



LOS LIBERTADORES
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

**Estrategia de comunicación para el desarrollo social
del municipio de Paime - Cundinamarca**

Kevin Hudgson Roldán
Paula Daniela Ruiz Penagos
Laura Camila Torres Sánchez

Trabajo presentado como requisito para optar título en profesional de
Comunicación Social – Periodismo

Director: William Roberto Tinoco Herrera
Comunicador Social - Periodista, Mg. en Comunicación y educación

Fundación Universitaria Los Libertadores
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Carrera Comunicación Social - Periodismo
Bogotá D.C.

2021

Índice

Resumen	8
Introducción	10
Antecedentes	12
Municipios fantasma	12
Paime	13
Diagnóstico	17
Descripción del problema	17
Delimitación del problema	19
Causas del problema y sus consecuencias	21
Características del problema	21
Pregunta de investigación	22
Objetivos	23
Objetivo general	23
Objetivos específicos	23
Estado del arte	24
Estrategias	24
Talleres	26
Capacitaciones	27
Marco teórico	29

Teorías	34
Marco metodológico	37
Enfoque y tipo de investigación	37
Técnicas	39
Técnicas de recolección de datos	39
Técnicas de validación	42
Técnicas de análisis	43
Población y/o muestra	45
Resultados y análisis	47
Resultados	47
Diseño de la estrategia	56
Estrategia	56
Actividades que componen la estrategia	56
Misión	57
Visión	58
Objetivos	58
Discurso	58
Público objetivo	58
Target	58
Quiénes, Cómo, Cuándo y Dónde	59

Qué se quiere lograr	59
Proceso	59
Herramientas de Marketing y comunicación	60
Sostenibilidad	60
DOFA	62
Implementación	63
Talleres y capacitaciones	63
Evidencias	65
Hallazgos	65
Justificación del medio (Encuesta y resultados)	66
Creación de marca para el medio de comunicación propuesto	80
Propuesta de estructuras para los programas radiales	81
Conclusiones	84
Bibliografía	86

Lista de tablas y figuras

Infografía 1. Límites geográficos del municipio.....	14
Infografía 2. Piame y sus veredas... ..	15
Infografía 3. Datos importantes de Paimé.....	16
Infografía 4. Técnicas de observación	40
Infografía 5. Entrevista... ..	41
Infografía 6. Encuesta... ..	42
Infografía 7. Sondeo.....	43
Infografía 8. Tabulación.....	44
Infografía 9. Hermenéutica... ..	45
Infografía 10. Población y/o muestra.....	46
Infografía 11. DOFA.....	62
Figura 1. ¿Cree usted que un medio contribuye al desarrollo social de la comunidad de Paimé?.....	74
Figura 2. ¿Qué medio de comunicación sería el indicado para este municipio?	75
Figura 3 ¿Estaría de acuerdo con que la Alcaldía de Paimé y la Gobernación de Cundinamarca sostengan este proyecto?.....	76
Figura 4 ¿Participaría en alguna actividad que desarrolle este medio?	77
Figura 5 ¿Qué temáticas serían las ideales para este medio?.....	78
Figura 6 ¿Qué nombre sería de su preferencia?	79

Fotografía 1. Entrada al municipio de Paima - Cundinamarca	48
Fotografía 2. Fachada de la Alcaldía de Paima	49
Fotografía 3. Vista desde la Alcaldía de Paima	50
Fotografía 4. Iglesia de Paima	51
Fotografía 5. Viviendas en el municipio	52
Fotografía 6. Medio de transporte paimero	53
Fotografía 7. Local múltiple - 3x1	54
Fotografía 8. Funcionarios de la Alcaldía	70
Fotografía 9. Funcionario de la Alcaldía	71
Fotografía 10. Funcionaria de la Alcaldía	72
Fotografía 11. Funcionarios de la Alcaldía	73
Imagen 1. Página web de la Alcaldía de Paima	18
Imagen 2. Datos sobre accesos de internet	20
Imagen 3. Preguntas 1, 2 y 3 del formulario	67
Imagen 4. Preguntas 4 y 5 del formulario	68
Imagen 5. Preguntas 5 y 6 del formulario	69
Imagen 6. Manual de identidad corporativa	81
Imagen 7. Parrilla de contenidos	83

Agradecimientos

Esta tesis está dedicada principalmente a Dios quien ha sido nuestra fortaleza y nos ha guiado durante todo este proceso lleno de amor, dedicación, aprendizaje e investigación.

A nuestros padres quienes, con su amor, paciencia y esfuerzo, nos han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcarnos el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer a las adversidades.

A nuestros hermanos por su cariño y apoyo incondicional, por estar con nosotros en todo momento, gracias. A toda nuestra familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron parte de esta gran experiencia que nos enseñó el verdadero valor de la resiliencia.

Además, queremos agradecer a los servidores públicos de la Alcaldía de Paime, quienes estuvieron dispuestos a colaborarnos y por supuesto a sus habitantes que desde el comienzo nos apoyaron y participaron de las actividades realizadas.

A cada uno de nosotros que con empeño, responsabilidad, llanto y amor hicimos de este proyecto un legado para el municipio de Paime, Cundinamarca.

Resumen

El presente trabajo de grado consiste en desarrollar una estrategia comunicativa, y a su vez, contribuir en el desarrollo social de una población que nunca ha sido escuchada y que vive desconectada y en olvido. Esta población está ubicada en un municipio del departamento de Cundinamarca, llamado Paime, ubicado en la Provincia de Rionegro, a 85 km al norte de Bogotá. Este municipio cuenta con aproximadamente 4.700 habitantes, que se distribuyen en 4 inspecciones y 36 veredas.

En esta investigación se pretende implementar una estrategia de comunicación para mejorar la comunicación de los habitantes del municipio trabajado, donde los paimeros puedan expresar sus ideas, ser escuchados y alzar su voz, proponiendo a partir de un diagnóstico la creación de un medio de comunicación que tanto anhelan.

Se espera que esta estrategia aporte al desarrollo social de la comunidad, a partir de la realización de talleres, capacitaciones y una propuesta de un medio de comunicación, permitiendo la aplicación de los procesos y conocimientos adquiridos con la ayuda de los creadores de este proyecto.

La comunicación en una población permite que todos sus integrantes puedan estar informados de diferentes problemáticas que los afectan, brindando un acompañamiento a la comunidad, visibilizando su manera de vivir.

Como estudiantes de Comunicación Social- Periodismo, nos preocupamos por el desarrollo social de las comunidades y por los proyectos de interés social, es por esto que

decidimos buscar departamentos, regiones o municipios que en la actualidad siguen siendo olvidados por parte del estado o que no cuentan con estrategias ni medios de comunicación

Luego de una extensa búsqueda, se tomó la decisión de trabajar con el departamento de Cundinamarca, ya que existen municipios en donde la comunicación no funciona de manera eficaz, por lo cual es necesaria la ejecución de una estrategia comunicativa. Esto lo evidenciamos debido a que se realizaron varias visitas al municipio, percibimos que la comunidad no tenía claro el concepto de comunicación, ni sus procesos.

La comunicación es el intercambio de toda clase de opiniones y noticias mediante el habla, la escritura, el sonido, la imagen u otros tipos de señales, que son importantes en una comunidad, es por ello que se evidencia la necesidad de crear y desarrollar un proyecto que satisfaga las necesidades de la comunidad.

Siendo profesionales en formación, dejamos en proceso la ejecución de una estrategia de comunicación que busca la cooperación de los entes gubernamentales y de la población para contribuir con el desarrollo social para el municipio, con bases de comunicación y conceptos claves, para los líderes de las principales veredas y barrios, quienes serán los principales co-participantes de esta iniciativa.

Introducción

La necesidad de formular estrategias sociales y comunitarias es cada vez mayor en el departamento de Cundinamarca, por tal motivo se llevará a cabo la implementación de una estrategia de comunicación, compuesta por talleres y capacitaciones que promuevan el desarrollo social del municipio de Paime; apoyando a las comunidades vulnerables y apartadas del departamento, donde se evidencia la ausencia de medios comunicativos, interacciones y espacios que permitan una comunicación más asertiva en la comunidad.

Es por esto que a continuación se presenta un análisis extenso para llevar a cabo esta estrategia necesaria, útil y provechosa en el municipio de Paime.

El interés por este proyecto surge de la necesidad de crear una estrategia comunicativa con un enfoque social, fomentando aportes positivos, pensando siempre en el desarrollo de la comunidad.

Los ejes que se abordan en esta estrategia de comunicación son comunidades, participación, educación, desarrollo social y la comunicación participativa, esto con la finalidad de dar a conocer la importancia de la comunicación, siendo un factor indispensable para promover el desarrollo social y mejorar la condición de vida de los habitantes, democratizando las sociedades y empoderando a las comunidades más vulnerables, creando diálogos respetuosos entre el área rural y urbana. Para la cual es necesario aumentar la participación y los conocimientos relacionados con la comunicación en el municipio de Paime, Cundinamarca. Llevando a cabo, espacios que permitan el bienestar de los habitantes de las veredas y de la cabecera municipal.

Se debe resaltar que esta investigación desde el inicio fue planteada para desarrollar la creación de un medio de comunicación para la población de Paime - Cundinamarca que

lamentablemente no cuenta con uno. Sin embargo, con las restricciones por la pandemia del covid – 19, el proyecto se modificó hacia la ejecución de una estrategia de comunicación que tuvo como objetivo ayudar a optimizar los procesos de comunicación de todos los habitantes de esta población. Además de esto, se realizó un manual corporativo y una parrilla de contenidos, que servirán para la creación del medio de comunicación que próximamente, este equipo de trabajo desea implementar en Paime.

Antecedentes

Toda población merece participar, interactuar, aprender y estar informada, todo esto se puede llevar a cabo si se tiene en cuenta el buen manejo de una estrategia de comunicación que favorezca a los municipios que por mucho tiempo han estado invisibilizados.

La implementación de este proyecto surgió de una investigación minuciosa sobre los municipios de difícil acceso que se ubican en el departamento de Cundinamarca que no contaban con ningún medio o estrategia de comunicación organizada y planeada para el beneficio de la comunidad. La problemática encontrada, la describimos más adelante, esta fue abordada y analizada teniendo en cuenta las vías de acceso y el kilometraje más cercano a la capital, con el fin de facilitar las visitas de campo, estableciendo un vínculo con los habitantes permitiéndonos comprender sus problemáticas y necesidades.

Municipios fantasma

De acuerdo con la FLIP (Fundación para la Libertad de Prensa, 2020) en Colombia el número de municipios invisibilizados ya bien sea por un contexto de violencia, geográfico por su difícil acceso o por olvido del Estado, tiene un número bastante alto; 578 municipios de 994 estudiados eran zonas donde no hay un medio de comunicación y las estrategias en cuanto a comunicación son mínimas.

Estos municipios los hemos nombrado “municipios fantasma” debido a que pocos se atreven a decir que existen o que viven una problemática de desatención. Estos municipios han sido olvidados, no son reconocidos, ni siquiera son nombrados en noticias y sus pobladores se sienten abandonados.

El municipio de Paimé es uno de ellos, realmente al nombrarlo las personas no saben a qué se refiere cuando se habla de Paimé; este lugar y su ubicación es de poco reconocimiento, siendo confundido con un pueblo y desvirtuando su condición de municipio. De hecho, ignorando su existencia.

Cuando se pregunta por Paimé en la capital colombiana, los ciudadanos optan por pedir pistas o buscar información en internet, donde encuentran que se trata de un municipio en Cundinamarca, que lleva este nombre porque en la lengua colima “Paimé” quiere decir «alto», y los indígenas que habitaban la región eran los “paymes”.

Los paimeros se sienten aislados, son conscientes de que habitan en un municipio desconocido para una gran parte de la población colombiana.

