeres W	2016	www.wradio.com.co
Autor	Apartados	Cita Textual		

	<p>Introducción</p>	<p>“Es un movimiento que nace a raíz de casos como Rosa Elvira Cely, Natalia Ponce de León y María Isabel Coalea.</p> <p>Por el camino hemos visto que somos muchos las mujeres violentadas, no sólo físicamente, sino también emocionalmente, psicológicamente, económicamente, profesionalmente, entre otras.</p> <p>Además, las rutas de atención no son lo suficientemente claras y los estamentos gubernamentales no aplican las reglas o las penas”</p>
	<p>Información del movimiento</p>	<p>Somos un movimiento que se llama 25/11 el día que Colombia se quedará sin mujeres, para generar una reflexión y cambio en la mentalidad y los comportamientos en una sociedad.</p> <p>Esta movilización responde a las preguntas ¿Qué pasaría si Colombia se quedara sin mujeres? ¿Qué pasaría si las mujeres económicamente dejáramos de trabajar?</p>
	<p>En qué consiste la movilización del 25 de noviembre</p>	<p>Es un plantón que llevará a cabo desde las 9:00 a.m. hasta las 3:00 p.m. en el parque nacional. Las mujeres se ausentan de los lugares donde comúnmente están para dejar un par de tacones en este parque.</p> <p>Contamos con el apoyo de la Fundación nueva vida que trabaja en la rehabilitación de trabajadoras</p>

		<p>sexuales que sueñan con una mejor calidad de vida.</p> <p>El mensaje principal es alzar la voz y romper el silencio.</p>
	<p>Medios de comunicación que utilizan</p>	<p>“Principalmente nosotras tenemos un fan page llamado 2511 el día donde Colombia se quedará sin mujeres, donde constantemente se ven opiniones, artículos y voces de todas las mujeres afectadas por las diversas clases de violación hacia la mujer. A través de esta página también se hace un acompañamiento jurídico a cada mujer para prevenir y ayudarlas según sea dado el caso.</p> <p>En redes sociales tenemos el hashtag #RomperElSilencio #2511EIDíaQueColombiaSeQuedaráSinMujeres”</p>
<p>ANÁLISIS Y COMENTARIOS QUE APORTEN A LA INVESTIGACIÓN</p>		
<p>A través de esta entrevista es notable ver como las mujeres están empoderadas de la importancia que tienen en la sociedad y los</p>		

diversos tipos de violencia a los cuales se han visto enfrentadas, surgiendo iniciativas como esta en donde ven la necesidad de ausentarse de esta comunidad un día, surgiendo la campaña 2511 el día que Colombia se quedará sin mujeres. Además es importante ver que la entrevista se realiza en una sección llamada “mujeres W” donde se tratan temas que le interesa a este público en particular.

Otro aspecto relevante en esta entrevista es ver como esta movilización, ve en las redes sociales una excelente alternativa para impactar la sociedad, usando grupos en Facebook donde convocan la mayor cantidad de público para dar a conocer su iniciativa, como también el uso de hashtags para tener una presencia mucho más representativa en la comunidad virtual.

Tabla 10, Datos bibliográficos, Entrevista Natalie Michelou

DATOS BIBLIOGRAFICOS				
Autor	Título	Editorial - Edición	Año	Fuentes de acceso
IMCO	Fátima Masse habla sobre equidad de género en el mundo laboral	Enfoque Noticias	2015	www.imco.org.mx
Autor	Apartados	Cita Textual		

<p>Porcentaje de mujeres y la equidad en el mundo laboral</p>	<p>0:58</p>	<p>Las mujeres somos una pieza importante en el mercado laboral. Hoy las mujeres representan prácticamente el 50% de los estudiantes de licenciatura, de acuerdo con datos de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. Además, hay más de 18 millones de mujeres ocupadas, lo que equivale al 37% del total de la población ocupada en México, según datos de INEGI y de éstas, poco más de 700 trabajan en cargos públicos de primer nivel, lo que dice que hay esperanza.</p> <p>Sin embargo, todavía existen datos que sugieren que la igualdad de género en México no se ha alcanzado... De acuerdo con datos del INEGI, las mujeres ocupadas dedican 20 horas más a la semana a realizar actividades no económicas que los hombres que están ocupados.</p>
<p>Situación en México</p>	<p>1:21</p>	<p>En el papel México está comprometido con incrementar la igualdad de género entre mujeres y hombres, se incluyó en el plan de desarrollo la perspectiva de género como una estrategia transversal, gracias a la reciente reforma laboral en estas elecciones habrá el mismo número de registros de mujeres y hombres para elegir las legislaturas federales y locales. A pesar de esto faltan acciones que logren materializar este cambio de cultura con respecto a la mujer en el ámbito laboral.</p>

<p>Situación internacional y leyes.</p>	<p>2:23</p>	<p>Teniendo leyes para garantizar una mayor flexibilidad para los empleos formales en el que se pueda combinar el trabajo con la familia. Un ejemplo son los países Nórdicos que alcanzan los mejores lugares en equidad de género.</p> <p>Según el índice del foro económico mundial, donde se combinan periodos de maternidad y paternidad obligatorio.</p>
<p>Empoderamiento individual</p>	<p>3:22</p>	<p>A nivel empresarial se puede incluir políticas internas que permiten balancear la vida de trabajo y familia, como ejemplo algunas empresas como Nestlé. También, existen reportes de la comisión europea que muestra que en la medida que se mejora la calidad de vida de los trabajadores, pues mejora el desempeño de las empresas porque se retiene el personal talentoso más talentoso y se reduce el ausentismo laboral.</p> <p>A nivel individual es importante que las mujeres estemos conscientes de lo que somos capaces de lograr, independientemente de nuestro rol, para sentarnos a la mesa y no hacernos a un lado en la toma de decisiones.</p>

ANÁLISIS Y COMENTARIOS QUE APORTEN A LA INVESTIGACIÓN

En esta entrevista Fátima Masse hace una exposición sobre encuestas acerca de la situación laboral de la mujer, lo cual muestra como la mujer está en el ámbito laboral, sin embargo se necesitan más leyes que promuevan la igualdad, ya que las mujeres tienen dos roles en la empresa y fuera de ella, pues ante todo son las cuidadoras del hogar. Es vital la creación y divulgación de estas políticas, donde pueden ser efectivas las estrategias de comunicación para su visibilización y apropiación en cada comunidad, ya que de esta forma más mujeres van a querer trabajar en temas políticos y sociales para beneficios de toda la comunidad femenina, haciendo la correcta divulgación de estos procesos en sus territorios.

Tabla 11, Datos Bibliográficos, Fátima Masse habla sobre equidad de género en el mundo laboral

Para ampliar la información de la recopilación documental dirigirse al archivo anexos

Para dar cuenta al último objetivo e cual busca definir los lineamientos y principales aspectos que orientarán el diseño de la estrategia de comunicación enfocado a visibilizar la labor de la Fundación Familias para el Progreso se utilizó como herramienta de investigación las entrevistas a expertos que permitieron aclarar el panorama en cuanto a la percepción, intervención y diseño de la estrategia de comunicación en grupos como este.

