

INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN POPULAR EN EL BARRIO SCALABRINI DE LA
CIUDAD DE CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER

PAOLA ANDREA NIÑO FERREIRA
YADY YUDELY CUERVO TORRES
MAURA JOHANNA PARRA URIBE
YORLIBETH CARVAJALINO GUERRERO

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
PROGRAMA DE TRABAJO SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2020

INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN POPULAR EN EL BARRIO SCALABRINI DE LA
CIUDAD DE CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER

PAOLA ANDREA NIÑO FERREIRA

YADY YUDELY CUERVO TORRES

MAURA JOHANNA PARRA URIBE

YORLIBETH CARVAJALINO GUERRERO

*Trabajo de investigación como requisito para optar al título de
Trabajadora Social*

Tutor:

JHORMAN YAROKSSI ORTEGA ORTEGA

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
PROGRAMA DE TRABAJO SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2020

Contenido

	pág.
Resumen	7
1. El Problema	9
1.1 Título	9
1.2 Planteamiento del Problema	9
1.3 Formulación del Problema	14
1.4 Delimitación	14
1.4.1 Delimitación espacial	14
1.4.2 Delimitación conceptual	14
1.4.3 Delimitación temporal	14
1.5 Justificación	15
1.6 Objetivos	16
1.6.1 Objetivo general	16
1.6.2 Objetivo específico	17
2. Marco Referencial	18
2.1 Antecedentes de la Investigación	18
2.1.1 Ámbito internacional	18
2.1.2 Ámbito nacional	21
2.2 Bases Teóricas	23
2.2.1 Comunicación popular	24

	4
2.2.2 Comunidad	27
2.2.3 Medios de comunicación	28
2.2.4 Movimientos sociales	29
2.2.5 Comunicación	30
2.2.6 Participación comunitaria	30
2.3 Bases Conceptuales	31
2.4 Base Contextual	33
2.5 Base Legal	34
3. Marco Metodológico	36
3.1 Paradigma de Investigación	36
3.2 Enfoque de Investigación	37
3.3 Diseño de la Investigación	37
3.4 Población-Muestra	38
3.5 Técnicas de Recolección de Información	38
3.5.1 Entrevista semiestructurada	39
3.5.2 Revisión documental	40
3.6 Técnicas de Análisis de Información	40
3.6.1 Triangulación	40
3.6.2 Matriz documental	41
3.6.3 Subrayado	41
3.6.4 Matriz de actores	42
4. Hallazgos	43
4.1 Capítulo I. La Comunicación Popular y su Relación con el Desarrollo Comunitario.	

(Por Medio de una Revisión Documental)	43
4.2 Capitulo II. Procesos de Comunicación Popular que se han Desarrollado en la Comunidad del Barrio SCALABRINI de la Ciudad de Cúcuta por parte de las Instituciones y Movimientos Sociales que Ejercen Incidencia	44
4.3 Capitulo III. Aportes de los Procesos de Comunicación Popular Desarrollados en Pro al Desarrollo del Barrio Scalabrini desde los Movimientos y Organizaciones Sociales que Ejercen Presencia en el Sector	46
5. Recomendaciones	49
Referencias Bibliográficas	50
Anexos	52
Anexo 1. Cuadro de categoría	52
Anexo 2. Matriz de Validación instrumento	53
Anexo 3. Diario de camp	55
Anexo 4. Matriz de triangulación	60

Lista de Tablas**pág.**

Tabla 1. Clasificación unidades de análisis

18

Resumen

El presente proyecto expone la importancia de la comunicación popular como estrategia para los procesos comunicacionales para las comunidades y el desarrollo de la práctica del trabajador social, el cual se llevó a cabo en el barrio Scalabrini que queda ubicado en la comuna 8, de la ciudad San José de Cúcuta, Norte de Santander, se contó como población a la representante legal del movimiento social Colombia Informa, la cual aportó la información acerca de los procesos comunicacionales que se llevaron a cabo, entre los cuales están los talleres de redacción, talleres de fotografía, cartografía social entre otros.

El objetivo principal es determinar las formas en que la comunicación popular aporta al desarrollo comunitario del barrio Scalabrini de la ciudad de Cúcuta y otros, para este se usa una metodología hermenéutica la cual permite un acercamiento a los comportamientos de los sujetos y se realiza una revisión documental la cual complementó la información que se quería conocer de forma clara cuales son los procesos comunitarios, que procesos se desarrollan, que tipos de comunicación popular existentes y de qué manera han hecho aporte al entorno. Resultados. Se exhibe que a nivel nacional y local hay poca colaboración por parte del Estado frente a estos movimientos, ya que son tildados de revolucionarios.