Un factor importante para resaltar el porqué de la invisibilización de este municipio es la presencia de grupos armados entre los que se destacaban guerrillas, grupos paramilitares y narcotraficantes, el Informe No.7 del Centro Nacional de Memoria Histórica (2020) resalta en algunos testimonios de jóvenes de este sector, que el crecimiento de estos grupos se debió a la falta de oportunidades laborales y la poca intervención de las autoridades que hacía de estos territorios un lugar ideal para cometer actos ilícitos. Es por esto que es importante que la comunidad logre crear lazos en torno a la comunicación que sirvan como instrumento de paz para evitar que este tipo de situaciones vuelvan a ocurrir.

Paimé

Para ubicar este municipio, hemos elaborado unas infografías detalladas que facilitan su reconocimiento.

Infografía 1

Límites geográficos del municipio.



municipio.com.co. (2021). *Límites Paime - Cundinamarca*. [Infografía]

Infografía 2

Paime y sus veredas.



Información tomada de: Esquema de Ordenamiento Territorial (2000). *Paime y sus veredas - Cundinamarca*. [Infografía]. Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Infografía 3

Datos importantes de Paime.



Información tomada de: Alcaldía de Paime. (2021). *Datos importantes de Paime - Cundinamarca*. [Infografía] Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Los paimeros son reconocidos por ser personas trabajadoras, amables y de buen ambiente. Los ingresos de esta comunidad se dan por medio de la ganadería y la agricultura.

Complementando lo mencionado anteriormente, Paime cuenta con muchas zonas verdes que son usadas para la ganadería y también poseen amplias zonas de cultivo.

La actividad económica de este municipio proviene de los productos más cultivados en Paime como lo son: Maíz, café, plátano, yuca, tomate de árbol, mandarina, limón y naranja.

Diagnóstico

En este apartado haremos un contexto sobre el lugar donde se ha llevado a cabo la estrategia comunicativa, teniendo en cuenta la problemática, los referentes teóricos e investigaciones que dieron sentido a la implementación del proyecto.

Descripción del problema

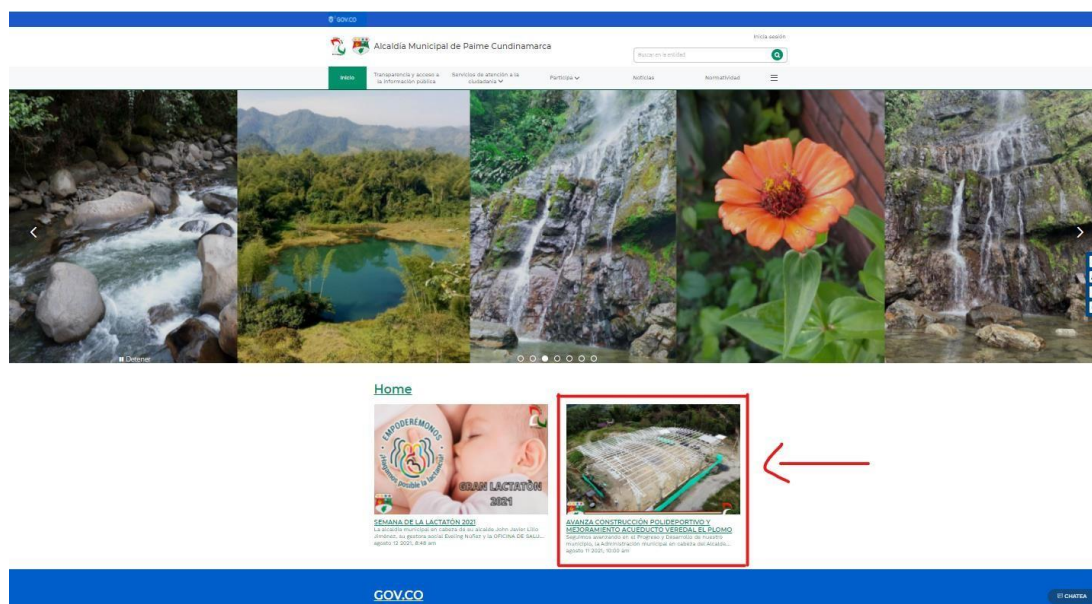
Una estrategia de comunicación en una población permite que todos sus integrantes puedan participar, interactuar, aprender y estar informados de las diferentes problemáticas que puedan afectarlos, estas acciones brindan un acompañamiento a todos ellos visibilizando y mejorando su manera de vivir y de comunicarse.

Paime, es un municipio apartado por su ubicación geográfica en donde se evidencia la falta de un medio de comunicación. Aunque existe una página web de la Alcaldía municipal como medio online, está solo se encargan de mostrar a la comunidad, las obras realizadas, los eventos y las reuniones programadas. Pero, no informan más allá de lo que sucede alrededor del municipio. Allí se sintonizan las emisoras de Yacopí y de Pacho. La mayoría de las personas no cuentan con el servicio de internet para interactuar con otros habitantes o informarse de acontecimientos locales.

Las prácticas de comunicación en este sector se realizan mediante el voz a voz.

Imagen 1

Página web de la Alcaldía de Paime.



Alcaldía Municipal de Paime - Cundinamarca (2021). Interfaz de la página web de Paime.

[Captura de pantalla]. Tomado de: <http://www.paime-cundinamarca.gov.co/>

Adicionalmente, evidenciamos que no se ha tenido en cuenta la política pública de comunicación/cultura, del Ministerio de Cultura.

Se hace imprescindible que una población como esta pueda tener el acceso a nuevas opciones y oportunidades de innovar en cuanto a una comunicación asertiva, teniendo en cuenta el desarrollo y la evolución de los procesos comunicativos que son de gran importancia para la vida de las personas. Es urgente que esta comunidad evolucione, se ajuste a las nuevas formas de comunicar y cuente con espacios de interacción y aprendizaje.

Delimitación del problema

En este lugar se evidencia una problemática social, siendo un municipio con bastante flora y fauna, pero abandonado por el estado colombiano. Según Núñez (2015) Paimé, no cuenta con grandes oportunidades laborales y de desarrollo, y esto se ve reflejado en la disminución de su población, que pasó de ser de 12.000 habitantes según el censo de 1993, a 5.300 en 2015.

En su último censo en el 2019, pasó a tener solamente 4.206 habitantes (DANE, 2019). Es por este motivo que como Comunicadores Sociales - Periodistas, queremos aportar a la buena comunicación, al desarrollo social y al bienestar del municipio paimero.

En la actualidad el municipio no tiene establecida una estrategia comunicativa, pues tampoco cuenta con un medio de comunicación constituido, y las formas de comunicación utilizadas por la población han sido mediante el voz a voz y las publicaciones online a las que muy pocas personas tienen acceso. De acuerdo, con la página datos.gov.co del Gobierno Nacional solamente se cuenta con 26 accesos fijos a internet en todo el municipio.

Imagen 2

Datos sobre accesos de internet.

AÑO	TRIMESTRE	DEPARTAMEN ↑	MUNICIPIO	No. ACCESOS FIJ...	POBLACIÓN DA...	INDICE
2019	4	CUNDINAMARCA	ARBELAEZ	480	10825	0,0443
2019	4	CUNDINAMARCA	PAIME	26	4206	0,0062
2018	4	CUNDINAMARCA	YACOPI	198	12322	0,0161
2018	3	CUNDINAMARCA	TENJO	1690	21935	0,077
2019	3	CUNDINAMARCA	CHOCONTA	1166	21425	0,0544
2019	3	CUNDINAMARCA	FUNZA	20857	99387	0,2099
2018	3	CUNDINAMARCA	GUTIERREZ	77	3410	0,0226
2018	4	CUNDINAMARCA	CARMEN DE CARUPA	92	7580	0,0121
2019	2	CUNDINAMARCA	GACHALA	131	4386	0,0299
2018	3	CUNDINAMARCA	SAN BERNARDO	77	8487	0,0091
2018	3	CUNDINAMARCA	VILLETÁ	2539	26873	0,0945
2019	1	CUNDINAMARCA	NILO	250	11441	0,0219
2018	4	CUNDINAMARCA	LA MESA	2347	32694	0,0718

Mostrando Departamentos, Municipio, suscriptores, penetración, 6.332-6.344 de 13.464

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2018). Internet Fijo

Penetración Municipio [Conjunto de datos]. Tomado de:

https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-75854_archivo_pdf.pdf

Con la implementación de la estrategia comunicativa, se espera que las actividades y la propuesta del medio beneficien a los habitantes de este municipio para que puedan aprender, participar y acceder a la información de manera correcta y veraz, ya que en Colombia hay al menos 1'700.000 personas que viven en un lugar donde no existe ningún medio de comunicación con el que puedan informarse, en Cundinamarca el 24% de sus municipios no cuentan con algún medio comunitario que los informe (FLIP, 2020).

La comunidad de la región del Rio Negro, especialmente los sectores marginales como Paime y sus veredas más lejanas tienen graves problemas con la educación y la comunicación en

el sector. Actualmente los habitantes de los barrios populares tienen poco acceso a internet, no cuentan con espacios de interacción, tampoco cuentan con talleres, y capacitaciones acerca de los elementos básicos que debe tener una comunicación.

Causas del problema y sus consecuencias

Una vez definido el problema, se procederá a identificar las causas directas e indirectas que lo generan, eliminando aquellas que están fuera del alcance de nuestro proyecto, por ejemplo, algunos sucesos externos que pueden estar presentes.

1. La comunicación funciona, pero no es óptima.
2. No hay proyectos de interés social y cultural.
3. La comunidad no está representada por ningún medio de comunicación.

Características del problema

El problema se encuentra en el municipio de Paima, Cundinamarca. El proyecto que se plantea puede ser ejecutado por estudiantes en formación de Comunicación Social y además les da la oportunidad de ejercer su profesión, debido a que cuentan con los conocimientos necesarios en el área para efectuar este proyecto.

Los principales favorecidos son los habitantes del municipio de Paima, que por medio de encuestas y sondeos demostraron interés ante la solución del problema planteado, denotando la falta de proyectos comunicativos. Para los paimeros no era relevante la importancia de la comunicación y el uso de sus herramientas, porque en su cotidianidad se entendían entre ellos y no prestaban atención a los errores que cometían al momento de comunicarse. Con la integración de los habitantes se logrará la participación comunitaria, que es uno de los principales objetivos de este proyecto.

Pregunta de investigación

¿Cómo implementar una estrategia comunicativa para el desarrollo social en el municipio de Paime, Cundinamarca?

Objetivos

Objetivo general

- Diseñar e implementar una estrategia de comunicación, como lugar de mediación para el desarrollo social de la comunidad del Municipio de Paima- Cundinamarca.

Objetivos específicos

- Gestionar cambios positivos en cuanto a la comunicación en el municipio, a través de la estrategia comunicativa.
- Identificar posibles aliados oficiales y privados para la sostenibilidad de la estrategia.
- Realizar las actividades que plantea la estrategia, aportando conocimientos para el desarrollo social de la comunidad.

Estado del arte

En este capítulo se busca mostrar las investigaciones en torno a estrategias de comunicación en las comunidades. En esta indagación buscamos datos importantes en cada una de las estrategias que se exponen, describimos dónde se implementaron, cuál era su objetivo y cuáles fueron sus resultados. Las investigaciones que se nombran a continuación han sido realizadas en los últimos años.

Estrategias

A continuación, mencionaremos algunas estrategias de comunicación que se han desarrollado entorno a las comunidades colombianas, empleando diferentes enfoques y herramientas comunitarias, sobre las diferentes alternativas para contribuir al desarrollo social de la comunidad.

Naciones Unidas - UNICEF

Tomamos esta estrategia de las Naciones Unidas, como referencia del trabajo arduo con las comunidades para mostrar cómo influye una estrategia de comunicación en pro de la comunidad. Esto con el fin de fortalecer los medios de comunicación comunitarios, promoviendo la participación y la divulgación de información verídica y útil.