6.5 Entrevistas a expertos

Nombre: Lina Rengifo-comunicadora estratégica

Entrevista a Lina Rengifo Niño, directora de tesis de estrategias en comunicación en fotografía digital, empresas de posicionamiento digital y actualmente colabora en el desarrollo de una tesis de la medición del impacto del Facebook en la comunicación familiar. Ha trabajado en proyectos de investigación sobre construcción de agencias de comunicación, agencias de medios, campañas políticas y emprendimiento social.

Lineamientos

¿Cuáles son las pautas necesarias para diseñar una estrategia de comunicación de acuerdo a su experiencia, para una fundación de mujeres?

Para nosotros lo más importante es saber que el mensaje a comunicar esté totalmente claro, primero saber quiénes son los clientes, cómo se comportan sus clientes, que necesitan sus clientes y lo que no satisface su producto, que sí lo satisface y porque el cliente necesita su producto. Al momento de tener claras estas pautas, se puede diseñar una estrategia dependiendo de cuál canal recibe mejor el cliente de la comunicación, en relación a lo que haga la fundación.

¿Cuál es la estructura más apropiada para diseñar una estrategia de comunicación con fines sociales?

Para este caso específicamente, supongo que este grupo de personas convoca a otras mujeres. Lo primero que haría es segmentar los intereses de esas mujeres que llegan buscando información y serían en total cinco grupos: política de buen trato entre mujeres, política de buena comunicación familiar, política de liderazgo y empoderamiento a otras mujeres, seguridad personal, valores y el ¿cómo hacernos respetar de una sociedad que constantemente da un mensaje en que somos un poco menos capacitadas que los hombres? O un tema de diferencia de género y la importancia de la mujer en la sociedad como eje fundamental de la familia. De esta forma construiría la comunicación. Estoy convencida que todas las mujeres necesitamos una formación en esos aspectos, pero que algunos dependiendo de las mujeres necesitan prioridad, entonces haría una preclasificación de las personas que llegan a la fundación.

Yo creo que quien conoce bien a su cliente tiene la capacidad de comentar y comunicar bien cuál es su producto, por eso yo en una fundación, para mí esos serían los cinco productos. Entonces cuando llega el cliente yo inmediatamente como conozco mi producto sé cuál tipo de charla puedo dirigir a mi cliente, una vez esa mujer que llega a la fundación está bien enterada en cada uno de estos cinco aspectos, esa misma mujer llega y se vuelve vocera de la fundación y se crea una cadena de comunicación muy sólida, porque no estamos dando espacios a la imaginación, ni información incompleta y creo que este sería un buen espacio.

¿De qué manera se debe ejecutar una estrategia de comunicación para generar el impacto que se espera?

Esto es una cadena. Yo en este instante no sé si la fundación se comunica idóneamente por redes sociales y me atrevería a dudarlo, tampoco no sé si sea la radio, aunque tiene una difusión increíble, tampoco estoy segura que sea la televisión por los contenidos.

Desde su experiencia ¿Cómo evalúa usted una estrategia de comunicación?

A mí me parece que una estrategia de comunicación es buena cuando el mensaje no se distorsiona en la medida en que cambia el emisor. Por eso me parece fundamental que desde el primer momento la información salga bien y esa mujer que está informando en esa primera cadena, tenga la información clara, para que cuando la repita, la repita bien.

Se puede medir la reputación de la fundación en términos de cuantas personas ayudan, cuantas personas llegan, cuantas personas están recibiendo el beneficio, cuántas personas reciben con agrado la buena función y no cuantas personas empiezan tratar con el descrédito de estar diciendo mentiras o se están robando la plata. En la medida con que los rumores sean más positivos que negativos, significa que la fundación está teniendo buenos resultados.

¿Qué tipo de estrategia maneja frecuentemente y por qué?

La estrategia siempre va a ser la misma, lo que pasa es que la implementación del canal va a ser la voz a voz. Entonces la estrategia siempre va a ser definir el problema que se quiere solucionar y de qué forma lo voy a solucionar, eligiendo el camino a seguir y ese camino tiene que ser el más eficiente, creado según la población a la que voy a beneficiar, ese camino debe ir acorde a esa población porque no puede ser el camino que yo quiero o el que me parece más chévere y el que puedo hacer y que no tiene nada que ver con el segmento, porque rompe la estrategia.

Cuando tienes unos problemas y escoges una forma de solucionarlo, para esa población ya tienes un qué un cómo y para quién. Entonces vamos a encontrar las rutas para sacar adelante la estrategia, necesitas encontrar primero si esa estrategia que quieres hacer o desarrollar, definitivamente reúne a la población que vas a afectar con valor; o sea si le gusta, si le parece valiosa, le va a aportar y le quiere apostar.

Es como cuando entras a una tienda de zapatos, dicen que todas las mujeres somos locas por los zapatos, pero uno entra a una tienda donde hay miles de zapatos y no te gusta ninguno de esos quinientos, así mismo pasa con las estrategias; tienes que lograr hacer que ese par de zapatos, le guste tanto a la población que escogiste y toda la población quiera ponerse siempre lo miles de zapatos, entonces tienes que producir miles de pares de zapatos iguales para las mil personas que elegiste de esa población, los otros zapatos ya no importaron más, porque la población solo va a querer esos.

Entonces una vez logras eso, ya encontraste la estrategia, digamos lo que verbalmente le gusta a la gente, tienes que empezar a buscar recursos físicos, necesitas recursos legales, económicos, personas de quien te vas a rodear, pensando en que vas a hacer con cada una de las personas para cumplir con las metas de tu estrategia. La plata que vas a tener, en que vas a invertir para lograr sacar adelante el proyecto, los recursos tecnológicos, si necesitas una impresora o una ultra impresora o solo una sencilla. Son cosas que solo con el dinero en la mano debes saber cómo eres muy eficiente para lograr el propósito final, de nada te sirve tener muy buen capital sino se cruzan los intereses de tu estrategia, con los de tu cliente. Al final todo es apoyo.

¿Cree que el dinero es un factor importante a la hora de diseñar y ejecutar una estrategia de comunicación con gran impacto?

Depende de lo que se quiera hacer, porque para diseñar la estrategia de comunicación, se necesita un buen mensaje, y para hacer que ese buen mensaje logre construir cuáles van a ser los caminos por donde vamos a ir y que vamos a hacer, eso no cuesta dinero, pero el tiempo que requiere, crear la estrategia, ir haciendo los ajustes e ir documentando, sí necesita. En la medida en que hagamos un buen uso de los recursos, la inversión puede ser mínima, pero nunca es nula. Yo creo que sí se necesita una inversión mínima.

Nombre: Vivian Gaona- lideresa-fundación

Entrevista realizada a Vivian Gaona Lideresa de la mesa de mujer y género de Fusagasugá

reconocimiento

Desde su experiencia, ¿cuáles son los obstáculos que se presentaron en el momento de hacer más reconocible y visible el trabajo que realiza su fundación?