Este se construye por medio de entrevista semiestructurada realizada donde se le pregunta directamente a la representante del movimiento social, que procesos han desarrollado con el cual se contó con el apoyo necesario referente a la información que se quería conocer.

Conclusión. Por medio de la comunicación popular estos barrios pueden generar cambios positivos en sus comunidades implementando este tipo de comunicación, y pueden transformar a las comunidades de manera trascendental para que sigan ejerciendo estos procesos con la finalidad que se hagan buenos proyectos de gestión social.

Palabras Clave: Comunicación popular, Comunicación, Comunidad, Trabajo comunitario, Trabajo social.

1. El Problema

1.1 Título

Incidencia de la comunicación popular en el barrio Scalabrini de la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander.

1.2 Planteamiento del Problema

Esta comunicación es un modelo antagónico al modelo de comunicación vigente. La comunicación alternativa y popular trata de rescatar y recuperar la cultura popular convirtiéndola en sujeto de información. En donde se busca la empatía es decir la participación afectiva y por lo común emotiva de un sujeto en la realidad ajena que constituye uno de los más destacados factores en la comunicación devolviendo el papel protagónico a las personas.

Ultreras (1988), define la comunicación popular como:

Proceso de interacción que se da dentro de un grupo de seres humanos, con el propósito de recuperar su significado, su memoria histórica, su vida cotidiana y su experiencia humana de la realidad; para estructurar estos significados como guías de acción vital, con la participación popular y la capacitación para elaborar, controlar, conducir, ejecutar y evaluar su propio proyecto; que dan lugar a diversos niveles, formas y técnicas de la comunicación popular, alternativa y participativa. (p.19).

Lo anterior expone que la comunicación popular es un medio que permite que los ciudadanos tengan la oportunidad de expresar libremente sus opiniones y que estas sean tomadas en cuenta, que luchen por recuperar su significado y defiendan sus derechos, a través de un proceso de

interacción y comunicación, que permita intercambiar ideas, familiarizar conceptos y de esta manera logren percibir con mayor facilidad, los fenómenos sociales existentes en la sociedad. Junto al proceso de comunicación popular, se busca la transformación de las comunidades y que los pobladores de estas, sigan buscando las mejores alternativas para sus necesidades.

Latinoamérica tuvo particularidades diferentes de Europa en la relación medios de comunicación-legitimación social. Mientras en el llamado “viejo continente” –como si este fuera “nuevo”- los medios de comunicación masiva se desarrollan codo a codo con la industrialización y el consecuente fenómeno de masas; por estas tierras tales medios se afirmaron en prerrogativas funcionales a las élites que se apoderaron de los esfuerzos revolucionarios, una vez derrotados estos, a cambio de un nuevo modelo de dependencia colonial. Tuvo que llegar la década del 60 del siglo XX para que tal realidad se viera nuevamente cuestionada. “Romper el muro del silencio”; “dar voz a los que no tienen voz”; “liberar la palabra” son consignas acuñadas en una extensa multiplicidad de experiencias de comunicación orientadas a corregir desequilibrios mediáticos que responden a diferentes cosmovisiones sobre el mundo realmente existente.

En América Latina, los hombres y los pueblos de hoy se niegan a seguir siendo receptores pasivos y ejecutores de órdenes. Sienten la necesidad y exigen el derecho a participar, de ser actores, protagonistas, en la construcción de una nueva sociedad auténticamente democrática.

Referente a este pensamiento y apoyándonos en el contexto de la realidad estas palabras estuvieron muy acertadas, ya que hoy en día los sujetos no quieren estar regidos por el régimen común que viene haciendo camisa de fuerza, en la actualidad se busca el liberalismo de escucha para las necesidades que necesitan ser solventadas. Es por esto que muchos participan activamente y motivan a los demás hacer parte de los movimientos para que puedan ser

constructores y líderes de sus propias leyes.

En un país como Colombia donde se ven tantas injusticias y se evidencia el incumplimiento de los derechos humanos; sobre todo en las poblaciones más vulnerables y carentes de recursos económicos, la tarea primordial sería planificar políticas en donde el Estado tenga más participación hacia estos sectores que prácticamente han sido olvidados, por esto es necesario que el gobierno se adentre en estas comunidades, de tal manera que puedan visualizar sus problemáticas y exponer soluciones. Para esto se busca el apoyo de la comunicación popular, ya que ha sido una herramienta clave que ha generado un impacto importante, en favor a las comunidades; más sin embargo aún hasta en la actualidad son muchas las comunidades olvidadas, en donde el Estado tiene poca o cero participaciones en ellas.

