

**ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN ENTRE
LA PERSONERÍA MUNICIPAL DE YUMBO CON LA COMUNIDAD: CASO
LÍDERES COMUNITARIOS.**

**YORS WILMAN MENA PACHECO
BRAYAN ALEXIS SANDOVAL LÓPEZ**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI
2018**

**ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN ENTRE
LA PERSONERÍA MUNICIPAL DE YUMBO CON LA COMUNIDAD: CASO
LÍDERES COMUNITARIOS**

**YORS WILMAN MENA PACHECO
BRAYAN ALEXIS SANDOVAL LÓPEZ**

**Proyecto de grado para optar por el título de
Comunicador social – periodista**

**Director
JENNY DAIRA MATURANA ANGULO
Comunicadora Social-Periodista**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI
2018**

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Fundación universitaria católica lumen Gentium para optar al título de Comunicador Social-Periodista

Jurado

Jurado

Santiago de Cali, Agosto de 2018

CONTENIDO

| | Pág. |
|---|-----------|
| RESUMEN | 12 |
| INTRODUCCIÓN | 14 |
| 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 16 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 16 |
| 1.2. IMPLEMENTACIÓN DEL PORTAL INTERACTIVO | 19 |
| 1.3. EMISIÓN RADIAL DE PROGRAMA INSTITUCIONAL | 21 |
| 1.4. PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL | 21 |
| 1.5. FORMULACIÓN DE PREGUNTA PROBLEMA | 23 |
| 2. JUSTIFICACIÓN | 24 |
| 3. OBJETIVOS | 27 |
| 3.1. OBJETIVO GENERAL | 27 |
| 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 27 |
| 4. MARCOS DE REFERENCIA | 28 |
| 4.1. ANTECEDENTES | 23 |
| 4.2. MARCO TEÓRICO | 29 |
| 4.2.1. Comunicación participativa | 29 |
| 4.2.2. Mecanismos para la participación en la comunicación | 33 |
| 4.2.3. La comunicación en las instituciones del sector público. | 36 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.4. La Comunicación en entidades públicas | 38 |
| 4.2.5 Participación ciudadana | 42 |
| 4.2.6. Líderes comunitarios | 43 |
| 4.3.MARCO CONCEPTUAL | 44 |
| 4.4. MARCO CONTEXTUAL | 47 |
| | |
| 7. METODOLOGÍA DE LA INVESTOGACIÓN | 49 |
| 7.1 PROCEDIMIENTO | 49 |
| 7.1.1. Fase No. 1 | 49 |
| 7.1.2. Fase No. 2 | 50 |
| 7.1.3. Fase No. 3. | 50 |
| 7.1.4. Fase No. 4r. | 50 |
| 7.1.5. Fase No. 5 | 50 |
| 7.1.6. Fase No. 6 | 50 |
| 7.2. TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS | 50 |
| | |
| 8. DESCRIPCIÓN EPISTEMOLÓGICA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA | 52 |
| 8.1 PERSPECTIVAS TEÓRICAS DE LA COMUNICACIÓN | 53 |
| 8.2 ASPECTOS DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA PARA EL CAMBIO SOCIAL. | 55 |
| 8.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA | 57 |
| 8.4 ENFOQUES DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA | 62 |
| | |
| 9. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS | 65 |

| | |
|--|-----------|
| 9.1. RESULTADOS OBTENIDOS A PARTIR DE LA OBSERVACIÓN – INSTRUMENTO - BITÁCORA | 65 |
| 9.2 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DE LA OBSERVACIÓN | 72 |
| 9.3. RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENTREVISTAS Y LOS GRUPOS FOCALES | 75 |
| 9.4. SISTEMATIZACIÓN GRUPO FOCAL | 81 |
| 9.5. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DEL GRUPO FOCAL | 87 |
| 9.6 CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA DE RELACIONAMIENTO ENTRE LA PERSONERÍA MUNICIPAL DE YUMBO Y LOS LÍDERES COMUNITARIOS. | 89 |
| 9.6.1. Fanpage: la personería en redes sociales: numeral redes sociales #MásCercaDeTi | 90 |
| 9.6.2. Programa radial: el defensor 107.0 fm yumbo estéreo. | 91 |
| 9.6.3. Portal interactivo: boletines página web. | 91 |
| 10. PROPUESTA DISEÑO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA PARA POTENCIAR LA INTERACCIÓN ENTRE LA PERSONERÍA MUNICIPAL DE YUMBO Y LOS LÍDERES COMUNITARIOS | 92 |
| 10.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN | 92 |
| 10.2 JUSTIFICACIÓN | 93 |
| 10.3 OBJETIVOS | 93 |
| 10.4. PÚBLICO OBJETIVO | 93 |
| 10.5. TÍTULO: “TODOS Y EN TODO: LA PERSONERÍA Y LOS LÍDERES COMUNITARIO POR EL BIENESTAR DE LOS YUMBEÑOS” | 94 |
| 10.5.1 Mensaje clave. “Infórmate de los procesos por parte de la personería” | 94 |
| 10.5.2 Táctica: evento | 94 |
| 10.5.3 Actividades | 96 |

| | |
|---|------------|
| 10.5.4 Indicadores. | 97 |
| 10.5.5 Responsables | 97 |
| 10.6 FECHAS | 92 |
| 10.7 TÁCTICA: #LIDERCOMUNITARIOINTERACTUANDO | 97 |
| 10.8 MENSAJE CLAVE | 98 |
| 10.9 ACTIVIDADES | 98 |
| 10.10 INDICADOR DE LA ACTIVIDAD | 98 |
| 10.11 RESPONSABLES | 98 |
| 10.12 FECHAS | 99 |
| 11. APORTE DEL TRABAJO DE GRADO A LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA | 100 |
| 12. CONCLUSIONES | 101 |
| BIBLIOGRAFÍA | 104 |

LISTA DE CUADROS

Pág.

| | |
|--|-----------|
| Cuadro 1. Publicaciones en página web en 2016 | 20 |
| Cuadro 2. Publicaciones de información institucional en la Fanpage | 21 |
| Cuadro 3. Bitácora | 65 |
| Cuadro 4. Unidades previas del trabajo grupo Focal | 75 |
| Cuadro 5. Sistematización grupo focal | 81 |
| Cuadro 6. Listado de asistencia, observaciones y recomendaciones. | 94 |
| Cuadro 7. Observaciones y recomendaciones de los canales de la personería | 95 |
| Cuadro 8. Control de temas a trabajar | 95 |
| Cuadro 9. Control de temas a trabajar en el programa radial. | 96 |

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Acceso y participación de la comunidad

30

LISTA DE FIGURAS

| | Pág. |
|---|-------------|
| Figura 1. Organigrama estructura de la personería municipal de Yumbo | 18 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | Pág. |
|--|-----------|
| Gráfico 1. Pantalla, Inicios de sesión en página web en 2016. | 25 |

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objeto de investigación el análisis de las estrategias de comunicación e interacción entre la personería municipal de Yumbo y la comunidad: caso líderes comunitarios. Teniendo como punto de partida la pregunta problema ¿Qué tipo de estrategias de comunicación participativa pueden contribuir a mejorar la interacción entre la Personería Municipal de Yumbo y la comunidad: caso líderes comunitarios de Yumbo?

En ese sentido se encontró que estrategias comunicativas como las empleadas dentro de la Personería Municipal de Yumbo, tenían fallas en la manera de llegar a la comunidad, puesto que no se tenían en cuenta las condiciones en que ella se encontraba, sumado a la falta de creación o generación de contenido con el fin de lograr arropar a todas las población, dejando de lado la interacción entre ambas partes.

De esta manera, fue importante describir y ahondar en el funcionamiento de la personería municipal de Yumbo, desde cómo está conformada hasta cuales son los canales de comunicación utilizados para dichos fines.

Se tuvo como referentes teóricos y conceptuales los planteamientos de los autores Massoni, Servaes y Patchanee, así como también de Rodríguez, entre otros que planteaban a la comunidad como un la pieza faltante en pro del desarrollo social y la comunicación participativa, puesto que esta debe ser la mayor interesada en que haya un cambio positivo en el cual se les de voz y opinión a la hora de tomar decisiones concernientes a su entorno.

Además, se define desde lo epistemológico que es la comunicación participativa, para tener en cuenta el campo que se aborda en esta investigación, siendo de suma importancia para descubrir y relacionar las falencias presentadas en la personería en su comunicación e interacción.

Esta investigación es de enfoque cualitativo, teniendo como técnica principal el grupo focal de investigación. Blasco y Pérez (S/f), definen que este enfoque “propone estudiar la realidad en su contexto natural tal y como sucede, sacando e interpretando los fenómenos de acuerdo con las personas implicadas” (p.17). A partir de esto se logró identificar que la comunidad del municipio de Yumbo, es comprometida con los procesos que se llevan a cabo dentro del municipio, ya que son ellos quienes envían cartas y peticiones para realizar reuniones con los líderes

comunitarios, con el fin de estar enterados sobre lo que sucede con sus problemáticas, así como también con la labor de buscar soluciones óptimas y en conjunto para ellas.

Por consiguiente, se propuso el diseño de estrategias de comunicación participativa desde la visión de la UNESCO, que cuenta con tres factores: Participación, Auto-gestión y Acceso.

Palabras Claves: Estrategias, comunicación, comunitario, municipio, comunicación participativa

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo se fundamentó en el análisis de las estrategias de comunicación e interacción existentes entre la personería de Yumbo y la comunidad, en el caso específico de los líderes comunitarios. Para ello, se sustentó en los lineamientos de la línea de investigación llamada comunicación participativa, ésta, busca que se reconozca tanto a quien emite el mensaje como también a quien lo recibe como actor importante en la construcción de un cambio social, dando así voz a la comunidad y permitiendo que esta sea escuchada, con el fin de que se encuentren nuevas maneras de trabajar entre la entidad pública y la comunidad; Ya que se encontraron falencias en dicha labor y en el deber de tener a toda la población concerniente a la personería de Yumbo informada sobre las gestiones que se manejan o se están dando ahí.

Dichos problemas se dan por desconocimiento de los métodos con las que trabaja la entidad o por la falta de capacitación en el uso de las nuevas tecnologías, o la implementación incorrecta de las mismas, es ahí donde se hace importante la comunicación, estudiando los procesos comunicativos y diseñando estrategias que permitan tanto a la comunidad el poder acceder a la información que brinda la personería, como también a la entidad pública informar a estos de una manera óptima, certera y al instante.

Para lograr dicha finalidad fueron importantes los aportes de autores tales como Servaes, Patchanee, y Gumucio, quienes con sus respectivos trabajos en comunicación participativa brindaron un gran aporte al planteamiento del problema y la formulación de la pregunta problema, así mismo, fue fundamental lograr de determinar qué tipos de comunicación participativa pueden ayudar a la mejora de la interacción entre las dos partes implicadas en el objeto y sujeto de estudio de esta investigación; ello se evidencia en los planteamientos expuestos por los autores seleccionados para la configuración del marco teórico y conceptual. Los objetivos planteados sirvieron para lograr determinar la metodología a utilizar y por ende, analizar desde la perspectiva teórica, los tipos de comunicación que podrían contribuir a la situación problemática presentada en la Personería del municipio de Yumbo.

En ese orden de ideas, fue posible realizar una descripción significativa de las estrategias permitieron identificar los problemas o falencias comunicativas de este ente gubernamental del Valle del Cauca, y a la vez posibilitar la propuesta de acciones de mejoras para el sistema de relacionamiento de la Personería Municipal de Yumbo y los líderes comunitarias, mediante el ejercicio y accionar de

la comunicación participativa, la cual fungió como eje conductor del presente proyecto de investigación.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el presente capítulo se dará cuenta de la situación comunicativa actual que se presenta en la Personería Municipal de Yumbo y su incidencia en el sistema de relacionamiento con los líderes de las comunas que integran al municipio, y su incidencia. Inicialmente se partirá dando cuenta de algunos fundamentos de la comunicación participativa como referente para comprender las falencias que se presentan entre este ente rector municipal y su comunidad.

La Comunicación participativa, es una apuesta que involucra a la comunidad para una interacción social, lo que ha permitido crear nuevos mecanismos de intercambio de información como los medios digitales. Teniendo en cuenta que, la sociedad ha vivido un proceso de tránsito desde la industrialización hasta la información, donde se pasó de lo tangible a lo intangible. “Ese incesante goteo publicitario tiene una asombrosa capacidad para desmaterializar los objetos anunciados y transformarlos, simbólica y psicológicamente, en un conjunto de atributos intangibles, en la mayor parte de los casos desvinculado de sus características intrínsecas y objetivas” (Fernández Miranda, et.al 2009, p.7). Sin embargo, se observa que en algunos casos, los resultados no han sido de óptimos, dado que los encargados de algunos medios no enfocan sus intereses o intencionalidad para prestar sus servicios para favorecer a la comunidad o ser sus portavoces, sino que se orientan hacia buscar la manera de obtener el mejor rating, y sus estrategias comunicativas y publicitarias son pensadas desde los propios intereses mediáticos que el pensar en las problemáticas de la comunidad, es por ello, que la investigación realizada describe y analiza los factores comunicativos incidentes entre el objeto y sujeto de investigación seleccionados.

Es evidente, que la comunicación participativa ayuda a facilitar un intercambio equitativo de ideas, de conocimientos y experiencias, donde deben involucrarse tanto los Gobiernos y los ciudadanos (Servaes & Patchanee, 2007,p.1). Es decir, tener una relación constante de escuchar y comprender tanto al receptor, como el emisor, puesto que la comunicación no puede ser unidireccional sino viajar en ambos sentidos. No obstante, se pensaba que la teoría de la difusión en el contexto del desarrollo introducida por Rogers (1983) era la adecuada a pesar que fuese vertical y que viajase a una sola dirección, pero según Servaes y Patchanee (2007) “es menos probable que la comunicación masiva tenga efectos directos sobre el comportamiento social que la influencia personal”. (p.1) Por lo tanto, “acentúan la importancia de la identidad cultural de comunidades locales y de la

democratización y participación a todos los niveles” apostándole a las relaciones interpersonales.

Tal como lo expresa o lo establecen los autores Servaes y Patchanee (2007), respecto a la importancia que los Estados o entes de gobierno municipal establezcan una clara y oportuna relación con los conciudadanos para viabilizar proyectos de interés comunitario. La personería municipal de Yumbo, ha creado mecanismos para fomentar la participación ciudadana, como ente de control y quien le corresponde ser vocera de la comunidad desde todos los lugares del país, según su jurisprudencia territorial, siendo también la encargada de vigilar y proteger los derechos humanos de todos los ciudadanos.

Por lo anterior, a pesar de que la personería de Yumbo hace el esfuerzo, presenta falencias en cuestiones de interacción y socialización con la comunidad, en especial en el caso de los líderes comunitarios. Es decir, la interacción no está pensada en dirigirse óptimamente hacia la comunidad, porque los canales que son empleados son de difícil acceso para la mayoría de la población del municipio, ya que el 57% de la población presenta estados o niveles de pobreza de altos índices de pobreza (Departamento administrativo de planeación e informática, 2016, p.1).

Aunque la personería municipal de Yumbo, está encargada de promover la participación ciudadana, tiene dificultades en el intercambio de información; esta situación propició los siguientes interrogantes: ¿Por qué el público objetivo de la personería como son sus líderes comunitarios, éstos no dan respuesta a los mensajes enviados por este ente rector? o, ¿es que los líderes comunitarios no tienen cómo dar respuesta de la información que se recibe por medio de los canales que esta entidad ofrece?, ¿de qué manera se encuentran estructuradas las estrategias comunicativas y los mecanismos de seguimiento de la Personería Municipal de Yumbo, frente al sistema de relacionamiento con los líderes comunitarios?

Estos interrogantes fueron la base para iniciar la exploración de la problemática evidenciada en la Personería. Al respecto, Rogers (1963) en la teoría de difusión que se asemeja al modelo de comunicación de Shannon y Waever (1948) plantea que cuando una organización le apuesta al unidireccionismo, este es un viaje en un solo sentido sin retorno, lo cual va en contravía de la razón de ser de cualquier órgano de Gobierno cual es la interacción periódica con los conciudadanos, y disminuir así, acciones negativas que van en contra de la pretensiones de cualquier tipo de organización, en este caso la Personería del municipio de Yumbo.

Antes de ahondar en el problema, es pertinente detallar algunas de las características, lógicas y dinámicas de la personería municipal de Yumbo, en cuanto a los procesos de interacción instaurados para su funcionamiento

La Personería Municipal de Yumbo, es una entidad adscrita al Ministerio Público, funge como un ente de control, que promueve y protege el respeto y debido proceso ante las faltas que se cometen a los derechos humanos de los conciudadanos. Es la encargada de vigilar y ejercer control de las gestiones realizadas por la Alcaldía municipal y entes descentralizados. Garantizan la defensa de los derechos humanos, vigila el debido proceso sobre el patrimonio público y el medio ambiente, promueve la participación ciudadana.

La Personería Municipal, tiene como orden el siguiente organigrama dentro de su estructura jerárquica.

Figura 1. Organigrama estructura de la personería municipal de Yumbo



Fuente: Personería municipal de Yumbo, (2017).

La figura de síndico personero nace en el año 1777 en Colombia, mientras se encontraba bajo el reinado español, en el transcurso de la historia las reformas de la constitución le han ido otorgando facultades administrativas, financieras y de llevar procesos judiciales y penales, para la protección de los derechos humanos. La personería municipal de Yumbo en 1994 deja de ser dependiente de la Alcaldía

local, acorde a la ley 136 de 1994, teniendo autonomía presupuestal y administrativa.

El objetivo social de la personería es la promoción, guarda y protección de los derechos humanos. Esta entidad presta los servicios en: 1) peticiones, quejas y reclamos. 2) Atención a la población en condición de desplazamiento. 3) Asesorías gratuitas. 4) Veedurías ciudadanas acorde a la 850 del 2003. 5) promoción, protección, prevención de los derechos humanos a la población carcelaria de Yumbo. 6) Manejo en orden y control en situaciones de orden público y seguridad en eventos programados en el municipio. 7) Acompañamiento a diligencias civiles y policivas solicitadas por inspectores de policía. 8) Asistencia e intervención en diligencia judicial y policiva. 9) Defensoría pública.

A pesar de lo anterior, el ente de control ha realizado acciones para mejorar la interacción con la comunidad: Caso líderes comunitarios, pero no ha sido posible, puesto que el principal actor no se tiene en cuenta, que es el ciudadano, por lo tanto, no tienen el conocimiento de cómo activar la comunicación entre el estado y la comunidad. No obstante, esta entidad ha propuesto e implementado un PORTAL INTERACTIVO, programas RADIALES y una FANPAGE, de las cuales no ha tenido un óptimo resultado, por qué no se evidencia que se haya realizado un estudio respecto a nivel de escolaridad de la población, o el diseño e implementación de estrategias de capacitación, o capacitaciones en nuevas tecnologías para garantizar el adecuado uso y apropiación del Portal interactivo, la Fanpage, y su programa Radial.

Por lo tanto, se mencionan a continuación los tres medios que son empleados por la personería municipal de Yumbo para interactuar con la comunidad y sus cifras para ver su nivel de impacto:

1.2. IMPLEMENTACIÓN DEL PORTAL INTERACTIVO

En el año 2016 se realizaron 75 actualizaciones de información, alcanzando el 78,125 % (Personería municipal Yumbo, 2016) de ejecución de lo proyectado en el Plan de Gestión. Al parecer la razón que se dio por no haber alcanzado el objetivo de 96 actualizaciones anuales se debió al *hackeo* que padeció la página a comienzos de años y que fue notificada a las personas y entidades competentes.

Durante el año 2016, no se atendieron solicitudes gestionadas desde el portal web de la entidad. Lo anterior, deja de manifiesto la necesidad de mejorar las

estrategias de recopilación y acompañamiento a los ciudadanos yumbesinos frente a sus requerimientos, quejas, reclamos y sugerencias.

La categorización para la recopilación de información se hizo de acuerdo a la forma en el diseño y al tipo de datos compartidos, dejando como resultado el siguiente cuadro:

Cuadro1. Publicaciones en página web en 2016

| Estadísticas de Página Web | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|-------------|----------|----------|----------|-----------|
| Página web | Febrero | Marz | Abril | Mayo | Juni o | Julio | Agost o | Septiem bre | Octu. | Nov. | Dici. | Total |
| Diseños propios | | | | 3 | 4 | | | 1 | 1 | | | 9 |
| Fotos | | | | 3 | 5 | 7 | 7 | 4 | 3 | 3 | 1 | 33 |
| Videos | | | | | | | | 6 | 4 | 1 | 1 | 12 |
| Fotos y videos | | | | | | | 7 | 2 | | | | 9 |
| Redifusión | | | | | | 1 | | | | | | 1 |
| Reportes Control Interno | | 1 | | | 1 | | | | | | | 2 |
| Actualiza. Financiera | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | | 6 |
| Edictos | | | | | | | 2 | | 1 | | | 3 |
| Total | 0 | 3 | 0 | 6 | 12 | 8 | 16 | 15 | 9 | 4 | 2 | 75 |

Fuente: Personería municipal, (2017).

1.3. EMISIÓN RADIAL DE PROGRAMA INSTITUCIONAL

A pesar de que, durante el año 2016 se realizaron 39 programas radiales de Su Defensor, tampoco arroja unos óptimos resultados, ya que de los cuales solo hay copia en digital en el servidor de la Personería municipal. No obstante, la única forma de medir la difusión son las llamadas que se dan al aire durante la emisión, pero no son monitoreadas por la personería. Por lo tanto, al respecto no existe registro de encuestas o voz pop, que dé cuenta del porcentaje de audiencias que escucharon el programa o participaron de éstos.

1.4. PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

El Plan de Gestión de la Personería, para la vigencia de 2016, tenía presupuestado que se realizarían 90 publicaciones. Pese a este objetivo el número de publicaciones alcanzó las 375 publicaciones clasificadas en diseños propios, fotos, videos editados y mensajes de redifusión. Lo anterior arroja un porcentaje de ejecución del 416,66 %.

Cabe resaltar que la publicación de información se da por medio de dos canales principales: la página web y la Fanpage de Facebook.

Cuadro 2. Publicaciones de información institucional en la Fanpage

| Publicaciones red social Facebook | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---------|-------|------|------|-------|-------|------|----------|--------|-----------|---------|-------|
| Facebook | Febrero | Marz. | Abri | Mayo | Junio | Julio | Agos | Septiem. | Octub. | Noviembr. | Diciem. | Total |
| Diseños propios | 5 | 13 | 12 | 13 | 11 | 7 | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 68 |
| Fotos | 7 | 9 | 17 | 8 | 21 | 15 | 23 | 29 | 74 | 10 | 8 | 203 |

Cuadro 2 (Continuación)

| | | | | | | | | | | | | |
|------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| Videos | 0 | 14 | 19 | 9 | 14 | 5 | 13 | 9 | 5 | 2 | 5 | 88 |
| Redifusión | 2 | 7 | 0 | 1 | 1 | 0 | 3 | 1 | 1 | 16 | 15 | 16 |
| Total | 14 | 43 | 48 | 31 | 47 | 27 | 42 | 42 | 81 | 32 | 30 | 375 |

Fuente: Personería municipal, Yumbo (2016).