La agencia UNICEF de la Organización de las Naciones Unidas, implementó la estrategia de comunicación para el desarrollo en el marco del COVID-19 (s.f.). Con el objetivo de que las personas y comunidades, puedan acceder a información que salva vidas. La Comunicación para el Desarrollo, o C4D por sus siglas en inglés, busca analizar, transformar y comprender las normas sociales que afectan negativamente la vida de niños, niñas y adolescentes. Y en

emergencias, C4D, promueve el acceso a información que aumente percepciones de riesgo, reduzca rumores y permita a las personas demandar más y mejores servicios. Cuando es entregada a través de canales significativos y disponibles para las comunidades y es culturalmente pertinente a sus necesidades, prioridades y creencias, la información salva vidas. Es importante que, en toda Colombia, las personas conozcan la importancia del lavado de manos, y cómo hacerlo correctamente.

La estrategia abarca el enfoque de la comunicación para el Desarrollo, se han realizado diferentes estrategias que han tenido como objetivo transformar creencias y normas sociales que afectan negativamente la vitalidad de las comunidades, enfocándose en la vida y el desarrollo de los niños niñas y adolescentes. El objetivo de estas estrategias comunicativas ha sido la de establecer diálogos entre las comunidades colombianas para compartir ideas y conocimientos, en las cuales se emplean diferentes herramientas y enfoques de comunicación para que las comunidades puedan generar factores diferenciales y transformaciones en su entorno.

La estrategia de comunicación llevada a cabo por la UNICEF trabaja en el territorio colombiano las problemáticas que sean presentado por cuenta del covid-19 buscando que las personas, comunidades, medios comunitarios, organizaciones y entre otros, fomenten hábitos de cuidado y protección todo esto llevado a cabo a partir de los conocimientos temáticos y técnicos que la UNICEF les brinda.

Estrategia de comunicación comunitaria para fortalecer la cultura alimentaria del Adulto mayor

Como grupo de investigación optamos por exponer una estrategia realizada con el adulto mayor, debido a que tiene la misma finalidad que nuestra estrategia de comunicación, transformar actitudes y conductas en la población para solucionar la problemática de la deficiencia comunicativa.

Las estrategias poseen acciones enfocadas a la evolución y a la calidad de vida de estas personas.

Esta estrategia de comunicación busca desarrollar la participación de los adultos mayores, para brindar un desarrollo cultural y socioeconómico. Un examen preliminar de los estudios sobre la comunicación comunitaria en el municipio de Guáimaro, revela que las investigaciones relacionadas con la cultura alimentaria del adulto mayor han sido insuficientes, de ahí la importancia de proponer acciones comunicativas que fortalezcan la misma. La estrategia de comunicación comunitaria contribuye a fortalecer la cultura alimentaria del adulto mayor en el Consejo Popular Guáimaro Norte.

Talleres

En Latinoamérica se han realizado diferentes talleres que han aportado al desarrollo social de las comunidades, es por esto que tomamos como referencia un taller que se desarrolló en Colombia. El cual se expondrá, a continuación.

Taller Liderazgo y Comunicación Comunitaria

Traemos a colación este taller que hizo participe a los líderes de la región, el mismo grupo objetivo de nuestra estrategia, donde estipulamos talleres que fortalecen los procesos comunicativos, y a su vez contribuyen con el desarrollo de la comunidad. Tomando como ejemplo esta experiencia que se aproxima a lo que buscamos.

El Instituto Mayor Campesino (IMCA) con apoyo de la gobernación del Valle del Cauca y del programa de naciones unidas para el desarrollo (PNUD), implementaron el 2 de noviembre del año 2017 un taller de liderazgo y comunicación comunitaria.

El taller contó con una alianza para unificar las comunidades entre líderes sociales, organizaciones asistentes, medios comunitarios que se encontraban dentro de la misma zona, con la necesidad de conformar un equipo sólido donde se pudiera dialogar sobre los distintos temas que se viven en la comunidad, temas de interés político, económico, cultural y de bienestar. Estos talleres se llevaron a cabo con medios tecnológicos básicos como celulares y cabinas de audio que le servirá a la comunidad en el día a día. El objetivo de este taller fue la construcción de paz por medio de procesos comunicativos en la región.

Capacitaciones

La capacitación que se explicara, se realizó teniendo en cuenta el desarrollo de las comunidades en Colombia.

Capacitación y organización comunitaria Santander de Quilichao

El Programa de Capacitación, Educación y Comunicación de la Comunidad Aledaña a Santander de Quilichao, tiene como objetivo generar espacios de educación y concientización en las comunidades aledañas al proyecto. en temas que contribuyan a la conservación y mejoramiento del entorno comunicativo, las relaciones entre los diferentes actores sociales y su interacción con el proyecto, y el fomento del control social. Es por esto que decidimos exhibir esta capacitación que tiene varias similitudes con lo que queremos lograr, en cuanto a la enseñanza y concientización de uso adecuado de los procesos comunicativos.

La capacitación se realizó en el año 2016, se tuvieron en cuenta las necesidades, expectativas e intereses de la comunidad, a través de un espacio participativo, realizado con líderes y lideresas de las organizaciones de base en cada unidad funcional.

Es significativo y relevante que el plan de capacitación dirigido a la comunidad aledaña al proyecto esté construido sobre la base de sus necesidades, expectativas e intereses de capacitación.

Marco teórico

En este capítulo reunimos varias ideas, criterios, pensamientos, opiniones y conceptos de expertos que dan contexto y respaldan nuestra investigación. Exponiendo teorías que aportan y benefician a las comunidades por medio de herramientas comunicativas que no solo se encargan de informar, sino que también cumplen funciones de educar y generar pensamientos críticos sin perder la identidad cultural.

Buscamos relacionar la problemática con los conceptos claves de la investigación, exponiendo cómo cada uno de ellos desglosa otro concepto, hasta abarcar todos los elementos claves que se tuvieron en cuenta para las investigaciones previas a la estrategia desarrollada.

Recalcamos que la necesidad de comunicarse lleva a las comunidades a generar códigos, significados y significantes que facilitan y generan procesos, acciones e intercambios culturales, respondiendo a las coyunturas del contexto social e interpretando y comprendiendo el mundo, además de promover el desarrollo social, entre otros aspectos.

Para llevar a cabo correctamente un proceso comunicativo, se hace el uso de las estrategias de comunicación que facilitan la comprensión de los proyectos que se quieren realizar. La **estrategia de comunicación** es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en 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. Arellano (2003), citado por López Viera (p.214).

Es importante que toda la información suministrada en dicha estrategia sea clara ya que es crucial para la implementación de la misma. La **información** es un factor clave para la interacción de la comunidad, esto hace posible que haya cooperación por parte de los individuos.

Es por esto que Landázuri (2010) afirma que la participación suele tener diferentes conceptos, para algunos esta puede ser un “instrumento de legitimación política”, pero para otros es la que permite la “construcción de procesos de cambio social, democráticos y de potencial liberador, desde, para, con y por los actores sociales locales”.

Ventosa (2017) señala que la **participación** también requiere un proceso de aprendizaje donde se prepare y entrene a los individuos para que puedan expresarse correctamente en los diferentes aspectos de vida en la que pueda hablar.

Según Moreno (2018) de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, en su investigación “La comunicación participativa como generador de cambio social desde la PSO Fundación “Juan Feliz””, la **comunicación participativa** es fundamental en el desarrollo social de las comunidades, debido a que esta genera interacción y relaciones eficientes entre las personas, además permite la evolución en la comunicación que se fortalece a medida que se plantean o diseñan estrategias para el bienestar y cambio social.

Alfonso Gumucio (2001), en su texto “Haciendo Olas: historias de comunicación participativa en el cambio social”, documenta alrededor de 50 experiencias con orígenes comunitarios que se exponen desde diferentes perspectivas de la comunicación para el cambio social.

De acuerdo con Berrigan (1977, 1979). Existe el enfoque que abarca las ideas de acceso, participación y autogestión articuladas en los debates de la UNESCO de los años 1970. Hoy en día hay una gran variedad de experiencias prácticas y de intenciones.

El acceso por parte de la comunidad y participación de la comunidad deben ser definidos como factores claves, tal como lo resume de manera elocuente Berrigan (1979) “[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” (p. 8).

Es fundamental destacar que aprender y participar hacen parte del proceso educativo, como dice Comte (s.f.) “La **educación** es la única manera de aprender a vivir para otros por el hábito de hacer prevalecer la sociabilidad por sobre la personalidad”. La educación se convierte en un conjunto de conocimientos y habilidades que permiten la ampliación de horizontes personales, que contribuyen a los valores y creencias de cada persona. Por otra parte, la UNESCO (1996) publicó “La educación esconde un tesoro” dando a entender este proceso como un elemento valioso para la construcción de sociedades.

Para entender un poco mejor la **comunicación**, se puede definir como un modo de intercambio de información entre un emisor y un receptor, en el cual el primero transmite el mensaje y el segundo interpreta y produce una respuesta, de ser necesario. En lo que se refiere a los seres humanos, esta es una actividad psíquica propia, derivada del pensamiento, el lenguaje y del desenvolvimiento de las capacidades psicosociales de las relaciones.

La comunicación puede ser utilizada en diferentes escenarios, el Portal de la Comunicación InCom-UAB, publica una lección titulada “Comunicación, desarrollo y cambio social”.

La lección de este portal de comunicación brinda estrategias de desarrollo social hablando de los retos y desafíos que esto conlleva. Los retos y desafíos que lleva esta investigación son:

- Atraer audiencias de todas las edades
- Financiación alternativa para medios comunitarios

- Recuperar la confianza de la información que se transmite a las personas

Comunicación y cambio social, como herramientas de construcción social y cultural para transformar la sociedad creando espacios para la expresión y visibilidad de todos.

Gumucio (2002) “La **comunicación para el cambio social** es una comunicación ética, es decir de la identidad y de la afirmación de valores; amplifica las voces ocultas o negadas, y busca potenciar su presencia en la esfera pública. Recupera el diálogo y la participación como ejes centrales de los procesos sociales” (pp. 6-7).

La **educomunicación** es un proceso importante para lograr la implementación de la estrategia comunicativa es educar a la población mediante diferentes talleres y capacitaciones que contengan de calidad contenidos, para realizar esto se puede partir de las enseñanzas sobre educomunicación. Desligar la educación a algo simplemente instrumental, como reproducir programas y difundir es un paso muy importante para una correcta enseñanza, aparte de generar contenidos se debe promover y estimular procesos formativos donde todos puedan participar de una manera activa lograr emitir sus propios mensajes a partir de lo que se está enseñando. Kaplún (1998).

Un objetivo para lograr al hacer la implementación de este tipo de comunicación es el de ayudar a “formar sujetos autónomos críticos creativos 17 a los partícipes en la construcción de una sociedad democrática” Es por esto que se necesitan nuevas opiniones y apreciaciones de la educomunicación, como estrategia comunicativa, para contar con un panorama más completo del tema, y es que según Kaplún (1998). Explica que para que esto suceda se debe cambiar una comunicación-monólogo, por una comunicación-diálogo y potenciar la inclusión y participación en busca de lograr un pensamiento crítico.

Es importante que la **comunicación comunitaria y para el desarrollo**, se convierta en un verdadero modo de participación y acción para las comunidades que han sido vulneradas y silenciadas, ya que no tienen una presencia consolidada en el ámbito comunicativo, de esta manera se rescata la comunicación comunitaria y el periodismo, mediante la coordinación de esfuerzos interdisciplinarios de profesionales y habitantes de la provincia. Sin embargo, muy poco se ha tratado acerca de este tema en el municipio de Paima Cundinamarca, siendo esto un reto para llevar a cabo la creación e implementación de un medio comunitario, con propuestas de comunicación para el desarrollo social de la población, visibilizando las comunidades que no han sido tenidas en cuenta en el espacio comunicativo.

La comunicación para el **cambio social** explica la situación actual de los medios comunitarios en la región y además permite comprender la importancia del Periodismo y de la Comunicación comunitaria, junto con los aciertos de una excelente comunicación para el cambio social.

Así mismo es importante resaltar que Gumucio (2011), afirma que “la comunicación para el cambio social es el paradigma más reciente entre los descritos. De alguna manera ha estado siempre presente, en parte en las experiencias de comunicación alternativa y participativa, y en parte en las acciones de comunicación para el desarrollo” (p. 13).