Siendo así, se puede destacar que en Colombia la comunicación popular ha tenido un gran desarrollo y es evidente que este tipo de comunicación ha cobrado fuerza ya que se ha logrado manifestar de manera positiva en el desarrollo de las metas y proyectos a favor de las comunidades, a través de la participación activa de los actores involucrados, que como se ha mencionado la participación de la comunidad es fundamental para generar los cambios deseados, junto con el trabajo colectivo, en busca de conseguir dichos objetivos, por otro lado, por medio de estos procesos se pueden formar niños y niñas líderes, siendo ellos el futuro para la transformación del país, para conseguir contribuir a la cultura para vivir en un ambiente de paz que es lo que más se anhela construir, acabar con la corrupción y con todo aquello que deja de lado a las personas que sufren necesidades de toda índole.

Así mismo, a nivel local como en una de las fronteras más movidas a nivel nacional, Cúcuta, (Norte de Santander) es una de las ciudades más peligrosas debido a que tiene mucha zona de conflicto y junto a esto personas en contraposición a la dinámica de corrupción impuesta. Es

por esto que se debe de apoyar el proceso con los movimientos sociales, donde la comunidad haga parte de ellos, para no interrumpir el proceso que se desea llevar a cabo con los sujetos, donde sean ellos mismos los protagonistas.

Por primera vez en Cúcuta, artistas, comunicadoras y comunicadores sociales y populares, estudiantes de diferentes instituciones de educación y lideresas y líderes sociales, se reunieron para hablar acerca de la democratización de la información y la comunicación, la concentración de medios en Colombia y la propuesta de los medios de comunicación populares para hacerle frente a la “posverdad” comercializada por los medios de comunicación hegemónicos.

Por otro lado, Gelvez, (2018), afirma que:

Fortalecer plataformas de comunicación popular en nuestro departamento es una gran necesidad debido a la gran desinformación, ignorancia; ya que es una región casi ajena a la realidad política, por eso se les hace más fácil a los corruptos mantener engañados a sus electores y la corrupción prácticamente no posee oposición; es necesario apostarle a otorgar una participación mancomunada de acuerdo a sus capacidades y disposiciones, con objetivos de crecimiento participativo gradual de cada movimiento, analizar sus progresos e integrarlos gradualmente en nuevos procesos participativos que desarrollen auto crecimiento e impacto social publicitario, para así fortalecer la plataforma con diversas perspectivas (Colombia Informa, 2018).

Con el surgimiento de este movimiento en esa parte del departamento se busca que el Estado pueda satisfacer u proponer estrategias para dar solución a las distintas necesidades, ya que no lo ven como un departamento más si no como un lugar de paso para dirigirse hacia el país vecino, que con tan solo unos kilómetros que se separan los dos países no hacen nada para que tenga otra reputación, con la comunicación popular y todos los grupos que han surgido con este movimiento, se ha buscado que las organizaciones apoyen a este departamento y que el gobierno cumpla generando soluciones para mitigar las necesidades que allí se presentan.

En consecuencia a lo anterior, la comunicación popular es un medio u herramienta que ha

generado un impacto positivo en las comunidades locales, su concepto es fundamental para entender en qué consiste, que se busca con este medio y de qué manera los perciben las comunidades locales, tomando en cuenta ciertas organizaciones que han venido trabajando con las comunidades de la ciudad de Cúcuta, en especial con población de jóvenes, en busca de crear líderes, empoderados y autónomos que logren fortalecer sus habilidades personales y sociales, adquiriendo independencia para exigir el goce efectivo de sus derechos, a través la integración y la convivencia en aras de conseguir el desarrollo comunitario.

Para cerrar se debe hacer mención a la necesidad que se tiene para la presente propuesta de investigación el poder conocer a mayor profundidad en que consiste la comunicación popular y como está siendo desarrollada por las organizaciones sociales en la ciudad de Cúcuta, como es el caso de Colombia Informa, que tienen como su principal objetivo de mostrar todas aquellas necesidades que tienen las comunidades y las ciudades más golpeadas por las diferentes dificultades (Narcotráfico, microtráfico, grupos armados ilegales, la falta de participación del estado, las necesidades de las comunidades que están abandonadas por los mismo gobiernos locales) y a su vez estos procesos como aportan al desarrollo comunitario con la finalidad de poder corroborar la importancia de lo que es comunicación popular en el marco de los procesos desarrollados en las comunidades locales como es el caso de Scalabrini y los barrios periféricos que rodean a la ciudad.

1.3 Formulación del Problema

¿De qué manera la comunicación popular aporta al desarrollo comunitario del barrio Scalabrini de la Ciudad de San José de Cúcuta?