Ahora bien, es cierto que las cifras son excepcionales, pero hay poca interactividad entre este órgano del Ministerio Público y la ciudadanía; esto se evidencia en los pocos comentarios y mensajes que llegan en sus publicaciones y correo de mensajería instantánea.

De igual manera, se hizo un balance del cumplimiento de la Estrategia de Gobierno en Línea dejando un porcentaje de cumplimiento del 82 %, pero como se mencionó anteriormente no hay interactividad y con esta evaluación se espera que la comunicación que es considerada el principal canal de difusión, no se reduzca a solo un proceso de información (Fernández Miranda, *et.al*, 2009).

En el municipio de Yumbo, el 57% de la población pertenece a la pobreza según el plan estadístico municipal (Departamento administrativo de planeación e informática, 2016,p.1). Es decir, que gran parte de la población no tiene acceso a la información, comunicación y tecnología, por lo tanto, las soluciones que se han planteado no han sido pensada desde esta condición demográfica, y especialmente con los agentes sociales como lo son los líderes comunitarios, ya que, muchos de ellos, no cuentan con una adecuada y pertinente capacitación en el manejo de las nuevas Tecnologías de comunicación e información, medios preferentemente utilizados por la Personería. Ello hace que la interacción entre los agentes implicados, sea poco efectiva generando así diversidad de inconformidades entre los públicos objetivos de la misma.

Acorde con lo anterior, en el municipio de Yumbo existen 76 Juntas de Acción Comunal registradas, quienes son agentes potenciales para visibilizar la gestión social de dicho organismo municipal, sin embargo la poca efectividad del sistema de relacionamiento ha hecho que ésta sea percibida como un ente de control con deficiencias en la gestión de que debe de cumplir. Cabe recordar que las JAC fueron creadas en el marco de la Ley 19 de 1958, como una estrategia de

promoción de la participación ciudadana, durante el gobierno de Alberto Lleras Camargo. “Por todo lo anterior, las Juntas de Acción Comunal representan escenarios propicios para el estudio del poder, en tanto forman parte del engranaje de las estructuras de poder local y micro local, en la medida en que tienen que ver con la toma de decisiones, la construcción de alianzas, la distribución de beneficios, los vínculos con instituciones o actores sociales o políticos a nivel de comunidades pequeñas” (Jaramillo Gómez, 2009).

Con base en lo anterior, se hace necesario encontrar los mecanismos adecuados para fortalecer estos procesos de desarrollo a partir de mejorar la interacción entre la Personería, ente encargado de velar por la protección y promoción de los derechos humanos; y los líderes comunitarios, encargados de hacer respetar los derechos de todos sus representados. Pese a que las funciones son las mismas, se evidencia un distanciamiento en la comunicación e interacción entre ellos.

Es por lo anteriormente expuesto que surge la siguiente pregunta: ¿Qué tipo de estrategias de comunicación participativa pueden contribuir a mejorar la interacción entre la Personería Municipal de Yumbo y la comunidad: caso líderes comunitarios de Yumbo?

1.5. FORMULACIÓN DE PREGUNTA PROBLEMA

¿Qué tipo de estrategias de comunicación participativa pueden contribuir a mejorar la interacción entre la Personería Municipal de Yumbo y la comunidad: caso líderes comunitarios de Yumbo?

2. JUSTIFICACIÓN

La importancia del presente trabajo de investigación es buscar develar la forma como la Personería Municipal de Yumbo ha utilizado las estrategias de comunicación y los mecanismos de seguimiento y control para relacionarse con los agentes sociales del municipio como son los líderes comunitarios, las formas como se difunde dicha información, pero sobre todo la interacción de los líderes comunitarios del municipio con los mecanismos de comunicación implementados por la personería municipal de Yumbo.

Para hablar de comunicación hay que tener claro, en primer lugar, que es un proceso que incluye a la comunicación como un proceso de transmisión y recepción de ideas, información, mensajes, decisiones, teorías. Asimismo, es un quehacer colectivo con el otro como persona, a través de la cual ambos van construyendo su realidad, siendo gracias a una construcción como se va desarrollando el proyecto común llamado sociedad, comunidad y organización.

En definitiva, comunicar, dentro del contexto universal, implica estar en comunicación dentro de alguna cultura humana, es así como esta se constituye en la esencia de la cultura dentro de una entidad, organización o empresa y de la vida misma.

Para el caso de la Personería Municipal de Yumbo, y en general para todas las organizaciones públicas se hace necesaria la retroalimentación en todas las direcciones.

Por ende, se hace importante indagar sobre la problemática que hay en las estrategias de comunicación implementadas por la personería municipal de Yumbo, para mejorar la interacción con su público, este caso con los líderes comunitarios.

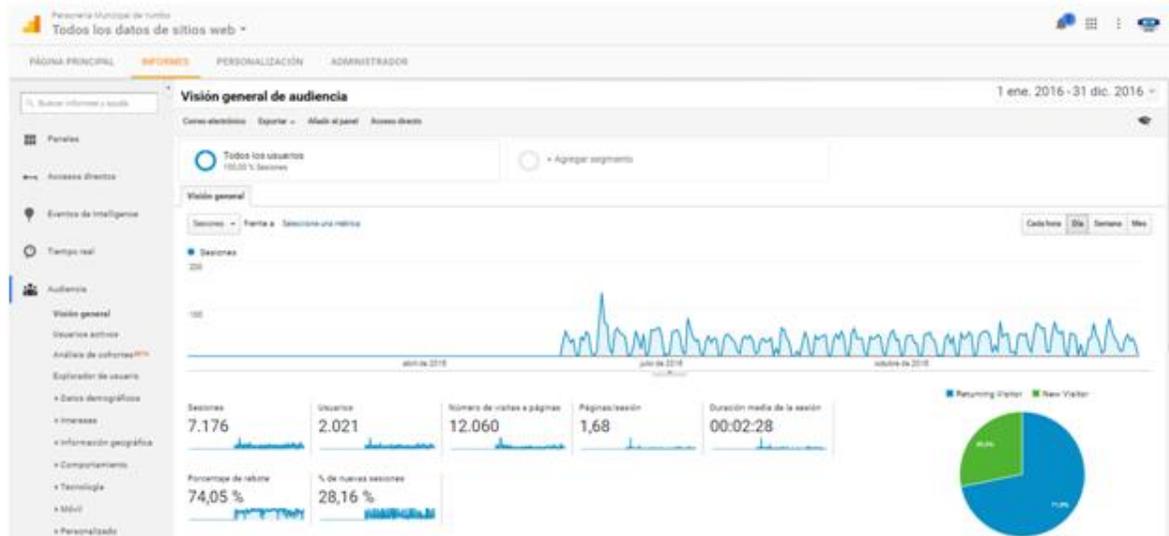
Para el contexto social, este proyecto le apuesta a la participación ciudadana, que le permite una interacción constante entre los líderes comunitarios y una entidad pública encargada de proteger y promocionar los derechos humanos, que permita dar solución y hallar las falencias que se encuentran en los mecanismos ya implementados por parte de la personería de municipal de Yumbo.

Ahora bien, este proyecto de investigación busca proporcionar un análisis cercano, en el tiempo, de las estrategias de comunicación empleadas para la interacción del Ministerio Público con todos sus seguidores externos, en este caso, los líderes comunitarios del municipio, que para la situación de la Fanpage de la Personería cuenta con 3.131 seguidores (Personería Municipal de Yumbo, 2017,p.1).

Para citar un ejemplo de la necesidad de analizar los procesos de las estrategias de comunicación de la Personería Municipal de Yumbo, se expondrá el caso de las 1100 tutelas elaboradas en las instalaciones de ese órgano del Ministerio Público, durante el año 2016. Se visualiza este ejemplo, que en la página web no existe un formato para que las personas que quieran interponer una tutela lo hagan descargándolo para ser diligenciado sin tener que dirigirse hasta las instalaciones de la Personería.

Resta decir que durante todo el 2016 la página web de la Personería www.personeriayumbo.gov.co recibió a 2021 usuarios distribuidos en 7116 sesiones. Dando a entender que hay un gran número de circulación de usuarios en la red, pero que no se logra interactuar con ellos de manera eficaz, haciendo relación con el anterior caso de las tutelas expuesto.

Gráfico 1.Pantalla, Inicios de sesión en página web en 2016.



Fuente: Personería Municipal de Yumbo, (2017).

En el ejemplo citado, se evidencia la necesidad de implementar las estrategias señaladas por parte del Gobierno Nacional, las cuales buscan aumentar la interacción mediante unas estrategias comunicativas entre los ciudadanos y la función pública, pero sin dejar de lado el componente investigativo dado que permitirá, por medio de este proyecto, identificar las rupturas de la interacción con los mecanismos de comunicación para el intercambio de información. Leyes como la de Anti-trámites, la de Cero papeles, la de Datos Abiertos, la Estrategia de Gobierno en Línea, entre otras, favorecen el flujo adecuado de información. Sin embargo, se deben fortalecer al interior de los organismos públicos y este trabajo brindará los insumos pedagógicos e investigativos para realizarlo.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar las estrategias de comunicación que puedan contribuir a mejorar la interacción de la personería municipal de Yumbo y la comunidad: Caso líderes comunitarios.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir desde lo epistemológico, las características y/o componentes de la comunicación participativa.

- Caracterizar la manera como la personería municipal de Yumbo se relaciona con los líderes comunitarios.

- Diseñar una estrategia de comunicación participativa que potencie la interacción entre la personería y los líderes comunitarios.

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1. ANTECEDENTES

Dentro de los aspectos a destacar en los antecedentes de este tema de investigación se puede decir que los trabajos realizados, se han basado en el estudio de las prácticas de poder entre cada uno de los actores, pero no de la sinergia entre ellos.

Toro y Rodríguez (2001), en su investigación titulada La comunicación y la movilización social en la construcción de bienes públicos. Dicen que todo proyecto que implique la aceptación de una comunidad y el compromiso de la misma para su óptima realización debe tener atención prioritaria en las estrategias de comunicación a emplear, ya que esta debe ser fácilmente comprendida por las personas a las que va dirigida, así como también se necesita de un fácil acceso por parte de estos y lograr que se sientan identificados y se cree un sentido de pertenencia que conlleve al trabajo en equipo de la entidad-comunidad.(p.15).

Tal como dice Borja (S/F), en su trabajo de investigación Gobiernos locales, políticas públicas y participación ciudadana, en el que permite dar a conocer que la participación de los ciudadanos solo resulta efectiva cuando éstos tienen ante sí un poder local capaz de decidir o incidir eficazmente en los otros poderes políticos, económicos o culturales y dotados de competencia legal y recursos económicos para desarrollar políticas públicas en su ámbito, es decir, poderes locales con autoridad legitimada por su carácter institucional dentro del estado de derecho y con medios para ejercerla.(p.2).

Un claro ejemplo, es el trabajo de grado realizado por Jaramillo Gómez (2009), de la Universidad Pontificia Javeriana de Bogotá, titulado "El ejercicio del poder en las Juntas de Acción Comunal rurales: el caso del municipio de Sonsón, Antioquia", en donde se analizaron cuatro Juntas de Acción Comunal con el objetivo de identificar y analizar las prácticas en el ejercicio del poder de sus líderes. (p.27).

Los dilemas de una relación inevitable. Innovación democrática y tecnologías de la información y de la comunicación es el trabajo investigativo de Joan Subirats (2002), y en él se puede ver como las nuevas formas de comunicación e información que brindan las nuevas tecnologías (TIC), influyen y pueden influir aún mucho más, en los actuales procesos de reestructuración y redefinición de las variables principales de los sistemas políticos en aras de alcanzar una

comunicación con participación ciudadana en la toma de decisiones. Debido a que en la actualidad se habla de nuevos modelos de democracia, de procesos de innovación o, simplemente, de mejoras en el funcionamiento de los sistemas democráticos. En cualquiera de esos escenarios las TIC tienen un papel central y se muestran como el punto de conexión a seguir explorando para llegar a una sociedad que cada vez vive más inmersa en las tecnologías. (p.2.).

De igual manera, la Universidad Externado de Colombia, en asocio con el Fondo de Población de las Naciones Unidas y el Ministerio de Salud Nacional compilaron en un documento titulado las Estrategias de incidencia, comunicación y movilización social para acompañarla formulación de los planes territoriales de salud a la luz del Plan Decenal de Salud Pública 2012-2021, en donde formularon los lineamientos técnicos de la apuesta política frente a la intervención de los líderes comunitarios en la implementación del Plan Decenal de Salud Pública. Desde estos lineamientos se buscaba estimular y fomentar la participación ciudadana mediante estrategias de incidencia, comunicación y comunicación social, con el objetivo de dar visibilidad pública al proceso de formulación y gestión de los planes territoriales de salud pública.

Del mismo modo, se debe destacar el trabajo de grado de unos estudiantes de comunicación social de la Universidad Pontificia Javeriana de Bogotá quienes titularon su investigación “Lo que construimos desde abajo: comunicación para la paz,”(Bonilla; Gómez, Pedro, Borja, 2008*et.al.*). En dicha investigación compilaron experiencias comunicativas que se convirtieron en soluciones alternativas y de buenas prácticas para la construcción de paz, a través de la intervención asertiva de los líderes comunitarios.

Finalmente, se debe agregar que los estudios de estrategias de comunicación han sido abordados desde una de las orillas de sus actores, pero no desde la interacción de ellas. En tal sentido, esta investigación aportará al diálogo ya la concertación de estrategias conjuntas que permitan generar pertenencia, mediante la participación ciudadana de sus líderes con uno de los órganos del Estado y permitirá favorecer los procesos en pro del desarrollo integral de los ciudadanos yumbenos.

4.2. MARCO TEÓRICO

4.2.1. Comunicación participativa. La comunicación participativa nace como un requerimiento en la manera de pensar de los comunicadores, con el fin de lograr

estímulos que los lleven a acercarse a las diferentes audiencias y lograr la consecución de objetivos.

En la comunicación participativa se busca que tanto el que imparte una cátedra, como el que la recibe puedan tener la habilidad de escuchar primordialmente, para que por medio de esto pueda haber una retroalimentación que afiance la confianza entre ambas partes y así disminuir la distancia social entre comunicadores y receptores.

Se trata de lograr alcanzar un intercambio más equitativo de ideas, conocimientos y experiencias, en el que se entienda también que no solo debe escuchar el receptor si no de igual manera hacerlo quien está enviando el mensaje. A continuación, Servaes y Malikhao (2007), en comunicación participativa: ¿el nuevo paradigma?, comparte una tabla de acceso y participación a tener en cuenta para incluir a la comunidad

Tabla 1. Acceso y participación de la comunidad

| Producción de significado | Recepción de significado |
|--|---|
| Acceso a la organización productora de contenidos relevantes | Acceso a los contenidos considerados |
| Posibilidad de producir contenido y que sea difundido | Posibilidad de recibir e interpretar contenidos |
| Participación en los contenidos producidos | Co-decisión sobre contenidos generales |
| Co-decisión sobre la política | Evaluación de los contenidos |

Fuente: Servaes y Malikhao(2005). Comunicación Participativa Un Nuevo Paradigma. p.45

Además de ello nos dejan ver que para que haya una repartición más equitativa tanto de ideas, experiencias, conocimientos, como también de poder político y económico se necesita un cambio estructural en el cual se pueda dar una redistribución que conlleve a unas políticas de comunicación participativa.

Servaes y Malikhao (2005), plantean que el modelo participativo debe implementar procesos de emancipación social a nivel local, nacional e internacional, ya que la comunicación es una necesidad humana y su satisfacción es tan importante como la preocupación por necesidades básicas como la salud, nutrición, vivienda, educación o trabajo y como cualquier otra necesidad la comunicación debe habilitar a los ciudadanos a emanciparse completamente y tener claro que el derecho a informar, estar informado y el derecho a comunicar son derechos humanos esenciales tanto individual, como colectivamente y por ello deben hacer pleno uso de ellos.(p.45).

Por otra parte, Servaes y Malikhao. (2005) también presentan unos puntos en los que dicen que:

Cada sociedad debe ser capaz de definir de manera independiente las formas concretas de organización de su proceso de comunicación social. Puesto que existe una variedad de culturas, también puede haber una variedad de estructuras organizacionales. Pero cualesquiera que sean las formas de la función de comunicación, siempre se debe priorizar los principios de comunicación y accesibilidad. (p.45).

Es decir que así haya una gran variedad de procesos comunicativos en pro de alcanzar la comunicación participativa, lo primordial para las entidades, comunicadores o quien vaya a impartir un mensaje deberá ser hacerlo accesible a todos.

Del mismo modo exhortan a los medios de comunicación para que tomen responsabilidad en la concientización de los receptores para lograr alcanzar un proceso de cambio social.

Comunicación es una faceta del proceso de concientización, emancipación y liberación de la sociedad. La responsabilidad social de los medios en el proceso de cambio social es muy amplia. Efectivamente, después del período de educación formal, los medios son los agentes más importantes de educación y socialización. Son capaces de informar o desinformar, exponer o esconder hechos importantes, interpretar eventos de manera positiva o negativa.(Servaes y Malikhao. 2005, p.45)

Además, Servaes y Malikhao (2005) hacen un llamado a los medios a recuperar su autonomía para de esa manera poder comunicar de manera transparente y lograr que los receptores confíen en ellos y haya un entorno de amabilidad y disposición en el cual puedan trabajar en conjunto para lograr un desarrollo,

El papel de la comunicación implica derechos y responsabilidades/obligaciones. Puesto que los medios ofrecen en realidad un servicio público, deben funcionar en el marco de una responsabilidad social y jurídica que refleje el consenso social de la sociedad. En otras palabras, no hay derechos sin obligaciones. Por esta razón, el derecho y la libertad de comunicar, deben ser enfocados desde una perspectiva triple: en primer lugar, es necesario que el público participe efectivamente en el campo de la comunicación; en segundo lugar, se necesita diseñar un marco dentro del cual esto se pueda hacer; y, en tercer lugar, los medios deben gozar de autonomía profesional y no estar sujetos a presiones económicas, políticas u otras". (Servaes y Malikhao. 2005,p.45).

En eso también hace énfasis Freire (1973), que modificó el concepto de extensión para que fuera visto como el englobe de acciones que permitan ver al receptor como un objeto de planes de desarrollo en el que pueda ser escuchado y a su vez influyente, para que así mismo este sea eje de una transformación social por ello nos dice:

Conocer no es el acto, a través del cual un sujeto transformado en objeto, recibe, dócil y pasivamente, los contenidos que otro le da o le impone. El conocimiento, por el contrario, exige una presencia curiosa del sujeto frente al mundo. Requiere su acción transformadora sobre la realidad. Demanda una búsqueda constante. Implica invención y reinventió. (Freire, 1973, p.2.).

En ese sentido, Servaes y Malikhao,(2005) Freire (1973), buscan que los medios, entidades o comunicadores entiendan la importancia de escuchar al otro, de comprender que el receptor sólo aprende si se apropia de lo aprendido y para que ello suceda debe haber una confianza entre ambas partes y un trabajo en conjunto que solo se da si ambas partes se escuchan y comparten sus conocimientos en pro de buscar el desarrollo y la participación de la comunidad, es por eso que Freire manifiesta que "no puede cambiar las actitudes de los receptores o comunidad, en relación con cualquier aspecto, sin conocer su visión del mundo, y sin confrontarlo en su totalidad".(p.2)

Se deduce por lo tanto que no basta con una educación tradicional en una era en que hay que ir más allá para lograr conectar con la comunidad y no provocar una invasión cultural en la que no haya participación alguna por parte de los receptores en la construcción de la comunicación, sino que por el contrario hay que impulsar al receptor a afirmarse como persona, que sea actor de la historia y se realice con acciones para que teniendo propiedad sobre sí mismo pueda ayudar a construir una sociedad desarrollada con bases en una comunicación participativa que no sea solo aprendida sino también aprehendida.

Con lo que se puede llegar a concluir que en la comunicación participativa se debe ver a la gente como el núcleo del desarrollo, un desarrollo que les permita elevar sus espíritus y sentirse orgullosos de su propia cultura, conocimiento, experiencias e intelecto y esto se vea reflejado en un estímulo que ayude al mejoramiento tanto individual como colectivo y conlleve a una aportación de ideas, proyectos y propuestas que permitan tanto a la entidad, o comunicador, como a la comunidad o receptor tener un mejor trabajo en conjunto y alcanzar el desarrollo y un cambio social.

4.2.2. Mecanismos para la participación en la comunicación

La comunicación para el desarrollo hace énfasis en una tecnología apropiada, que pudiera ser asumida por el campesino pobre, y planteaba además la necesidad de establecer un intercambio de conocimiento e información entre las comunidades rurales y los técnicos y expertos institucionales, en lugar de asumir que la solución era una transferencia unidireccional de conocimientos. (Gumucio, 2011, p. 35).

Al respecto, Gumucio (2011), plantea que para que haya una participación acertada de la comunidad en las políticas que imparte una entidad como la personería, es necesario hacer un apropiado uso de las tecnologías “Son muchas las experiencias exitosas de la comunicación para el desarrollo en el mundo, en las que se promovió el uso de radios comunitarias, video participativo y muchas otras formas de comunicación educativa y participativa”.(p. 36). Para lograr que toda la información que se brinde sea bien recibida y asumida por el ciudadano común y que llegue hasta las personas con menos recursos y de esa manera pueda nacer una retroalimentación e intercambio de información entre ambas partes.

Además de esta, la comunicación alternativa también se muestra como un mecanismo para la participación, siendo este quizás el modelo menos

institucional. La comunicación alternativa nace como una reacción a situaciones de exclusión y discriminación, en la que un grupo de personas guiadas por su ideología y sus necesidades comunes decidieron conquistar un espacio de expresión pública que hoy es conocido como la esfera pública, según Gumucio (2011), define que:

El aspecto fundamental en la comunicación alternativa es la apropiación de los medios. Esto no quiere decir que los medios privados fueran tomados por asalto. El sentido de “apropiación” debe entenderse como un modo de desarrollar la capacidad propia, comunitaria y colectiva, de adoptar la comunicación y sus medios como un proceso coadyuvante de las luchas sociales. No se trata simplemente de poseer los instrumentos, una radio, un periódico o un canal de televisión; se trata, sobre todo, de apropiarse de la gestión, de la creación y del proceso comunicacional que involucra la participación comunitaria.(p. 37).

Es por ello, por lo que la comunicación debe ser también asumida como el mecanismo de creación de nuevas relaciones entre comunidad y entidades, en la que en conjunto se logren trazar objetivos y por medio de la participación comunitaria se pueda dar cumplimiento a los mismos, estrechando así una brecha entre las dos partes y permitiendo de la misma manera el crecimiento de ambas.

De igual forma aparece la comunicación para el cambio social, que es un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación de todos (Communicationfor Social ChangeConsortium, 2003). Buscando de esa manera que ambas partes comprendan la necesidad de trabajar en conjunto en pro de conseguir alcanzar las metas trazadas “La sostenibilidad de los cambios sociales es más segura cuando los individuos y las comunidades afectadas se apropian del proceso y de los contenidos comunicacionales”. (Gumucio 2011 p. 37). Lo que reafirma que, así como el deber de las entidades es hacer un uso apropiado de la comunicación para acercarse y llegar a las comunidades, por otra parte, el deber de comunidad es apropiarse de los procesos y aportar en el mejoramiento de los mismos.