Este autor destaca el aporte de América Latina en la comprensión de la comunicación para el desarrollo al colocar especial énfasis en la participación social de las comunidades locales.

Al hablar de comunicación, cambio social y comunidades, nos direcciona a la palabra clave **medios comunitarios**. Según Milán (2006), “los medios comunitarios representan un aporte en los procesos de desarrollo y juegan un papel importante en la democratización, en las

reivindicaciones sociales y en la generación de conocimiento, pues inciden en las dimensiones culturales y sociales del cambio.” (p. 3).

Teorías

Nuestra propuesta es integrar las diferentes teorías que se escogieron para llevar a cabo la estrategia y un análisis de las teorías de la comunicación actuales.

La Nueva Teoría Estratégica (NTE)

En 2001, Rafael Alberto Pérez propuso la “nueva teoría estratégica”, teniendo como base la hermenéutica, recordemos que este concepto se refiere a la técnica o método de interpretación de textos. Siendo menos teórica y más humana.

La estrategia que se quiere implementar en Paima busca la correcta aplicación de esta teoría, haciendo posible que mediante un concepto hermenéutico se puedan lograr las interacciones apropiadas para que la comunidad identifique este proyecto como parte importante de su contexto social.

Teoría comunitaria de la opinión pública

La participación colectiva de las comunidades coopera para mejorar el entorno produciendo la información útil y necesaria, trabajando de la mano con la comunidad en la teoría de la comunicación comunitaria o también llamada la teoría comunitaria de la opinión pública, plantea que las comunidades tienen una “ética moral comunitaria” que espera que los medios puedan cumplir con lo que se les pide y además, puedan mantener una credibilidad y objetividad. La ética de este público se basa en el conjunto de normas tradicionales como realizar su trabajo de acuerdo con los principios fundamentales del ser humano.

También busca que estos medios tengan como objetivo el crecimiento de una comunidad cultural que permita que todos los grupos sociales de las comunidades tengan acceso a toda la información y puedan ser protagonistas de estas.

Basándonos en esta teoría, se espera que la estrategia de comunicación no solo permita el crecimiento de la comunidad, sino que también haya un interés en la apropiación de esta, para continuar con el desarrollo social del municipio.

Teoría social

La sociedad es fundamental en la creación de proyectos comunitarios, debido a que estos, están dirigidos a las comunidades. La teoría social de Niklas Luhmann (1998), afirma que no existiría la comunicación social sin una sociedad involucrada. Debido a que la sociedad es quien comunica, y las personas son consideradas como sistemas en el entorno de la sociedad.

Es por esto que la teoría va ligada con la sociedad y los proyectos comunitarios.

En el proyecto se busca el desarrollo social por medio de distintas actividades que tienen como objetivo la interacción y la correcta comunicación entre los habitantes del municipio de Paima. Teniendo como referente la Teoría Social.

Teoría de la difusión de Innovaciones

En un sistema de Innovación es importante contar con el apoyo y aceptación de la sociedad, para lograr una buena comunicación, establecer convenios y apoyos con líderes de comunidades que permita la difusión de las nuevas ideas e invenciones, como lo afirma Everett Rogers, en la teoría de la difusión de Innovaciones (1962), para explicar los cambios, sobre todo de la Comunicación, que se promovieron en el proceso de modernización de la sociedad.

El punto clave de esta teoría es el enfoque de la participación social de las comunidades, puesto que queremos fomentar la intervención de los pobladores para que sean escuchados y logren ser sujetos del cambio social que se espera.

Teoría del capital cultural y la participación cultural de los jóvenes

Las etapas iniciales de la vida son cruciales para la conformación de los hábitos y, con ello, sientan las bases para los logros futuros. Por otro lado, los jóvenes ocupan posiciones subordinadas en el campo social y son recipientes de una cultura heredada desde sus familias y contextos sociales de origen. Sin embargo, Según Gayo & Modesto (2013) tomando como referente a Pierre Bourdieu sobre la “Teoría del capital cultural desarrollada”, afirma que las primeras etapas de la vida son decisivas para la construcción de lo que podemos entender como pensamientos, sentimientos y obras que están relacionadas con el entorno social.

Además de esto, se plantea a los jóvenes como una esponja que absorbe todos los contextos sociales de su alrededor como base para el desarrollo de su propia visión. A partir de investigaciones sobre las subculturas históricas se han identificado patrones de comportamiento que han dado más frutos al estudio de los jóvenes.

Las diversas actividades que hemos implementado son en pro de la participación de la juventud, motivándolos a ser parte de un cambio social, permitiendo que tengan voz y voto en el municipio, sin dejar de lado su cultura heredada y los contextos sociales de origen.

Marco metodológico

En el siguiente apartado se expone cómo se lleva a cabo el diseño metodológico de la investigación tomando como referencia a Casal (2006), que, en su trabajo, expone los pasos para llevar a cabo de la mejor manera la solución del problema o hipótesis planteada en una investigación. De esta forma detallamos los componentes claves que tuvimos en cuenta para dar soluciones a la problemática que ha sido abordada en este proyecto.

Enfoque y tipo de investigación

El tipo de investigación que se realizará se divide en cinco componentes claves; de acuerdo a su finalidad, alcance, amplitud, profundidad y naturaleza. A continuación, se explica cada uno de los componentes que fueron mencionados anteriormente.

El proyecto según su finalidad es aplicado, ya que tiene como propósito solucionar una problemática social, su alcance es transeccional contemporáneo porque está dirigido a un lapso de tiempo específico que es el presente.

La amplitud de la investigación es de un enfoque macrosociológico, porque se estudia la población de Paime, su profundidad se basa en la realización de una investigación exploratoria teniendo en cuenta datos de contexto y a su vez proyectiva, ya que desarrolla la implementación de una estrategia de comunicación como solución a una necesidad del municipio de Paime.

Por último y no menos importante, la naturaleza de la investigación es cualitativa con un enfoque de investigación y acción, puesto que en el proyecto se buscan soluciones y adicionalmente se desarrolla la naturaleza participativa, porque se evidencian diferentes estudios como lo son; el estudio histórico donde se indaga por los antecedentes que indican que no ha

existido un medio en el municipio, luego encontramos el estudio de caso que vendría siendo la falta del medio de comunicación y después encontramos el estudio etnográfico que nos permite analizar los comportamientos, las acciones, la identidad y los estilos de vida que se pueden encontrar en la comunidad del municipio cundinamarqués en relación a la comunicación.

El diseño del presente proyecto de investigación es experimental, puesto que se estudiará un grupo de individuos por medio de determinadas condiciones, con el propósito de observar los efectos que se producen en cuanto a comunicación. Sincrónicamente se desarrolla el diseño de campo debido a que los datos que se requieren necesitan directamente de la realidad que vive la población que habita en el municipio de Paime - Cundinamarca, ubicado en la Provincia de Rionegro, a 85 km al norte de Bogotá, iniciando la ejecución en el segundo semestre del año 2020.

La investigación del proyecto se basó en tres tipos de fuentes: se inicia con la fuente documental, teniendo como referencia a el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, más conocido como MinTIC y los autores Gumucio Dagrón, Herbert Marshall, autores de “La aprobación de ley de presupuestos para la inversión en medios de comunicación”, “Comunicación para el cambio social”. Así mismo, se tienen en cuenta fuentes directas vivas, como lo son, los habitantes y colaboradores de la Alcaldía de Paime.

Las entrevistas con las fuentes vivas tendrán un ambiente natural y un diseño de campo. El proyecto se desarrolla en el presente con un diseño transeccional contemporáneo, teniendo específicamente un solo evento el cual es la creación e implementación de la estrategia de comunicación en el municipio de Paime.

Técnicas

Se opta por buscar autores que definan y expliquen los usos de las técnicas seleccionadas e implementadas en este proyecto. Describiendo también cuál es la explicación para aplicar dichas técnicas, en la investigación realizada para el municipio de Paima.

Técnicas de recolección de datos

Las técnicas para la recolección de datos empleadas en la investigación fueron:

La observación, la encuesta y la entrevista.

Observación

La observación se tomó como instrumento para recolectar los datos necesarios para el estudio que se implementó. Los autores Hernández; Fernández y Baptista (2006) señalan que la observación representa una técnica cuya base está fundamentada con relación a lo que el investigador percibe del medio que estudia. En otras palabras, la observación consiste en registrar lo que realmente está ante sus ojos, se define como una técnica que genera información real y facilita el procesamiento de datos referente a una situación de estudio (p. 587).

En esta técnica se dispuso de la observación asistida técnicamente, teniendo como instrumento una cámara que permitió el registro del entorno de los residentes de Paima y sus interacciones con las actividades propuestas que se desarrollaron en el sector Centro, donde se hicieron partícipes de capacitaciones y talleres que tenían como objetivo que los paimeros adquirieran conocimientos y se interesaran cada vez más por ser parte de esta iniciativa.

Infografía 4.

Técnicas de observación



Técnicas de observación. [Infografía] Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Entrevista

En este proyecto se realizó una entrevista no estructurada como técnica de recolección de datos, para Guber (2020), la entrevista consiste en una serie de intercambios discursivos entre la persona que interroga y la que responde, mientras que los temas abordados en estos encuentros suelen definirse como referidos no a la entrevista, sino a hechos externos a ella (pp. 1- 2).

A su vez argumenta que la información que provee el entrevistado tendría significación obvia, salvo por las “falta a la verdad”, los ocultamientos y olvidos; para ello se recurre a un clima de “confianza” entre las partes. Se estableció que es una entrevista no estructurada, debido a que las preguntas y respuestas fueron informales y de modo flexible, de tal manera que nuestra entrevistada se sintiera cómoda y recordará datos importantes del municipio, proporcionando más libertad en el tiempo y en temas relacionados con Paime.

En esta técnica, se buscó recopilar información sobre el contexto comunicativo actual en la población. También se evaluó la propuesta para crear un medio de radiodifusión sonora, como

parte de la estrategia de comunicación que se realizó en el municipio. Para esto se entrevistó a la jefe de Prensa de la Alcaldía, como fuente para la realización de esta técnica.

Infografía 5.

Entrevista



Entrevista. [Infografía] Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Encuesta

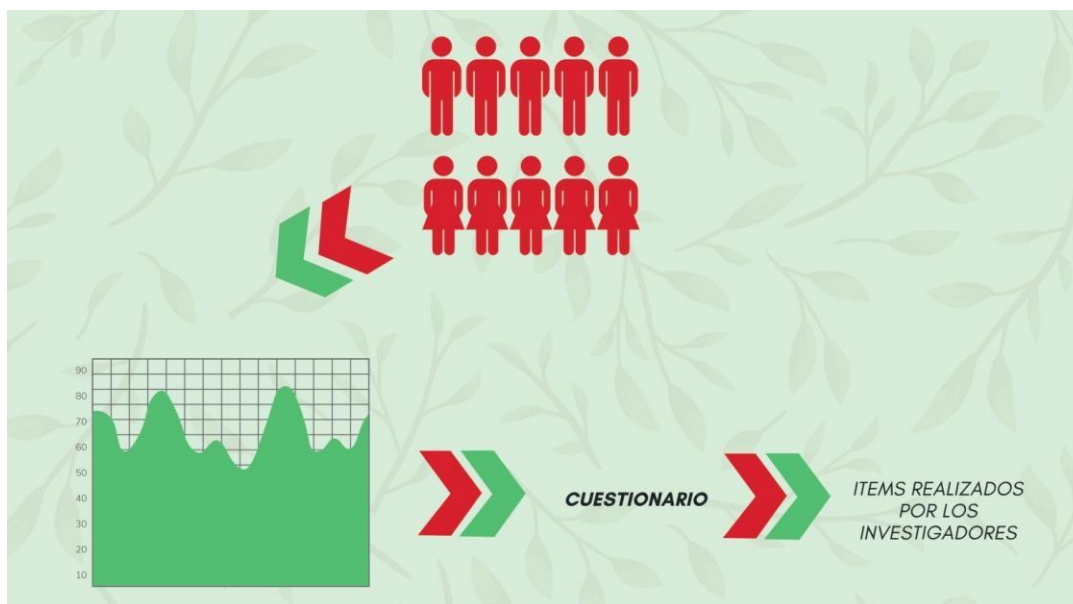
Otra técnica de recolección de datos que se abordó en la investigación fue la encuesta, según Méndez (2009), explica la encuesta, como la recolección de información que se hace por medio de formularios, la cual permite el conocimiento de las motivaciones, el comportamiento y las opiniones de los individuos en relación con el objeto de investigación (p. 252). Por otra parte, Hernández, Fernández & Baptista (2006) definen la encuesta como el instrumento más utilizado para recolectar datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir (p. 310). La encuesta que se ejecutó es un cuestionario, puesto que los ítems son realizados por nosotros los investigadores.