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación espacial

El presente proyecto de investigación se desarrollará en la ciudad de San José de Cúcuta del departamento de Norte de Santander dentro de su casco urbano.

1.4.2 Delimitación conceptual

Comunicación popular, movimientos sociales, medios de comunicación, comunidades locales.

1.4.3 Delimitación temporal

El presente proyecto de investigación será desarrollado en un periodo comprendido de año y medio que inicia en el trascurso académico de 2019-2 al periodo académico 2020-2.

1.5 Justificación

Teniendo en cuenta que los medios de comunicación popular, son un espacio colectivo que abre su vía de comunicación a la participación comunitaria, encaminados a fortalecer el bienestar social de los ciudadanos menos favorecidos, resulta interesante conocer cuál es la percepción de los movimientos sociales frente a los medios de comunicación popular y así mismo comprender si se le otorga el uso apropiado, ya que a través de las lecturas recopiladas en relación a este fenómeno se puede evidenciar que el Estado se ha encargo de repartir algunas emisoras comunitarias pero los ciudadanos no se han apropiado de estas, las cuales solo se quedaron en “nombre”, porque la mismas comunidades no gestionan los recursos necesarios para fortalecer estos medios que actúan en pro de la mejora de estos sectores.

Entonces la presente investigación toma importancia puesto que desea conocer de qué manera la comunicación popular aporta al desarrollo comunitario del barrio Scalabrini de la Ciudad de San José de Cúcuta; refiriendo la mirada a la comunidad del barrio Scalabrini de San José de Cúcuta Norte de Santander, se pretende evidenciar cuales son los procesos de comunicación popular que llevan a cabo los movimientos sociales que ejercen presencia en estas comunidades y así conocer cuál ha sido su impacto en el contexto social.

Lo anterior se hará desde la perspectiva del trabajo social, tenido en cuenta que esta es una disciplina que interacciona para transformar la realidad social y usa la comunicación para lograr un acercamiento directo con el ser humano como objeto y sujeto de trabajo y de ese modo contribuir a la mejora de sus condiciones y calidad de vida; el objeto de trabajo de la profesión es la problemática social, la cual es cambiante e impredecible. Por otro lado, conocer sobre cómo se promueve y se desarrolla la comunicación popular desde los movimientos sociales y como

aporta a la formación profesional del Trabajador Social en la construcción de nuevos conocimientos, puesto que son escenarios pertinentes de la intervención en el quehacer de esta disciplina que debe enlazar tanto lo teórico como lo práctico con el fin de generar un cambio de dichas realidades cotidianas.

Así, esta indagación contribuye a ampliar los conocimientos del profesional de trabajo social y a fortalecer la visión que tienen las comunidades frente a estos medios de comunicación ya que estos son confusos y los ciudadanos no conocen en realidad la capacidad de su impacto y como estos pueden mejorar su nivel de vida. Así mismo permitirá visibilizar posibles estrategias de fortalecimiento o alianzas entre la Universidad Simón Bolívar y los diversos programas.

Por otra parte, este estudio permitirá desarrollar futuras investigaciones sobre este campo de acción teniendo en cuenta que posiblemente no hay mayor número de investigaciones que le apunten a revisar este fenómeno desde los territorios locales como lo es Cúcuta.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Determinar las formas en que la comunicación popular aporta al desarrollo comunitario del barrio Scalabrini de la ciudad de Cúcuta.

1.6.2 Objetivo específico

Conceptualizar acerca de la comunicación popular y su relación con el desarrollo comunitario.

(Por medio de una revisión documental)

Identificar los diferentes procesos de comunicación popular que se han desarrollado en la comunidad del barrio Scalabrini de la ciudad de Cúcuta por parte de las instituciones y movimientos sociales que ejercen incidencia.

Describir los aportes de los procesos de los procesos de comunicación popular desarrollados en pro al desarrollo del barrio Scalabrini desde los movimientos y organizaciones sociales que ejercen presencia en el sector.

2. Marco Referencial

2.1 Antecedentes de la Investigación

Tabla 1. Clasificación unidades de análisis

Tipología de unidad de análisis	Ámbito Internacional	Ámbito Nacional	Ámbito Local
Artículos	9	3	0
Tesis de Magister	1	2	0
Trabajo de investigación	0	1	0
Cuadernillos	1	0	0
Ensayo	0	1	0

Los medios de comunicación popular son un espacio colectivo que abre su vía de comunicación a la participación comunitaria, encaminados a fortalecer el bienestar social de los ciudadanos menos favorecidos. En esta medida para la realización de la presente investigación se ha llevado a cabo la búsqueda de estudios hechos a nivel internacional, nacional y local que de una u otra forma aportan al presente estudio.