Las comunidades deben ser agentes de su propio cambio y gestoras de su propia comunicación. En lugar del énfasis en la persuasión y en la transmisión de informaciones y conocimientos desde afuera, la comunicación para el cambio social promueve el diálogo, el debate y la negociación desde el seno de la comunidad. (Gumucio 2011 p. 37).

La comunidad tiene que dejar de evitar los temas de política y hacer valer su relevancia dentro de la misma, el cambio empieza por ellos mismos, por lo que se debe aprovechar el acercamiento que se tenga a entidades que velan por sus derechos y por medio del diálogo y debate buscar y proponer nuevas políticas que ayuden al crecimiento de la comunidad de la mano de la entidad.

Por lo que se puede concluir que los mecanismos de comunicación para la participación de la comunidad deben ser bien seleccionados e implementados para que pueda crearse un sentido de pertenencia por parte de estos y que desde la misma comunidad se alce una voz con la que puedan entrar en una interacción con las entidades y de esa manera proponer nuevas estrategias de desarrollo en las cuales ellos puedan hacer uso de la creatividad y promover proyectos en los que puedan tener una mayor participación y trabajar en conjunto para lograr alcanzar los objetivos trazados colectivamente.

Es por ello que, Susinos Rada y Rodríguez Hoyos (2010), en su obra “La educación inclusiva hoy reconocer al otro y crear comunidad a través del diálogo y la participación”. Plantean la necesidad de crear conciencia acerca del ideal de la escuela inclusiva ya que este ha empezado a formar parte del lenguaje escolar político por medio del ¿quiénes?, ¿cómo y para qué se participa en las escuelas?. Y es que visto desde la parte entidad-comunidad, son las mismas preguntas que causan un dilema a la hora de generar una participación en la planeación o desarrollo de proyectos entre ambas partes. (p.18).

El objetivo de la investigación de Susinos y Rodríguez (2010), no es otro que mejorar los centros docentes, aumentando la participación del alumnado, esto, solo siendo posible haciéndolos visibles y escuchando su voz, un principio en el que concuerdan con Gumucio (2011), ya que al igual que él se busca reconocer la importancia que tiene el otro y la necesidad de generar un sentido de pertenencia en el cual se sientan vinculados a los proyectos y actividades que se realicen en pro del desarrollo de una comunidad sin importar la naturaleza de esta.

Además de ello, para que haya una participación en la comunicación las entidades deben entrar a preguntarse quién tiene voz y quién no, ya que esta es una herramienta fundamental para poder ver las desigualdades que han existido entre comunidad-entidad y que terminan por limitar e impedir que los colectivos participen en la toma de decisiones sobre aspectos de su vida y entorno.

“La inclusión educativa es inseparable del compromiso por promover el derecho de todos a formar parte de una comunidad escolar acogedora, en la que todos y cada uno somos bienvenidos y que nos proporciona múltiples y variadas oportunidades para aprender y para participar”. (Susinos y Rodríguez 2010 p. 18).

Esto reafirma la necesidad de crear un sentido de pertenencia y participación en el cual la comunidad pueda verse reconocida y ser vista como un agente de cambio, al cual se le reconoce la capacidad, oportunidad y derecho de entrar en el juego para poder participar, opinar, decidir y tener control sobre situaciones que le afectan directamente.

Como bien dicen estos tres autores y concuerdan en ello, se necesita quitar lo invisible a las comunidades desatendidas y marginadas y atender sus necesidades, darles el reconocimiento y por lo tanto la voz que es el mecanismo por excelencia para generar una mayor y mejor participación en la comunicación, en la cual sean escuchados y se alcance una inclusión en la que sus opiniones e ideas sean recreadas y se pueda generar una comunicación participativa en pro de un cambio social.

4.2.3. La comunicación en las instituciones del sector público. Román (2005), abre el debate sobre el rol de los profesionales de la comunicación de las instituciones públicas, en el marco de la recopilación de experiencias de profesionales en esta materia que se reunieron en las “Jornadas de Comunicación Institucional: comunicar en el sector público”, realizadas el 22 de junio del 2017 en la ciudad de Paraná, organizadas por el Área de Comunicación Institucional de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos.

En este documento se encontró elementos que nutren la discusión sobre la importancia de optimizar el flujo de la comunicación en las instituciones públicas, principalmente para promover el diálogo y la democratización de la información con los actores sociales.

El autor relata que se deben tener en cuenta diversos aspectos, tales como los recursos humanos y tecnológicos con los que cuenta el profesional o el grupo de profesionales que están a cargo de la difusión y coordinación de la comunicación organizacional.

Los principales problemas de muchas de las instituciones públicas es que dejan que sus intervenciones sean, principalmente, el fruto de una gestión urgente que de una planificación estructurada.

De igual manera, sigue siendo importante poder contar con el apoyo y el direccionamiento de los superiores, quienes deben validar por medio de sus formatos de calidad la presentación y formulación de un Plan de Acción que responda a las necesidades institucionales, constitucionales y ciudadanas. Román, 2005, dice que:

Desafortunadamente, “existe una brecha comunicacional que existe entre quienes investigan y quienes formulan políticas sociales; elaborar estrategias que tengan como fin garantizar la eficacia de estos materiales informativos y educativos en la opinión pública; servir como puente entre los científicos, los periodistas y la sociedad con el fin de promocionar la difusión nacional e internacional de los resultados de la investigación” (p.3).

Con esta apreciación, el autor hace una invitación a revisar los procesos que se adelantan en el marco de la planificación y sobre todo a “intentar arraigar el concepto de la comunicación institucional como esencial para un adecuado funcionamiento, sobre todo, de un organismo cuyos destinatarios son los integrantes de los distintos y heterogéneos sectores sociales de la comunidad”, (Román, 2005.p.3).

Asimismo, hace unas recomendaciones que deben ser tenidas en cuenta y tiene que ver con la calidad en la presentación de informes y publicaciones, buscando que sean atractivas, digeribles, motivadoras y atractivas. Todo esto con el fin de identificar el rol específico que debe cumplir el comunicador social en la participación efectiva en las instituciones del Estado.

De igual manera, Román (2005), recopiló en este documento las apreciaciones de expertos que acompañaron las jornadas pedagógicas. Uno de los invitados fue el licenciado Ariel René Levati quien compartió la ponencia “La comunicación gubernamental, la publicidad de los actos de gobierno y la producción de sentido”. Seguidamente, el licenciado Ariel expuso los tres aspectos, que, a su parecer, con los que la comunicación organizacional de las instituciones públicas guarda una estrecha relación; primero, el derecho de los ciudadanos a la información. El segundo punto es el derecho del mismo gobierno a publicitar sus actos y, por último, la comunicación gubernamental como “productora de sentido”. El licenciado Ariel terminó con una definición acorde con sus lineamientos:

“comunicar no es sólo informar; comunicar es dar sentido. Y, por último, gobernar es comunicar”.

Entre tanto, se destaca la importancia no solo de informar sino también de lograr comprensión, adhesión y apoyo de los ciudadanos. El licenciado Ariel René reconoció la importancia no solo de contar qué se hace, sino también cómo, por qué y para qué.

Finalmente, nutre la discusión sobre la dicotomía entre ciudadano y consumidor, dejando claro que no se trata de reemplazar el papel del ciudadano por la de un simple consumidor, será lo uno sin dejar ser lo otro. Pasando a otro de los autores invitados, Román cita a Perticará (2005), quien expuso sobre la “Comunicación y gestión participativa de proyectos”. En dicha exposición se planteó la necesidad de cumplir “el rol de la comunicación en la elaboración y desarrollo de proyectos gestionados por diversos organismos en la esfera de lo público”.(p.2)

Sin embargo, la licenciada Perticará (2005), fue enfática en que no solo es desarrollar los proyectos, el comunicador también cumple el rol de “contribuir a identificar los problemas que dan lugar a la proyección de soluciones...generar instancias de diálogo con todos los actores involucrados, autoridades y gobierno local, entidades representativas de los distintos sectores de la sociedad, instituciones educativas, ONG`s, medios de comunicación y población en general”.

4.2.4. La Comunicación en entidades públicas. La comunicación en una entidad pública suele ser el medio para dar a conocer a la comunidad las reformas sociales, económicas y políticas y que estas sean comprendidas correctamente por sus receptores, además de ello es un mecanismo para movilizar la población y así lograr que estos se comprometan y participen en la consecución de objetivos y logros colectivos para el desarrollo en conjunto de la comunidad.

Pero ¿cómo lograr que los intereses de la comunidad vayan de la mano con los de la entidad y así trabajar juntos? Toro y Rodríguez (2001), dicen en la comunicación y la movilización social en la construcción de bienes públicos. Que “el éxito de una propuesta de transformación social o política depende de la calidad de, al menos, cuatro factores: diseño, planeación, gestión y sentido”. (p.15).Es decir, que todo proyecto que implique la aceptación de una comunidad y su compromiso para su óptima realización debe tener una especial atención en las estrategias de comunicación a emplear, ya que esta debe ser fácilmente comprendida por las personas a las que va dirigida, así como también debe tener fácil acceso por parte de estos y lograr que se sientan identificados y se cree un

sentido de pertenencia que conlleve al trabajo en equipo de la entidad-comunidad. Acorde con lo anterior, la Personería del Municipio de Yumbo tiene como deber ciudadano, el promover acciones comunicativas que insten a sus públicos objetivos a la participación y propuestas orientadas al mejoramiento y despertar ciudadano por la garantía y cumplimiento de los derechos humanos, cuando la situación contextual así lo exija.

La entidad pública no puede dejar de lado el hecho de que la comunicación es un acto democrático y que esta consta de varios actores. Para garantizar lo anterior, es necesario que ésta sea asumida como un mecanismo óptimo de desarrollo, con el fin de compartir intereses y trabajar en igualdad de condiciones por un mismo fin “la movilización se entiende como la convocación de voluntades para actuar en la búsqueda de un propósito común bajo una interpretación y un sentido compartidos” (Toro y Rodríguez, 2001 p. 15).

Por otra parte, las entidades públicas no deben confundir el movilizar una comunidad con un fin o propósito claro y su intención clara de contribuir al desarrollo de la misma, con el hecho de convocar una determinada cantidad de personas en un mismo espacio, debe entenderse que “Por ser una convocación es un acto de libertad, por ser una convocación de voluntades es un acto de pasión y por ser una convocación de voluntades a un propósito común, es un acto público y de participación”. (Toro y Rodríguez 2001 p. 15).

“El estado tiene sentido y la sociedad tiene sentido si ambos, estado y sociedad, son capaces de construir un orden social, político, económico y cultural que haga posibles los derechos humanos para todos”. (Toro y Rodríguez 2001 p. 21).

Es decir que una comunidad se cohesionan y se proyecta si es capaz de entender cuáles son los objetivos que se deben superar colectivamente y para ello se debe construir una convivencia democrática entre entidad y comunidad.

Los desafíos de una entidad pública requieren de múltiples respuestas de orden político, económico, social y también de respuestas comunicativas y culturales. Los problemas o desafíos sociales se superan identificando acciones superiores positivas que, al irse logrando, van haciendo desaparecer lo negativo y dándole existencia a los bienes positivos.(Toro y Rodríguez 2001 p. 20).

Poder enfrentar los problemas que se dan entre una entidad y la comunidad requiere de la comunicación para acercarse una a la otra y permitir que estos últimos vean a las instituciones que velan por sus derechos como aliados con los cuales puedan construir un camino de trabajo en equipo que permita la óptima realización de proyectos en pro del desarrollo tanto de la entidad como de la comunidad. “Actuar en cooperación con otros requiere poder crear organización o pertenecer, con sentido, a una organización. Es a través de la organización como las personas se convierten en actores sociales”.(Toro y Rodríguez 2001 p. 22).

Pero la comunicación en las entidades públicas no es posible sin el ciudadano, pues es a él a quién se dirigen los proyectos, propuestas y mecanismos que se implementan con tal de lograr un acercamiento a este “Un ciudadano es una persona capaz, en cooperación con otros, de crear o transformar el orden social que él mismo quiere vivir, cumplir y proteger, para la dignidad de todos.”(Toro y Rodríguez 2001 p. 22). Es por ello que se necesita que la comunidad coopere con la entidad para lograr crear una comunicación que sea asequible y óptima para ambas partes.

La comunicación en una entidad pública debe ir como su nombre lo dice en pro de lo público y “Lo público es aquello que conviene a todos, de la misma manera, para la dignidad de todos. La calle es pública y el parque es público, porque siempre están allí, para que todos transiten y se diviertan, sin exclusiones por razón de clase, edad, sexo, partido o religión”. (Toro y Rodríguez 2001 p. 24). Es por eso que así mismo debe ser la comunicación, algo para todos, que todos puedan acceder a los programas que tienen las entidades públicas y que todos puedan tener acceso a sus propuestas, implementando nuevos métodos que brinden un alcance total a toda la comunidad en el que se les llegue a todos sin excepción alguna.

Lo público viene de pueblo. Desde un comienzo la palabra se relaciona con la inclusión. Lo público es lo contrario de lo secreto. Originariamente corresponde a lo que llega a ser de conocimiento del pueblo. La creciente importancia de lo público se manifiesta en el criterio de que para un campo amplio de acciones y para un conjunto cada vez más amplio de actores sólo es aceptable, válido, lo que puede ser validado por la vía de una comunicación abierta a todos los intereses y afectados”. (Toro y Rodríguez (2001 p.26).

Dicha concepción comunicativa de lo público es fundamental en la sociedad actual ya que por medio de esta se podrá crear una gobernabilidad y de igual manera

legitimar el estado y sus instituciones públicas, dando paso así a una transparencia pública:

Para que una ley o una norma genere gobernabilidad, es decir, para que contribuya a ordenar el comportamiento social y sea acatada en libertad (que sea útil), debe ser debatida públicamente y guiada por el bien común. Cuando la ley se construye en secreto (a espaldas de los afectados) o camufla intereses privados con visos de interés público, la aplicación de esa ley fragmenta la sociedad, deslegitima las instituciones y crea condiciones para la violencia(Toro y Rodríguez 2001 p. 26).

Por lo que se puede concluir que para que haya una unidad entre la entidad pública y la comunidad, es necesario hacer partícipe a estos de las decisiones que se están llevando a cabo y construir en conjunto con los representantes de las comunidades los proyectos para que pueda haber un sentido de pertenencia por estos y se cuente con su apoyo y lograr una comunicación, participación y un desarrollo entre ambas partes.

Así mismo Sergio Fernández López (2008), en su obra “Cómo gestionar la comunicación en organizaciones públicas y no lucrativas”. Plantea el sensibilizar tanto a las entidades, como también a la comunidad sobre la importancia de la comunicación como herramienta de gestión con el fin de tomar conciencia sobre las carencias comunicativas que se suelen tener a la hora de desarrollar proyectos dentro de la entidad y así saber cómo dar una solución al no saber qué hacer para que los mensajes emitidos sean recibidos, aceptados y entendidos correctamente, parra de esa manera lograr gestionar la comunicación de la entidad para con la comunidad de un modo excelente. (p.15).

Fernández López (2008), dice que el trabajo de un comunicador o una entidad donde se dediquen a comunicar debe ser principalmente el escuchar mucho y asumir que son gestores de información, puesto que es muy importante que cualquier entidad sin importar su naturaleza se dé a conocer a la comunidad e informe a ellos quienes son y las actividades que se desarrollan ahí, ya que es imprescindible llegar a todas las personas que le conciernen a dicha entidad sabiendo diferenciar el comunicar con hacer propaganda.(p.15).

Además, teniendo una entidad que informa a su comunidad acerca de sus labores, se puede gozar de una empatía en la cual se den herramientas que faciliten el intercambio de opinión entre ambos, así como también se puede facilitar de dicha

manera la contribución en conjunto para la realización de las estrategias que den como finalidad la consecución de objetivos.

Por ello se tiene ese como el único modo de que el mensaje de la entidad llegue a la comunidad y gane credibilidad entre ellos, logrando así construir una imagen adecuada en la que se entienda que se trabaja en pro de lograr el bien en común y que los recursos que se tienen ahí son de todos, con el fin de alcanzar una aceptación que permita trabajar en conjunto para dejar de un lado la sordera informativa en la que se vive comúnmente y dar paso a una comunicación en la que se escuche y haya intercambio de ideas permitiendo el crecimiento de una comunidad que contribuye a su mejoría de la mano de una entidad que los representa.

4.2.5 Participación ciudadana. La participación ciudadana ha sido intervenida desde múltiples perspectivas, por un lado Oakley, (1991) afirma que “la participación ciudadana desafía cualquier intento de definición o interpretación”. Sin embargo, Cunill (1991) la define como “la intervención de la sociedad civil en la esfera de lo público”.

En la actualidad, el término de participación se ha enfocado en describir y “explicar la incidencia de los individuos y grupos sociales en las diferentes etapas en las que se resuelven asuntos de interés público, es decir, en la consulta, discusiones, planteo de propuestas, y todo tipo de actividades que en las cuales interrelacionan el Estado y los ciudadanos para el progreso de la comunidad” (Guillen, Sáenz, & Castillo, 2009,p.1).

El interés primario de la participación comunitaria es dar solución a problemas de interés social. Sin embargo, Quijano (2014) describe en su texto Colonialidad del poder y clasificación social que “la configuración de nuevas identidades societales fue la encargada de crear un sistema diferenciado, en donde el poder emerge, de mano de la explotación, la dominación y los conflictos articulados”. Esas condiciones han usufructuado el poder social y han conminado a la homogeneización de la realidad social. Lo anterior, teniendo en cuenta que las clases sociales que son partícipes ciudadanas se han desarrollado mediante relaciones históricas, producidas y determinadas.(p.301).

Zuleta (1998), en su artículo Democracia y Participación, menciona que de nada sirve los derechos humanos sino existen un mínimo de posibilidades, “el derecho a ser igual, todavía eso no es un derecho”. En este punto es importante mencionar las direcciones en que Zuleta (1998), señala que va la democracia: por un lado, la

posibilidad, por otro lado, la dirección de la igualdad y, por último, la racionalidad. La igualdad tiende a convertirse en burla cuando las condiciones socioeconómicas no están dadas para exista dicha igualdad.

En tal sentido, la participación, debe darse en términos de justicia sin que se convierta en una burla para la población, ni mucho menos para los líderes que la representan.

4.2.6. Líderes comunitarios. Los líderes comunitarios han adelantado, a lo largo de la historia de Colombia, procesos de transformación social y para ello han implementado múltiples estrategias de comunicación e interacción entre los órganos del estado y este grupo poblacional. Cabe recordar procesos como el adelantado hace más de tres décadas por el sociólogo investigador Orlando Fals Borda, en el norte del país, específicamente en el departamento de Córdoba, y que desde entonces se ha llamado Investigación, Acción Participativa, IAP.

FalsBorda (1991), se convierte en un referente dado que:

Dedicó su vida a la academia comprometida con la sociedad, siendo sus más preciados aportes las intensas e inteligentes reflexiones críticas sobre las condiciones de la población colombiana, sus estudios en relación con las formas de ser de las comunidades, sus aportes a la sociología y sobre todo la investigación transformadora para el contexto de conflicto social. (Calderón & López Cardona,p.1).

El interés del entorno académico en relación a estos procesos transformadores motivó la realización de esta investigación, con el fin de contribuir desde los aportes académicos y desde el campo de la comunicación social, a mejorar el flujo de información existente entre estos dos actores sociales; por un lado, el Ministerio Público representado en la Personería y, por otro, los líderes comunitarios de la municipalidad. Del mismo modo, esta investigación permitió visibilizar cómo desde los componentes comunicativos se posibilita la interacción y relacionamiento de un actor social tan importante para el bienestar de los ciudadanos como lo es la Personería Municipal de Yumbo, y la relación que tienen con los líderes comunitarios. Desde este horizonte, se vislumbró la posibilidad de pensar y proponer el diseño de nuevas estrategia o productos comunicativos para potenciar dicha interacción.

Sin embargo, y pese a los adelantos tecnológicos, pareciera que la sinergia de objetivos entre los líderes comunitarios y la Personería Municipal de Yumbo se ha visto abocada al acompañamiento, sin que existan estrategias claras de comunicación que acerquen a estos dos actores tan relevantes en la construcción de sociedad.

4.3. MARCO CONCEPTUAL

➤ **Comunidad:** “La comunidad puede ser entendida como un entramado de relaciones sociales, el que estaría constituido por sujetos/as que se articulan parcialmente en posiciones temporales en relación con otros/as sujetos/as, de acuerdo con necesidades que van cambiando en la medida que son satisfechas y se configuran nuevas relaciones. Estos/as sujetos/as comparten significados y representaciones sociales propias, así como valores y problemáticas que forman parte de la construcción de su identidad individual, viéndose ésta influida por la posibilidad de pertenecer a más de una comunidad. Bajo esta definición, las comunidades se mueven en el terreno de lo simbólico, dando lugar a modos de sociabilidad en los que se articulan posiciones que traspasan las barreras geopolíticas mediante tecnologías de comunicación que afectan los modos de ser y hacer comunidad” (Krause, 2001; Montenegro, 2002; Unger, 1995).

➤ **Ciudadanía:** En palabras de Jhon Locke (2010) “el hombre vive en un estado de naturaleza, regulado por la razón, en donde la libertad le permite disponer y ordenar sus juicios de valor”, y es, precisamente, esa disposición de la libertad lo que le da la autonomía para hacer parte de un conglomerado de individuos etiquetados bajo el nombre de ciudadanos.

La ciudadanía como concepto ha estado rodeada de múltiples significaciones, iniciando en la priorización de derechos y libertades desde una perspectiva liberal, pasando por la identidad y pertenencia desde el enfoque comunitario hasta llegar a la ciudadanía desde la participación política más enfocada en la visión republicana (Beas Miranda, 2016 p. 21). Estas significaciones se han resumido en las relaciones y compromisos entre la comunidad y un estado. Sin embargo, no puede ser generalizada porque el contexto cultural es diferente en todas las regiones.

➤ **Contexto:** Municipio de Yumbo, Valle del Cauca. Es uno de los 42 municipios que se encuentra en el departamento Vallecaucano. Es conocido como la capital industrial del Valle, porque tiene más de 2.000 mil fábricas en su territorio limítrofe

con la ciudad de Cali, la capital del departamento. Se encuentra a 2 horas del puerto de Buenaventura y a 10 minutos del aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón de Palmira.

El municipio está dividido por 4 comunas, que lo conforman 36 barrios y la zona rural con 10 corregimientos y 26 veredas. El 57 % de la población pertenecen a la pobreza. (Departamento administrativo de planeación e informática, 2016)

➤ **Comunicación:** Rodríguez (2002). Plantea que la comunicación es el proceso social fundamental, es decir que cualquier actividad o elemento de la sociedad se puede ver como resultado de un proceso de comunicación entre seres humanos, pero que también está implica procesos y estructuras de construcción de sentido en las cuales debe haber sentidos y significados que se transmiten de un ser humano a otro para que así haya comunicación, ya que esta es siempre una dinámica localizada en un espacio y tiempo, dándose en formas específicas y obteniendo siempre múltiples resultados.