Esta fundación o la mesa de mujer y género tienen muchos años de recorrido y a lo largo de este se han experimentado etapas muy duras, un obstáculo muy claro es el tema económico ya que no contamos con recursos propios o el apoyo de otras empresas que no patrocinen para la realización de eventos u objetivos que se tengan planeados-

Otro obstáculo también es la deserción, ya que muchas mujeres a lo largo del tiempo cambian de lugar de residencia, las integrantes van y vienen entonces se afrontan períodos donde la organización no está tan fuerte, respecto a esto tratamos de idear formas para que la fundación

salga adelante a pesar de estos obstáculos que son los más grandes que se afrontan hasta el momento.

¿De qué manera han superado estos obstáculos?

Nosotros nos enfocamos mucho en la parte artística y tratamos es aprovechar los conocimientos de las integrantes del grupo para de esta forma realizar campañas, vender artículos y crear un fondo de ahorros y de esta forma recaudar fondos, con el fin de solventar las necesidades en algún momento específico.

Respecto a la deserción siempre se está convocando a nuevas mujeres, a través de las mujeres que ya pertenecen a la organización inviten amigas y familiares para que el grupo siga creciendo y pesar de que algunas personas se retiren otras nuevas vaya llegando al grupo.

¿Cuál es la fórmula para incentivar a las integrantes de una fundación que trabaja en pro de la mujer a participar masivamente, sin desertar?

Nosotras trabajamos el principio de la solidaridad y la comprensión, siempre tratamos de hacer las cosas de una manera en la cual todas estemos apoyadas y respaldadas por la organización lo cual motiva a la mujer quiera seguir trabajando para mejorar la situación de otras mujeres en el municipio porque para nosotras es muy importante que las mujeres sientan que hay alguien que está luchando por sus derechos.

Cuéntenos ¿cómo fue la apropiación por parte de ustedes sobre las herramientas comunicativas para hacer visible su trabajo como organización?

Siempre se ha trabajado a través de emisoras locales para hacer visible el proceso que se lleva acabo y se ha venido adelantando con la mesa de mujer y género, y de la misma forma continuar

convocando a más mujeres. En esta era tecnológica se trata de manejar todo por medio de redes sociales a través de los grupos de Facebook y Twitter para que las mujeres jóvenes conozcan cada uno de los procesos que se realizan y en las últimas administraciones municipales nos han ayudado a divulgar información sobre la mesa de mujer y género y haciendo eventos específicos para convocar a más gente para que conozcan nuestro trabajo.

Es decir que las herramientas comunicativas en este caso radio y redes sociales sí impactan, si generan que más mujeres quieran vincularse al grupo. Si, nosotras hemos comprobado que si por que las invitaciones que se hacen por medio de radio llaman la atención de mujeres que sin tener ningún conocimiento llegan al lugar de las reuniones queriendo averiguar de qué se trata.

¿De qué manera es más factible difundir los temas de género a la población femenina?

Nosotras siempre tratamos de hacerlo por medio de capacitaciones ya que logramos convocar una cantidad de personas, sabemos que haciendo esto no se impacta totalmente a cada una de las personas que asisten pero por lo menos si logramos que algunos de los asistentes se lleven algo del mensaje; otra cosa que nosotras hacemos es trabajar por medio del arte, realizamos obras de teatro, composición de canciones y coplas que hacen de los eventos algo más atractivo y de esta forma causar un impacto en la gente.

¿Cómo motivar a las demás mujeres para que se vinculen con la fundación?

Yo creo que en esta época siempre debemos pensar en la solidaridad, estando atentos a los cambios de esta generación pues ya lo que estamos viviendo ahorita no es lo mismo que se vivía

hace 20 o 30 años, entonces nosotras queremos motivar a las mujeres para que cada una traiga sus conocimientos, pues cada personas tiene algo que aportar y para nosotros como organización es muy importante que cada mujer que llega nueva aporte aquellos conocimiento que otras no tienen y de esta forma continuar creciendo.

¿Qué aspectos de la política pública y derechos de la mujer se deben resaltar a la hora de realizar capacitaciones en el municipio?

Yo creo que es muy importante resaltar los tipos de violencias y aún más importante los caminos para hacer las denuncias respectivas conforme a esto, pues muchas mujeres no se dan cuenta que viven violencias en sus casas o trabajo pues simplemente piensan que violencia es la agresión física y hay un trasfondo muy grande detrás de esto. Para nosotras es muy importante que la política pública implemente y se haga valer todos los derechos de las mujeres y que las leyes que nos protegen a hora como la 1257 se hagan cumplir.

Desde la comunicación. ¿Cómo cree usted que se puede aportar para que los grupos de mujeres sean más visibilizados?

Yo creo que tenemos que trabajar más la unión pues en muchos municipios de Cundinamarca y todo el país se trabajan grupos de mujer y genero pero no hay una red que los esté enlazando, es muy difícil que cada grupo trate de hacer un impacto muy grande si trabaja solo por su cuenta en esa comunidad, yo creo que lo más importante es tratar de trabajar todos en red y hacer una confluencias en Cundinamarca, el Sumapaz e incluso en toda Colombia para que el mensaje quede aún más claro más claro y se pueda difundir aún más.

A nivel de redes sociales. ¿Existe una persona específica que se encarga de manejar las redes sociales?

No, nosotras tenemos todas accesos a la página y en dado caso cuando se realiza un evento o una reunión cualquiera de las integrantes puede subir información de lo que se hizo e invitando a que más mujeres se unan a la causa.

En la página que ustedes tienen ¿Cuál es la perspectiva de las personas?

Por ahora, los comentarios y la participan es poca, pero contamos con contactos que difunden la información de las redes sociales de la organización.

¿Por qué vieron la necesidad de utilizar las redes sociales?

Porque estamos en una era donde todo se maneja a través de redes sociales, sabemos que es un canal de comunicación masivo y la idea es empezar a llegar a la mayor cantidad de población posible y más a la juvenil pues la organización se ha empezado a quedar con señoras adultas mayores y lo que queremos es invitar a las jóvenes a que se unan.

Nombre: Kempes Lozada-trabajador social

Entrevista realizada al trabajador social y docente de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Kempes Lozada, experto en temas de mujer y género

¿Cuáles son las principales problemáticas que se encuentra en un grupo que trabaja en pro de los derechos de la mujer y por qué es importante identificarlas?

Yo creo que grupos que trabajen por derechos de las mujeres en Colombia hay bastantes entre ellos encontramos manos amigas y sujetos invisibles, en Bogotá esta la mesa y la casa de la

mujer, en Soacha encontramos las madres de Soacha las cuales han sacado productos como en la “punta del Iceberg ”, en Bogotá la mesa hace unos años saco un documento liderado por Florence Thomas frente al contexto del aborto que se llama “Había que decirlo” y uno que saca Martha Nubia Bello, Bárbara zapata y Yolanda Puyana, llamado “sentí que se me desprendía el alma”, que es un documento basado sobre el maltrato que sufre la mujer en Colombia.