El objetivo principal fue recolectar los datos con mayor votación para concretar aspectos relevantes en torno a cuál era el medio de comunicación ideal para el municipio, el nombre más apropiado y los temas de interés. Con el fin de crear un manual de identidad corporativa y una

parrilla de contenido, para el correcto funcionamiento del medio de comunicación que se desarrolle.

Infografía 6.

Encuesta



Encuesta. [Infografía] Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Técnicas de validación

Para la validación se realiza un sondeo a los habitantes.

Sondeo

Se utilizó el sondeo como técnica de validación, algunos autores como Black & Champion (1976) indican que el sondeo utiliza una serie de preguntas semejantes a un cuestionario. La única diferencia entre estos instrumentos de medición, sondeo y cuestionario, son el nivel de rigor metodológico que exige el cuestionario. Se realiza a los habitantes para tener en cuenta su punto de vista, fuera de los ítems formulados por los investigadores,

esclareciendo así que tan viable es la estrategia que promueve el desarrollo social del municipio de Paime en el departamento de Cundinamarca, resaltando que las respuestas serán verídicas, ya que es la comunidad la que está interactuando directamente en un ambiente desinformado y sin buena comunicación.

Gracias a esta técnica se recopilaron las opiniones de las personas que participaron en los diferentes talleres y capacitaciones que componen la estrategia de comunicación desarrollada e implementada por los investigadores.

Infografía 7.

Sondeo



Sondeo. [Infografía] Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Técnicas de análisis

Las técnicas de análisis se harán por medio de tabulación y hermenéutica.

Se escogió la tabulación como técnica de análisis para la investigación, según Bartesaghi (2011) la tabulación es “el acomodo de los datos en una tabla, gráfica y otro formato de

resumen para facilitar su interpretación” (p.18). En la tabulación se procesan y analizan los datos recogidos, que posteriormente son diligenciados ordenados y detallados en el programa Excel.

Con la encuesta realizada a los paimeros, se procesaron los datos, dejando un registro de las respuestas que se obtuvieron. Respalando toda la investigación realizada, en torno a la creación del medio de comunicación, siendo una herramienta que contribuye al desarrollo social de esta población.

Infografía 8.

Tabulación



Técnicas de análisis. [Infografía] Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Otra técnica de análisis que se utilizó fue la hermenéutica, de acuerdo con Ricoeur (2002), “la hermenéutica coloca la tarea interpretativa en tres sectores: el sentido de las expresiones lingüísticas, la reducción de la ilusión y la reflexión” (pp. 36- 38). Y para Ruedas, Ríos & Nieves (2009) esta técnica, “tiene como característica propia interpretar y comprender para revelar los motivos del comportamiento humano”. En la hermenéutica se busca interpretar la comunicación verbal en los sondeos realizados a la comunidad.

Al implementar la hermenéutica, como investigadores evidenciamos la presencia de la jerga que según González et al. (2019) “es el lenguaje específico utilizado por un grupo de personas que comparten unas características comunes por su categoría social, profesión, procedencia, o aficiones”, lo que corresponde a su práctica cotidiana para comunicarse en el municipio.

Infografía 9

Hermenéutica.



Técnicas de análisis. [Infografía] Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Población y/o muestra

Los sujetos relacionados en la investigación fueron habitantes del municipio de Paime, principalmente líderes comunales y funcionarios de la Alcaldía. Sin dejar de un lado a la población en general. Según el autor Arias (2006) define población como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio” (p. 81).

De acuerdo con González (2021) “en Paima habitan aproximadamente 4.700 personas”. Por ende, la muestra es del 1,11% de los habitantes (52 personas aproximadamente) que residen en las principales veredas del Municipio de Paima, específicamente en el sector del Centro.

La estrategia de comunicación incluyó los talleres y las capacitaciones realizadas, dejando estipulado que a mediano plazo es necesaria la implementación de un medio de comunicación, que siga promoviendo el desarrollo social del municipio.

Infografía 10

Población y/o muestra.



Población y/o muestra. [Infografía] Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Resultados y análisis

En el siguiente capítulo se dan a conocer los resultados y el análisis que se lograron por medio de las técnicas e instrumentos de recolección de datos como lo son las encuestas, las entrevistas y las evidencias que revelan la efectividad de la estrategia que se está llevando a cabo.

Resultados

Este proyecto implicó que los creadores de esta iniciativa interactuaran con esta población, haciendo posible la recolección de datos para entender el contexto y el posible impacto de la estrategia de comunicación. Se emplearon diferentes métodos para la recopilación de la información necesaria como la observación asistida y no asistida técnicamente, la encuesta que era un cuestionario por los investigadores, la entrevista a la jefe de prensa de la Alcaldía de Paime y los sondeos realizados siendo objetos de estudio para la percepción de los paimeros frente a la estrategia de comunicación.

Trabajo de campo

- **Indagación en Paime**

El equipo de investigación optó por hacer una visita al municipio que se escogió. Esto con el fin de desarrollar un estudio de observación y una exploración de campo.

Fotografía 1

Entrada al municipio de Paimé - Cundinamarca.



Nota. Foto realizada al momento de ingresar por carretera al municipio. Fuente: Propia de este grupo de investigación. (2021)

El panorama que se evidenció en primera instancia, fueron las calles destapadas, carretera tediosa, mucha vegetación. Sin duda alguna, el color predominante es el verde.

El letrero de bienvenida de Paimé con información importante en letras pequeñas; como límites y cantidad de población. Este encuadre representa lo solitario y olvidado que se ve este lugar, como lo denominamos anteriormente “un municipio fantasma”.

Fotografía 2

Fachada de la Alcaldía de Paima.



Nota. Foto realizada a la fachada de la Alcaldía de Paima. Fuente: Propia de este grupo de investigación. (2021)

La visita y el recorrido se llevaron a cabo con la compañía de Angie González - jefe de Prensa y Comunicaciones de la Alcaldía de Paima, Cundinamarca.

La Alcaldía se encuentra ubicada al frente del parque principal, en la zona central.

Lo primero que observamos fue la infraestructura y sus colores, a simple vista se veía muy bien cuidada, sin ni siquiera un poco de basura a su alrededor, lo que nos dio a entender que tenían una gran conciencia ambiental y sentido de pertenencia por su municipio.

Cuando entramos vimos que era muy moderna en su interior, sus puertas eran de vidrio y estaban decoradas sutilmente.

Había un balcón, que tenía una gran vista, si no fuera por los cables, la panorámica quedaría perfecta.

Fotografía 3

Vista desde la Alcaldía de Paimé.



Nota. Foto realizada desde el balcón de la Alcaldía de Paimé. Fuente: Propia de este grupo de investigación. (2021)

La vista es espectacular, todo es muy limpio. Algo que es clave, es que siempre están presentes los colores de su bandera, como lo podemos observar en los postes y las palmas.

Fotografía 4

Iglesia de Paimé.



Nota. Foto realizada de la iglesia de Paimé. Fuente: Propia de este grupo de investigación. (2021)

Observamos que la fachada de este centro religioso no es la mejor, sin embargo, en este municipio los habitantes son muy religiosos; bajo las palmeras se puede observar un tipo de caseta y es allí donde se encuentra el retrato de cristo en su crucifixión un mural que atesoran.

Fotografía 5

Viviendas en el municipio.



Nota. Foto panorámica de las casas en Paima. Fuente: Propia de este grupo de investigación.

(2021)

Como buenos investigadores, decidimos explorar más el municipio y nos dimos cuenta de que las casas se ven viejas. Sin embargo, la mayoría están cuidadas, el paisaje desde una zona alta es alegre, pues se ve muy colorido y transmite tranquilidad.

Fotografía 6

Medio de transporte paimero.



Nota. Foto realizada a las motos que son el principal medio de transporte en el municipio.

Fuente: Propia de este grupo de investigación. (2021).

También observamos que el medio de transporte más viable es la motocicleta, las personas no tienen papeles, ni usan casco, ni chalecos, serían multados en la ciudad, pero allí en su municipio no lo son.

Fotografía 7

Local múltiple - 3x1.



Nota. Foto realizada a las tiendas que ofrecen servicios múltiples. Fuente: Propia de este grupo de investigación. (2021)

En Paimé, hay muy pocas tiendas; algo que nos pareció curioso es que en una sola casa hay variedad de servicios, un claro ejemplo es este donde en la vivienda hay un Efecty, una papelería y una droguería.

Entrevista

Se realizó una entrevista a la jefe de prensa de la Alcaldía de Paimé, Anyi Lorena González Vega para conocer la situación actual en el municipio en cuanto a medios de comunicación. Para ver la entrevista, haga clic en el siguiente enlace. **Entrevista**

Después de ver este producto audiovisual, se puede reafirmar que no existen medios de comunicación que cubran a toda la población, por consiguiente, se realiza como parte de la estrategia comunicativa, la propuesta de crear una radio en este municipio.

Sondeo 1

Después de realizar las actividades que buscaban contribuir al conocimiento de la comunidad en cuanto a procesos comunicativos, se generó un sondeo de opinión, teniendo en cuenta la participación de los paimeros, los cuales argumentaron que estas prácticas comunicativas eran de su interés y beneficiaban a la comunidad.

Dar clic en **Sondeo 1**

Sondeo 2

En el auditorio de la Alcaldía municipal de Paima, luego de que se desarrollaran las diferentes actividades planteadas en la estrategia, se realizó un sondeo sobre las necesidades futuras que se pueden tener en cuenta para una comunicación más efectiva.

En este sondeo, participaron líderes de las comunidades y servidores públicos, quienes manifestaron que era de gran importancia un medio de comunicación tanto para informarse y entretenerse como para visibilizar sus productos y fomentar el turismo. También expresaron que desean que este medio sea un legado para el municipio y no tenga ningún fin político.

Dar clic en **Sondeo 2**

Diseño de la estrategia

Las estrategias comunicativas, parten de determinar situaciones y saber a dónde se va a construir el escenario futuro, preparar una ruta y prever la capacidad de corregirla. Una buena estrategia plantea hacia dónde se quiere llegar, qué se desea lograr, cuáles son sus metas.

Según el autor K. J. Halten (1987), la estrategia es un proceso para la obtención de los objetivos que se han planteado. Es el arte para poder realizar un análisis, haciendo uso de las habilidades que permitan un mejor desarrollo; escogiendo la mejor alternativa o ruta para lograr la meta.

Estrategia

En esta estrategia se ejecutan diferentes acciones que buscan que la comunidad haga parte de un proceso comunicacional, en los siguientes puntos se explica detalladamente en que consiste dicha estrategia. Para la realización de esta estrategia es importante resaltar que se deben generar espacios de participación para toda la comunidad paimera.

Es importante en la estrategia el optimismo, al igual que la creencia, confianza en las aptitudes y en los potenciales del otro. La interacción humana debe ser la base de la transmisión de conocimientos y de la valoración de un aprendizaje significativo.

Actividades que componen la estrategia

La estrategia de comunicación se lleva a cabo de acuerdo con una serie de actividades que tienen como fin el desarrollo social de la comunidad de Paima.

Primera actividad: Realizar un taller de locución e interpretación de textos.

Objetivo: Descubrir las habilidades de las personas al momento de interpretar un texto y su empirismo a la hora de descubrir los diferentes tonos e intenciones que existen para transmitir un mensaje.

Segunda actividad: Brindar capacitaciones sobre comunicación básica.