En la práctica y hoy día, sigue prevaleciendo la condición de ciudadanía nacional, que proviene de la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, realizada el 26 de agosto de 1789 por la Asamblea Nacional Constituyente francesa, a la ciudadanía universalista originada tras la Declaración Universal de los Derechos Humanos, adoptada y proclamada por la Resolución de la Asamblea General de la ONU del 10 de diciembre de 1948. La propia Declaración de los Derechos del Hombre distingue entre aquellos que le son propios por naturaleza y los que provienen por su condición de ciudadano, es decir, por pertenecer a tal o cual Estado (Beas Miranda, 2016, pp.52-62).

Para (Marshall & Bottomore, 1991) la existencia de una igualdad humana básica, asociada al concepto de la pertenencia plena a una comunidad, no debe estar en desigualdad con los niveles económicos de una sociedad. Por tal razón, se hace evidente encontrar una desestabilidad en la estructura de la clase social basada en la falta de comprensión, la falta de experiencias compartidas entre los órganos del Estado y los ciudadanos y la falta de educación participativa.

➤ **Estrategias de comunicación:** Massoni (2008), plantea que son una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, es decir, un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden de selección de intervención sobre una situación establecida. Massoni (2008), propone que las estrategias son un modelo de desarrollo de manera de ser y de transformar. Es

decir, que logre puntos de encuentros entre los sujetos que están inmersos en cada situación, teniendo en cuenta una planificación clara y eficaz para que haya una interacción; logrando así hacer de la comunicación un espacio de convergencia, en la cual esta sea la relacionante de la diversidad sociocultural, para que se pueda poner en juego de manera clara y permanente el sentido y la acción social.(p.2).

Así mismo Contreras (2013), afirma que toda acción exige un proceso de planeación previa que contribuya de alguna manera a garantizar la eficacia de lo hecho, es para ello que necesariamente se debe hablar de estrategias que constituyen el conjunto de formas y modos comunicativos que tienen como objetivo establecer una comunicación eficaz de ideas que ayuden a la toma de decisiones y así poder ser utilizadas en forma óptima para cumplir las metas trazadas. (p.155).

➤ **Gobernar en gobernanza:** Durante el proceso de participación democrática “los individuos han establecido unas lógicas de poder, basadas en la configuración de los estados modernos que buscan homogeneizar a los sujetos bajo patrones de gobierno dominantes” (Foucault). Asimismo, añade que el poder es transversal y sus luchas son inmediatas y anárquicas.

La gobernanza se ha empezado a estudiar como un fenómeno social, por parte de las ciencias sociales, encontrando sus variaciones en los roles sociales, en donde las estructuras de gobierno combinan todo tipo de actividades para dar respuesta a las necesidades sociales.

➤ **Interacción:** Clemencia Rodríguez (2002), asume que hay una fuente que envía mensajes a un receptor, que a su vez se convierte en fuente, es decir que ambos se conciben en fuentes y receptores, lo que implica tener que conocer las verdades que ambas partes manejan sobre un tema a tratar, por lo que se debe abrir un espacio comunicacional, debido a que se asume que es necesario un intercambio de opiniones, o acercamiento al objeto en cuestión, por lo que habrá que escuchar al receptor o receptores constantemente para alcanzar una óptima interacción y no solo en cuanto las metas o estrategia lo amerite.

➤ **Mensajes y acción:** En primera instancia, se debe entender el acto como un hecho, la suma de varias acciones que se generan en un momento, lugar y un contexto determinado, cuya percepción genera una experiencia. Bien parece por lo anterior, en el caso de las organizaciones, que un acto tiende a propagarse y

dependiendo de los actos que se generen pueden afectar o no a la producción y sostenibilidad de las compañías.

En este sentido, es esencial que todo acto y mensaje comunicativo se genere adecuadamente para desarrollar sucesos que formen parte de aspectos positivos reconocidos por las organizaciones. En concordancia a lo anterior, el académico chileno Francisco Javier Garrido expone dos elementos esenciales para poder comprender mejor los actos y los mensajes, entre ellos se encuentra la imposibilidad de no actuar, debe movilizarse para mantenerse en equilibrio y no desaparecer, y la segunda, se concibe como la imposibilidad de no comunicar, es decir, la empresa, en este caso la Personería Municipal de Yumbo debe comunicar adecuadamente sus mensajes, en particular los relacionados con los líderes sociales, con el objetivo de avanzar en sus procesos de acompañamiento.

En conclusión, los actos y los mensajes generan una constante emisión y recepción entre ellos, máxime en los tiempos que corren, en donde la globalización y las mediaciones son cada vez más prolíferas. Por tal razón, se deben implementar todas las estrategias que propendan a darle sentido a la comunicación de la organización con sus receptores directos, ya que “la empresa es un sistema vivo que no puede dejar de actuar y de emitir mensajes”.

➤ **Participación:** “Participación significa una repartición más equitativa de tanto el poder político como económico, lo cual a menudo lleva a reducir los privilegios de ciertos grupos. Un cambio estructural significa redistribución del poder. (Servaes & Malikhao, 2007). Lo cual permite, tener mayor equidad en la sociedad, construyendo un estado más participativo, que los gobiernos locales, nacionales e internacionales, permitan tener acceso a las comunicaciones para ser más asertivos en el rumbo de la comunidad. Que todos puedan tener voz en la hora de proponer dicho rumbo.

4.4. MARCO CONTEXTUAL

La investigación se llevó a cabo en el departamento del Valle del Cauca, más específicamente en el municipio de Yumbo, ubicado al sur del departamento y al norte de la ciudad de Cali, siendo este uno de los 42 municipios que conforman el departamento valluno y constituyéndose en su capital industrial ya que tiene más de 2.000 fábricas localizadas en el área limítrofe con la capital del Valle. Yumbo está compuesto por cuatro comunas, en las cuales se encuentran 36 barrios que constituyen el área urbana, mientras que su área rural está compuesta por 10 corregimientos y 26 veredas.

Su población oscila en 117.156 habitantes, de los cuales 58.774 son hombres y 58.382 mujeres, según cifras del anuario estadístico 2015-2016, el municipio cuenta con una extensión de 243 km² y una densidad poblacional de 482,12 personas por kilómetro cuadrado, además de contar con unas tierras regadas por los ríos Cauca y Yumbo que les permite contar con unos pisos térmicos cálido, medio y frío, lo que permite una gran variedad de cultivos, posicionando así a Yumbo como un territorio productivo y de oportunidades en cuanto a industria se refiere.

Por lo anterior se decidió llevar a cabo en este municipio una investigación que permitiera conocer y determinar las estrategias de comunicación y participación implementadas en la Personería de Yumbo para con sus habitantes y la manera en que éstos pueden ser incluidos y tener más relevancia en la elaboración y desarrollo de las mismas, con el fin de lograr la implementación de la comunicación participativa que brinde como resultado el cierre de una brecha existente entre estado y comunidad.

Teniendo en cuenta, que las divisiones geopolíticas del municipio de Yumbo son urbanas y rurales, la gestión de los líderes comunitarios varían según ubicación, puesto que se les dificulta el acceso a la información a los que no son pertenecientes del casco urbano de la municipalidad, por lo tanto, los líderes comunitarios del municipio son ciudadanos que cumplen funciones importantes en su entorno o comuna, que permite acercar la información y estar mejor informado su entorno social.

No obstante, el trabajo realizado por el líder comunitario es realizado desde su vocación o interés, más no por la colaboración real del estado, lo que hace que sea aún más reconocido en su contexto porque brinda la información que sus vecinos o personas con una misma necesidad, solicitan.

Por otro lado, cabe recordar que el 57% de la población del municipio de Yumbo, se encuentra en la pobreza (departamento administrativo de planeación e informática, 2016.p.1). Ocasionando que las situaciones de las comunas sean más complejas y el trabajo del líder social sea más arduo dentro de su comunidad.

7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se abordó desde el enfoque cualitativo, el cual suele ser naturalista ya que se observa el entorno y mediante el estudio de casos, el cual es un método de investigación que se ha utilizado para comprender en profundidad la realidad social y educativa. Como técnica de investigación principal se utilizó el grupo focal técnica de la investigación cualitativa, mediante el cual se recopila información basada en entrevistas colectivas y semiestructuradas realizadas a grupos homogéneos, debidamente seleccionados a partir del establecimiento de criterios o requisitos que deberán cumplir para su participación en ésta. Además, se realizó observación y se llevó registro por medio de una bitácora

Por lo tanto, se interpretó a profundidad y detalle, las prácticas cotidianas y comportamientos sociales, de la población seleccionada, dado que con esta perspectiva, no hay manipulación de variables y/o categorías de análisis, ya que el proceso no es rígido sino flexible; y se sustenta en la lógica del proceso inductivo, que recurre a métodos de recolección no estandarizados sino a observaciones de expresiones verbales y no verbales. Según Blasco y Pérez, (S/F) este enfoque “propone estudiar la realidad en su contexto natural tal y como sucede, sacando e interpretando los fenómenos de acuerdo con las personas implicadas”.

El tipo de investigación fue inicialmente descriptivo para dar cuenta de la situación actual de la personería municipal de Yumbo, y posteriormente pasó a analítico dado la importancia de poder desglosar y profundizar en el planteamiento de la problemática comunicativa e informativa de la Personería frente al sistema de relacionamiento y gestión con los líderes sociales.

7.1 PROCEDIMIENTO

7.1.1. Fase No. 1 En primer lugar se recopilaron los elementos metodológicos necesarios para el desarrollo de la investigación, mediante la consulta de fuentes primarias y secundarias.

Para el desarrollo de este trabajo, se consultó e indagó conceptual y teóricamente las categorías de análisis expuestas en el marco teórico, tales como: estrategias de comunicación, comunicación participativa, comunicación organizacional, etc. Las cuales fueron de vital importancia para el reconocimiento de los procesos comunicativos, acciones, y comportamientos relacionados con los líderes

comunales, y así, tener las bases teóricas que sustentaron las estrategias para mejorar la comunicación externa.

7.1.2. Fase No. 2. Se diseñaron los instrumentos para recolectar la información pertinente. Para este caso específico se diseñó un cuestionario de preguntas abiertas para la recopilación de información cualitativa en los grupos focales. Además, se realizó una bitácora como instrumento para hacer observación.

7.1.3. Fase No. 3. Se sistematizó e interpretó la información recopilada para posteriormente ser analizada acorde con los aportes que las categorías conceptuales brinden para comprender la situación actual de los procesos comunicativos que adelanta la Personería Municipal de Yumbo.

7.1.4. Fase No. 4. En relación con los líderes comunales, cabe anotar que con la aplicación de instrumentos que se diseñaron acorde con las técnicas de investigación seleccionadas, permitió comprender las relaciones de participación y difusión entre la Personería Municipal y los principales actores sociales, representados en sus líderes comunales, pero sobre todo permitirá la transferencia de conocimiento y la promoción de acciones. Finalmente, esta investigación será de tipo analítico porque permitió sentar un precedente investigativo en el alma mater.

7.1.5. Fase No. 5. Se analizó la información recopilada en los grupos focales, conformados por los líderes de las juntas de acción comunal de Yumbo, y se buscó con ello encontrar los temas de interés, la interacción, la solicitud de acompañamientos y la respuesta y posterior diseño de las estrategias o productos comunicativos según sea el caso.

7.1.6. Fase No. 6. Creación de una estrategia de comunicación que permita mejorar la interacción entre la personería municipal de yumbo y la comunidad, con el fin de lograr una mayor participación en la realización de objetivos que conlleven a un bien común.

7.2. TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Se realizaron 10 sesiones de trabajo con grupos focales. Los grupos focales como técnica de investigación se los ha definido de muchas maneras, pero casi todos concuerdan al considerarlos como un grupo de discusión, guiado por un conjunto

de preguntas diseñadas cuidadosamente con un objetivo particular (Aigner, 2006. Beck, Bryman y Futing, 2004.p.1).

Para esta investigación, con los grupos focales se utilizó la entrevista semi-estructurada como técnica de investigación, la cual giró en torno a las temáticas propuestas para conocer diversos puntos de vista por parte del público seleccionado, con relación a la gestión social de la Personería. Con ello, se logró identificar y evidenciar actitudes, sentimientos, creencias y experiencias en los entrevistados, frente a los mensajes e información divulgada por la Personería.

8. DESCRIPCIÓN EPISTEMOLÓGICA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Partiendo de que la comunicación participativa ayuda a facilitar un intercambio equitativo de ideas, de conocimientos y experiencias, donde deben involucrarse tanto los gobiernos y los ciudadanos, (Jan Servaes & Patchanee Malikhao. 2007) Responde a la necesidad de la comunidad, que deben de apropiarse de los mecanismos de participación, con relación a lo abordado en este trabajo por parte de la personería municipal de Yumbo y comunidad caso: líderes comunitarios.

La comunicación participativa, tiene la visión de llevar al estado y la comunidad a un cambio social que pueda generar un desarrollo en conjunto que permita al "otro" (comunidad), ser reconocido como actor principal de la planeación y ejecución de las nuevas propuestas y proyectos, en los cuales estos se apropien de los mecanismos de comunicación para lograr que sean escuchados y tengan la voz que se les ha cortado a la hora de formar parte de dichos procesos.

"La sostenibilidad de los cambios sociales es más segura cuando los individuos y las comunidades afectadas se apropian del proceso y de los contenidos comunicacionales". (Gumucio 2011, p.37). Siendo el propósito de la comunicación participativa, para que la comunidad se vincule en los procesos de comunicación que se puedan desarrollar a favor de la sociedad. "La comunicación participativa es una alternativa frente a los medios dominados por las corporaciones transnacionales."(Reyes Matta, 1986,p.2). Siendo los canales de comunicación trabajados con la comunidad, diseñando alternativas de trabajo y de interacción para el desarrollo de la sociedad.

A continuación, se ahondará en el desarrollo epistemológico de la comunicación participativa, identificando más adelante la caracterización y cómo se relaciona la personería municipal de Yumbo con la comunidad caso: Líderes comunitarios, para dar paso a analizar y proponer una estrategia de comunicación participativa

Antes de hablar de la comunicación participativa, es pertinente iniciar hablando sobre la comunicación, la cual tiene diversas definiciones dependiendo del autor que la aborde, Fonseca(2000),dice que comunicar es "llegar a compartir algo de nosotros mismos" (p.4). Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes",además de ella también está la que aportan Stanton, Etzel y Walker (2007; en la que la comunicación es "la transmisión verbal

o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte," (p.511). Lo que nos deja como definición final que la comunicación es el proceso por medio del cual intercambiamos significados, mensajes e ideas mediante un conjunto común de símbolos, conociendo ya lo que es la comunicación puede darse paso a la comunicación participativa, puesto que es un derivado de la teoría de la comunicación.

8.1 PERSPECTIVAS TEÓRICAS DE LA COMUNICACIÓN

"La Teoría de la Comunicación estudia la capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información." (Manuel Serrano, 1982,p.7). Por lo que quiere decir, que la comunicación estudia la manera de cómo estos se relacionan, o de qué manera interactúan, pero siendo necesario también lo que se expone en el libro "Cuadernos de la comunicación" que para comunicarse es necesario cumplir con ciertos factores o características biológicas. Serrano (1982), afirma que, es necesario que el contexto y las características sean adecuadas para que el acto comunicativo se dé, puesto que para él una cosa es comunicar y otra es interactuar. según serrano, comunicar es simplemente dar un mensaje que comúnmente coarta al receptor, pero la interacción según Serrano (1982), le permite entender al receptor, usa un procedimiento distinto para informar; permitiendo que el receptor comprenda y que tenga su propia manera de pensar sobre alguna realidad. Un ejemplo que Serrano (1982), da es el siguiente "Comunicar: Perseguir a la presa" solo está diciendo qué hacer y espera una reacción, pero para él "Interactuar: Imitar sonidos que emite la propia presa, para lograr con el engaño su aproximación" está usando otro procedimiento para comunicar algo, lo cual permite entender mejor al receptor y reflexionar sobre ellos.

Desde esa perspectiva, Dainton (2004) plantea que

La teoría de la comunicación universal establece que la comunicación es el proceso de codificación y transformación de la información que tiene lugar entre el emisor y el receptor, donde el receptor tiene la tarea de decodificar el mensaje una vez le es entregado" (p.1)

Por lo tanto, la comunicación es un proceso que involucra dos o más actores: un receptor, un emisor, además incluye un canal para transmitir una información. No obstante, el modelo de Lasswell(1978)que fue publicado en 1948, denominado la pregunta programa, establecía cinco preguntas mediante las cuales era factible

analizar la información emitida en un proceso comunicativo o informativo, de éste, se derivan los interrogantes: quién (Comunicador) dice qué (mensaje) a quién (receptor) con qué efecto (efecto). Es el modelo básico de la comunicación que se ha manejado, puesto que no se evidencia en una retroalimentación como lo afirma Servaes & Malikhao (2007), "La gente no es afónica porque no tiene nada que decir, sino que a nadie le interesa escucharla". Desde la teoría de la comunicación, también se relaciona la agenda Setting (McCombs, M., & Shaw, D.L. 1972) con las organizaciones o los medios quienes son los que escogen la información a presentar o difundir, con relación al grado de importancia que para ellos creen que sea relevante acorde a sus objetivos que buscan cumplir. A pesar, que no sea noticia o importancia del día, ellos ya tienen previsto lo que se debe comunicar.

En el periodo comprendido entre los años 60 nace una nueva propuesta de comunicación llamada "Comunicación Participativa", la cual le apuesta a una manera alternativa de comunicar pensada desde el cambio social y en la cual era esencial comprender e incluir al "otro" como parte fundamental de una nueva comunicación basada en escuchar y retroalimentar para buscar el desarrollo en conjunto, unos de sus promotores han sido Servaes y Malikhao, (2007) quienes plantean que el modelo participativo debe implementar procesos de emancipación social a nivel local, nacional e internacional, ya que la comunicación es una necesidad humana y su satisfacción es tan importante como la preocupación por necesidades básicas como la salud, nutrición, vivienda, educación o trabajo y como cualquier otra necesidad la comunicación debe habilitar a los ciudadanos a emanciparse completamente y tener claro que el derecho a informar, estar informado y el derecho a comunicar son derechos humanos esenciales tanto individual, como colectivamente y por ello deben hacer pleno uso de ellos.

Del mismo modo exhortan a los medios de comunicación para que tomen responsabilidad en la concientización de los receptores para lograr alcanzar un proceso de cambio social.

Comunicación es una faceta del proceso de concientización, emancipación y liberación de la sociedad. La responsabilidad social de los medios en el proceso de cambio social es muy amplia. Efectivamente, después del período de educación formal, los medios son los agentes más importantes de educación y socialización. Son capaces de informar o desinformar, exponer o esconder hechos importantes, interpretar eventos de manera positiva o negativa". (Servaes y Malikhao. s.f,p.2)

Además, Servaes y Malikhao hacen un llamado a los medios a recuperar su autonomía para de esa manera poder comunicar de manera transparente y lograr que los receptores confíen en ellos y haya un entorno de amabilidad y disposición en el cual puedan trabajar en conjunto para lograr un desarrollo.

El papel de la comunicación implica derechos y responsabilidades/obligaciones. Puesto que los medios ofrecen en realidad un servicio público, deben funcionar en el marco de una responsabilidad social y jurídica que refleje el consenso social de la sociedad. En otras palabras, no hay derechos sin obligaciones. Por esta razón, el derecho y la libertad de comunicar deben ser enfocados desde una perspectiva triple: en primer lugar, es necesario que el público participe efectivamente en el campo de la comunicación; en segundo lugar, se necesita diseñar un marco dentro del cual esto se pueda hacer; y, en tercer lugar, los medios deben gozar de autonomía profesional y no estar sujetos a presiones económicas, políticas u otras. (Servaes y Malikhao. s.f)

8.2 ASPECTOS DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA PARA EL CAMBIO SOCIAL.

“Participación significa una repartición más equitativa de tanto el poder político como económico, lo cual a menudo lleva a reducir los privilegios de ciertos grupos. Un cambio estructural significa redistribución del poder. (Servaes & Malikhao, 2007). Lo cual permite, tener mayor equidad en la sociedad, construyendo un estado más participativo, que los gobiernos locales, nacionales e internacionales, permitan tener acceso a las comunicaciones para ser más asertivos en el rumbo de la comunidad. Que todos puedan tener voz en la hora de proponer dicho rumbo.

Los cambios que se proponen desde la comunicación participativa son estructurales en la manera de distribuir la información como está pensada todavía desde la comunicación masiva, lo que aún no permite establecer nuevos mecanismos estables de la participación. Es decir, aún no se han planteado políticas de manejo para la comunicación participativa, por lo que Mowlana y Wilson dicen acerca del tema, es que “Las políticas de comunicación son básicamente derivadas de las condiciones e instituciones políticas, culturales y económicas dentro de las cuales operan. Tienden a legitimar las relaciones de poder existentes en la sociedad y, por esta razón, no se les puede cambiar de manera sustancial sin que haya cambios estructurales fundamentales en la sociedad que permitan alterar estas relaciones de poder mismas” (Mowlana y

Wilson, 1987, p.143). Los cambios deben de surgir desde la sociedad para contribuir para el cambio social, dejar de estar en la educación impuesta como menciona freire, se debe de hallar la manera de contribuir a la interacción social y romper con las estructuras ya establecidas. Para que se dé paso a la implementación de la comunicación participa, en conjunto de procesos sociales que le permita obtener espacios, en la comunidad.

Es necesario, tener en cuenta los aspectos que el científico Latinoamericano Juan Somavia (1977, 1981) habla acerca de la comunicación:

- **La comunicación es una necesidad humana:** Comunicarse están en esencial como suplir las necesidades básicas. Permite emanciparse. Es un derecho, de informar y de estar informado de manera individual y colectivamente.
- **Comunicación es un derecho delegado:** Siempre debe primar los principios de la comunicación y la accesibilidad. No importa, cualquiera que sea su orden estructural y su contexto social, cultural, económico o histórico.
- **Comunicación es una faceta del proceso de concientización, emancipación y liberación de la sociedad:** Los medios tienen una amplia responsabilidad para el cambio social. Puesto que una vez terminada su educación formal, los medios serán los encargados de informar o desinformar, de expresar una visión negativa o positiva, ya que son los agentes más importantes en la educación y socialización de una comunidad, porque pueden esconder o exponer los hechos. Entre otros.
- **El papel de la comunicación implica derechos y responsabilidades/obligaciones:** “El derecho y la libertad de comunicar, deben ser enfocados desde una perspectiva triple: en primer lugar, es necesario que el público participe efectivamente en el campo de la comunicación; en segundo lugar, se necesita diseñar un marco dentro del cual esto se pueda hacer; y, en tercer lugar, los medios deben gozar de autonomía profesional y no estar sujetos a presiones económicas, políticas u otras.” (Somavia, 1981,p.2)

Por lo tanto, cabe decir, que la comunicación participativa va en búsqueda del desarrollo, ese desarrollo lo encuentra desde la comunidad, ya que es el eje central de todo acto participativo, que va encaminado en la mejora individual y colectiva, que la comunidad sea beneficiada por medio la participación auténtica, aunque no sea bien recibida por muchos, puesto que no es de interés porque son trabajos locales. Esto en esencia es lo que debe quedar claro para quienes dirigen la Personería Municipal de Yumbo, dado que su deber, compromisos y gestión

social, cultural, política es la de promover el trabajo mancomunado con los líderes comunitarios, quienes representan al grueso de la sociedad en general de Yumbo y quienes se convierten en los voceros, puente o intermediarios entre éstos y el ente municipal para velar por el cumplimiento de sus derechos como ciudadanos legítimos que contribuyen al desarrollo social, económico, cultural, político y educativo del municipio. En ese sentido, contar con los medios, canales, estrategias de comunicación y gestión de lo social, amparados o soportados por lo que ofrece la Comunicación participativa, se convierte o se convertirá en el eje articulador y movilizador de las acciones ciudadanas de cultura, educación y respeto, honestidad, compromiso y sentidos de pertenencia.