¿Cuáles son las principales problemáticas que se encuentran en estos grupos?

Esto responde a contextos, siempre las problemáticas y dinámicas de afectación social van a responder a contextos, no quiere decir que el maltrato intrafamiliar que se sufre en la zona centro del país tenga las mismas connotaciones culturales que en las zonas del Atlántico o del Pacífico; El maltrato hacia la mujer siempre va ser entendido como una dinámica de afectación situacional.

¿Por qué acobrado tanto revuelo? porque no se considera que en sociedades desarrolladas o envía de desarrollo aún se contemple el castigo hacia la mujer o la posesión de la mujer como un objeto que le pertenece al hombre o a la sociedad, es una afectación de orden cultural y social.

¿Cómo empiezan a emergen?; En Colombia yo creo que las más afectados en conflicto armado no han sido los grupos poblacionales, sino la mujer pues es considerada como un trofeo de guerra, pero también como un objeto de posesión del hombre, que es un discurso netamente androcéntrico que ha mutado, hay varios ejemplos; en culturas campesinas como Boyacá a la mujer se le pega para que se eduque, en el Atlántico a la mujer se maltrata por que se le está enseñando y en zonas centro se maltratan porque es mi posesión, pero la mujer no es posesión de nadie, aunque el cuerpo de la mujer no es un cuerpo individual sino un cuerpo social, en Colombia se vende un artículo a través del cuerpo de la mujer.

En Soacha, yo veo que aquí en Soacha hay condiciones grupales e individuales, vemos que en Soacha hasta hace dos años era uno de los mayores receptores de población en desplazamiento: grupalmente se ven mujeres que llegan de zonas como Chocó, Antioquia, Tolima y Llanos Orientales, que se ubican en zonas de alto riesgo como lo pueden ser La María, Altos de la Florida y Altos de Cazucá, ahí se ve una afectación individual en el plano que la mujer debe asumir otros roles y se ubica allí por cuestiones de sobrevivencia donde muchas veces ha perdido su compañero de vida y asume una jefatura de hogar con unos hijos menores de edad, donde en el campo no hacía algunas actividades relacionadas con lo laboral urbano, sino laboral rural y aquí llega asumirse de otras maneras, esas mujeres tienen connotaciones distintas pueden ser afrodescendientes o indígenas, desplazadas o madres cabeza de familias sin subsidios de estado, son complejidades enormes.

Otra que cobró mucho vuelo en Soacha es la de los falsos positivos, que son crímenes de estado y estas mujeres quisieron visibilizar su situación por la verdad de aquellos que no pueden hablar que eran sus hijos en últimas y ha tomado gran importancia en Colombia por que fue una situación que fue hecha en todo su contexto por mujeres.

Acá en Soacha hay una política pública de la mujer que en su totalidad creo que muchas mujeres en Soacha no conocen y esa también es una gran problemática, como visibilizan las mujeres sus procesos, como las mujeres empiezan a identificar una normatividad que las supe a ellas, las cobija y las defiende pero que sobre todo las hace connotar por encima de un ciudadano normal para convertirse en un ciudadano político activo.

Actualmente, ¿Cuál es la relevancia que tienen los movimientos de mujeres en la construcción de sociedad?

Yo pienso que en la construcción de la sociedad la mujer siempre ha tenido un papel relevante, no es que ahorita cobre un papel relevante creo que todas las sociedades están construidas a partir de la cognoscencia de la mujer no solamente del hombre.

Pero ahorita se podría decir que toda la política pública, la política de familia, de infancia, de juventud y de la mujer está hecha con base en el sentipesante de la mujer, de cómo la mujer observa el mundo, como lo ve el hombre o lo siente no es lo mismo, trasciende de otra manera y todas las sociedades actualmente están construida por lo menos en Colombia desde la visión femenina y de un conocimiento de género, lo que ha pasado es que se ha tratado de invisibilizar y no competimos de la misma manera, por ejemplo los cargos públicos son tanto para hombres y tantos para mujeres porque existe aún un pensamiento androcéntrico, pero yo creo que ese paradigma al pasar los años va a ser completamente invisibilizado , actualmente las mujeres en la actividad política y social son muy relevantes.

Desde su profesión, ¿por qué considera importante que las fundaciones y organizaciones difundan la labor que realizan?

La importancia para mi disciplina ha sido por completo un análisis, un discurso y una postura feminista frente a las dinámicas de afectación social en el país y en el mundo. La importancia de la organización de la mujer responde al sentido de la organización de la mujer y de la institución, porque uno podría decir hay organizaciones de corte masculino y si posiblemente, pero casi todas las organizaciones involucran el aspecto de la feminidad como pensamiento global, toda la institución debe reconocer al hombre, al niño al anciano, pero pienso que quien primero hace los

reconocimientos y las luchas históricas ha sido la mujer y toda institución debe tener en su componente tener un pensamiento feminista y de género que involucre las necesidades de la mujer que no son las mismas necesidades del hombre.

Desde su posición como trabajador social ¿cuál es la forma asertiva de intervenir en un grupo social de mujeres?

Yo creo que está ligado al reconocimiento del contexto y de las identidades femeninas, es que muchos abordamos desde los temas de mujeres desde diálogos empiristas sobre lo que es la perspectiva de género y la lucha feminista pero cuando queremos trascender hacia una comunidad tenemos que aprender a identificar su cultura, su léxico y su sentir, que son cosas que necesariamente solo reconocen las mujeres y no los hombres y tenemos que aprender a convivir con eso diálogos pero sobre todo a naturalizarlos e identificarlos y poderlos promover, si no se promueve un diálogo feminista tristemente nos vamos a quedar en diálogos parciales y de modismos, a mí me da risa acá en Colombia se celebra el día de la mujer. No, no se debe celebrar la muerte se debe conmemorar como un acto, pero en las cotidianidades y en las generaciones actuales lo reconocen como una celebración no como una conmemoración, es algo que tendría que empezar a dialogarse; como trabajador social se debe identificar los léxico, los contextos e identidad cultural para abordar los temas.

Análisis Entrevistas A Expertos

Categorías Emergentes

Entrevista lideresa de mujer y género Fusagasugá, Vivian Gaona.

Principio de solidaridad y comprensión

- Apoyo y respaldo a cada mujer que pertenezca a la organización.
- Motivar a las mujeres a trabajar y preocuparse por la situación de otras mujeres.
- Red Nacional, como aspecto que fortalece el trabajo y unión de las diferentes organizaciones.

Visibilización de la mesa de mujer y género

- Generación de impacto en la población femenina joven.
- Uso de herramientas comunicativas para convocar a más mujeres.
- Arte como herramienta que genera impacto a través de mensajes directos.

Política pública

- Tipos de violencia.
- Caminos para hacer las denuncias frente a maltratos.
- Implementación y cumplimiento de los derechos de la mujer.
- Ley 1257.