2.1.1 Ámbito internacional

En un primer trabajo podemos resaltar la investigación realizada por Nicoletti, y Marino (2018) llamada “aproximaciones conceptuales: comunicación popular, comunicación comunitaria y comunicación alternativa” en el cual proponen como objetivo principal realizar una reconstrucción de ciertas perspectivas teóricas, establecer similitudes, contradicciones y acuerdos de algunos de los autores que consideramos más necesarios para aproximarnos hacia

las definiciones de la comunicación popular, alternativa y comunitaria, esto se llevó a cabo a través de un trabajo realizado de corte exploratorio, teniendo en consideración la escasez de otros trabajos que aborden la temática. Debido a la amplitud del tema se decidió realizar un recorte a partir de los autores que tuvieron mayor difusión y circulación académica en Argentina, además de representatividad en el campo teórico. Se trata de una búsqueda conceptual y la comparación, en algunos sectores del campo intelectual, entre las definiciones de la comunicación popular, comunitarios y alternativos, remarcando los antecedentes más destacados.

Este trabajo se relaciona con la presente investigación ya que permite conocer con claridad que son los medios de comunicación popular, la evolución de este concepto y la relación que estos tienen con la comunicación alternativa y comunitaria, esto desde la perspectiva de diferentes autores; lo que nos permite fortalecer nuestra investigación desde la teoría.

Un segundo trabajo realizado por López y Saladrigas (2016) llamado “las TIC. Un nuevo escenario para el desarrollo local de las comunidades” en el cual pretende establecer como a través del uso e implementación de las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se pueden fortalecer los procesos asociativos y comunitarios, y potenciar la socialización en grupos históricamente excluidos.

Dentro del desarrollo de la investigación las autoras asumen que las acciones encaminadas a la consecución de objetivos de interés público, deben ser motivadas y gestionadas desde la comunidad, de esta forma se reafirma la identidad local y se construye conocimiento práctico y útil a la gente, lo que contribuye a favorecer el desarrollo local y regional. Por lo cual, esto se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, y se desenvuelve desde la perspectiva del paradigma interpretativo, es empírico- exploratoria y emplea el método de estudio de caso.

Este trabajo es pertinente para la presente investigación ya que reconoce la importancia que tienen las tecnologías de la información y la comunicación en la sociedad actual y examina las potencialidades que ellas pueden tener en el desarrollo social y comunitario; además de que permite observar como las TIC inciden en las dinámicas sociales y así mismo de qué manera pueden contribuir al bienestar general de la comunidad y la calidad de vida de los ciudadanos.

Por su parte Navarro (2017) en su trabajo titulado “Comunicación popular, historia y medios comunitarios”, propone como objetivo principal poder demostrar la necesidad de una relación complementaria para lograr el impacto, la participación y la transformación social, esto se logró a través de un análisis bibliográfico pertinente para los conceptos a desarrollar y una entrevista en profundidad a la referente de la radio Encuentro ubicada en la ciudad de Viedma, Río Negro, por su parte María Cristina Cabral, proporcionó información para desarrollar el caso y anclarlo con la teoría seleccionada.

En el desarrollo de esta investigación se analizaron las diferentes categorías de la comunicación y comunicación comunitaria, con el fin de dar cuenta de la importancia del trabajo complementario en el momento de integrar a un individuo o un grupo dentro de la sociedad, que permita una mejora real de las necesidades de las comunidades; de esta manera el presente trabajo es pertinente para esta investigación ya que la comunicación es inevitable para la satisfacción de necesidades humanas y desarrollo social, pero así mismo es de gran importancia la participación comunitaria en este proceso de cambio, partiendo de que el surgimiento de este medio consiste en “darle voz” a aquellos sectores excluidos u en estado de abandono por y por lo cual sus demandas no eran atendidas.

2.1.2 Ámbito nacional

A nivel nacional se resalta el trabajo realizado por Mesa y González (2014), llamado “Medios de Comunicación Comunitarios y su relación con el periodismo, una mirada desde las emisoras comunitarias en Colombia” el cual tiene como objetivo analizar el papel que hoy en día juegan los medios de comunicación comunitarios y de esta manera hacer una lectura de cómo éstos contribuyen de forma estratégica al desarrollo económico y social”, esto se realizó por medio de una metodología cualitativa, que tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno y busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad, se hizo utilizando el método etnográfico, haciendo inmersión en los ejes periodismo y medios comunitarios, así como un análisis desde el modelo, el marco legal y la participación en las emisoras comunitarias de Colombia, a través de esto se quiere demostrar cómo estos medios surgen de las comunidades, en cuanto estas sienten la necesidad de pasar de ser actores pasivos de información a ser protagonistas de sus propios intereses, generadores y portadores de su propia cultura.