8.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Los autores Servaes &Malikhao (2007), cuestionan ¿qué quiere decir participativo? donde invocan a varios autores como (Berrigan, 1979; Berque, Foy&Girard, 1993; Fraser& Restrepo, 2000; Girard, 1992; Lewis, 1993; O'Connor, 1988; O'Sullivan, 1979), de los cuales logran extraer diferentes definiciones para tener claridad sobre la pregunta, lo cual hace pertinente traerlos al texto:

- ❖ “Los medios participativos son organizados internamente según líneas democráticas (como cooperativas o colectivos de trabajadores);

- ❖ Los medios participativos son reconocidos por su oposición a las industrias culturales dominadas por las corporaciones multinacionales;

- ❖ Los medios participativos se relacionan con la liberación de grupos lingüísticos y étnicos después de una transformación social importante;

- ❖ La fuerte existencia de medios participativos se explica en términos de lucha de clases al interior de la sociedad;

- ❖ Los medios participativos pueden ser identificados como «moleculares» más que como «molares» (una colectividad o unidades individuales autónomas en lugar de una unidad homogeneizada y uni-dimensional);

- ❖ Los medios participativos (como el montaje de Eisenstein y el teatro de Brecht) por su diseño requieren la recepción creativa y variada de parte de su audiencia.” (Servaes &Malikhao, 2007, p.51)

Por lo anterior, se puede inferir que los medios participativos son alternativas de la comunidad para expresarse, saliendo de lo establecido de manera cultural o institucionalmente, trabaja desde las organizaciones creadas de la comunidad. Además, busca conectarse grupalmente, que la comunicación fluya en todo sentido, que haya discusión, diálogo entre receptor y emisor, que varíen los papeles durante la interacción logrando ser escuchados unos con los otros. También, que no quiere decir que, aunque todos sean una comunidad, deban de ser iguales, porque no son homogeneizadas siendo un grupo con diversas cualidades, que comúnmente son vistas como oposición a lo establecido.

“La Comunicación participativa es una alternativa frente a los medios dominados por las corporaciones transnacionales.” (Reyes Matta,1986). Por lo que quiere decir, que son otros mecanismos de participación que pueden ser usados por las comunidades, para expresarse e idearse la manera de trabajar en la construcción de un cambio social, sin que estos sean permeados o dominados por la educación impuesta que habla Freire. Por lo tanto, son vistos como alternativas de comunicación.

Aunque los medios participativos de comunicación son difíciles adquirir fuerza y lograr suerte, un grupo de investigadores afirman que “Tener éxito significa ganar contra las industrias de la cultura dominadas por las corporaciones transnacionales.” (Cinco, 1987). Que se puede tener éxito, ganando posicionamientos sociales, que permitan tener mejores condiciones de participación y accesibilidad a la información, en sentido de en tanto obtenerla como compartirla con la comunidad, de manera de socialización alcanzando una interacción y trabajo en equipo para la conformación del medio.

Para el Centro de investigación de la comunicación (cinco, 1987), un medio participativo es una alternativa, con relación a alguno que cuente con estructuras institucionales, puesto que se les oprime la participación, la accesibilidad y ejercen el control externo. Por lo que es mejor opción, un medio organizado desde y para la comunidad. También, que la participación debe partir de la legitimidad y la credibilidad de la participación democrática en los medios, que la comunicación debe dejar de ser centralizada, para así dejar de ser un monopolio como lo menciona el grupo de investigadores de Cinco. Lo cual hace que resalten que lo primordial para derribar las brechas que hoy existen, es el diálogo, entre las autoridades y el público, para recuperar la credibilidad política y la identidad social y cultural, encaminado a tomar conciencia que se debe apoyar más a los objetivos que le apuesten al desarrollo social.

La Comunicación participativa, es la que posibilita a facilita un intercambio equitativo de ideas, de conocimientos y experiencias, de los actores sociales implicados; donde deben involucrarse tanto los gobiernos y los ciudadanos (Servaes &Malikhao. 2007). Deben de tener una constante participación e interacción entre todas las partes, para el desarrollo social de la comunidad. La comunicación participativa, le apuesta al escuchar, puesto que “la gente no es “afónica” porque no tiene nada que decir, sino que a nadie le interesa escucharla” (Jan Servaes & Patchanee Malikhao. 2007). Por eso surge esta apuesta desde el pensamiento latinoamericano en los años 60 y 80, tras la teoría de la dependencia que nace después de la fallida propuesta de la Cepal, tenía principios neo-marxistas, que pretendía que la revolución fuera desde el campesinado (Carter Foster, 1973p.1).

No obstante, “Las estrategias de desarrollo en los países en vías de desarrollo divergen mucho, el modelo usual utilizado en radio, televisión y prensa han sido predominantemente el mismo: informar a la población sobre proyectos, ilustrar las ventajas de estos proyectos y recomendar que se les apoye.” (Servaes, 1993. 2003). Es decir, que las estrategias que se implementan en los diversos medios de comunicación, solo es de informar de manera que se puedan convencer las audiencias y así aceptar lo que estaban proponiendo a través de los medios, el mensaje se es enviado de manera unidireccional, porque la intención solo es que se acepte más no que se discuta sobre el tema planteado.

Por lo cual se hace una crítica al modelo de difusión de Rogers (1983) puesto que él plantea, que la innovación es transmitir una idea, ya sea noticia o algún suceso importante de la sociedad por un canal transmisor, pero realmente viaja en un sentido vertical o unidireccional que no recibe respuesta de dicha audiencia. Además, los países en vías de desarrollo, lo que plantea Servaes &Malikhao, el modelo predominante para la difusión de información es el mismo, que es el de informar desde el clásico modelo de Laswell (1948) “Quién dice que, a través de cuál canal, a quién y con cuál efecto” pero no hay una interacción con los receptores.

A pesar de lo planteado, los medios de comunicación son valerosos para contribuir a nuevas prácticas y posibilidades de interacción. Pero, aun así, como lo cuestiona Servaes “es menos probable que la comunicación masiva tenga efectos directos sobre el comportamiento social que la influencia personal.” por lo tanto, siempre será necesario y fundamental, tener en cuenta a quien se desea establecer una comunicación, para optar a nuevas posibilidades de entablar una relación con la audiencia para así conseguir mejor interacción social.

Puesto que Servaes y Malikhao, exponen que hay pocos cambios comportamentales en aquellas personas o públicos que reciben información a través de medios impersonales, ya sean como la televisión y la radio. Por lo tanto, el desarrollo busca trabajar sobre el cambio de comportamientos y por ende le apuesta al contacto más interpersonal y que las técnicas de comunicación estén basadas en esas relaciones más cercanas con la audiencia.

Además, estos autores catalogan que el nivel más bajo es de informar al público o las audiencias para que así tengan conocimiento de las situaciones que son difundidas por distintos medios para que puedan resolver sus problemas. Teniendo en cuenta, que esta información viaja en un solo sentido, que se evidencia una de las teorías de la comunicación como “difusión de innovaciones” o el enfoque “extensionista”, siendo muy compatible con el manejo de canales de información con lo que propone Rogers en su teoría, que sólo viaja en sentido unidireccional, que atiende en masas y de cierta manera da solución a la necesidad de la información, más no da una discusión o debate frente al tema, predominando la orientación verticalista en la difusión de la información, acaparando en la audiencia para así relacionarse con el término “extensionista”, que se vuelve elitista por el “top- down” que viene de arriba hacia abajo la información, quiere decir, que vienen desde los canales hacia las personas que consumen dicho producto.

El modelo participativo, incluye la identidad de las comunidades locales, las cuales al igual que pasa con los individuos, las caracteriza y diferencia de otras, ya sea por sus fiestas, tradiciones, cultura, costumbres, gustos, formas de vida, tipos de trabajos y relaciones, lo que permite una democratización en la cual todos puedan ser partícipes de la construcción de su comunidad, teniendo todos opinión y apropiación para aportar ideas y ejercer un voto en temas que les converjan, de igual manera su participación debe ser grande para lograr que la comunidad se interese en ser partícipe de las políticas o procesos a implementar y lograr un aporte significativo de estos a las diferentes estrategias que se implementen, tomando así el concepto de multiplicidad (Servaes & Malikhao. 2007, p.4).

Freirer (1983), al referirse a la Comunicación participativa establece que, “Este no es el derecho de unos cuantos hombres, sino es el de cada hombre y mujer. Como consecuencia, nadie puede decir solo una palabra verdadera- y tampoco la puede decir en nombre de otro, por medio de un acto prescriptivo que le robe a los demás sus palabras”. (p.47) Por ende, es importante que, en los procesos comunicativos, todos tengan una participación, que todos sean escuchados, para así generar más confianza en los proyectos y procesos de comunicación. Teniendo en cuenta que, el punto de partida debe ser la comunidad, colocando en

claro que el derecho de participar y expresar lo que se desea de manera individual y colectiva, debe ser escuchada para la construcción de una mejor sociedad.

La participación, siempre será una opción fundamental de las personas que se convive o están involucradas en la toma de decisiones, más aún si es para apostarle al desarrollo, porque es fundamental tener en cuenta distintas miradas para optar por las mejores decisiones por eso Macbride (1980) argumentaba que “era necesaria una nueva actitud para superar el pensamiento estereotipado y para promover un mayor entendimiento de la diversidad y la pluralidad, respetando plenamente la dignidad y la igualdad de los pueblos viviendo en diferentes condiciones y actuando de diversas maneras” (p. 254). Por ende, las distintas posturas que las personas tienen es de gran importancia entenderlas e interiorizar que se hay diferencias, pero que siempre se debe apostar por la construcción de una sociedad libre de estereotipos y que hay otras maneras de resolver, para alcanzar un acuerdo que beneficie a toda la comunidad, primando siempre el bien colectivo.

Al respecto, MacBride (1984), planteaba que, el punto de partida siempre debe ser la comunidad, puesto que afirma que los problemas deben de ser resueltos a nivel de la misma, para así lograr resolver los problemas que se tengan con otra comunidad o con ella misma, obteniendo una interacción óptima con los integrantes de ella o con las demás comunidades.

También, Macbride(1984), contribuye afirmando que, la autogestión es la manera más desarrollada para la participación. Para que las personas de la comunidad puedan participar en la toma de decisiones en la planificación y producción de contenidos de los medios de comunicación. A pesar, que se propone que la participación y la interacción esté latente es difícil que todas las personas deseen ser partícipes de este proceso en la selección de contenidos, mensajes o lo que se quiere trabajar y la manera a tratar los contenidos, aunque es una apuesta hacia el desarrollo, siempre hay partes que se ven afectadas o amenazadas por el desplazamientos de las jerarquías implementadas como lo expone Servaes y Malikhao, que la participación no implica que alguna parte de la sociedad o grupo social sean excluidos y que ya no tengan ningún papel los dirigentes o personas especializadas en el tema, para la organización de manera institucional, sino que las ideas y los puntos de vista que tengan los grupos locales, sean tomados en cuenta para la toma de decisiones y que sean expuestos, debatir lo que se esté planteando antes que los recursos sean designados y entren a ser ejecutados para llevarse a cabo un proyecto, teniendo claro, que las ideas y los planteamiento sean expuestos para poder debatir, que no tengan como resultado una exclusión en la participación.(p.254).

8.4 ENFOQUES DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La Comunicación participativa tiene dos grandes enfoques, el que propone Paulo Freire (1970, 1973, 1983, 1994) que es la pedagogía dialogal y la otra es las ideas de acceso, participación y auto-gestión por parte de la Unesco en los años 1970, Berrigan (1977-1979).

El enfoque de Freire (1983), lo propone desde la estrategia teórica dual que los pueblos que estén bajo régimen deben de ser tratados con respeto como seres humanos en los diferentes procesos políticos. Es decir, se exige respeto por la otredad. La segunda, es inspirada por Marx, que el ser humano tiene un destino más allá de satisfacer lo material. Propone que la soluciones son colectivas, lo individual no conduce a soluciones culturales.(p.47).

Sin embargo, lo que principalmente propone es la teoría de la comunicación dialogal, que está basada en el diálogo grupal, que las soluciones deben de ser propuestas a través de los grupos sociales, no por medio de los canales, como la televisión, la prensa o la radio, que no se está en contacto directo con la audiencia o el público, lo que no permite entender al otro en plenitud. Por lo anterior, Freire, (1983), no le da tanta importancia a los canales de comunicación, sino a la interacción, a la interpretación por medio de la interacción que se da en medio del acto comunicativo entre personas, en la cual tanto quien imparte el mensaje como quien lo recibe deben ser escuchados, se debe desvanecer la idea de que al “otro” solo se le debe dar información como si fuera un tarro el cual se debe llenar, sino por el contrario detenerse a escuchar los aportes que se pueden dar mediante vivencias, conocimientos o culturas que se tengan y con los cuales se puede construir un diálogo en el que la comunicación logre la plenitud y pueda dar paso a una comunicación participativa para un cambio y desarrollo. (p.47).

Por otro lado, la Unesco propone “acceso” uso de los medios a favor del servicio público, la comunidad puede escoger la programación, y cómo realizar retroalimentación. “Participación” es la vinculación de la comunidad en la producción, planificación y gestión en los sistemas de comunicación. Por otro lado, puede ser solamente la consulta al público en tomas de decisiones. “Auto-gestión” el público tiene la potestad de la toma de decisiones, la creación de políticas y la formulación de comunicación.

Por lo anterior, cabe resaltar que los medios de comunicación deben de tener definido la manera como se deben de usar los medios, para la participación y el

acceso que debe de tener la comunidad con ellos, por ende, como lo plantea Berrigan “[Los medios comunitarios] son medios a los cuales los miembros de la comunidad tienen acceso, para su información, educación, entretenimiento, cada vez que desean este acceso. Son medios en los que la comunidad participa, como planificadores, productores, y actores. Son los medios de expresión de la comunidad y no para la comunidad” (Berrigan, 1979, p.8). Es decir, que se debe trabajar los cambios desde la comunidad, porque son quienes saben sus necesidades como comunidad, de lo cual no serviría que se trabajara para ella, porque no estarían vinculadas dentro del desarrollo de las propuestas y lo primordial es que sean quienes expongan las posibles rutas a trabajar.

Berrigan, también propone que los temas a tratar deben de ser relevantes para la comunidad y que deben cubrirse desde varios aspectos, desde la información, la educación y entretenimiento, que se crea importante para la comunidad, “[Acceso] puede ser definido en términos de oportunidades disponibles al público para escoger programas variados y relevantes y para tener medios de retroalimentación para transmitir sus reacciones y demandas a los organismos de producción”. (Berrigan, 1979, p. 18). Por lo anterior, es necesario precisar, que los temas a tratar deben de ser importantes para la construcción social, que logren realizarse retroalimentaciones para contribuir en la comunidad, para crear mayores oportunidades hacia las personas que puedan acceder, contribuyendo en la producción de nuevos contenidos pensados para la comunidad.

Aunque, también hay otros que limitan a los medios comunicación masiva dice Berigan, que pasan a ser considerados como “los procesos que permiten a los usuarios entregar insumos relativamente abiertos e inéditos a los medios de comunicación masiva” (Lewis, 1993, p. 12) o como “la relación con el público y con las instituciones radio-televisivas establecidas” (Prehn, 199, p. 259). Es decir, que sería un viaje vertical de dicha información, que no cumple la función de una retroalimentación social que se espera de un proceso de la comunicación participativa.

Para los medios comunitarios, el “acceso” que se menciona anteriormente es un elemento que permite que las comunidades, obtengan la manera de servirse a sí mismos, permitiendo crear contenidos, producciones o mensajes necesarios para construir mejores mecanismos de participación para la formación de una sociedad más interactiva entre los mismos ciudadanos de una comunidad. Por lo tanto, “forzosamente debe de haber acceso y participación” (Pateman, 1972). Para que estos mecanismos funcionen adecuadamente y se trabaje en la mejora de la comunidad.

No obstante, entre estos dos enfoques, hay discrepancias en la manera de acercarse o tratar a la comunidad, puesto que Freire(1983) hace referencia a los “oprimidos” o también hace referencia a la educación impuesta cuando no se respeta a la otredad (p.47). Es decir, que cuando no se tiene en cuenta a la comunidad, o a sus miembros en la manera de expresarse y compartir las ideas, se está cayendo al modelo impuesto, que la comunicación no es fluida, ni participativa. Por otro lado, está el enfoque de Unesco, que maneja el término más neutro de “público”, también que el progreso debe de ser gradual, que el “acceso” se puede dar en dosis y que la “auto-gestión” puede esperar. Además, está centrada en las instituciones, como la radio participativa y comunitaria, o como también la televisión participativa y comunitaria. Que decirlo, de cierta manera que la auto-gestión es realizada por las personas o la comunidad que trabajan en ella.

9. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

9.1. RESULTADOS OBTENIDOS A PARTIR DE LA OBSERVACIÓN – INSTRUMENTO - BITÁCORA

Se realizó un trabajo de campo a partir de la observación y la información se consignó en una bitácora o diario de campo, lo que permitió evidenciar las falencias en el canal empleado por parte de la personería municipal de Yumbo, en este caso la emisora por medio de su programa radial “Su Defensor”. Se realizaron cuatro sesiones, teniendo en cuenta los personajes funcionarios de la personería el moderador o comunicador de la entidad y un profesional en derecho especializado en los temas abordados en las emisiones, además, se tuvo en cuenta las acciones comunicativas, las gestualidades, las interacciones y el tema abordado en cada programa.

Cuadro 3. Bitácora

| #BITACORA | PERSONAJE | ACCIONES COMUNICATIVAS | GESTUALIDADES COMUNICATIVAS | INTERACCIONES | TEMA |
|-----------|-----------|------------------------|-----------------------------|---------------|------|
|-----------|-----------|------------------------|-----------------------------|---------------|------|

Fuente: Elaboración propia

- **En la sesión de observación 1**

- **Tema abordado durante la transmisión: Derecho de petición.** Se destaca de lo observado la actitud asumida por el moderador (Comunicador Social de la personería) con relación a las acciones comunicativas, que al llegar a las instalaciones, el moderador saluda a todos los presentes de manera gentil. Se queda en silencio hasta el momento de transmitir el programa. Su tono de voz es intermedio y calmado. Lo que dice durante la transmisión es acertado, pero no propositivo, puesto que no invita a abrir el espacio para escuchar a la audiencia, dejando hablar solo al funcionario de la personería. El moderador repite lo que el funcionario dice, hablando como si desconociera el tema, puesto que entre corta las palabras o no logra formular bien lo que quiere decir. Puesto que deja en evidencia, que no hay una organización previa al programa acerca del tema a tratar. Por otra parte, las llamadas al aire, las atiende solo saludando y dejando libre al oyente hablando con el funcionario, no les da un orden o dirección a la

llamada. Siendo así, que las corta o las da por finalizada diciéndole al funcionario para tener más claridad, de un ejemplo y cuelga la llamada. Repitiendo y dando definición de nuevo, qué es un derecho de petición cerrando el programa, despidiéndose de los oyentes y del funcionario en transmisión. Una vez acabada la transmisión, sale sin cruzar palabras con ninguno de los presentes. Fueron unas características significativa las expresiones del moderador, dado su importancia en el accionar o gestión social de la Personería.

Se destaca de lo observado la actitud asumida por El funcionario, con relación a las acciones comunicativas, saluda muy cordialmente a todas las personas que se encuentran presentes dentro de las instalaciones de la emisora y a la audiencia dando el tema del día que es “Derecho de petición” da inicio y explica qué es, en qué casos se puede usar este mecanismo para hacer valer los derechos, desglosa el tema e invita a los oyentes a participar y para que resuelvan las inquietudes.

El funcionario, solo se dedica a decir lo que le preguntan, no interviene, no hace manifestaciones u observaciones a los casos manifestando “analicen la situación si se acopla a la explicación dada”. Durante las llamadas, explica, pero no entra de fondo al caso. Se despide del programa y agradece por escuchar.

- **Con relación a las gestualidades manifestadas por los personajes:**El moderador (Comunicador social de la personería) sus gestualidades más sobresalientes fueron que al llegar saluda con gestos amables, dando la mano a todas las personas presentes dentro del estudio. Pero durante el transcurso de transmisión comienza a bostezar, hace mala cara cada vez que suena el teléfono para las llamadas de oyentes. Le hace señas al máster que corte o no deje ingresar llamadas. Le hace señas con las manos al funcionario de la personería que siga hablando y que trate de extender el tema. Pero, cuando le toca intervenir hace señas con las manos y con la cara que no sabe qué decir.

El funcionario de la personería, llega con buena actitud, sonríe dando la información y explicación, con los gestos trata de hacerse entender, pero como el tema no estaba planteado previamente, no le permite ajustarlo a ejemplos. Mueve mucho las manos tratando, de hacerse entender, pero con buena disposición, aunque al llegar tenía facciones de cansancio tiene buena disposición. Por otro lado, hacia cara de descontento en los momentos que el comunicador (Moderador) hacía gestos no adecuados. Se despide de la emisora con buen tono. Con relación a las interacciones, se destaca en esta investigación las interacciones entre los funcionarios de la personería y moderador, con la ciudadanía, dado que ellos están para la gestión social de la personería y los líderes, y así sucesivamente.

Destacando las actitudes del comunicador social en las transmisiones radiales, durante las llamadas, la interacción del moderador con la persona que llama es poca, puesto que se delimita a saludar y decir ¿Qué inquietud tiene sobre el tema? y ya empieza a responder el funcionario explicando, pero el moderador termina diciendo “denos un ejemplo para mayor claridad” colgando la llamada. Con las personas que se comparte el estudio, hay poca interacción, solo lo hace por medio de señas, pero para indicar que corten, no reciban más llamadas o no sabe que decir. Con el funcionario, a veces se pisan mientras hablan no logran una coordinación.

La interacción del funcionario público Trata de interactuar con la comunidad, pero el comunicador (Moderador) no le permite, puesto que es quien maneja el espacio y el tiempo. No tiene buen entendimiento con él, lo que hace que no haya fluidez dentro del programa, se limita a responder lo que el oyente se cuestiona. Realiza cara de disgusto al momento de las acciones que tiene el comunicador, pero el programa sigue y trata de tener buena disposición con la comunidad.