Entrevista trabajador social, profesor Kempes Lozada

Maltrato hacia la mujer

- Dinámicas de afectación social y cultural que responden a contextos.
- La mujer considerada como trofeo de guerra o posesión del hombre.
- Desplazamiento y conflicto como principales causas del maltrato hacia la mujer en Colombia.

Papel de la mujer

- Visibilización de los procesos que ejecutan.
- Existencia de una normatividad que supe y cobija a la mujer.
- Mujer como ciudadano político activo.
- Invisibilización de los procesos y hallazgos de la mujer.

Construcción de sociedad y abordaje

- Identificación de la cultura, el léxico y el sentir para un buen abordaje.
- Promoción del dialogo feminista.
- Femenidad como pensamiento global.
- Conocimiento respecto a las categorías de género.

Entrevista comunicadora estratégica

Mensaje

- Decidir el tipo de mensaje que se va a comunicar, este no debe distorsionarse en el momento que cambia de emisor.
- Discurso como aspecto fundamental.
- Creación de una cadena de comunicación sólida.

Segmentación de intereses.

- Comportamiento y necesidades del grupo de estudio.
- Clasificación rigurosa con el fin de establecer las temáticas abordar.
- Medición de la reputación frente a la visión de más personas con respecto a la organización.

Construcción de la estrategia.

- Establecer, el ¿Qué?, ¿Cómo? Y ¿Para quién?
- El porte y valor agregado que se realizará con la estrategia.
- Evaluación del impacto.
- Voz a voz como valor agregado a la estrategia.

Las entrevistas fueron realizadas a tres expertos con el fin de hallar camino por el cual dirigir la estrategia de comunicación a realizar, con la cual se busca visibilizar el trabajo de la Fundación Familias para el Progreso durante más de ocho años. Estas se realizaron a expertos de diferentes campos teniendo como punto de partida a la mujer en su proceso de constructora de

sociedad y visibilizadora de sus derechos, cada una de las entrevistas aportan diferentes aspectos que permiten crear una estrategia de comunicación asertiva. Entre ellos encontramos:

Durante la entrevista con la líder de la mesa de mujer y género de Fusagasugá se destacan tres aspectos fundamentales como lo son; el principio de solidaridad por medio del cual han venido desarrollando su trabajo, la visibilización, haciendo enfoque en los mecanismos y recursos que utilizan para dar conocer su trabajo y de la misma forma atraer a más mujeres, y la política pública como base de su trabajo, buscando a través de ella garantizar el debido cumplimiento de los derechos de la mujer. Esta entrevista permitió establecer los aspectos de concordancia frente al trabajo que realizan los diferentes grupos de mujeres en diferentes municipios de Cundinamarca y de esta forma establecer los puntos de partida y bases con las cuales se trabajará la estrategia de comunicación, puesto que cada una de las organizaciones apunta al mismo objetivo que es visibilizar el trabajo y las políticas públicas que cobijan a la mujer y de esta forma garantizar una estrategia de comunicación que cumpla no solo con el objetivo de visibilizar sino que de la misma forma logre impactar a la población femenina y de esta forma lograr un empoderamiento masivo.

Por otro lado, la entrevista con el trabajador social aclara aspectos del contexto y amplía la visión frente a los temas de mujer a nivel internacional, nacional y local, estableciendo aquellas problemáticas en las que se ven inmersas las mujeres en el momento de trabajar en pro de sus derechos. Además, la manera correcta de abordar a las organizaciones de mujeres. Desde la estrategia de comunicación esto hace parte de los procesos a generar para lograr un mayor impacto enfocando la estrategia a reconstruir la visión y posición de la mujer en la sociedad, cada uno de los aspectos y anécdotas nombradas por el trabajador social son el recurso de antecedentes de la estrategia de comunicación.

Finalmente la entrevista a la comunicadora estratégica, da las pautas para crear la estrategia las cuales son: la importancia del mensaje y del discurso para generar una cadena de comunicación sólida, la segmentación de intereses con el fin de reconocer las necesidades de la organización y de esta manera medir el impacto generado en las mujeres por la fundación y por último la construcción de la estrategia teniendo en cuenta el voz a voz como un valor agregado a la estrategia mediática que se realizará.

A través de las entrevistas a los expertos se puede establecer una estrategia de comunicación dirigida a visibilizar la organización en el municipio de Soacha, teniendo en cuenta los contextos y diversidad de problemáticas que viven las mujeres y de esta forma establecer un mensaje claro que genera impacto en la población femenina del municipio.

IMPACTO DE LA INVESTIGACIÓN

Los grupos de mujeres que hacen parte del municipio, a través de su trabajo conjunto y ferviente lucha, han logrado surgir con el fin de generar cambios y construir sociedad por medio de una labor apasionante de empoderamiento y liderazgo que caracteriza a aquellas mujeres que decidieron cambiar los paradigmas y estereotipos de una sociedad tradicional con el fin de reconocer sus derechos y alzar su voz generando un eco que le ha permitido que otras mujeres se interesen en trabajar en pro de los derechos de la mujer. Mujeres empoderadas de sus derechos que trabajan en ámbitos empresariales, políticos y culturales, pero que no han tenido el reconocimiento del cual son dignas.

Por esta razón es necesario que desde nuestra posición como estudiantes en formación de una carrera que requiere que seamos mediadoras y dinamistas del contexto y más que todo, desde nuestra condición como mujeres, nos proyectamos hacia la realización de una investigación en torno a los procesos que adelantan las mujeres de nuestro municipio (Soacha), para así, desde un presto acercamiento y trabajo, lograr incluir estrategias comunicacionales que faciliten la labor y de esta forma visibilizar el trabajo realizado por la Fundación Familias para el Progreso.

¿Qué transforma?

Transforma un municipio que ha sido estigmatizado por sus diversas problemáticas como la violencia, inseguridad y el desplazamiento entre otras, sin la posibilidad de ver una nueva perspectiva en donde es destacable la labor realizada por los grupos de mujeres, quienes día a día luchan por una mujer empoderada de sus derechos.

¿Cuál es su contexto y su conexión con las ciencias de la comunicación?

Los movimientos sociales de mujeres en el municipio de Soacha se han organizado con el fin de luchar en pro de distintas temáticas que enmarcan la faceta de la mujer en la sociedad soachuna y de igual forma son aspectos propios de las diferentes problemáticas que enfrenta el municipio.

Por esta razón los diferentes movimientos se han centrado en temas puntuales como:

- La violencia contra la mujer, efectuando procesos en los que se hace visible la problemática tan grande que existe alrededor de este tema y de igual forma sensibilizando a la población con el fin de mitigar la violencia y maltrato, físico y psicológico al que está expuesta la mujer.
- El empoderamiento e incidencia política, en donde se encargan de capacitar y motivar a diferentes mujeres del municipio hacer la política pública y de igual forma, tomar voz de liderazgo con el fin de adelantar procesos que les permitan construir comunidad.