Objetivo: Compartir conocimientos, herramientas y conceptos básicos sobre la comunicación y medir qué tanto sabe la comunidad paimera sobre los procesos comunicativos.

Tercera actividad: Elaborar talleres inclusivos, como el lenguaje de señas.

Objetivo: Brindar espacios formativos e inclusivos, demostrando que existen diversas maneras de comunicar. Favoreciendo los procesos comunicativos de la región que, con respeto, permiten la divulgación del lenguaje de señas.

Todas estas acciones se van a realizar en la Alcaldía de Paime, específicamente a los líderes comunales y colaboradores de esta institución. Respetando las normas de bioseguridad que impiden las aglomeraciones de personas.

Es importante perfilar los objetivos de la estrategia y la manera en que esta se aproxima al público objetivo, es por esto que contamos con la siguiente misión.

Misión

Esta estrategia busca una mediación comunitaria de desarrollo social y comunicativo, en cuanto al proceso de información y de comunicación de los habitantes del municipio de Paime, implementando talleres y capacitaciones que aportan al conocimiento de la comunidad.

También apuntamos al alcance y proyección con el que va a contar la estrategia para su proyección. Es por esto que llegamos a esta visión.

Visión

Con la implementación de la estrategia queremos generar un impacto efectivo y considerable en el municipio de Paime, fomentando una buena comunicación en el entorno paimero incentivando a la comunidad para que se unan y trabajen de la mano con los líderes, para que al finalizar el año 2021 se evidencie un avance en el desarrollo social del lugar.

Objetivos

- Fomentar el desarrollo social por medio de la comunicación buscando el bienestar de la comunidad
- Educar acerca de procesos comunicativos a través de talleres y capacitaciones
- Concientizar a los habitantes sobre la importancia de la comunicación

Discurso

Espacios formativos - Talleres y capacitaciones

Voluntariado - Equipo a cargo de la estrategia y habitantes de Paime

Público objetivo

Todas las personas del municipio de Paime que quieran participar y hagan parte de los proyectos que se realizan en la población.

Target

Se hace un énfasis especial en la participación de jóvenes para que hagan parte en la construcción y desarrollo de la comunidad. La participación de mayores de 40 años y líderes comunales para que a partir de sus experiencias y necesidades se logre el objetivo planteado.

Quiénes, Cómo, Cuándo y Dónde

- Estrategia desarrollada por estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores de la facultad de Ciencias de la Comunicación, para los habitantes del municipio de Paimé.
- A través de espacios formativos, actividades y propuestas, se busca la concientización de la comunidad, dando a conocer esta estrategia que tiene como objetivo mejorar la comunicación en el municipio, contribuyendo al desarrollo social del mismo.
- En el presente año - 2021.
- En el municipio de Paimé, Cundinamarca.

Qué se quiere lograr

La estrategia de comunicación quiere lograr que los paimeros aprendan y participen en todo lo que les brinda esta iniciativa, para que se lleve a cabo una buena comunicación entre sus habitantes, dejando un legado a las generaciones futuras de este municipio.

Proceso

Se ha llevado a cabo una serie de pasos para que la estrategia tenga una correcta implementación en el municipio.

Paso 1: Hacer primer contacto con la población y la Alcaldía Municipal de Paimé – Cundinamarca para que conocieran el objetivo y las actividades que componen el proyecto.

Paso 2: Programar las actividades propuestas con los líderes comunales y colaboradores de la alcaldía que van a participar.

Paso 3: Realizar las actividades que componen la estrategia de comunicación planteada.

Paso 4: Implementación de las técnicas de recolección de datos por medio de los sondeos para medir qué tan efectiva fue la estrategia en el municipio.

Herramientas de Marketing y comunicación

Este término hace referencia a la mezcla de herramientas que se tienen en cuenta, para cumplir con los objetivos que se quieren lograr en la estrategia, siendo parte de un plan de marketing que describe la publicidad, la promoción y la comunicación estratégica en cuanto a las relaciones públicas que se van a desarrollar en el municipio trabajado.

Publicidad

Persuadir y concientizar a las personas, por medio de talleres y capacitaciones que resaltan la importancia de la comunicación en la comunidad.

Promoción

Proponer proyectos a largo plazo que generen oportunidades de innovar en los procesos comunicativos que plantea la estrategia que se quiere desarrollar.

Relaciones públicas

Realizar una búsqueda de posibles aliados sin ánimo de lucro, en dado caso de que la comunidad no pueda sostener el medio que sea escogido.

Sostenibilidad

Se busca que la estrategia sea sostenible en el tiempo en el que aún se esté ejecutando, no se quiere politizar ninguna de las actividades que se desarrollen en esta. Por ende, se debe tener en cuenta buscar formas de financiación ajenas al objetivo social de la estrategia.

La satisfacción de la población es un factor importante para el desarrollo de la estrategia, si bien los investigadores se han hecho cargo de las actividades iniciales, se espera que la misma

comunidad continúe con esta labor en pro de su bienestar que, realizado correctamente, mejorarán la comunicación de los paimeros en su entorno y contribuirán al desarrollo social.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, la comunidad debe proponer algunas actividades que generen ayudas económicas para el pago de servicios de luz e internet y material utilizados en las diferentes actividades que comprende la estrategia a futuro, entre la que destaca la implementación de la radio comunitaria.

Las herramientas que se pueden considerar son las rifas, los bingos, la venta de postres y alimentos, subastas, bazares, entre otras ideas que poco a poco pueden solventar los gastos que acarrea la estrategia.

En caso de tener éxito con la creación del medio de comunicación radial comunitario, se puede optar por los mismos métodos de financiamiento anteriormente mencionados, o se puede realizar con el apoyo de familias u organismos públicos del municipio, comerciantes y propietarios de negocios locales un acuerdo de pauta publicitaria que beneficie a todos los involucrados o patrocinios y alianzas.

DOFA

Infografía 11

DOFA.



DOFA. [Infografía]. Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Implementación

Los talleres y capacitaciones se hacen indispensables para los habitantes del municipio de Paime, es importante que conozcan la transmisión de información y comunicación. Además de otras habilidades de comunicación oral y comunicación corporal. Estos talleres y capacitaciones tienen como objetivo una propuesta de implementación de una estrategia comunicativa aplicada a los principales líderes de la comunidad. La propuesta se basa en la realización de dos sesiones de taller de aproximadamente una hora cada uno, en donde se refuerzan temas como: manejo de la respiración, articulación, vocalización, interpretación de textos, postura, seguridad y contacto visual; la demostración de dominio del tema; y el material de apoyo en cuanto a lenguaje de señas.

Talleres y capacitaciones

Describimos el taller como un programa de aprendizajes y conocimientos, donde el conocimiento es compartido entre sus participantes construyendo y desarrollando habilidades y aptitudes.

La capacitación se puede considerar como un curso que se dirige para la enseñanza de temas y habilidades específicas con dinámicas didácticas que amplían los conocimientos de los participantes.

¿Cómo se implementaron?

La capacitación realizada presenta beneficios como ayudar a las personas a resolver problemas y a tomar decisiones. Forjar líderes y mejorar las aptitudes comunicativas de la

comunidad. Se buscó realizar un contexto sobre la importancia de la comunicación y sus diferentes tipos, esta tuvo como objetivo educar y concientizar a la comunidad del uso correcto de la comunicación en ámbitos generales. Para llevar a cabo esta capacitación se contó con un material en formato de video con diapositivas interactivas que facilitarán entender los conceptos dados a todos los participantes.

Para obtener una buena comunicación es importante brindar el acceso al lenguaje de señas, ya que, en ámbitos como la educación y servicios públicos, es fundamental los derechos humanos de las personas sordas, en esta estrategia es importante adoptar iniciativas para hacer que las comunidades sean más inclusivas al traducir sus publicaciones a lengua de señas y ponerlas a su disposición a través de video. Es por esto que se desarrolló el taller de lenguaje de señas con el fin de generar educación inclusiva en la comunidad, debido a que se evidenciaba que muchos de los habitantes tenían complicaciones a la hora de comunicarse.

Se realizó una capacitación y un taller de temas comunicativos, los cuales iniciaron con unos ejercicios de respiración, pues es muy importante tomar aire, ya que ayuda a que la laringe se estimule y relaje. Además, oxigena el cerebro, lo que permite tener más claras las ideas y así poder tener una comunicación más efectiva. posterior a estos ejercicios se llevó a cabo un taller de interpretación de textos, el cual se desarrolló, para generar en los habitantes una nueva forma de interpretar un suceso, un hecho o un acontecimiento oral o escrito, el cual pasa a ser comprendido e incluso expuesto a una nueva manera de poderse expresar, estas actividades fueron productivas y de gran interés en la comunidad, pues fueron talleres novedosos y recursivos para su desarrollo social.

Evidencias

En este apartado se busca demostrar que todas las actividades y las técnicas anteriormente mencionadas, se llevaron a cabo para la correcta aplicación de la estrategia de comunicación planteada, siendo la razón de ser de este proyecto.

Para ver estos videos haga clic encima de ellos:

Entrevista

Paime aprende sobre Comunicación - Estrategia de comunicación para Paime

Cundinamarca

En Paime, se aprende el Lenguaje de Señas Colombiana - LSC

Sondeo 1

Sondeo 2

Vídeo de Evidencias - Parte 1

Vídeos Evidencias - Parte 2.

Hallazgos

Tras una búsqueda exhaustiva se evidencia específicamente que en el municipio de Paime no había ningún tipo de estudio que permitiera determinar que medio necesitaba la comunidad o por qué era tan eficiente crearlo en este lugar.

En las visitas de campo al municipio, se pudo evidenciar que un número considerable de pobladores habitan en sectores que no cuentan con servicios de electricidad que les permita ver medios de comunicación televisivos, otra gran parte de sectores no cuenta con servicios de conexión a internet que les permita informarse a través de medios digitales y por otro lado, parte

de su población no sabe leer ni escribir, por ende, no serían viables medios como la prensa escrita, la televisión o un medio digital.

Sin embargo, se realizó una encuesta para conocer si es necesario un medio de comunicación; siendo una herramienta más que pueda aportar con el desarrollo social de este lugar. Y en caso de ser necesario, cuál sería el medio de comunicación ideal para esta población.

De acuerdo con esta encuesta, los paimeros dejan claro qué es lo más viable para que la propuesta se pueda implementar en un futuro.

A continuación, se exponen los resultados, las evidencias y las referencias que justifican que un paso de la estrategia comunicativa sea la propuesta de una creación de un medio de radiodifusión sonora en el municipio.

Justificación del medio (Encuesta y resultados)

En estas encuestas se realizaron 6 preguntas que buscaban conocer si para los habitantes de Paime sería viable la creación de un medio de radiodifusión y si participarían en ella. Además de esto se buscaba conocer la opinión de la población sobre el nombre del medio.

Imagen 3

Preguntas 1, 2 y 3 del formulario.

The image shows a Google Forms interface with three questions. The first question is 'Nombre completo' (Full name), which is a required question (indicated by a red star) and has a 'Texto de respuesta corta' (Short answer text) input field. The second question is 'Edad' (Age), also a required question (red star), with a 'Texto de respuesta corta' (Short answer text) input field. The third question is '¿Considera fundamental e importante la implementación de un medio comunitario en el municipio de Paime? Escriba si está de acuerdo o no y justifique su respuesta.' (Do you consider the implementation of a community medium in the Paime municipality fundamental and important? Write if you agree or not and justify your answer.), which is a required question (red star) and has a 'Texto de respuesta larga' (Long answer text) input field. The form is styled with a light blue header and a light gray background.

Nombre completo *

Texto de respuesta corta

Edad *

Texto de respuesta corta

¿Considera fundamental e importante la implementación de un medio comunitario en el municipio de Paime? Escriba si está de acuerdo o no y justifique su respuesta. *

Texto de respuesta larga

Encuesta sobre un posible medio de comunicación. [Google Forms] Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Imagen 4

Preguntas 4 y 5 del formulario.