- **Observación de la sesión 2.**

- **Tema abordado: Acción de tutela.** Se destaca de lo observado la actitud asumida por el moderador (Comunicador Social de la personería) con relación a las acciones comunicativas. No saluda al llegar el moderador solo habla al momento de iniciar transmisión, la inicia saludando, pero no dice cuál es el tema abordar durante el programa, dejando vacíos en los oyentes, se dedica a decir qué es la personería y cuál es el deber de ella. Saluda al funcionario de la personería y es quien da el tema. El moderador, usa un tono un poco molesto o fastidiado interrumpiendo al funcionario dando puntos de vista o ejemplos. En las llamadas al aire, el moderador saluda, pero deja al oyente libre. Repite lo que el oyente dice y reformula la pregunta para que el funcionario responda. Vuelve y repite lo que dice el funcionario, pero con palabras entrecortadas tratando de recopilar lo manifestado, pero con tono de descontento. Pasa a despedirse en el programa y agradece por las llamadas con un tono más cortés.

Se destaca de lo observado la actitud asumida por el funcionario, se excusa por no estar a tiempo en la emisión, por fuera de micrófonos. Saluda en el programa, dice el tema que es la “Acción de tutela” desarrolla el tema lo explica, es interrumpido mientras por el moderador, dando ejemplos que no iban al caso, el funcionario, interviene y retoma el tema, manifestando que “se debe ser más claros en las explicaciones, no todo lo que uno cree eso es y espere a que se termine de explicar” puesto que el comunicador (Moderador) no tenía claridad en

el tema. El funcionario invita a que llamen y participen, resuelve inquietudes y agradece por la sintonía en el programa.

- **Con relación a las gestualidades manifestadas por los personajes:**El moderador (Comunicador social de la personería) sus gestualidades más sobresalientes con relación a las acciones comunicativas, no saluda, lo primero que hace es realizar gestos de desagrado con la cara. Manotea al momento de darse cuenta de que el funcionario no ha llegado y que no sabe cuál es el tema a tratar. Durante la transmisión está indispuesto, hace señas que no quiere llamadas al aire, a pesar de que las pasan realiza gestos de desagrado. Además, interrumpe al funcionario mientras expone el tema, indica con las manos que extiendan el tema, porque no hay más contenido para el programa. Cierra el programa con gestos de desagrado, se va sin despedirse.

Se destaca de lo observado la actitud asumida por el funcionario el funcionario con al respecto de las gestualidades más sobresalientes, tiene una buena disposición desarrolla el tema, mueve las manos para explicar. En momentos en los que el comunicador le hace señas que continúe, porque no hay más material, se molesta. Hace gestos de inconformidad con las indicaciones que le da el comunicador al momento de desarrollar el programa radial.

Con relación a las interacciones, se destaca en esta investigación las interacciones entre los funcionarios de la personería y moderador, con la ciudadanía, dado que ellos están para la gestión social de la personería y los líderes, y así sucesivamente.

Destacando las actitudes del comunicador social en las trasmisiones radiales no tiene casi interacciones, porque el moderador no quería abrir el espacio para las intervenciones de los oyentes, sólo se limita a saludar dejando que el oyente domine la llamada, puesto que él no intervino durante ella. Con el funcionario de la personería, la interacción fue débil puesto que no hubo coordinación en el tema abordado, no dejaba que desarrollara el tema, interrumpiendo lo que decía.

La interacción del funcionario público con relación a los usuarios, atiende las llamadas y constantemente resuelve las inquietudes, aunque en algunas deja vacíos ocasionando más dudas. No abren otros espacios para resolverlas. Con el comunicador, hay incomodidades en el desarrollo del programa.

- **Observación de la sesión 3.**

Tema abordado: Derechos humanos. Se destaca de lo observado la actitud asumida por el moderador (Comunicador Social de la personería) con relación a las acciones comunicativas. Saluda al llegar a todos los presentes, pregunta ¿cuál es el tema de hoy? aún sin saber, decide iniciar el programa saludando a los oyentes, saluda al funcionario y es quien da el tema. El moderador habla de temas no relevantes o relacionados al que se trata, luego ahí sí dispone a dar la palabra al funcionario. Recibe una llamada y saluda de manera amable al oyente, preguntando de manera amable ¿Cuál es tu inquietud? Tuteando a la persona de la llamada, moderando la conversación entre funcionario y oyente. Repite lo que dice el funcionario frente al tema, para alargar el tiempo y dar por terminado el programa del día.

Se destaca de lo observado la actitud asumida por El funcionario manifiesta que no sabe qué tema tratar durante el programa, decide que el de “Derechos Humanos” mientras el comunicador (Moderador) habla de temas no relacionados. No tienen orden, puesto que el momento del funcionario explica es interrumpido por él, para decir cosas que no iban al caso. El funcionario explica muy detalladamente lo que significa, cuales son, cuales son los fundamentales, invita a que los oyentes participen del tema durante la transmisión, permitiendo resolver dudas. Invita a que escuchen el siguiente programa, se despide de la audiencia.

- **Con relación a las gestualidades manifestadas por los personajes:** Dependiendo a las gestualidades por parte del comunicador social, se destacó que llega con buena disposición saludando con gestos amables, a pesar de que hace gestos que desconoce el tema abordar, que no sabe cuál es el orden a trabajar del día. Con los gestos, se turnan la palabra con el funcionario, porque no saben cómo intervenir o darle trato al tema abordado, pero le hace señas que lo alargue, puesto que no hay más material para la transmisión. Da por terminado el programa agradeciendo a las personas por escuchar.

Los gestos por parte del funcionario más destacados fueron, los gestos de incomodidad cuando el comunicador (Moderador) al recibir las llamadas tutea al público, no permite desarrollar bien las inquietudes, el funcionario se coloca las manos en la cabeza, respirando hondo, por más señas que le hace a que se comporte no lo hace.

- **Con relación a las interacciones:** Se destaca en esta investigación las interacciones entre los funcionarios de la personería y moderador, con la ciudadanía, dado que ellos están para la gestión social de la personería y los líderes, y así sucesivamente.

Aspectos más destacados por el comunicador fue la interacción con todas las personas del estudio, saludando a todos los presentes. Hace señas, para turnarse la palabra con el funcionario de la personería, durante las llamadas, la atiende solo saludando, haciendo gestos de inconformidad, pero abre el espacio para que la comunidad interactúe manifestando sus inquietudes frente al tema. Pero, hace señas con las manos de cortar las llamadas o no recibirlas más, es quien maneja el programa y dando por finalizado 5 minutos antes.

Por parte del funcionario público la interacción es interrumpida por el comunicador que está a cargo del programa, puesto que no le permite desarrollar bien el tema con los oyentes.

- **Observación de la sesión 4.**

- **Tema abordado: Asistencia alimentaria.** Se destaca de lo observado la actitud asumida por el moderador (Comunicador Social de la personería) con relación a las acciones comunicativas. No saluda al momento de ingresar al estudio, manifiesta que no tiene el orden del día y que mucho menos conocimiento del tema que se va abordar, dice que dejen sonando el slogan del programa hasta que llegue el funcionario. Al momento de llegar el funcionario, el moderador da inicio al programa saludando de manera seca y le da paso a que hable el funcionario, invita a que realicen llamadas para solucionar las dudas que tengan. No tienen mesa de trabajo, que permitan tener claridad en lo que se va a desarrollar durante el programa. Solo saluda cuando recibe las llamadas y no interviene durante ella. Por otro lado, a veces hace comentarios fuera de lugar, o chanzas con relación al tema. Se despide del programa agradeciendo por estar en sintonía.

Sobresale de lo observado la actitud asumida por el funcionario con relación a las acciones comunicativas. Saluda y da el tema abordar durante la transmisión que es asistencia alimentaria, manifiesta previamente, que no sabía que tema a tratar, por lo que deja en evidencia que no hay una mesa de trabajo que le permita tener claridad para el comunicador y a él para tener coordinación en el programa.

Desarrolla el tema, explica los diferentes casos que se presentan en el tema, como se puede conciliar y acordar pagos de la asistencia alimentaria

- **Con relación a las gestualidades manifestadas por los personajes:** Dependiendo a las gestualidades por parte del comunicador social, se destacó Hace gestos de inconformidad cuando manifiesta que no sabe nada sobre el tema del día. Además, manotea en el momento de solicitar que coloquen a sonar el slogan mientras llega el funcionario. Cuando invita a que se realicen las llamadas le hace señas al master que no las vaya a pasar. Hace gestos de malestar, cuando pasan alguna y no interviene en ella. Se coloca las manos en la cabeza esperando a que se acabe el tiempo. Se despide con mala cara cierra el programa y sale del estudio.

Los gestos por parte del funcionario más destacados, tiene buena disposición al momento de intervenir, a pesar de que el comunicador (Moderador) tiene una mala actitud al respecto. El funcionario, gestualiza mientras explica de manera tranquila, tratándose de hacerse entender lo más que puede. Recibe llamadas del público, a pesar de que el comunicador no quiere que sean recibidas. Se despide del programa y de los presentes con buena actitud.

Con relación a las interacciones, se destaca en esta investigación las interacciones entre los funcionarios de la personería y moderador, con la ciudadanía, dado que ellos están para la gestión social de la personería y los líderes, y así sucesivamente.

Destacando las actitudes del comunicador social, la interacción no es la adecuada, no manifiesta la inconformidad de buena manera. No trata bien a las personas con las que comparte el estudio, puesto que manotea, no permite que entren las llamadas sin explicación, además, cuando las atiende solo saluda y las corta apenas pregunta el oyente, no abre espacios o al menos no los suficientes para que haya una buena intervención por parte de la ciudadanía. Se despide de manera grotesca del programa.

La interacción del funcionario público, es que logra interactuar con los ciudadanos, dando a información pertinente, a pesar de que no son muchas las llamadas. El funcionario, trata de llegar a más gente, pero no logra interactuar bien con el comunicador y no permite que haya un buen manejo del programa radial.

9.2 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DE LA OBSERVACIÓN

Para realizar el análisis de la información empírica recopilada, se trianguló ésta con los aportes de los autores invitados en el marco teórico, lo que permitió hacer un acercamiento mucho más profundo con el trabajo de campo realizado en el programa radial de la personería municipal de Yumbo.

En ese sentido, se retomó los postulados esenciales de la comunicación participativa, destacando que ésta “le apuesta al escuchar” según lo expone Malikhao (Malikhao 2007), quien precisa que “la gente no es “afónica” porque no tiene nada que decir, sino que a nadie le interesa escucharla” (Servaes & Malikhao. 2007). Como se evidencia en el caso de la personería municipal de Yumbo, por medio de las acciones comunicativas expresadas durante las emisiones radiales, que se solicitaban cortar las llamadas durante el tiempo al aire o no se deseaban que entraran al aire. No obstante, a pesar que la comunicación participativa le apuesta al escuchar, las estrategias que se emplean pueden divergir puesto que “Las estrategias de desarrollo en los países en vías de desarrollo divergen mucho, el modelo usual utilizado en radio, televisión y prensa han sido predominantemente el mismo: informar a la población sobre proyectos, ilustrar las ventajas de estos proyectos y recomendar que se les apoye.” (Servaes&Malikhao. 2007,p.47).

En el caso de la personería municipal, solo se encargan de emitir un programa radial, que cumple la función de dar información y repetir el moderador lo que dice el funcionario en el transcurso de la misma, atendiendo audiencia en masa sin mayor contenido. Por lo anterior, Servaes(2007), afirma que “es menos probable que la comunicación masiva tenga efectos directos sobre el comportamiento social que la influencia personal.” (p.47) Es decir, puede servir atender más a las llamadas que se realizan en el programa y que tengan un buen desarrollo, tomando las inquietudes individualizadas que se generan durante la emisión.

Por lo mencionado, Macbride(1980) argumentaba que “era necesaria una nueva actitud para superar el pensamiento estereotipado y para promover un mayor entendimiento de la diversidad y la pluralidad, respetando plenamente la dignidad y la igualdad de los pueblos viviendo en diferentes condiciones y actuando de diversas maneras” (p. 254). El funcionario de la personería municipal de Yumbo, durante el programa radial mantenía una buena actitud lo cual permitía promover el respeto y entendimiento por la diversidad y pluralidad que se presentan hacia los demás, desarrollando las inquietudes que se le fueron planteadas durante el programa.

Por lo tanto, cabe tener en cuenta la estrategia teórica dual de Paulo Freire “que los pueblos que estén bajo régimen deben de ser tratados con respeto como seres humanos en los diferentes procesos políticos”. A pesar, que Paulo Freire plantea la teoría dual, en la personería por parte del comunicador (Moderador) del programa, no pareciese aplicarse con las actitudes presentadas, puesto que no tenía respeto por sus compañeros, por medio del saludo de todos los presentes, haciendo gestos de incomodidad, durante el transcurso de la emisión, solicitando la cortada de las llamadas, lo que hace que no se cumpla lo planteado por Freire, es decir, por las situaciones que se presentaron, se llega a la afirmación de Pateman(1972), que “forzosamente debe de haber acceso y participación” (p.1.)Para que de esa manera, se logre una retroalimentación, una participación activa entre los diferente actores sociales que se involucren para conseguir una propuesta que conlleve a una transformación social, puesto que “el éxito de una propuesta de transformación social o política depende de la calidad de, al menos, cuatro factores: diseño, planeación, gestión y sentido”. (Toro y Rodríguez.2001, p.22).

Éstas condiciones propuestas por Toro y Rodríguez (2001), no se evidencia por parte de la Personería, en el momento de transmisión del programa radial, puesto que en ocasiones el comunicador (moderador) desconocía aspectos importantes de la temática o tema a abordar en un determinado programa, ello se evidenciaba en la permanente improvisación para establecer el orden del día. De ello, se percibió una clara ausencia de diseño, planeación, gestión y sentido por parte de las propuestas radiales emitidas (p.11).

Al respecto, Toro y Rodríguez(2001) señalan que solo cobran sentido el estado y la sociedad, cuando son capaces de construir un entorno social, que posibilite los derechos humanos para todos. “El estado tiene sentido y la sociedad tiene sentido si ambos, estado y sociedad, son capaces de construir un orden social, político, económico y cultural que haga posibles los derechos humanos para todos” (p. 21). Acorde con los resultados arrojados en esta investigación, en la Personería municipal, no tiene ese sentido, puesto que no ha sido capaz de construir un espacio adecuado que le permita conocer y crear contenido para la sociedad, desde la sociedad, como se evidencia en el programa radial, que a último minuto consiguen el tema abordar.

A pesar, de que logren cobrar sentido, el Estado o la entidad pública, tiene grandes desafíos por los cuales afrontar, para ir superando lo negativo con acciones positivas hacia la comunidad.

Los desafíos de una entidad pública requieren de múltiples respuestas de orden político, económico, social y también de respuestas comunicativas y culturales. Los problemas o desafíos sociales se superan identificando acciones superiores positivas que, al irse logrando, van haciendo desaparecer lo negativo y dándole existencia a los bienes positivos”.(Toro y Rodríguez 2001 p. 20).

Las acciones negativas, las que la personería llega sin un orden del día a presentar un programa radial, del que no se ha invitado a la comunidad para plantear los temas a tratar, que hasta el comunicador (moderador) desconoce el tema abordar.

Por lo que hace necesario, que las actuaciones que se realicen de manera positiva logren ser en cooperación para tener una mejor organización, para convertir en actores sociales aquellos que estén, trabajen o colaboren desde a organización. “Actuar en cooperación con otros requiere poder crear organización o pertenecer, con sentido, a una organización. Es a través de la organización como las personas se convierten en actores sociales” (Toro y Rodríguez 2001 p. 22). A pesar de que Toro y Rodríguez plantean la cooperación al actuar, hay diferencias entre el funcionario y el comunicador de la personería, lo que no ha permitido que las personas sean actores sociales y pertenecer a ese programa radial.

Lo público es aquello que conviene a todos, de la misma manera, para la dignidad de todos. La calle es pública y el parque es público, porque siempre están allí, para que todos transiten y se diviertan, sin exclusiones por razón de clase, edad, sexo, partido o religión” (Toro y Rodríguez 2001 p. 24).

La emisora, el programa radial es para todos, sin ningún tipo de exclusión, pero los funcionarios omiten llamadas durante el programa, quitando la posibilidad de algún ciudadano de hacerse escuchar y plantear su inquietud.

“La sostenibilidad de los cambios sociales es más segura cuando los individuos y las comunidades afectadas se apropian del proceso y de los contenidos comunicacionales”. Gumucio (2011 p. 37). Por lo tanto, es necesario, que el comunicador (Moderador) de la personería, el funcionario de la personería y la ciudadanía se apropien de estos espacios, apropiándose de los procesos y de los contenidos, para que sea más enriquecedores y desarrollar mejores actitudes en las transmisiones, hallando temas de interés y no llenando huecos con repetir lo que ha dicho uno y el otro.

9.3. RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENTREVISTAS Y LOS GRUPOS FOCALES

En el siguiente cuadro se presentará las unidades previas al trabajo en el grupo focal, teniendo en cuenta las categorías, las subcategorías, las fuentes de información y la técnica a emplear, que fue la estructura de preguntas semi abiertas. Se diseñó el cuadro para tener claridad en la formulación de las preguntas acorde a cada categoría. Las fuentes son los líderes comunitarios por medio del grupo focal, los líderes comunitarios del municipio de Yumbo, quienes están en un rango de edades de 24 a 60 años, quienes llevan un recorrido en sus respectivos barrios y comunas en el trabajo social.

Cuadro 4. Unidades previas del trabajo grupo Focal

| CATEGORÍA | SUB. CATEGORÍA | FUENTES DE INFORMACIÓN (VIVAS O BIBLIOGRAFICAS) | TÉCNICA (ENTREVISTA, PREGUNTAS ABIERTAS) |
|--|---|---|--|
| <p>PARTICIPACIÓN</p> <p>“Participación significa una repartición más equitativa de tanto el poder político como económico, lo cual a menudo lleva a reducir los privilegios de ciertos grupos. Un cambio estructural significa redistribución del poder. (Servaes & Malikhao, 2007). Lo cual permite, tener mayor equidad en la sociedad, construyendo un estado más participativo, que los gobiernos locales, nacionales e internacionales, permitan tener acceso a las comunicaciones para ser más asertivos en el rumbo de la</p> | <p>Diálogo entre los actores implicados. Temas que movilicen la participación. Objetivo de la participación. Construcción de rumbo comunicacional. Equidad entre estado y comunidad, en los procesos comunicativos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Líderes comunitarios. | <ul style="list-style-type: none"> • Líderes comunitarios. <p>¿Qué espacios se abren y cómo se usan para la construcción del diálogo con la personería y la comunidad? ¿De qué manera participan en los procesos de construcción de una sociedad más equitativa entre estado y comunidad, en los procesos comunicacionales?</p> |

Cuadro 4 (Continuación)

| | | | |
|--|---|---|---|
| <p>comunidad. Que todos puedan tener voz en la hora de proponer dicho rumbo.</p> | | | |
| <p>COMUNIDAD</p> <p>“La comunidad puede ser entendida como un entramado de relaciones sociales, el que estaría constituido por sujetos/as que se articulan parcialmente en posiciones temporales en relación con otros/as sujetos/as, de acuerdo con necesidades que van cambiando en la medida que son satisfechas y se configuran nuevas relaciones. Estos/as sujetos/as comparten significados y representaciones sociales propias, así como valores y problemáticas que forman parte de la construcción de su identidad individual, viéndose ésta influida por la posibilidad de pertenecer a más de una comunidad. Bajo esta definición, las comunidades se mueven en el terreno de lo simbólico, dando lugar a modos de sociabilidad en los que se articulan posiciones que traspasan las barreras geopolíticas mediante tecnologías de comunicación que afectan los modos de</p> | <p>Espacios en común, características similares de los sujetos. Condiciones de los actores sociales. Problemáticas sociales. No obstante la comunidad no debe encasillarse solamente a los espacios habitados por un grupo específico sino que su definición debe ir más allá y abarcar elementos como pertenencia, entendida desde el sentirse parte de algo, también identificado, que desde la comunicación puede tomarse como la interdependencia o influencia mutua de los miembros que conforman un grupo y por último cultura común, que son los significados compartidos que permiten a un grupo de personas pertenecer a un grupo aunque no vivan en el mismo espacio, desvaneciendo de dicha manera la noción de territorio físico y dando paso a</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Líderes comunitarios. | <p>¿De qué manera se identifican los espacios en común que hay en una comunidad?</p> <p>¿Cómo influyen las condiciones territoriales en la interacción entre la personería municipal de Yumbo y la comunidad?</p> <p>¿De qué manera aporta a dar soluciones a las problemáticas sociales por medio de la interacción entre la personería municipal de Yumbo y la comunidad?</p> |

Cuadro 4 (Continuación)

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>ser y hacer comunidad" (Krause, 2001; Montenegro, 2002; Unger, 1995).</p> | <p>establecer redes y agrupaciones que conformen un nuevo concepto de comunidad.</p> | | |
| <p>COMUNICACIÓN</p> <p>Clemencia Rodríguez (2002). Plantea que la comunicación es el proceso social fundamental, es decir que cualquier actividad o elemento de la sociedad se puede ver como resultado de un proceso de comunicación entre seres humanos, pero que también está implica procesos y estructuras de construcción de sentido en las cuales debe haber sentidos y significados que se transmiten de un ser humano a otro para que así haya comunicación, ya que esta es siempre una dinámica localizada en un espacio y tiempo, dándose en formas específicas y obteniendo siempre múltiples resultados.</p> | <p>Información, mensajes, los medios, canales usados, los públicos y actores involucrados, retroalimentación y medios de información.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Líderes comunitarios. | <ul style="list-style-type: none"> • Líderes comunitarios <p>¿Cómo reciben la información que comparte la personería municipal de Yumbo?</p> <p>¿Por cuáles medios reciben los mensajes y emiten la comunidad los mismos con la personería municipal?</p> <p>¿De qué manera hay retroalimentación entre personería municipal de Yumbo y la comunidad caso: ¿Líderes comunitarios?</p> |

Cuadro 4 (Continuación)

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>CONTEXTO</p> <p>Municipio de Yumbo, Valle del Cauca. Es uno de los 42 municipios que se encuentra en el departamento Vallecaucano. Es conocido como la capital industrial del Valle, porque tiene más de 2.000 mil fábricas en su territorio limítrofe con la ciudad de Cali, la capital del departamento. Se encuentra a 2 horas del puerto de Buenaventura y a 10 minutos del aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón de Palmira. El municipio está dividido por 4 comunas, que lo conforman 36 barrios y la zona rural con 10 corregimientos y 26 veredas. El 57 % de la población pertenecen a la pobreza. (Departamento administrativo de planeación e informática, 2016)</p> | <p>Municipio de Yumbo. 57% de la población pertenece a la pobreza. 36 barrios en 4 comunas, 10 veredas y 26 corregimientos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Líderes comunitarios. | <ul style="list-style-type: none"> • Líderes Comunitarios <p>¿De qué manera hacen uso de los canales de comunicación que tienen implementados la personería municipal de Yumbo? (FANPAGE, PORTAL INTERACTIVO Y PROGRAMA RADIAL)</p> <p>¿Qué medios de comunicación tienen mayor accesibilidad para interactuar con la personería?</p> <p>¿De qué manera, se les facilita tener acceso a la información y a la interacción con la personería municipal de Yumbo?</p> |
|--|---|---|--|