Es por ello, que desde la comunicación social y periodismo se requiere ser mediadores y dinamistas del contexto y más que todo, desde la condición de mujeres, se proyecta hacia la realización de una investigación en torno a los procesos que adelantan las mujeres de nuestro municipio (Soacha), desde un presto acercamiento y trabajo, con el fin de lograr incluir estrategias comunicacionales que faciliten la labor y por medio de una estrategia de comunicación visibilizar el trabajo realizado por estos.

PRODUCTO COMUNICATIVO

Estrategia De Comunicación “Soacha es Mujer”

Introducción

Con el fin de visibilizar el trabajo que ha realizado la *Fundación Familias para el Progreso* ubicada en el municipio de Soacha, teniendo en cuenta las necesidades comunicativas presentadas en el diagnóstico, se encuentra la importancia de diseñar una estrategia de comunicación con el fin de articular las herramientas comunicativas que permitirán tener el uso estratégico de los diversos medios para potenciar las voz de cada una de las mujeres que ha trabajado por más de ocho años en el municipio de Soacha para concientizar a la población femenina de este municipio acerca de los derechos y deberes, y la difusión de la política pública de mujer, entre otros temas.

La estrategia de comunicación “Soacha es Mujer” busca tener presencia en medios como radio, televisión y digital, lo cual permite que la organización pueda tener una mejor relación con el público externo ante los hallazgos presentados en la investigación, ya que, según los resultados arrojados por las encuestas, las mujeres no conocen organizaciones, ni fundaciones que puedan brindarles orientación o que trabajen por la mujer en el municipio de Soacha.

Misión

Mostrar el trabajo realizado por la Fundación Familias para el progreso, a través de la estrategia “Soacha es Mujer” para impactar la comunidad del municipio de Soacha con la utilización de los diversos medios de comunicación, difundiendo la labor que realiza FAPPRO desde hace ocho años en su comunidad, con la difusión de la política pública, sensibilización acerca de los derechos humanos, fomento de la autoestima, entre otros temas.

Visión

Mediante el uso de las herramientas comunicativas, la estrategia “Soacha es Mujer” buscará que la población del municipio de Soacha conozca la Fundación familias para el Progreso y de esta forma más personas se motiven a vincularse a esta organización, promoviendo así el cumplimiento de cada uno de los objetivos que tiene la fundación actualmente, logrando que más mujeres sean informadas sobre los derechos que tienen y a quien recurrir en el momento que lo necesiten.

Objetivo General

Diseñar una estrategia de comunicación para visibilizar el trabajo realizado por la Fundación Familias para el Progreso del municipio de Soacha.

Objetivos Específicos

- Determinar el mensaje y contenidos inmersos en la estrategia de comunicación.
- Establecer los públicos primarios y secundarios a los que va dirigida la estrategia.
- Definir canales y medios de difusión, para promover la estrategia.

Matriz Dofa

FORTALEZAS

- Grupo de mujeres con conocimientos y experiencia en labores en pro de los derechos de la mujer
- Pleno conocimiento de estrategias comunicativas para implementar en una comunidad.
- Investigación de un tema que tiene poco conocimiento en el municipio de Soacha

DEBILIDADES

- Ausencia de una teoría desde la comunicación que nos permita abordar el tema.
- Deficiencia en los procesos de divulgación de los proyectos y trabajo adelantado por la fundación.

OPORTUNIDADES

- Buena disposición del grupo para desarrollar la estrategia de comunicación y emplearla en proyectos futuro.
- Implementar la estrategia de comunicación en otros municipios.
- Participación de la comunidad para la realización de nuevos proyectos

AMENAZAS

- Falta de interés y apatía de la comunidad del municipio de Soacha frente al tema.
- Intervención inadecuada de los órganos de control del municipio.
- No generar el impacto deseado con la estrategia de comunicación.

Tipo De Estrategia

Estrategia de incidencia pública con medios de comunicación masivos y alternativos.

Este tipo de estrategia tomado del “Manual de comunicación estratégica de María de las Nieves Vargas Coloma-Comunicaciones aliadas, especifica que para lograr la opinión pública favorable para la causa que defiende la organización, es necesario realizar un mapeo de los medios existentes en el municipio, con el fin de posicionar su agenda en nuestros temas de interés, promoviendo la participación de las integrantes en los medios de comunicación para mantener la vigencia de la información

Identificación De Público

Primario

Población del municipio de Soacha → para visibilizar el trabajo realizado por la Fundación Familias para el Progreso.

Mujeres del municipio → para motivar su vinculación a la fundación.

Habitantes que frecuentan el parque de Soacha—> lugar más transitado por los residentes de este municipio.

Secundario

Autoridades locales → para generar un impacto frente a temas de género y mujer.

Alcalde Municipal De Soacha → máxima autoridad del municipio como principal generador de decisiones, este personaje hace uso frecuente de redes sociales para promover y mostrar el trabajo que ha venido realizando durante su administración.

Funcionarios de la Secretaría de desarrollo social, en la dependencia de género y mujer → para reconocer el trabajo de FAPPRO.

Mensaje

En la estrategia “Soacha es mujer” se utilizarán mensajes que sean fáciles de entender, ya que es importante difundir un mensaje con claridad para los públicos objetivos delimitados anteriormente, enfocados principalmente en tres temas específicamente:

Política pública de mujer

Historia de la fundación Familias para el progreso

Derechos y deberes de la mujer.

Canales De Difusión

Radio

Establecer vínculos estratégicos:

Empoderamiento desde el slogan

Inicialmente, la idea es realizar contactos periodísticos en las emisoras radiales que están en el municipio de Soacha para lograr entrevistas que serán realizadas a la lideresa Fabiola Murcia y algunas de las colaboradoras, donde contarán a los oyentes sobre la labor que han realizado en pro de la mujer.

Seguidamente con el apoyo de la emisora Universitaria de la Corporación Minuto de Dios, se promoverá una campaña de expectativa mediante cuñas radiales que darán a conocer la estrategia “Soacha es mujer”

Emisoras

- UNIMINUTO Radio Soacha
- Radio Rumbo.