Este trabajo es pertinente para la presente investigación ya pretende demostrar la importancia de estos medios para las comunidades, pero además se quiere demostrar cómo estos medios surgen de las necesidades latentes de las comunidades, de tal manera que se puede decir que son los actores comunitarios quien le otorgan un significado a este proceso, abriendo caminos hacia el cambio a partir de sus propios intereses.

En un segundo trabajo realizado por roa y ortega (2018), llamado “propuesta percepciones y participación en emisoras de radio comunitaria en Nariño- Colombia”, tiene como objetivo buscar las relaciones entre las emisoras comunitarias y sus respectivas audiencias realizadas en

el departamento de Nariño, esto se llevó a cabo empleando una metodología de carácter mixta, a través de unas encuestas realizadas a once directores de emisoras comunitarias, con un complemento de una triangulación resultado de 11 grupos focales con participación de locutores y asistentes.

Desde la perspectiva de la participación, los autores pretenden dar a conocer que la audiencia es un elemento clave para la sostenibilidad social y su interés en la observación, de cómo los ciudadanos se motivan en la radio fusión, debido a que en los últimos tiempos es muy fácil acceder a los medios tecnológicos y así mismo a los medios de interacción que promueven el ámbito sociocultural.

Esta investigación resulta pertinente para el presente trabajo puesto que por medio de los medios de comunicación se busca generar alternativas que promuevan el cambio, para lo cual es necesario que la comunidad sea participe y se involucre en espacios relacionados con los aspectos sociales y culturales de la sociedad, que también implica un cambio para mejorar las relaciones interpersonales, lo cual es fundamental para el trabajo colectivo de las comunidades, la toma de decisiones y la manera de conseguir el propósito final.

Por su parte Valderrama (2009), en el artículo llamado “La investigación en medios de comunicación en Colombia (1980- 2009)”, presenta un panorama general de la investigación y la reflexión desarrolladas en Colombia durante los años comprendidos entre 1980 y 2009 sobre los medios de comunicación, la recolección de dicha información se realizó directamente en ocho ciudades (Barranquilla, Bogotá, Cali, Cartagena, Manizales, Medellín, Pereira y Tunja), en las cuales se consultaron bibliotecas, centros de investigación, centros de documentación de universidades, entidades estatales y organizaciones no gubernamentales, además de bases de datos y bibliotecas de carácter nacional.

En el desarrollo de esta investigación el autor establece que en las últimas cuatro o cinco décadas las transformaciones que han partido y se han ampliado dependen muchas veces de las desigualdades socioeconómicas, así como las brechas en el acceso al capital simbólico. Acceso que, a su vez, evidentemente, supera la dimensión puramente instrumental de la conectividad o del acceso técnico y alude directamente al sentido mismo de la construcción de un proyecto democrático. Por otro lado, afirma que muchas de estas transformaciones se deben a la influencia que ejercen estos medios en la sociedad, puesto que todo lo que nos rodea está inmerso a estas tecnologías.

En el contexto colombiano el Estado ha venido formulando y reformulando el sistema jurídico en materia de comunicaciones, creando una serie de organismos y desarrollando varias políticas y programas que han pretendido asegurar la incorporación, el control y las políticas relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación, por esta en la actualidad la información y la comunicación es un derechos fundamental de las personas; por medio de estos tecnologías se pueden fortalecer procesos comunitarios y potenciar la socialización en los sectores populares; por esta razón esta investigación resulta permitente para este estudio.

2.2 Bases Teóricas

Para poder comprender la relación existente entre los medios de comunicación popular y las comunidades locales, es necesario profundizar sobre el concepto comunicación popular fundando bases teóricas solidas que permitan dar claridad y fundamentar la investigación, posteriormente se abordara la percepción de las comunidades como sujeto de desarrollo.

2.2.1 Comunicación popular

Es necesario aclarar que la comunicación popular no posee una definición única, sino que es producto de una praxis, de un largo proceso de asimilación social, cultural y político en el cual se involucra la participación e interacción con la comunidad; por lo cual para dar claridad a la investigación es necesario abordar el concepto desde los diferentes aportes teóricos de autores como: Washington Uranga, López, Saladrigas, Navarro, Mata, entre otros.

De esta manera el concepto de comunicación popular, es descrito por Uranga (2011) como la “forma cómo se comunica el sujeto popular, trabajadores y trabajadoras, los vecinos, los indígenas, los intelectuales y los estudiantes. Cuando decimos comunicación popular hablamos del intercambio cultural que va generando sentidos y consensos sociales” (p. 2).