Cuadro 4 (Continuación)

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>INTERACCIÓN</p> <p>Clemencia Rodríguez (2002), asume que hay una fuente que envía mensajes a un receptor, que a su vez se convierte en fuente, es decir que ambos se conciben en fuentes y receptores, lo que implica tener que conocer las verdades que ambas partes manejan sobre un tema a tratar, por lo que se debe abrir un espacio comunicacional, debido a que se asume que es necesario un intercambio de opiniones, o acercamiento al objeto en cuestión, por lo que habrá que escuchar al receptor o receptores constantemente para alcanzar una óptima interacción y no solo en cuanto las metas o estrategia lo amerite.</p> | <p>Canales de comunicación, retroalimentación entre comunidad y líderes comunitarios y personería municipal.</p> | <p>l</p> <ul style="list-style-type: none"> • Líderes comunitarios | <ul style="list-style-type: none"> • Líder comunitario <p>¿Conoce usted los canales que emplea la personería municipal de Yumbo, para escuchar a la comunidad y responder a las necesidades de la comunidad?</p> <p>¿Cómo interactúa con la personería municipal de Yumbo?</p> <p>¿Cuál es el medio de fácil acceso para la comunidad, para la interacción y solución a las posibles situaciones que se puedan presentar?</p> |
|---|--|---|--|

Cuadro 4 (Continuación)

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN</p> <p>Sandra Massoni (2008), plantea que son una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, es decir, un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden de selección de intervención sobre una situación establecida. Massoni propone que las estrategias son un modelo de desarrollo de manera de ser y de transformar. Es decir, que logre puntos de encuentros entre los sujetos que están inmersos en cada situación, teniendo en cuenta una planificación clara y eficaz para que haya una interacción; logrando así hacer de la comunicación un espacio de convergencia, en la cual esta sea la relacionante de la diversidad sociocultural, para que se pueda poner en juego de manera clara y permanente el sentido y la acción social.</p> | <p>Propuestas comunicativas que vinculen a la comunidad (Líderes comunitarios). Estrategias de comunicación implementadas para el punto de encuentro entre la comunidad (Líderes comunitarios) y entidad. Acciones programadas.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Líderes Comunitarios. | <ul style="list-style-type: none"> • Comunidad (Líderes comunitarios): ¿De qué manera cree usted, o por cuál medio, pueden vincular a la comunidad, en una propuesta de comunicación, entre la personería municipal de Yumbo y la comunidad: ¿Caso líderes comunitarios? ¿Cómo evidencia, o cómo cree usted, que es el punto de encuentro (Espacio donde hay una retroalimentación, se es escuchada a la comunidad y se da respuesta a las posibles problemáticas) entre la comunidad (Líderes comunitarios) y la personería municipal? |
|---|---|---|---|

Fuente: Elaboración propia

9.4. SISTEMATIZACIÓN GRUPO FOCAL

Cuadro 5. Sistematización grupo focal

| CATEGORÍA | FUENTE | PREGUNTA | RESPUESTA P1 | RESPUESTA P2 | RESPUESTA P3 |
|---------------|----------------------|---|--|---|--------------|
| PARTICIPACIÓN | LÍDERES COMUNITARIOS | <p>- ¿Qué espacios se abren y cómo se usan para la construcción del diálogo con la personería y la comunidad?</p> <p>- ¿De qué manera participan en los procesos de construcción de una sociedad más equitativa entre estado y comunidad, en los procesos comunicacional es de la personería municipal?</p> | <p>Los espacios que se usan o se abren con la comunidad, son los que se solicitan especialmente por medio de cartas a la personería municipal, no hay otro mecanismo, que permitan atender a la comunidad, puesto que de esa manera, se logra un diálogo, pero ya cuando hay un problema, no antes de manera preventiva.</p> | <p>Participan por medio de las reuniones sociales realizadas por las diferentes comunidades, con su respectivo líder social, que logra exponer los casos que se presentan a la personería municipal por medio de un funcionario de la misma. Del resto, no se hace uso de los mecanismos que la personería implementa, puesto que los líderes comunitarios, son quienes crean el espacio.</p> | |

Cuadro 5(Continuación)

| | | | | | |
|------------------|--|---|---|---|---|
| <p>COMUNIDAD</p> | | <p>¿De qué manera se identifican los espacios en común que hay en una comunidad?</p> <p>¿Cómo influye las condiciones de los actores sociales, ya sean sociales, económicas o territoriales en la interacción entre la personería municipal de Yumbo y la comunidad?</p> <p>¿De qué manera aporta a dar soluciones la comunidad a las problemáticas sociales por medio de la interacción entre la personería municipal de Yumbo y la comunidad?</p> | <p>Se identifican por medio de las necesidades que tienen la misma comunidad, que hacen que se unan las personas para lograr una acción en grupo.</p> | <p>Las condiciones de los actores sociales influye en la medida de los recursos que las personas tengan, los líderes buscan ser ese puente de esas personas entre personería y comunidad, puesto que afecta los canales de comunicación cuando las personas son de escasos recursos, porque no tienen cómo acceder a internet o un teléfono para lograr comunicarse, lo que escuchan y logran informarse es por la radio.</p> | <p>Los líderes sociales, aportan en la medida de ser ese canal, entre personería y comunidad, puesto que son voceros y llevan las necesidades generales, que pueden luego ser solucionadas de manera particular, como las reuniones que hacen en grupo, junto con la personería para dar soluciones en la comunidad. Pero puede servir, para casos específicos.</p> |
|------------------|--|---|---|---|---|

Cuadro 5(Continuación)

| | | | | | |
|----------------------------|--|---|---|--|---|
| <p>COMUNICACIÓN</p> | | <p>¿Cómo reciben la información que comparte la personería municipal de Yumbo? ¿Por cuáles medios reciben los mensajes y emiten la comunidad los mismos con la personería municipal? ¿De qué manera hay retroalimentación entre personería municipal de Yumbo y la comunidad caso: ¿Líderes comunitarios?</p> | <p>Se recibe por medio de los canales, FANPAGE, RADIO, PORTAL INTERACTIVO. Pero, los líderes se encargan de ser voceros cuando la información es importante y es compartida con la comunidad, puesto que no toda la comunidad tiene a ese acceso de información, incluso ni algunos líderes comunitarios.</p> | <p>Los líderes comunitarios, reciben la información más fácil vía comunicados físicos, para así compartir la información a la comunidad en sus respectivos espacios como casetas comunales. Puesto, que las redes son un poco más complejas, por temas de acceso a internet.</p> | <p>La retroalimentación, se hace de manera grupal, la comunidad se reúne con el líder social, plantean las situaciones a mejorar y las hacen llegar por medio de un oficio, siendo el caso, muy importante solicitan una reunión entre líderes y un funcionario de la personería.</p> |
|----------------------------|--|---|---|--|---|

Cuadro 5(Continuación)

| | | | | | |
|------------------------|--|--|--|---|---|
| <p>CONTEXTO</p> | | <p>¿De qué manera hacen uso de los canales de comunicación la comunidad, que tienen implementados la personería municipal de Yumbo? (FANPAGE, PORTAL INTERACTIVO Y PROGRAMA RADIAL) ¿Qué medios de comunicación tiene mayor accesibilidad para interactuar con la personería? ¿De qué manera, se les facilita tener acceso a la información y a la interacción con la personería municipal de Yumbo?</p> | <p>No hay mayor uso de los canales, por falta de interactividad, puesto que no fueron diseñados para las personas que no tienen acceso a internet, por las condiciones económicas, no permiten. A pesar, que la radio es escuchada, pero le falta difundir los temas a tratar.</p> | <p>El medio de mayor accesibilidad es la radio, para ser escuchada, pero le hace falta ser difundida, para saber previamente los temas y ajustar las preguntas, para responder a las inquietudes que tienen la comunidad.</p> | <p>La comunidad se les facilita, por medio de los programas radiales, pero que trabajen en temas que la comunidad requiera. Además, la recomendación que se hace desde los líderes comunitarios es que hagan un esquema que se puedan crear solicitudes de reuniones con la comunidad, para dar soluciones a los temas importantes, para prevenir problemas sociales.</p> |
|------------------------|--|--|--|---|---|

Cuadro 5(Continuación)

| | | | | | |
|---------------------------|--|--|---|--|---|
| <p>INTERACCIÓN</p> | | <p>¿Conoce usted los canales que emplea la personería municipal de Yumbo, para escuchar a la comunidad y responder a las necesidades de la comunidad? ¿Cómo interactúa con la personería municipal de Yumbo? ¿Cuál es el medio de fácil acceso para la comunidad, para la interacción y solución a las posibles situaciones que se puedan presentar?</p> | <p>La comunidad, es conocedora de los canales que emplea la personería, pero no son empleados, los líderes comunitarios, expresan, que es necesario que la personería muestre un orden para facilitar la participación. Puesto que, no saben los temas abordar, formatos de solicitud u horarios para crear</p> | <p>Los líderes comunitarios manifiestan, que se creería que por los canales de comunicación que tienen la personería, pero en ellos no ven respuestas oportunas, lo cual hace que la manera más eficaz, es acudiendo a las oficinas recogiendo las inquietudes generales de la comunidad, que representa cada líder social y plantearlas, para generar una posible solución desde la personería.</p> | <p>Para los líderes comunitarios, es de fácil acceso, acudir a la personería, aunque proponen que deberían crear formularios o fichas de temas a tratar, para que permitan tener una claridad el público o la comunidad, al momento de asistir a la atención al público, para que sea centrada en líderes comunitarios al menos una vez al mes, para colocar al tanto de lo que sucede.</p> |
|---------------------------|--|--|---|--|---|

Cuadro 5(Continuación)

| | | | | | |
|---|--|--|---|--|--|
| <p>ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN</p> | | <p>¿De qué manera cree usted, o por cuál medio, pueden vincular a la comunidad, en una propuesta de comunicación, entre la personería municipal de Yumbo y la comunidad: ¿Caso líderes comunitarios? ¿Cómo evidencia, o cómo cree usted, que es el punto de encuentro (Espacio donde hay una retroalimentación, se es escuchada a la comunidad y se da respuesta a las posibles problemáticas) entre la comunidad (Líderes comunitarios) y la personería municipal?</p> | <p>De manera previa, consultar a la comunidad los temas a tratar, por medio de un sondeo, ya sea por algún canal de comunicación de la personería, puesto, que los líderes comunitarios tienen acceso, pueden compartir la información con los de la comunidad y recoger la opinión de todos en una sola.</p> | <p>El punto de encuentro es cuando la personería municipal de Yumbo, se dirige a las comunidades a escuchar las problemáticas. También por medio de las jornadas de conciliación que realizan, permiten exponer los casos, aprender a cómo resolverlos en futuras ocasiones, lo más importante es que escuchan a la comunidad. Además, en el consultorio jurídico que realizan ciertos días en la personería, pero deberían esclarecer los horarios de los consultorios jurídicos.</p> | |
|---|--|--|---|--|--|

9.5. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DEL GRUPO FOCAL

Para iniciar, es preciso traer a los autores de Servaes & Malikhao (2007), que proponen que participación es una repartición más equitativa de ideas, conocimientos y del poder político también, que todas las partes deben de ser escuchadas, para que haya una participación. En ese sentido, y acorde con las respuestas de los entrevistados se logró evidenciar que en la Personería lo planteado por Servaes, porque en ésta, se cumple, pero porque la comunidad exige por medio de cartas reuniones sociales, abriendo el espacio para que la comunidad sea escuchada, reuniendo los líderes comunitarios a la comunidad que lideran, para así expresar las problemáticas que se presentan en su entorno social ante la personería municipal.

Para los autores Krauss (2001), Montenegro (2002) y Unger (1995), la comunidad es donde se manifiestan las características individuales que se comparten en conjunto con demás personas, conformando una comunidad, por parte de situaciones que se presentan y las necesidades que tengan momentáneamente. La personería municipal de Yumbo, no se ajusta a las condiciones de la comunidad, puesto que, quién se ajusta es el líder social, que se vincula y logra hacer puente entre personería y comunidad, para ser ese vocero para que la comunidad sea comprendida para darle solución a la problemática que se le presenta a la comunidad que lidera. A pesar, que se gestionan reuniones con la personería y con la comunidad, no son iniciativas propias, son espacios buscados por parte del líder comunitario. Por lo tanto, es un factor importante en el campo social, desde la comunidad, por lo que el líder social busca crear ese puente y darle solución a las falencias que todos tienen en común, lo que permite hacer espacio logrando una interacción desde comunidad hacia estado y no estado hacia la comunidad cómo debería ser, por ende es pertinente la realización de la gestión social, para contribuir a la interacción social, partiendo de una buena comunicación entre la misma comunidad para trabajar en conjunto con la entidad.

Comunicación por parte de Rodríguez (2002), afirma que “siempre se obtiene múltiples resultados, pero para que haya comunicación, debe de haber una estructura con significados y sentidos que se transmiten.” (p.1) Es decir, debe de estar preparada la información que se quiere transmitir, para así lograr tener una comunicación y adecuar los canales para que sean óptimos, para que esa información o mensaje a transmitir sea recibido con el significado y sentido que realmente corresponde. No obstante, en la personería municipal de Yumbo, no responde a esto, puesto que los líderes comunitarios evidencian que realmente no se prepara la información como se debe, no se piensa en ellos, por las condiciones sociales que estos presentan. De esa manera, haciendo que el líder sea quien se convierta en el vocero de la comunidad para mantenerla informada

de lo que personería manifiesta por medio de sus canales de comunicación. El líder comunitario, es quien toma la iniciativa de crear un mecanismo por medio de oficios, para la realización de las reuniones para expresar sus necesidades y ser escuchadas para tener soluciones, por parte de la entidad.

Lo anterior, cobra especial importancia, dado las características demográficas, sociales y culturales del municipio de Yumbo, que cuenta con 4 comunas y 36 barrios, a su vez cuenta con 10 corregimientos y 26 veredas, tiene más de 2000 fábricas asentadas en la zona limítrofe con la ciudad de Cali. A pesar, que cuenta con bastante industria, para el departamento administrativo de planeación e informática (2016), el municipio de Yumbo, contaba con un 57 % de población que pertenece a la pobreza, siendo de esa manera que, ese 57% no tiene acceso a la información por falta de recursos que le permitan contar con al menos internet, según ese departamento administrativo. A pesar de las cifras de pobreza que se maneja en el municipio, la personería municipal de Yumbo, tiene canales como la **Fanpage y el portal interactivo**, que funciona a través de la red de internet, lo cual se hace complejo para la comunidad acceder a la información en masa, a pesar que los líderes comunitarios prestan los espacios como las casetas o ellos mismos comparten la información, las condiciones no son las más óptimas, puesto que los líderes comunitarios manifiestan que lo ideal para hacer uso de ellos, es crear un esquema de temas a trabajar para que ellos sepan en qué momento consultar en las redes, para que haya un mejor interacción e igualmente opinan acerca del programa radial.

Rodríguez (2002) afirma que interacción es cuando el receptor se vuelve emisor y viceversa, es decir ambos se convierten en fuentes. Por lo tanto, hay es un intercambio de información o mensajes, en ambas direcciones, de las cuales son escuchadas y atendidas. Pero, en el caso de la Personería municipal de Yumbo, en los canales de comunicación empleados, no se convierten los dos en fuentes, los mensajes se envían unidireccionalmente, puesto que los líderes comunitarios manifiestan, que no hay interacción ni una respuesta oportuna, lo que los obliga acercarse a las instalaciones de la entidad, para llevar las solicitudes que tiene. Además, los líderes comunitarios, plantean que deberían crear fichas o esquemas que les permitan entender en qué momento acudir, los temas que van a trabajar para ellos así saber cómo abordar las situaciones y que se abran los espacios, para que ellos puedan acudir o solicitar reuniones en sus respectivas comunidades.

Para Massoni (2008) las estrategias de comunicación son planificadas, son diseñadas acorde a las necesidades presentadas, lo cual también vincula la interacción, donde todos son escuchados, para poder crear una comunicación entre los diferentes actores, creando una convergencia entre los sujetos, para así

lograr un punto de encuentro, por medio de una planificación clara y eficaz. (p.4). Pero, en la personería municipal las estrategias de comunicación implementadas no son consultadas previamente a la comunidad, para construirlas acorde a las necesidades de la comunidad. Acorde con lo expresado por los entrevistados, para éstos es importante que se realicen sondeos de posibles temas a tratar para que sean tomados en cuenta, en la hora de planificar una estrategia de comunicación, que permita tener un punto de encuentro entre Personería municipal y la comunidad En la personería municipal de Yumbo se realizan jornadas de conciliación y asesorías jurídicas, pero no son informadas con anterioridad manifestaron los líderes comunitarios. Aunque la personería se reúne en ciertos casos con la comunidad, los líderes comunitarios, sienten que no es suficiente puesto que no logran prevenir, solo se hacen cuando ya tienen un problema y necesitan dar solución. Por lo anterior, es necesario, establecer un punto de encuentro que permita, ser escuchada la comunidad oportunamente, para la mejora de los mecanismos de participación que están implementados en la personería municipal de Yumbo.

9.6 CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA DE RELACIONAMIENTO ENTRE LA PERSONERÍA MUNICIPAL DE YUMBO Y LOS LÍDERES COMUNITARIOS.

La personería municipal de Yumbo, orientada por el actual director, en aras de lograr un mayor acercamiento a la comunidad y cerrar esa brecha existente entre el estado y su población, ha decidido implementar nuevas propuestas que vayan de la mano con las tendencias de la tecnología actual, es por ello que se han puesto al servicio de la comunidad nuevas formas de interacción como lo es el numeral #MásCercaDeTi utilizado en sus redes sociales y con el que se pretende que los usuarios pertenecientes a la personería del municipio de Yumbo puedan establecer una mejor interacción **Entidad-Comunidad**, que a su vez le permita a dicha entidad el poder ser sabedores de las necesidades, propuestas e ideas que puedan aportar en pro del crecimiento del municipio y sus comunidades.

Además de ello, la Personería municipal de Yumbo también cuenta con su programa radial llamado “EL DEFENSOR”, el cual es emitido todos los jueves a la 1:00 pm por la frecuencia 107.0 FM de Yumbo Estéreo, y con el que se busca abarcar aún más a la comunidad Yumbeña y que no quede así ni un solo habitante al que no se le llegue y poder brindar de dicha manera más opciones en las que los habitantes del municipio puedan entrar a tener una mayor interacción con la entidad encargada de velar por sus derechos.

La personería municipal de Yumbo, cuenta actualmente con una serie de medios con los cuales propician el acercamiento con la comunidad, entre éstos están

boletines que se emiten constantemente en su página web, con los cuales se pretende que todo yumbeño sepa y sea conocedor de todas y cada una de las gestiones que se están llevando a cabo por parte de la personería para con la comunidad, y que de dicha manera no haya un desconocimiento de las labores que se realizan ahí, sino que por el contrario los yumbeños puedan ser partícipes de las gestiones adelantadas para el beneficio de la comunidad.

Sumado a esto, la Personería ha entendido que es necesario llegarle a toda la comunidad en aras de prestar un mejor servicio y tener una mejor y mayor interacción para con ellos, es por eso que además de las plataformas virtuales y radiales. Se ha decidido llegar a los sectores más vulnerables del municipio, donde por la escasez de recursos es más probable que estos no puedan acceder a las plataformas mencionadas anteriormente.

De ésta manera se busca atender las solicitudes que tenga la comunidad y que no puedan ser transmitidas a esta entidad, además de ello, se busca también de esa manera ejercer un control y vigilancia de los bienes públicos para con el cumplimiento de servicios como lo es el comedor escolar, o el restablecimiento de los derechos de los niños y niñas de Yumbo, brindando capacitación a los personeros estudiantiles en la promoción de derechos y la utilización de mecanismos en pro de la participación y control, con el fin de que estos puedan ejercer un buen funcionamiento en los colegios y escuelas del municipio.

9.6.1. Fanpage: la personería en redes sociales: numeral redes sociales #MásCercaDeTi. La Personería municipal de Yumbo ha decidido emplear dentro de sus mecanismos de interacción en sus redes sociales para con la comunidad un numeral, este busca ser empleado tanto por la entidad, como por los yumbeños, es decir lograr en conjunto crear una tendencia con la cual se pueda dar a conocer la labor que se ejerce dentro y fuera de la personería. Es por ello que este numeral tiene como finalidad que la comunidad sea conocedora de las gestiones a realizar y puedan ser partícipes de ellas empleando el #MásCercaDeTi, ya sea en aportes, ideas o en cualquier interacción que se quiera tener para con la entidad y así lograr crecer en tendencia y poder abarcar de dicha manera cada vez más a los yumbeños.

A pesar que este ítem tenga una finalidad, los entrevistados del grupo focal no son conocedores de todos los medios o canales de comunicación que la entidad emplean, puesto que no cuentan con acceso a internet, o los que se dan por enterados no tienden a llamarles la atención del contenido publicado, puesto que lo expresado es que los contenidos no cubren la necesidad de información que tiene la comunidad Yumbeña.

9.6.2. Programa radial: el defensor 107.0 fm yumbo estéreo. Es un programa radial que la personería emplea como mecanismo de interacción para con las generaciones que prefieren los medios de difusión alternos o diferentes al de las plataformas tecnológicas, con esto se busca poder llegar a dicha comunidad y tener una interacción más cercana con los oyentes por medio de la cual se puedan hacer saber las labores que se están realizando ahí y además de ello poder acatar las solicitudes que se tengan y brindarles soluciones oportunas para dar cumplimiento a los derechos y servicios que tienen los habitantes de Yumbo y los cuales son representados por medio de dicha entidad.

No obstante, la comunidad no siente que los temas sean abordados correctamente puesto que no se les avisa oportunamente para estar preparados para las dudas y posibles preguntas a realizar durante las emisiones radiales, evitando ir hasta las instalaciones de la personería, pero se pierden la oportunidad y deben de acercarse a las instalaciones. Además, el moderador del programa radial, no maneja adecuadamente el espacio, ya que corta las llamadas, hace señales de cortarlas o extender el tiempo para evadirlas repitiendo ideas mencionadas por el funcionarios encargado en desenvolver el tema del día.

9.6.3. Portal interactivo: boletines página web. Por medio de este mecanismo, la personería busca que toda persona que ingrese a su página web pueda conocer la gestión, proyectos y plan de acción que se tiene para con la comunidad del municipio, es por ello que constantemente se están actualizando con el fin de lograr hacer partícipes a los yumbeños de todas las labores a realizar y poder crear de esa forma una interacción oportuna que pueda ayudar a contar con el apoyo, aprobación y colaboración de estos para la plena y efectiva ejecución de dichas labores.

El portal interactivo sigue siendo desconocido por una parte de los líderes comunitarios, pero por otro lado, los que conocen este portal afirman que el contenido allí publicado no se ajusta a su diario vivir, lo que hace que la agenda en temas de la personería no se este tocando con la comunidad, puesto que los líderes expresan que, deben de tenerse en cuenta en estos medios, puesto que ellos saben lo que suceden a diario y que no se ajusta a sus realidades.