Escaletas

Cuña No. 1

Duración: 23 segundos

AUDIO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO PARCIAL	TIEMP O TOTAL
SONIDO	Ella Artista: Bebe	4”	4”
LOCUTORA	En 1993, la declaración a favor de los derechos humanos de las mujeres, estableció el marco de acción para la lucha contra la violencia de género. Sin embargo, 20 años después 1 de cada 3 mujeres sigue siendo víctima de violencia física o sexual.	19”	23”

LOCUTORA	Si han vulnerado tus derechos, te acompañamos. ¡No estás sola!	4''	27''
SONIDO	Sube volumen Música vuelve a bajar.	4''	31''

Cuña No. 2

Duración: 31 segundos

AUDIO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO PARCIAL	TIEMP O TOTAL
SONIDO	Ella Artista: Bebe	4''	4''
LOCUTORA	Las estadísticas para las mujeres, no son alentadoras. En América Latina, el 88% de las mujeres ha sufrido de acoso verbal. Sin embargo, lo más preocupante, es que el 92% de todas las mujeres, han manifestado	19''	23''

	ser víctimas de algún tipo de violencia sexual en espacios públicos.		
LOCUTORA	Si han vulnerado tus derechos, te acompañamos. ¡No estás sola!	4''	27''
SONIDO	Sube volumen Música vuelve a bajar.	4''	31''

Cuña No. 3

Duración: 24 segundos

AUDIO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL
SONIDO	Ella Artista: Bebe	4''	4''
LOCUTORA	¿Sabías que en los últimos años, en América Latina a través de la formulación de políticas públicas y la creación de organismos, se trabaja por la	12''	16''

	equidad e igualdad entre hombres y mujeres? .Infórmate.		
LOCUTORA	Si han vulnerado tus derechos, te acompañamos. ¡No estás sola!	4''	20''
SONIDO	Sube volumen Música vuelve a bajar.	4''	24''

Tabla 12, Escaletas cuñas radiales

Televisión:

A través de la producción audiovisual, se realizará un spot audiovisual. El primero cuenta la historia de la Fundación Familias para el Progreso, donde aparecen todas las integrantes de la fundación contando cuál es su motivación para trabajar en pro de la mujer y su experiencia en la organización.

Guion Spot Para Tv

Secuencia	Plano	Descripción	Sonido
INTRODUCCIÓN		<p>Texto</p> <p>En Soacha a través de los movimientos sociales de mujeres día a día estas organizaciones luchan en defensa de los derechos de la mujer a través de una labor constante e incansable por medio de procesos de reconocimiento y empoderamiento.</p> <p>La Fundación Familias para el</p>	Música

		<p>progreso hace parte de ellas y estas son algunas experiencias de sus integrantes :</p>	
<p>FABIOLA MURCIA</p>	<p>Plano Medio Tomas de Apoyo</p>	<p>Fabiola Narra su experiencia como fundadora de FAPPRO y de sus logros como mujer y directora de la fundación.</p>	
<p>PRISCILA RIASCOS</p>	<p>Plano Medio Tomas de apoyo</p>	<p>Priscila Habla de su experiencia en Fapro y del por</p>	

		qué las mujeres deben pertenecer a la fundación	
MARY ISABEL MARQUEZ	Plano Medio Tomas de apoyo	Habla de su experiencia en la fundación al ayudar a más mujeres y del gran impacto frente a su pensamiento como mujer en los espacios de participación.	
GILMA ABREO	Plano Medio Tomas de apoyo	Experiencia dentro de la Fundación y su motivación por trabajar por la mujer	
Final		Tomas de las integrantes Logo de la campaña	Música

Tabla 3, guion spot de televisión

Digital

Redes sociales

Cada una de las integrantes de la Fundación Familias para el Progreso ha realizado un énfasis específico en las redes sociales, pues ven la oportunidad de cautivar a un público joven, además detectan la necesidad de tener una presencia relevante en redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. Por lo tanto, la estrategia tendrá un énfasis especial en las redes sociales según las necesidades de la organización, utilizando un hashtag de participación #SoachaEsMujer, se publicarán imágenes alusivas a la importancia de conocer los derechos de la mujer y las rutas a las que pueden acceder las mujeres que sean víctimas de violencia psicológica o física.

En el ámbito digital, también es importante mencionar el portal web el cual tendrá en cuenta toda la información relacionada con la organización, para que cualquier persona que desee buscar y contactar a la fundación lo pueda hacer gracias a la información pertinente y actualizada que encuentra sobre la fundación en el sitio web.

Secciones Página Web

Home

- Vídeo spot de TV
- Redes sociales de la fundación.
- Cajas que digan-> conoce la política pública de mujer.
- Noticias importantes para las mujeres de Soacha.
- Galería de los eventos FAPPRO.
- Agenda de eventos y charlas realizadas por la fundación.

Conoce Fapro

- Descripción de la fundación con su historia.
- Objetivos de la organización.
- Integrantes de la fundación. (registro fotográfico)
- Como las pueden contactar (Correo organizacional, Facebook)
- Motivos por los que trabajan.

Galería

- Imágenes de las intervenciones FAPPRO en las comunas del municipio.

Contáctanos

- Redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube)
- Preguntas frecuentes. (¿Qué es la política pública de mujer? Si sufro de violencia psicológica o física a ¿dónde puedo recurrir? ETC....)

CONCLUSIONES

Mediante el trabajo de investigación fue posible diseñar una estrategia de comunicación para visibilizar la labor realizada por la fundación Familias para el Progreso, teniendo en cuenta la importancia del uso de herramientas y medios de comunicación para las organizaciones y fundaciones; para ello fue necesario realizar jornadas de capacitación a las integrantes de la fundación, dándoles nuevos conocimientos y conceptos para optimizar el trabajo que vienen realizando desde hace ocho años en el municipio de Soacha, logrando así que cada integrante conozca los pasos necesarios para diseñar una estrategia de comunicación teniendo en cuenta sus necesidades.

Gracias al trabajo intenso de esta investigación se evidencia que la fundación Familias para el Progreso está integrada por mujeres adultas, en su mayoría dedicadas a las labores del hogar, que encontraron en esta fundación la posibilidad de concientizar a las mujeres de Soacha sobre sus derechos y deberes, las cuales han dedicado parte de sus vida a informarse sobre la política pública de mujer y las rutas de acción a las que pueden acceder en caso de presentar maltrato físico o psicológico, sin remuneración alguna.

Las integrantes de FAPPRO, trabajan porque anhelan tener un municipio con mujeres conscientes, que exigen respeto e igualdad frente a una sociedad que aún presenta casos de feminicidio y maltrato, con mujeres que aún desconocen cuál es la política pública que las beneficia. Por eso es destacable la perseverancia de este grupo de mujeres que decidieron unirse para trabajar por un mismo fin.

La participación a la hora de hacer investigaciones en comunicación es muy importante, ya que de esta manera es posible conectarse fácilmente con la población estudio, facilitando datos

importantes teniendo en cuenta perspectivas que ayudan a crear los productos finales que hacen parte del diseño de la estrategia. En este caso son las colaboradoras de esta fundación quienes ven la necesidad de tener presencia en redes sociales, ya que según el diagnóstico realizado se evidenció que el canal comunicativo usado con el público externo, se limitaba simplemente a la utilización de un perfil personal en Facebook.

Por lo tanto, en el diseño de la estrategia se tiene en cuenta la comunicación digital al generar contenidos para web, haciendo énfasis en el uso de redes sociales como principal canal de comunicación de la fundación para obtener mayor alcance e impacto en la población femenina del municipio de Soacha.

Por otra parte, las entrevistas realizadas a expertos de diferentes campos en el marco de la investigación ampliaron lo conocimientos en cuanto a la labor realizada por los grupos de mujeres, la forma de intervención en estas organizaciones y la mejor manera de generar una estrategia de comunicación asertiva.