Por lo anterior podemos decir que la comunicación popular es un medio importante por el cual las comunidades como sujetos activos pueden lograr un espacio colectivo de interacción y participación en los diferentes ámbitos sociales, políticos y culturales, con el fin de conseguir acuerdos y gestionar los recursos que permitan dar soluciones a los diferentes fenómenos que afectan negativamente la calidad de vida de las personas. Cabe resaltar que los principales protagonistas de las transformaciones sociales son los mismos sujetos o actores comunitarios.

Washington (2011), fortalece este argumento al exponer que la comunicación, las comunidades y las organizaciones sociales; “Son perspectivas complementarias que refieren a la manera cómo, a través del intercambio comunicativo, los actores sociales generan conocimiento, desarrollan su acción política en la sociedad y la manera como todo ello se transforma en significaciones que, en medio de la lucha simbólica, buscan constituirse en sentidos socialmente predominantes” (p.4). En este sentido lo popular y comunitario como ya se había mencionado se

define por los actores que protagonizan la comunicación y los procesos comunicativos, son los sujetos quienes dan sentido y significado a esas prácticas comunicativas y cotidianas de la sociedad.

Respecto a lo anterior se evidencia que la comunidad es un actor activo importante dentro de este proceso de lucha, en este sentido Natalio Kisnerman (1990), señala que “el concepto de comunidad proviene del latín *communis*, que significa hombres conviviendo juntos en un espacio, compartiendo algo, convivencia, comunicación, unidad; es decir, es un sistema de relaciones sociales en un espacio definido, integrado en base a intereses y necesidades compartidas” (p.2), por lo tanto la comunidad se puede entender como un conjunto de personas que comparten un espacio geográfico, vivencias, interés en común y trabajan e interactúan para conseguir un mismo objetivo, esto por medio de la participación activa de todos los actores comunitarios, con el fin de generar un beneficio colectivo, desde sus propias experiencias y expectativas.

De manera que, la participación comunitaria es el primer paso para que la comunidad se vincule directamente con aquellas situaciones o problemáticas que afectan de manera negativa el bienestar social de las personas e impiden el crecimiento de la comunidad; por esta razón la participación de la comunidad es un factor fundamental en la comunicación popular, puesto que esta es un medio que permita que los individuos puedan expresar esas inconformidades que constituyen barreras para su desarrollo, y de esta manera hacerlas visibles ante la sociedad, pero como se mencionaba anteriormente esto es un proceso lento que permite a las personas tomar conciencia, adquirir conocimiento, interaccionar con instituciones, organizaciones u movimientos sociales que trabajan en pro de conseguir mitigar estas situaciones, que constituyen la realidad de muchas personas y es por esto precisamente que quienes deben dar el primer paso para lograr el cambio, son los mismos actores sociales, de manera que se puedan

incorporar en la ejecución de proyectos u actividades que faciliten el bien común.

Por otro lado, Mata (2011) asegura que:

Las prácticas de comunicación popular fueron siempre manifestación de un proyecto emancipatorio, de búsqueda de cambio, de liberación, de los sectores que sufren cualquier tipo de dominación”; en algunos casos estas prácticas cobraron la forma de comunicación sindical, en otras de comunicación indígena, en otras de voces surgidas desde la resistencia, otras como gritos revolucionarios y en otros como una manera de “dar voz a los que no tienen voz (p. 2-3).

A partir de lo anterior se logra entender que la comunicación popular surge como una herramienta que permite que las comunidades menos favorecidas, puedan expresar libremente aquellas situaciones que influyen de manera directa y afectan de manera negativa el desarrollo e integridad de estas personas en la sociedad, esto provocado por un proceso de desigualdad altamente marcado, en la cual unos pocos ejercen el poder sobre la mayoría, y es en esos pocos donde se concentra la economía del país.

Por otro lado, los medios de comunicación han sido una herramienta que históricamente han influido en la sociedad, pues son medios de expansión de información, que a través de los diferentes instrumentos mantienen a la sociedad informada acerca las noticias más “importantes” que suceden a nivel internacional, nacional y local, así mismo estos medios masivos han facilitado la forma de comunicación entre las personas desde las diferentes partes del mundo y han evolucionado con el tiempo. Por otro lado, estos medios de comunicación han sido manipulados e utilizados a beneficio de las clases dominantes, bajo un sistema capitalista, en donde el gobierno mantiene una fachada ante tantas injusticias y realidades que se presentan diariamente sobre todo en aquellas personas que no tienen los recursos para acceder a un sistema capitalista que predomina en la sociedad.