10. PROPUESTA DISEÑO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA PARA POTENCIAR LA INTERACCIÓN ENTRE LA PERSONERÍA MUNICIPAL DE YUMBO Y LOS LÍDERES COMUNITARIOS.

La siguiente propuesta de estrategia de comunicación, está relacionada con los programas o proyectos que se identificaron en la investigación para mejorar la interacción entre la personería municipal de Yumbo con los líderes comunitarios.

Como ha sido evidenciado durante el trabajo, hay una falta de estructura formal de los canales de comunicación en la personería municipal de Yumbo, por ende, se hace necesario la propuesta de una estrategia de comunicación clara y concisa de divulgación, participación e interacción por parte de la entidad, donde la gran parte de los líderes comunitarios no hacen uso de ellos.

Por lo tanto, la estrategia de comunicación participativa es acorde a lo que propone la UNESCO que debe tener los tres factores:

- ❖ “Acceso”, “Participación”, “Auto-gestión”.
- ❖ “Acceso” uso de los medios a favor del servicio público.
- ❖ “Participación” Vinculación a la comunidad en la producción, planificación y gestión, en los sistemas de comunicación.
- ❖ “Auto-gestión” el público tiene participación en la toma de decisiones.

Por consiguiente, se hace necesario la creación de una estrategia comunicativa teniendo en cuenta la importancia para los líderes comunitarios, puesto que la estrategia vincula los tres factores que propone la UNESCO.

10.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Siendo considerado importante para la comunidad, que reconozcan los procesos comunicativos de la personería. Es necesario brindar información clara y concisa para su conocimiento, generando en ellos apropiación de los canales de comunicación implementado por la personería.

Esta estrategia de comunicación es diseñada y propuesta desde la visión de Sandra Massoni, quien plantea que son una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades. Por lo tanto, debe de estar relacionada con un mensaje correcto y en tiempo oportuno, para ser capaz de obtener cambios que incrementen el interés de los líderes comunitarios con la personería municipal de Yumbo. Por consiguiente, la estrategia busca fomentar la participación y la interacción de los líderes comunitarios con los canales de comunicación de la personería municipal de Yumbo.

10.2 JUSTIFICACIÓN

Es necesaria esta estrategia de comunicación para la personería municipal de Yumbo, puesto que no tiene una claridad, una planificación en el uso de los canales de comunicación. Por lo anterior, hace que sea complejo la interacción y la participación de los líderes comunitarios con la personería. Por ende, es necesario planificar y clarificar los mensajes, para que sea oportunos para que de esa manera se incremente el interés por parte del público objetivo.

10.3 OBJETIVOS

- Informar a los líderes comunitarios acerca de los procesos que se ejecutan o se realizan en la personería municipal de Yumbo.
- Sensibilizar a los líderes comunitarios a la participación en la gestión social de la Personería mediante la pertinente utilización de la Comunicación participativa y uso estratégico de los medios y canales de información y comunicación.

10.4. PÚBLICO OBJETIVO

Esta estrategia de comunicación va dirigida a los líderes comunitarios, quienes son la representación de la comunidad del municipio de Yumbo. Este público, son líderes sociales activos, que varían en las edades desde los 24 y 60 años en promedio.

10.5. TÍTULO: “TODOS Y EN TODO: LA PERSONERÍA Y LOS LÍDERES COMUNITARIO POR EL BIENESTAR DE LOS YUMBEÑOS”

Se fortalece la manera de informar de las acciones, procesos y lo ejecutado por parte de la personería municipal de Yumbo, para la apropiación de los canales de comunicación de la entidad.

10.5.1 Mensaje clave. “Infórmate de los procesos por parte de la personería”

10.5.2 Táctica: evento. Realizar periódicamente, mes a mes una actividad informativa, por medio de charlas acerca de los procesos que se realizan en la entidad y la manera de funcionar los canales de comunicación que emplea la personería municipal de Yumbo. Además, se mantendrá una constante interacción con la comunidad, puesto que los líderes comunitarios manifestaron, que tenían más facilidad asistir a las instalaciones de la entidad y darse por enterados ya se por comunicados físicos o reuniones, por lo tanto, se propone la charla mes a mes, para que se mantengan informados y además, para que se den por enterados de los movimientos en los canales de comunicación de la personería.

Durante la jornada del evento, se llevarán a cabo la retroalimentación por parte de los líderes comunitarios, para mejorar los canales de comunicación. De los cuales deberán llenar la siguiente tabla para mantener un control y registro de la charla informativa.

Cuadro 6. Listado de asistencia, observaciones y recomendaciones.

| n° | Nombre completo | Número de identidad | Correo electrónico | Número telefónico | Tema de la charla | Observaciones | Recomendaciones |
|----|-----------------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|---------------|-----------------|
| 1 | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 7. Observaciones y recomendaciones de los canales de la personería

| Canal de comunicación | Observaciones | Recomendaciones | Califique del 1 al 5, cada medio. |
|-----------------------|---------------|-----------------|-----------------------------------|
| FANPAGE | | | |
| PORTAL INTERACTIVO | | | |
| EMISORA | | | |

Fuente: Elaboración propia

La personería municipal deberá diligenciar una tabla con los temas a trabajar y ser publicados en sus canales de comunicación (FANPAGE, PORTAL INTERACTIVO, RADIO) para que los líderes comunitarios se den por enterados oportunamente del tema a trabajar.

Cuadro 8. Control de temas a trabajar

| Nombre del funcionario (quien dará la charla) | Tema abordar | Definición del tema abordar | Fecha | Hora | Lugar |
|---|--------------|-----------------------------|-------|------|-------|
| | | | | | |
| | | | | | |

Fuente: Elaboración propia

Realizar la siguiente pregunta en la Fanpage y el portal interactivo ¿Qué tema le gustaría que la personería abordara en las reuniones de mes a mes, con los líderes comunitarios?

Además, se organizará un esquema a trabajar en los programas radiales y compartir la información en sus distintos medios de comunicación. Para que los días de emisión, los ciudadanos participen despejando sus dudas. Publicando de a 4 temas, puestos que los programas salen al aire los días jueves, siendo en total 4 al mes.

Cuadro 9. Control de temas a trabajar en el programa radial.

| # | Nombre del funcionario (Encargado del programa) | Tema abordar | Definición del tema abordar | Fecha | Hora | Lugar |
|---|--|-----------------|--------------------------------|-------|------|-------|
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | | | |
| 3 | | | | | | |
| 4 | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia

10.5.3 Actividades. Para el desarrollo de la actividad, se requiere de lo siguiente:

- Aprobación por parte del personero municipal
- Convocatoria de los líderes comunitarios.
- Solicitud de permisos.
- Realización logística.
- Llenar los formatos previos, para el desarrollo de la charla.

- Divulgación de la información del evento, en los diferentes canales **Fanpage, portal interactivo y emisora.**
- Diseño de publicidad, con la información correspondiente.

10.5.4 Indicadores. Se espera, que sea el 80 % de efectividad en los canales de comunicación. Con la ficha. 01 expuesta anteriormente, se pretende medir la asistencia de la charla que se realizará mes a mes en la personería municipal de Yumbo, esperando arrojar las opiniones y observaciones de los líderes comunitarios que asistan a ellas, para tener claridad en los aspectos a mejorar, para construir mejores mecanismos de participación por parte de la personería municipal de Yumbo, para cumplir de esta manera con el término “acceso” que propone la **Unesco**, colocar en servicio de la comunidad los medios. También, a la “Auto-gestión” el público tiene participación en la toma de decisiones, puesto que con las reuniones mes a mes, permite tener una retroalimentación acerca de cómo se están empleando los canales de comunicación por parte de la personería.

10.5.5 Responsables

- Comunicador Social de la personería municipal de Yumbo.
- Funcionarios públicos de la personería municipal de Yumbo.
- Líderes comunitarios del municipio de Yumbo.

10.6 FECHAS

- Fecha de inicio: martes, 20 de febrero 2018.
- Fecha de finalización: martes, 20 de noviembre del 2018.

10.7 TÁCTICA: #LIDERCOMUNITARIOINTERACTUANDO

Esta iniciativa, parte que el líder comunitario mantenga en contacto por medio de las redes sociales, permitiendo difundir entre la comunidad para dar a conocer los procesos, proyectos y lo que se ejecuta en la personería municipal de Yumbo. Siendo de esta manera, que se fortalezca los canales de comunicación de la personería municipal de Yumbo, cumpliéndose la “Participación” como lo plantea la **Unesco** la vinculación de la comunidad en la producción, planificación y gestión,

en los sistemas de comunicación. Construyendo en conjunto, la interacción social entre entidad pública y comunidad.

Se invitará a un líder comunitario aleatoriamente a cada actividad, durante las emisiones radiales, entrevistas, reuniones en comunidad para que hagan parte de las acciones sociales que realiza la personería, publicando vídeos, fotos y boletines con el líder comunitario activando el hashtag para que se reproduzca entre los ciudadanos, acompañando en especie de verificación que la personería le apuesta a la participación a la comunidad.

10.8 MENSAJE CLAVE

Interactuando creamos comunidad.

10.9 ACTIVIDADES

- Aprobación por parte del personero municipal de Yumbo.
- Selección de líder comunitario aleatorio.
- Normas y políticas en el desarrollo de las actividades por parte de la personería a realizar con el líder comunitario.

10.10 INDICADOR DE LA ACTIVIDAD

Se prevé que la participación sea del 100% de los líderes comunitarios, puesto que se escogerá uno aleatoriamente, en cada actividad a realizar por parte de la personería o en su defecto, quien tenga la disposición.

10.11 RESPONSABLES

- Comunicador social de la personería municipal.
- Funcionario público quien realice la actividad con líder comunitario.

10.12 FECHAS

- Fecha de inicio: jueves, 22 de febrero 2018.
- Fecha de terminación: jueves. 22 de noviembre 2018.

11. APORTE DEL TRABAJO DE GRADO A LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La investigación realizada, donde se hizo un análisis de estrategias de comunicación e interacción entre la Personería municipal de Yumbo y los líderes comunitarios, se ubica en la línea de investigación de Comunicación Participativa, dada su implicación directa con el sentido de pertenencia social y popular, en el que busca mediante diálogos constructivos la resolución de problemas o situaciones, tal como lo dice Valle Rojas(2004) Cuando hace mención que no se trata sólo de difundir información, sino de establecer puentes, vínculos y redes de comunicación. Por lo tanto, se relaciona para que haya una manera de fomentar la cultura colaborativa y de la participación ciudadana de los líderes comunitarios, en relación con la Personería de Yumbo.

Es decir, que se fomente una interacción social, pensada desde la comunicación participativa, que permitirá establecer participantes que intercambien información a través de los diversos canales o mecanismos que están diseñados para la comunicación, desarrollando un mensaje y una acción, que se puedan entender a quien le llega el mensaje para que pueda dar respuesta al locutor quien le emite el mensaje o hacer réplica de lo que ha recibido, para así no caer en la imposibilidad de comunicar y la imposibilidad de actuar como lo expone el académico chileno Francisco Javier Garrido.

Logrando así que a la comunidad no se le trate como muda, o se le corte la voz y opinión que puede tener, sino que por el contrario esté informada sobre los procesos y proyectos que se están llevando a cabo dentro de la personería y generando de dicha manera una sensibilidad que traiga consigo la participación de los Yumbeños en los diversos procesos que se realizan dentro y fuera de la entidad.

Para que de esa manera puedan ser partícipes y tenidos en cuenta, logrando así darles voz y la oportunidad de ser escuchados y en conjunto crear estrategias que permitan un óptimo desarrollo en el que el pilar y base de todo sea escuchar al otro para partir de ahí a dar solución a conflictos, problemas, poner en marcha proyectos y cerrar brechas existentes entre el estado y comunidad para trabajar de la mano en pro de un cambio y desarrollo social en el que la comunicación participativa sea el eje y camino a la consecución de las metas trazadas.

12. CONCLUSIONES

Este proceso investigativo deja como conclusiones que existen dos grandes enfoques de comunicación participativa, que son evidenciados desde lo epistemológico, uno es el de freire (1970,1973, 1983, 1994) y el otro es de la Unesco (1970).

Paulo freire propone la mirada desde la teoría dual “Los pueblos que estén bajo régimen deben de ser tratados con respeto como seres humanos en los diferentes procesos políticos”, y la UNESCO propone “Acceso” como medios a favor del servicio público, “Participación” vinculación de la comunidad en la producción, planificación y gestión en los procesos comunicativos, “Auto-gestión” el público tiene potestad de la toma de decisiones, creación de políticas y la formulación de comunicación.

Una vez teniendo en claro lo anterior, se logra esclarecer el camino para hallar la respuesta a la pregunta de investigación que se ahondó en este trabajo de grado sobre ¿Qué tipo de estrategias de comunicación participativa pueden contribuir a mejorar la interacción entre la personería municipal de Yumbo y la comunidad: caso líderes comunitarios?

Teniendo como base la pregunta problema, se identificó que en la personería municipal de Yumbo, tiene diversas falencias en sus procesos comunicativos, puesto que la gran mayoría de los entrevistados en el grupo focal no estaban de acuerdo con los procesos comunicacionales que se llevaban a cabo, puesto que no eran tenidos en cuenta y además, los temas que se planteaban no estaban agendados y comúnmente no se reflejaban a la necesidad de la comunidad, puesto que la comunidad, no estaba siendo participe de esos temas abordados en los diferentes espacios y/o canales de comunicación de la personería municipal de Yumbo.

Para tener más claridad, se trae el caso del programa radial, la comunidad no es informada adecuadamente, por lo tanto no saben cuáles son los temas abordar durante las emisiones radiales, que es hecho para la comunidad, pero no tiene manera de participar, por los actos comunicativos o gestuales que hace el moderador impidiendo su participación durante las llamadas. Es decir, quitándole la posibilidad de hacerlo. Por lo tanto, la comunidad está perdiendo la posibilidad de tener una comunicación asertiva con la personería, alejándose de construir una

comunicación participativa como las propuestas desde los dos enfoques, tanto como el de la Unesco y la de Freire (1973).

Además, se deja en evidencia que hay una falta de planificación en las estrategias de comunicación, no existe un orden real. Para Massoni(2008), es necesario tener una planificación y programación para desarrollar una interacción humana desde los intereses que existan, pero dentro de la personería, como están organizados los canales de comunicación no existe dicha planificación, los líderes comunitarios manifiestan que lo publicado en los canales de la entidad, no se ajusta a la realidad que ellos sienten vivir, por lo que conlleva a la pérdida de la interacción humana.

Por lo tanto, en concordancia a lo evidenciado durante el proceso investigativo, se propuso una estrategia de comunicación participativa que apunta los tres principios de la Autogestión, participación y acceso, expuesta por la Unesco, y que mediante las actividades propuestas se pretende fortalecer el accionar comunicativo y social de la Personería municipal de Yumbo y su relacionamiento con los líderes comunitarios, y así, dar respuesta a la problemática evidenciada entre este ente del Estado municipal y la comunidad

En este proceso de investigación arroja que es necesario que la ciudadanía, sea parte de los procesos comunicacionales de las entidades públicas, para que de esta manera tengan óptimas respuestas. Además, cumpliendo los criterios del tipo de estrategia de comunicación participativa que propone la UNESCO que es “Acceso”, “Autogestión” y “Participación” para que la comunidad logre apropiarse de los medios y trabajen a favor de la misma.

Se ha trabajado a favor de una comunidad que necesitaba sentirse escuchada, para volver a tener un sentido de pertenencia que conlleve a un trabajo en equipo, tanto de ellos como de la entidad y de dicha manera trabajen juntos en el fortalecimiento de una comunicación participativa, que dé como resultado el desarrollo y cambio social anhelado. De cierta manera, se está dando voz a la comunidad en este caso a los líderes comunitarios, ya que, para Servaes &Malikhao (2007) quienes afirman que “La gente no es “afónica” porque no tenga nada que decir, sino que a nadie le interesa escucharla”. Por lo que se hizo necesario trabajar a favor de la comunidad, para que sea escuchada y logre apropiarse de los recursos.

Por último, se hace necesario hacer unas recomendaciones , siendo pertinente en el proceso comunicacional entre los líderes comunitarios, con el fin de mejorar el acto comunicativo entre entidad pública y la comunidad. De esta manera,

brindando información adecuada y oportuna a la ciudadanía, para que puedan participar de los programas radiales y/o actividades que se realicen en la personería municipal de Yumbo.

Además, es pertinente capacitar a los líderes comunitarios acerca de los mecanismos de participación existentes, para que puedan contribuir en sus comunidades y explicar con mayor propiedad a lo que los ciudadanos tienen derecho, para que no se sientan excluidos dentro de los actos celebrados en el municipio.

Es pertinente también, crear una encuesta periódica sobre las percepciones que tiene los Yumbeños o los líderes comunitarios, para saber cómo ven a la personería de Yumbo, desde todos los ámbitos y evaluar constantemente la evolución comunicativa que tienen y lograr identificar las falencias que presentan.

Para que de esta manera, se mejore el acto comunicativo, predominando en la sociedad la comunicación participativa, para mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos, para contribuir a un estado más incluyente, teniendo como resultado un cambio social.

BIBLIOGRAFÍA

- Barbero, J. M. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A. de C.V.
- Bartoli, A. (1992). *Comunicación y organización: La organización multidimensional*. Buenos Aires: Acme
- Beas Miranda, M. (S/F). Ciudadanía y procesos de exclusión. España: Universidad de Granada. Recuperado de: <file:///C:/Users/Comunicaciones/Downloads/Dialnet-CiudadaniaYProcesosDeExclusion-2963063.pdf>
- Borja, J. (S/F) *Gobiernos locales, políticas públicas y participación ciudadana*. Argentina: Aportes para el Estado y la Administración Gubernamental. Recuperado de: http://www.asociacionag.org.ar/pdfaportes/19/a19_03.pdf
- BORJA B. J, Iguarán Pimienta M. C. López Á.L. (2008). *Lo que construimos desde abajo: comunicación para la paz en Colombia*. (Trabajo de pregrado). Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis113.pdf>
- Calderón, J., & López Cardona, D. (S/F.). *Orlando Fals Borda y la investigación acción participativa: aportes en el proceso de formación para la transformación*. España: Centro cultural de la cooperación-
- Calero J.L.(2000) investigación cualitativa y cuantitativa: problemas no resueltos en los debates actuales. *Rev Cubana Endocrinol*,11(3):192-8.
- Contreras Sierra, R (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Signo, pensamiento & gestión*, 35. Universidad del Norte, 152-181, 2013 155 Recuperado de: [/pensamiento/article/viewFile/6115/3518](pensamiento/article/viewFile/6115/3518)

- Daintonl, M. (2004). *Applying Communication Theory for Professional Life: A Practical Introduction*. Usa: La Salle Universit
- De Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional: La expresión oral en la comunicación organizacional*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Del Valle Rojas C. (2004) Comunicación Participativa: Aproximaciones desde América Latina. *Revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, 4, 113-130-Doi. ISSN 1696-2079
- Diario Oficial No. 41.377 de 2 de junio de 1994. Ley 136 de 1994. Constitución de Colombia.
- Fernández L. S. (2007). *Cómo gestionar la comunicación en organizaciones públicas y no lucrativas*. Madrid: Narcea
- Fernández Miranda, R. (2009). *Contrapublicidad*. Madrid, España: Libros en acción.
- Fiske J. (1985). "Teoría de la comunicación" en introducción al estudio de la comunicación. España. Editorial Herder
- Foucault, M. (1988.). El sujeto y el poder. México: *Revista Mexicana del poder*, 50 (3), 3-20
- Giovanni E. Reyes (2007). *Teoría de la Dependencia*: Santiago de Chile: Zona económica. Cepal. Recuperado de:<https://www.zonaeconomica.com/teoria-dependencia>
- Guillen, A., Sáenz, M.-H., & Castillo, J. (2009). Origen, espacio y niveles de participación ciudadana. *International Journal of GoodConscience*, 4(1): 179-193.

Gumucio D. A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Revista Signo y pensamiento*.23 (44), 1-14

Imen, P. Frisch, & N. Stoppani, Edits.) *I Encuentro hacia una Pedagogía Emancipatoria en Nuestra América*. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/blogs/boviedo/files/pedagogc3adas-eman-lc3b3pez-cardona-y-calderc3b3n.pdf>

Jaramillo Gómez, O. (2009). El ejercicio del poder en las Junatas de Acción Comunal rurales: El caso del municipio de Sonsón, Antioquia.(Tesis de maestría). Universidad Pontificia Bolivariana, Bogotá; Colombia.

Marshall, T., & Bottomore, T. (1991). *Ciudadanía y clase social*. Bogotá: Alianza Editorial. Recuperado de: <http://estrategia.gobiernoonlinea.gov.co/>.

Martin Serrano, M (1982): “*El modelo dialéctico de la comunicación*”, en Martin Serrano, Manuel et al.: *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid: Alberto Corazón

Massoni S (2008). *Los desafíos de comunicación en un mundo fluido*. Argentina: Universidad nacional del Rosario

Oakley, P. (1991). *ProjetswhitPeople. The practice of participation in rurldaevolpment*.Londres: International Labour Office, Geneva

Perticará M. (2004).*Quien expuso sobre la “Comunicación y gestión participativa de proyectos*. Argentina: Publicación de las naciones unidos

Quijano, A.c(2014). *Colonialidad del poder y clasificación social. Argentina: Clacso*. Recuperado de: <http://www.lavaca.org/wp-content/uploads/2016/04/quijano-clasificacion-social.pdf>

Rodríguez, C, Vega, H, Obregon Rafael, (2002). Estrategias de comunicación para el cambio social. *Friedrich-Ebert-Stiftung*.Doi: 10.13140/2.1.4597.5368

- Román, M. S. (2005). La comunicación en las instituciones del sector público. *La trama de la comunicación*, 10, 1-17. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927060016>
- Sanchís, J. (2000). *Comunicar con éxito: La filosofía de la comunicación*. Barcelona: Gestión.
- Servaes J,&MalikhaoP. (2007). *Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?* Argentina: Clacso, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Susinos Rada,T& Rodríguez Hoyos, C. (2010). *La educación inclusiva hoy. escenarios y protagonistas*. Santander: Universidad de Cantabria.
- Subirats, J. (2002). Los dilemas de una relación inevitable. innovación democrática y tecnologías de la información y de la comunicación. España Universidad d Barcelona Recuperado de: http://auditoriaciudadana.com.ar/documentos_interes/21.pdf
- Stanton, W. et al (2007). *Fundamentos de Marketing*. 10 ed. Madrid: de McGraw-Hill Interamericana
- Toro, J y Rodríguez; M. (2001) La comunicación y la movilización social en la construcción de bienes públicos.Washington: Banco interamericano de desarrollo Recuperado de: <http://services.iadb.org/wmsfiles/products/Publications/2220179.pdf>
- Vicepresidencia de la república de Colombia. (2009). *Guía para el personero*. Bogotá: Programa presidencial de Derechos Humanos.
- Yerena, M del S.(2000). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: de Fonseca Pearson.
- Yumbo, S. d. (2017). *Plan Estratégico 2017-2020*. Yumbo: personería Municipal