El grupo investigador decidió realizar una estrategia de comunicación compuesta de tres productos, tres cuñas radiales, un spot para televisión y una página web que contará con toda la información de la fundación y las piezas comunicativas anteriormente nombradas.

El grupo investigador se vinculó en el proceso de la fundación Familias para el Progreso con el fin de acceder a la información de primera mano y de igual forma entablar vínculos más cercanos, conocer las problemáticas y de esta forma establecer los lineamientos, mensajes y aspectos a dar a conocer a través de la estrategia “Soacha es Mujer”

A través del diseño de la estrategia de comunicación tanto mujeres integrantes de la fundación como la demás población femenina del municipio de Soacha pueden empoderarse por medio de herramientas comunicativas que les permita divulgar de manera masiva su trabajo.

RECOMENDACIONES

- En el momento de generar una investigación de corte social el grupo investigador recomienda vincularse al proceso que lleve el grupo focal o población foco de investigación para de esta forma ser parte de los procesos y generar un mejor resultado.
- Es necesario conocer todo el contexto y entorno que rodean a las personas o población que se está investigando puesto que eso permite dar un norte a la investigación y a los resultados que el grupo investigador quiera conseguir.
- Tener en cuenta las recomendaciones de los expertos en cuanto a la intervención en grupos y de igual forma a las recomendaciones e intereses de la población investigada, ya que se generará un cambio o mejora en el entorno de la población y la sociedad.
- Se deben generar espacios de investigación que permitan la visibilización de las diferentes organizaciones que trabajan en pro del desarrollo social en el municipio de Soacha, identificando principalmente aquellas que trabajan en problemáticas diferentes, mencionadas anteriormente.
- El grupo investigador recomienda que desde el campo de la comunicación se debe optar por identificar oportunidades y no problemáticas y de esta manera darle un enfoque diferente a las investigaciones que se generan desde el municipio de Soacha

BIBLIOGRAFÍA

1. *Activistas por los derechos de las mujeres en Ecuador: nuestras historias, nuestro trabajo*, UN Women Ecuador,(2016).Recuperado de www.youtube.com.
2. Amórtegui A, cruz D, Sierra S, *la participación de las mujeres lideresas en el mochuelo bajo: un proceso colectivo de empoderamiento*. (2010). Facultad de ciencias sociales y humanas, Uniminuto.
3. Cristiano Daniela Araya y Bárbara Ramírez, *la violencia hacia la mujer en el espacio público*, Universidad Academia de Humanismo.
4. *El trabajo invisible de las mujeres rurales en Colombia*, Oxfam, 2015. Recuperado de <https://www.oxfam.org>
5. *En Soacha las mujeres se capacitan en liderazgo*, Periodismo público, 13 Junio de 2016. Recuperado de <http://periodismopublico.com>.
6. *Entrevista Natalie Michelou*, W Radio, Mujeres W, 15 de noviembre de 2016. Recuperado de <http://www.wradio.com.co>
7. Florence Thomas, género y democracia.
8. GALIANA, María, "A las mujeres en política se las critica muchísimo más que a los hombres", Onda Cero, 2016. Recuperado de www.ondacero.es
9. Garzón Luz, (2004), *Género, poder y liderazgo comunal femenino avances y contradicciones*. Facultad de ciencias humanas, escuelas de estudio de genero Universidad Nacional de Colombia.
10. *Género: Panorama general*, Banco Mundial, 2015. Recuperado de www.bancomundial.org.co.
11. Gómez Nathalia Andrea, (2010), *propuesta comunicativa para la construcción de mensajes radiofónicos para promover la reducción de desigualdad de género*, facultad de comunicación y lenguaje, comunicación social, Pontificia Universidad Javeriana.
12. Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos, Baptista Lucio, Pilar, (2010). *Metodología de la investigación*, 5a ed, México: McGraw-Hill Interamericana, 2010.

13. *Herramientas para el avance de los derechos de las mujeres resolución 1325*, Mesa de género de la cooperación internacional en Colombia, UN WOMEN. (2016), Recuperado de www.youtube.com.
14. Isabel María Ruiz Mora, Reseña del libro de BERNAYS, E. *cristalizando la opinión pública* (2011), recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/32_Ruiz_M75.pdf.
15. Jan serVaes & Patchaneem aliKHao, *Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?*, recuperado de http://www.academia.edu/566651/Comunicación_Participativa_El_nuevo_paradigma
16. Joan W. Scott, *el género: una categoría útil para el análisis histórico*.
17. *Lineamientos de la política pública nacional de equidad de género para las mujeres*, alta consejería presidencial para la equidad de la mujer, Bogotá, Colombia Septiembre de 2012. Recuperado de <http://www.equidadmujer.gov.co/Documents/Lineamientos-politica-publica-equidad-de-genero.pdf>
18. Lola G. Luna en su texto *Los movimientos de mujeres Feminismo y feminidad en Colombia*. Universidad de Barcelona.
19. Lola G. Luna, *Los movimientos de mujeres en américa Latina y la renovación de la historia*, (2004).
20. Margarita Ortega (2000), *Historia y Género*, recuperado el 16 de mayo de 2016 de: <http://www.uca.edu.sv/revistarealidad/archivo/4e04acf654977historiaygenero.pdf>
21. MASSE, Fátima. *Habla sobre equidad de género en el mundo laboral*, IMCO Enfoque Noticias, 2015. Recuperado de <http://imco.org.mx>
Min Interior invita a las mujeres a hacer parte de las Escuelas de Participación Política. Min Interior, 2016. Recuperado de www.masmujeresmasdemocracia.mininterior.gov.co/
22. *No habrá desarrollo económico hasta que no haya igualdad de género, según ONU*, W radio, 26 de octubre de 2010. Recuperado de <http://www.wradio.com.co>
23. Pérez, Alberto. *Estrategias de Comunicación* (2001), Barcelona.
24. Pinzón Carolina,(2011), *Escritoras de Prensa durante los años 40*, Universidad Nacional de Colombia.

25. *Política pública de mujer y equidad de género del municipio de Soacha*, Alcaldía Municipal de Soacha (2015). Recuperado de, <http://soacha-cundinamarca.gov.co>
26. Riascos, Priscila, *El ABC de la Política Pública de Mujer y Género del Municipio de Soacha*, Suacha conexión, (2015). Recuperado de <http://www.suachaconexion.com>.
27. RINCÓN, DIANA. 24 de octubre de 2016, '*Ni una menos*': el grito de las mujeres latinoamericanas. Recuperado de <http://www.eltiempo.com>.
28. *Tejiendo vida con las mujeres del Putumayo*, ONU Mujeres, 2016. Recuperado de <http://colombia.unwomen.org>.
29. THOMAS, Florence, 1 de diciembre de 2015, *Las violencias de género*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com>.
30. Villar, Rodrigo, *La fundación familias para el progreso FAPPRO: una organización comunitaria dedicada a combatir la violencia contra la mujer*, Red actívate y construye (2014).