¿Cree usted que un medio comunitario contribuye al desarrollo social de la comunidad de Páime? *

☐ Sí

☐ No

☐ Tal vez

¿Qué medio de comunicación sería el indicado para este municipio? *

☐ Radio

☐ Televisión

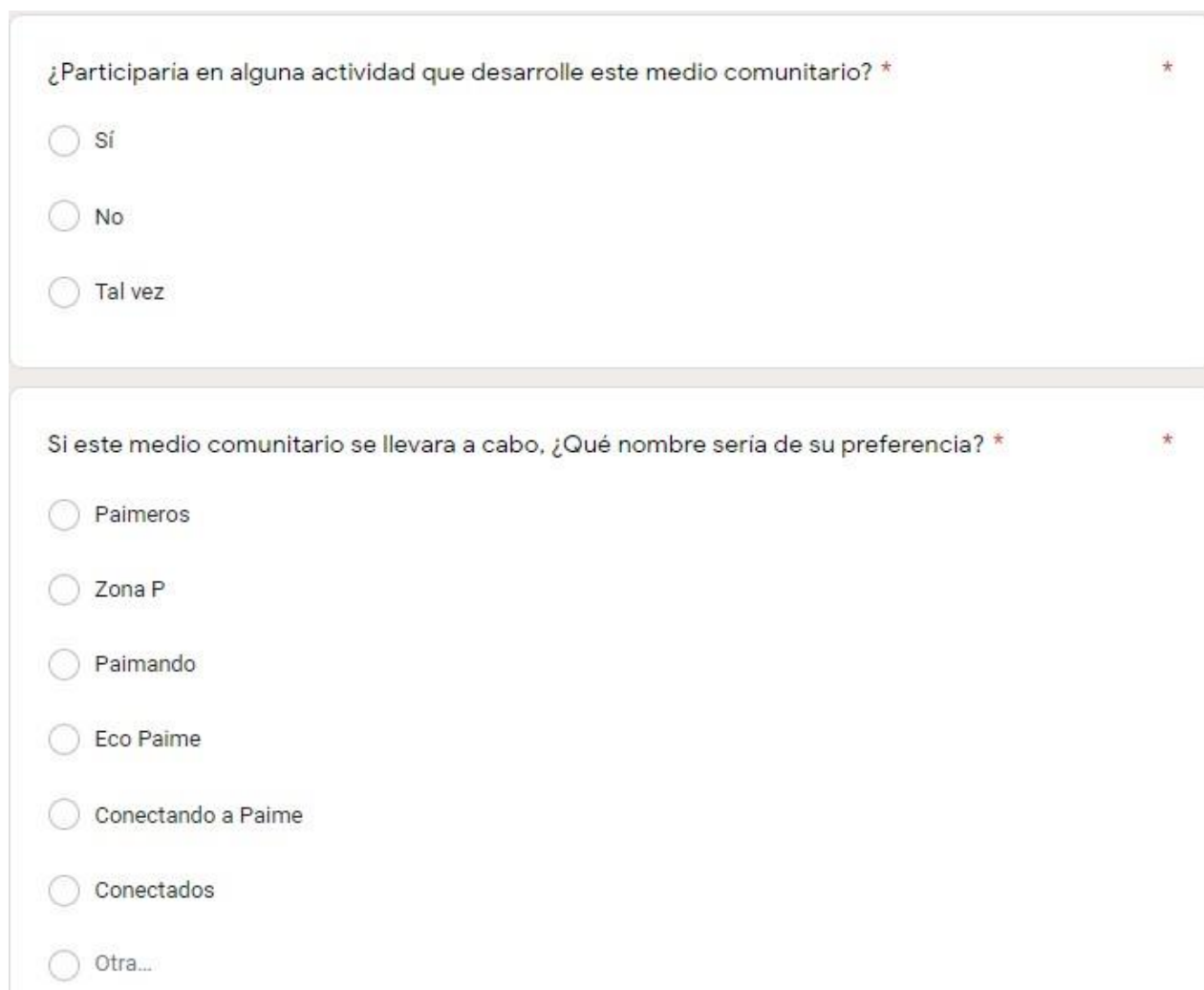
☐ Periódico

☐ Otra...

Elaboración propia de este grupo de investigación (2021). Encuesta sobre un posible medio de comunicación. [Google Forms].

Imagen 5

Preguntas 5 y 6 del formulario.



¿Participaría en alguna actividad que desarrolle este medio comunitario? *

☐ Sí

☐ No

☐ Tal vez

Si este medio comunitario se llevara a cabo, ¿Qué nombre sería de su preferencia? *

☐ Paimeros

☐ Zona P

☐ Paimando

☐ Eco Paime

☐ Conectando a Paime

☐ Conectados

☐ Otra...

Elaboración propia de este grupo de investigación (2021). Encuesta sobre un posible medio de comunicación. [Google Forms].

Fotografías

Se hizo un registro fotográfico de los habitantes de Paime, diligenciando las encuestas.

Estas evidencias se mostrarán en la siguiente página.

Fotografía 8

Funcionarios de la Alcaldía.



Nota. Foto realizada a las personas que llenan las encuestas. Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Fotografía 9

Funcionario de la Alcaldía.



Nota. Foto realizada a una de las personas que llena la encuesta. Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Fotografía 10

Funcionaria de la Alcaldía.



Nota. Foto realizada a una de las personas que llena la encuesta. Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Fotografía 11

Funcionarios de la Alcaldía.



Nota. Foto realizada a las personas que llenan las encuestas. Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Caracterización de la muestra

Digital

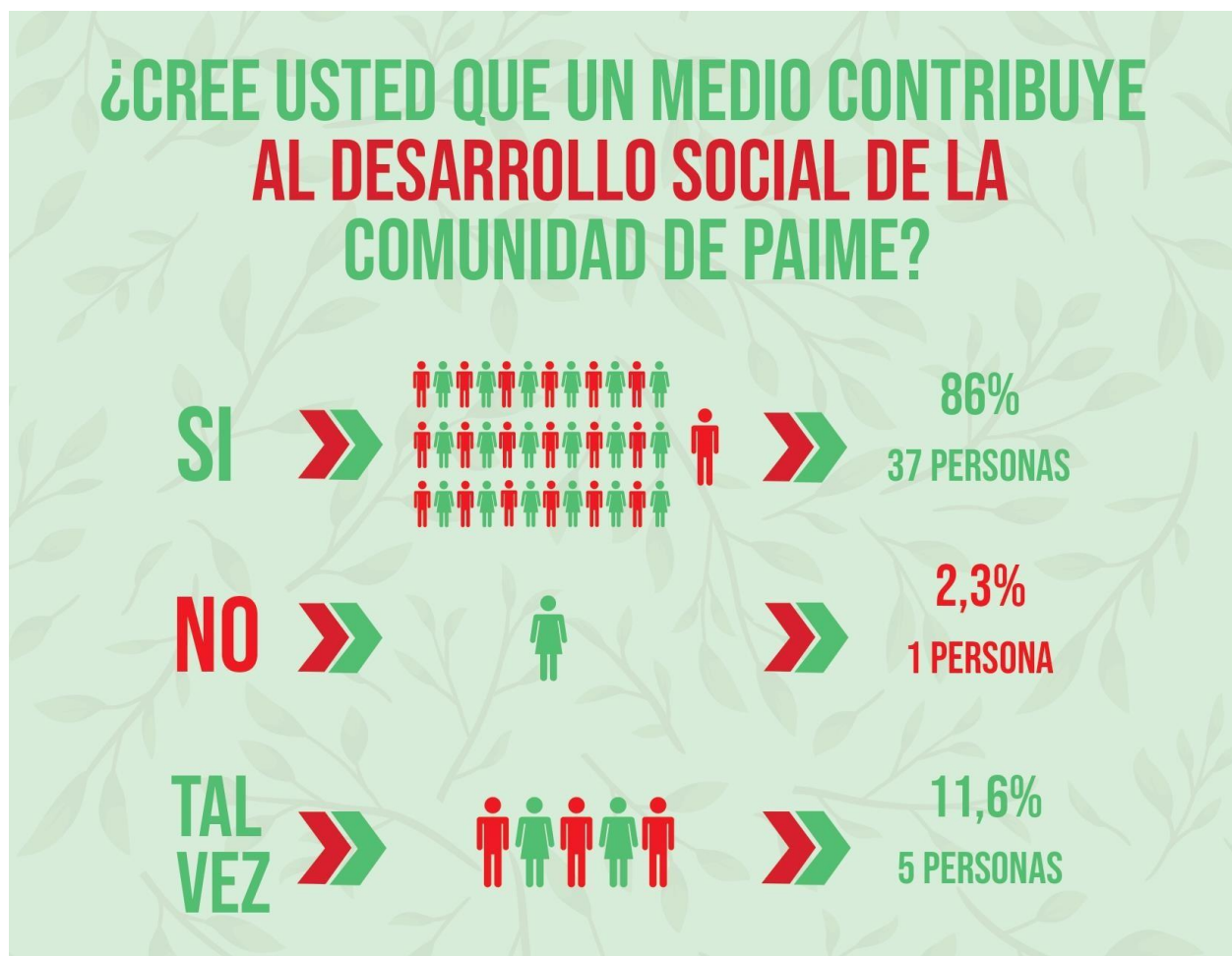
En esta modalidad se encuestaron a 43 habitantes de Paime, 20 mujeres y 23 hombres. Las edades de estos encuestados están entre los 15 y los 66 años.

En seguida, mostraremos el análisis con sus respectivas gráficas que aportan en nuestra investigación.

Figuras

Figura 1

¿Cree usted que un medio contribuye al desarrollo social de la comunidad de Paime?



Nota: Se puede observar que el 86% de los encuestados creen que un medio comunitario contribuye al desarrollo social de la comunidad de Paime, el 11,6% tal vez lo cree y el 2,3% no lo cree. Fuente: Elaboración propia de este grupo de investigación (2021).

Figura 2

¿Qué medio de comunicación sería el indicado para este municipio?



Nota: El 62,8 % de los encuestados coinciden en que la radio es el medio de comunicación más indicado para este municipio. Fuente: Elaboración propia de este grupo de investigación (2021).

Figura 3

¿Estaría de acuerdo con que la Alcaldía de Paime y la Gobernación de Cundinamarca sostengan este proyecto?



Nota: El 88,8% de los encuestados están de acuerdo con que la Alcaldía de Paime y la Gobernación de Cundinamarca sostengan el proyecto, el 7% considera que tal vez estaría de acuerdo, el 4,7% no está de acuerdo. Fuente: Elaboración propia de este grupo de investigación (2021).

*Se habló con un funcionario de la alcaldía (jefe de prensa - Anyi González) quien manifestó que se podría hacer la adecuación de espacios para la realización de la radio. Esta encuesta y el proyecto se presentará a la alcaldía para buscar que sea financiado.

Figura 4

¿Participaría en alguna actividad que desarrolle este medio?



Nota: El 81,4% de los encuestados participarían en las actividades que el medio comunitario desarrolle, el 16,3% tal vez lo haría y el 2,3% no participaría. Fuente: Elaboración propia de este grupo de investigación (2021).

Figura 5

¿Qué temáticas serían las ideales para este medio?



Nota: Las temáticas que para los encuestados son las ideales para tratar en el medio comunitario son: Cultural con 74,4%. Informativa con 61,8%. Social con 61,8%. Fuente: Elaboración propia de este grupo de investigación (2021).

Figura 6

¿Qué nombre sería de su preferencia?



Nota: “Conectando a Paime” fue elegido como el nombre de preferencia para el medio comunitario con 25,6%. Fuente: Elaboración propia de este grupo de investigación (2021).

Estos resultados en cuanto a los formularios digitales, consultar el enlace para ver el registro de datos en formato Excel. [Propuesta de medio comunitario para Paime \(respuestas\)](#)

Ahora hablaremos de las encuestas escritas y físicas que fueron llevadas hasta el municipio de Paime.

Físicas

En modalidad presencial se les realizó la encuesta a 9 paimeros, 5 mujeres y 4 hombres. Las edades de estos encuestados están entre los 21 y los 50 años.

Para ello nos dirigiremos a un enlace de las encuestas escritas para observar las respuestas de la comunidad. [Evidencia - Encuestas Físicas by Conectando a Paimé - issuu](#)

Creación de marca para el medio de comunicación propuesto

Para visualizar este producto de manera instantánea, de clic en el [Manual de identidad corporativa Conectando a Paimé](#).

Imagen 6

Manual de identidad corporativa.



Manual de identidad para el medio de *Paime* - *Cundinamarca*. Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Propuesta de estructuras para los programas radiales

En este punto, tuvimos en cuenta elementos y preguntas claves que nos permitieron desarrollar las estructuras de los programas radiales de una manera más centrada.

Los elementos fueron:

- ¿Cómo se comunican los paimeros?

- Explicar a los habitantes que la radio no es solo técnica y que es una herramienta de comunicación de gran ayuda (Ventajas y beneficios en la sociedad)
- Resaltar la importancia de la voz y de transmitir los mensajes que se quieren dar a conocer.
- Generar conciencia en la comunidad para producir programas de calidad (contenidos)
- Brindar conocimientos comunicativos y técnicos a la hora de ser parte de un programa radial (Ejercicios de respiración - Guion - Parrilla - Funcionamiento de la consola, audífonos y micrófono).

Descripción de los programas radiales:

Eco Paime: Turismo - Naturaleza - Medio ambiente

Zona P: Historias, anécdotas y experiencias en la región

Paime Comunica: Informativo local

NotiPaime: Informativo Nacional e Internacional

Paimeros en acción: Agropecuario

Al son de Paime: Franja musical

Conexión Paimera: Tecnología

Paime Sports: Deportes

AgendArte: Arte - Cultura - Emprendimiento

Gráfica de la parrilla

Imagen 7

Parrilla de contenidos.

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
DE 8:00 A 10:00	NotiPaime	NotiPaime	NotiPaime	NotiPaime	NotiPaime		
DE 10:00 A 12:00	Eco Paime	Eco Paime	Eco Paime	Eco Paime	Eco Paime	Al son de Paime	Al son de Paime
DE 12:00 A 13:00	Paime Comunica	Paime Comunica	Paime Comunica	Paime Comunica	Paime Comunica		
DE 13:00 A 14:00	Paime Sports	Conexión Paimera	Paime Sports	Conexión Paimera	Paime Sports	Paime Comunica	AgendArte
DE 14:00 A 16:00	Zona P	Paimeros en acción	Zona P	Paimeros en acción	Conexión Paimera	AgendArte	
DE 16:00 A 17:00					AgendArte	NotiPaime	NotiPaime
DE 17:00 A 18:00	NotiPaime	NotiPaime	NotiPaime	NotiPaime	NotiPaime	Al son de Paime	
DE 18:00 A 20:00					Al son de Paime		Zona P
DE 20:00 A 22:00	Al son de Paime	Al son de Paime	Al son de Paime	Al son de Paime		Zona P	
DE 22:00 A 00:00					Zona P		

Parrilla de los programas para el medio de *Paime* - *Cundinamarca*. Fuente: Propia de este grupo de investigación (2021).

Conclusiones

La estrategia que se llevó a cabo tuvo muchas reacciones positivas, puesto que los habitantes adquirieron nuevos conocimientos, entendieron que nunca es tarde para aprender y participaron en todas las actividades realizadas.

Para una población que estuvo olvidada por muchos años, fue una experiencia agradable y única que se les tuviera en cuenta en la realización de una estrategia comunicativa, donde demostraron sus habilidades y empirismo en cuanto a la transmisión de mensajes.

Este municipio parece estar castigado por los escombros que dejó la guerra, quieren alzar la voz, pero no son escuchados en esa lejana, es muy duro para sus habitantes tener que visitar la capital, pues en tiempo de viaje son 6 horas y en dinero ni se diga. En este municipio que para llegar parece no tener fin. Hay cultura, tradiciones, grandes personajes y miles de historias por contar que merecen ser escuchadas.

A través de procesos teórico-prácticos se realizaron los talleres y las capacitaciones dirigidos por los investigadores, los cuales son abordados desde la educomunicación; buscando transmitir todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera profesional de quienes ejecutan esta estrategia para el beneficio de la comunidad paimera, permitiendo que la educación y la comunicación sean claves para el desarrollo social del municipio. Es por esto que a partir del sondeo los paimeros manifestaron su deseo por la creación de un medio de comunicación, en el que puedan interactuar con las demás personas, poner en práctica los conocimientos adquiridos y visibilizar su municipio.

Para la población lo más importante es que la radio se convierta en un medio fundamental para construir el colectivo en su comunidad. Los paimeros apropian la idea de crear este medio que reforzaría la comunicación y la confianza en el sector. Puesto que esta herramienta de

radiodifusión sonora protege, informa y da seguridad, porque es una onda que llega rápidamente a la comunidad para informar y avisar sobre cualquier situación.

Es por esto que el grupo de investigación decidió que sería importante crear una marca que los representara “Conectando a Paimé”, diseñar diferentes elementos que son necesarios para la implementación del medio como lo son; su manual de identidad, propuestas de programas radiales y parrillas de contenidos. Todo esto con el fin de aportar al deseo paimero, desarrollar un medio de comunicación que le pertenezca al municipio.

Se logró el apoyo de la Alcaldía de Paimé para la realización de los talleres y capacitaciones, facilitando los espacios, los servicios y equipos tecnológicos (computador, video beam, internet y luz) que fueron utilizados en el desarrollo de la estrategia. Además de brindar refrigerios para los participantes. Todos ellos dieron testimonios expresando la satisfacción frente a la estrategia que se desarrolló en el municipio.

Bibliografía

Barbas Costado, Á., & Martínez Ortiz de Tárata, A. (2020). Vidas de activismo. la participación en los medios de comunicación comunitarios como fuente de aprendizajes. *Diálogo andino*, (62), 65-75.

Bartesaghi, I. (2011). Investigación de mercados. Recuperado de: <http://biblioteca.iplacex.cl/RCA/Investigaci%C3%B3nde%20mercado.pdf>.

Brechas, I. (2002). Globalización y desarrollo social. *Globalización y Desarrollo*, 2002, 307–348. Retrieved from <http://www.cepal.org/prensa/noticias/comunicados/3/9823/presentacionjao.pdf>

Carrión, J. (s.f.). Diferencia entre dato información y conocimiento. Recuperado de: <http://iibi.unam.mx/voutssasmt/documentos/dato%20informacion%20conocimiento.pdf>

Casal, R. A. (2007). Marco metodológico. *Postgrado en Ciencias Contables. [En línea](Cargado el 2007) Disponible en:* < <http://www.slideshare.net/mariogeopolitico/presentacion-marco-metodologicoentrevista> > [Consultado 1 Agosto 2021].

Cathcart, M. C. (2009). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico. *Ciencia en su PC*, (3), 12-21.

Centro Nacional de Memoria Histórica. (2020). Autodefensas de Cundinamarca. olvido estatal y violencia paramilitar en las provincias de Rionegro y Bajo Magdalena. Recuperado de <https://centrodememoriahistorica.gov.co/wp-content/uploads/2020/11/Autodefensas-de-Cundinamarca.pdf>

Collado Campaña, F. (2008). La influencia de las radios y las televisiones comunitarias en la construcción de la ciudadanía. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 17, 209-224.

Corrales, Fernanda y Hernández, Hilda. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra*, 70(14), 1-34.

Coryat, D., Caicedo, J., & González, A. (2017). No masivo. Los medios comunitarios vistos a tres voces. *Revista Nexus Comunicación*, 3. <https://doi.org/10.25100/nc.v0i3.4759>

Desarrollo social. (2019). Recuperado el 6 de julio de 2021, de Bancomundial.org website: <https://www.bancomundial.org/es/topic/socialdevelopment/overview>

Falla, A. A., Uribe Vélez, B. I., Sánchez Alvarado, D., Florián Bejarano, G. R., Figueroa Gamboa, J. M., Cortez Díaz, J. C., Andrade Correa, L. R. (2012). Estado del arte de los medios de comunicación comunitaria en Bogotá, Cundinamarca y Tolima. Fase final.

Fonseca, M. (2000), «Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica», Primera Edición, Pearson Educación, México, Pág. 4.º

Galicia, M., & González, R. (2014). Medios de Comunicación Comunitarios y su relación con el periodismo, una mirada desde las emisoras comunitarias en Colombia. Universidad del Tolima, Ibagué-Colombia en colaboración con la PUCP-ALA.

Gallego, S. X. (2013). Radio alternativa y prácticas de memoria: experiencia del semillero Movimientos Sociales y Comunicación Alternativa. *Hallazgos*, 10(20).
<https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2013.0020.04>

García, F. C., & Flores, H. G. H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra*, 14(70).

Gonzales, V. G., Morales, R. L. F., Gutiérrez, R. J. P., Tello, L. L. R., & Arango, N. C. (2019). Estudio léxico-semántico de la jerga en la expresión de los estudiantes de pregrado. *Investigación Valdizana*, 13(4), 214-223.

Gumucio Dagrón, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto Cero*, 10(10), 6-19.

GAYO, MODESTO (2013). La teoría del capital cultural y la participación cultural de los jóvenes. el caso chileno como ejemplo. *Última Década*, (38),141-171. [fecha de Consulta 27 de Julio de 2021]. ISSN: 0717-4691. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19528518007>

Kaplún, M. (2010). Una pedagogía de la comunicación (Vol. 10). Ediciones de la Torre.

Landázuri, G (2010). Participación: discurso o democratización del desarrollo. *Espacio Abierto*, 19(4),663-679. [fecha de Consulta 11 de Agosto de 2021]. ISSN: 1315-0006. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12216181005>

Lara González, A. de, & Del Campo Cañizares, E. (2018). El podcast como medio de divulgación científica y su capacidad para conectar con la audiencia. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1). <https://doi.org/10.14198/medcom2018.9.1.15>

Marí Sáez, V. (2010). El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios. *Razón y Palabra*, 71.

Milán, S. Medios comunitarios y regulación. una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación & Desarrollo [en línea]*. 2006, 14(2), 268-291[fecha de Consulta 10 de Agosto de 2021]. ISSN: 0121-3261. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26814202>

Moreno, A. F. (2018). La comunicación participativa como generador de cambio social desde la PSO Fundación “Juan Feliz”. [Curso de profundización]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31528>.

Moreno, D. C. R. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Katharsis: Revista de Ciencias Sociales*, (21), 449-479.

Núñez, G. E. T. (2015). Paime, una tierra hermosa, rica y fértil, pero en total olvido. Retrieved July 27, 2021, from *Diariolaeconomia.com* website: <https://diariolaeconomia.com/regiones-y-fronteras/item/237-paime-una-tierra-hermosa-rica-y-fertil-pero-en-total-olvido.html>

Obregón, R. (2011). Comunicación, desarrollo y cambio social. Barcelona: Portal de la comunicación, 3.

Ríos Ortega, Jaime. (2014). El concepto de información: dimensiones bibliotecológica, sociológica y cognoscitiva. *Investigación bibliotecológica*, 28(62), 143-179. Epub 00 de abril de 2014. Recuperado en 23 de julio de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2014000100009&lng=es&tlng=es

Ruedas, Ríos & Nieves (2009). Hermeneutics: The stone that brakes the mirror. *Investigación y Postgrado*, 24(2), 181-201. Recuperado en 22 de agosto de 2021, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872009000200009&lng=es&tlng=en.

Sandoval Guerrero, L., & Martínez Guevara, J. (2018). Emprendimiento, innovación y educación: trilogía esencial para el desarrollo. *Tsafiqui*, 11. <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v0i11.485>

Ventosa, V. J. (2017). Didáctica de la participación: teoría, metodología y práctica (Vol. 67). Narcea Ediciones.

Víctimas del Bloque Cundinamarca, en el olvido. (2014). Recuperado el 27 de julio de 2021 del sitio web Verdadabierta.com: <https://verdadabierta.com/victimas-del-bloque-cundinamarca-en-el-olvido/>