Las grandes empresas mediáticas que controlan los medios de información, suelen difundir su versión de la realidad, puesto que siempre buscan beneficio y ganancia; es por esto que la comunicación alternativa u popular se posiciona como opciones a los medios tradicionales de comunicación, que buscan beneficios, pero que favorezcan a las comunidades y poblaciones más vulneradas, excluidas por la sociedad; a partir de esta.

Teniendo en cuenta lo mencionado y enlazando todas las categorías se puede decir que la comunicación popular es un factor natural que está inmerso en las comunidades y hace parte fundamental de su desarrollo, que claramente es una herramienta para el cambio que se quiere lograr, Pero para esto es necesario aumentar la participación, interacción, cooperación y compromiso de las personas, de manera que puedan fortalecer sus capacidades e impulsarlas a la búsqueda de objetivos, logros e interés propios y colectivos de la comunidad.

De esta manera y para el desarrollo de la presente investigación se hace necesario trabajar la noción de comunidades locales que según Williams (2011), comunidad local es una palabra que significa “comunidad de lugar específico” donde conviven personas, es decir son comunidades que comparten características similares como, territorio, espacio, medio, infraestructura, al igual que las dinámicas y necesidades propias del contexto.

2.2.2 Comunidad

Según Socarrás (2004) define la comunidad como “algo que va más allá de una localización geográfica, es un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia. Es, pues, historia común, intereses compartidos, realidad espiritual y física, costumbres, hábitos, normas, símbolos, códigos” (p. 177).

Para Mendoza (2002), la comunidad se define como una unidad social compuesta por una autonomía y una estabilidad relativa, ubicada en cierto espacio geográfico delimitado. Dicha unidad social es establecida por las relaciones directas, así como por los patrones de conducta y las ideologías sociales y culturales de sus miembros.

Asumir dicha perspectiva de desarrollo comunitario para la mejora de las condiciones de vida, sobre todo en los escenarios con mayor retraso económico, político y social. Así, desde la década de 1950 se comenzó a definir al “desarrollo de la comunidad” como el proceso donde el propio pueblo participa en la planificación y la realización de programas que se destinan a elevar su nivel de vida, para lo cual es necesaria la cooperación entre el gobierno y la ciudadanía, permitiendo expresiones de cambio social más autónomas y efectivas. De esa manera comenzó a manejarse e introducirse la variable participación ciudadana, que más adelante tomaría un nuevo y decisivo significado (Ander Egg, s.f.)

2.2.3 Medios de comunicación

La información y la comunicación se han convertido en un bien social inalienable e imprescindible para la comunidad (García, 2003, p. 171); Bajo la idea del autor la comunicación es esencial debido que a esta podemos conocer la realidad de todo aquello que está pasando en nuestro entorno social, cultural, económico y podemos saber a nivel internacional.

2.2.4 Movimientos sociales

Sobre tres puntos esenciales se evidencia la oposición entre la concepción de los movimientos sociales que son presentados aquí y aquella que guía los movimientos de inspiración marxista.

En primer lugar –y es el esencial– defino los movimientos sociales como unas conductas socialmente conflictivas, pero también culturalmente orientadas y no como la un contra modelo a la sociedad industrial inclinada por los trabajadores poseedores de la fuerza de trabajo.

En segundo lugar, la acción de los movimientos sociales no está dirigida fundamentalmente frente al Estado y no puede ser identificada con una acción política por la conquista del poder; al contrario, es una acción de clases, dirigida contra un adversario propiamente social. Puede haber convergencia o alianza, jamás unificación entre un movimiento social y una acción de transformación del poder del estado.

En fin, un movimiento social no puede ser el creador de una sociedad más moderna o avanzada que aquella que combate; él defiende, dentro de un campo cultural e histórico dado, otra sociedad. Es necesario remplazar el tema de la superación por el de la alternativa, dado que contradice las ideas evolucionistas que han liderado el pensamiento clásico social.

Bajo la descripción del autor acerca de los movimientos sociales que explica detalladamente de que se trata un movimiento social y con qué fin se forman ya que ellos buscan es suplir las necesidades y darle voz a los que no tienen y que el Estado haga presencia en aquellos barrios donde hay tanta desigualdad, abandono, y necesidades de toca clase.

2.2.5 Comunicación

Según Friedman (1981) la comunicación se refiere al procesamiento de información e incluye un emisor, un canal, un receptor y la interacción que se da entre el emisor y el receptor. El emisor es la persona que intenta transmitir un mensaje. El receptor es la persona a quien está dirigido el mensaje; en tanto los canales son las rutas de este y se de la persona que recibe el mensaje.

Siguiendo el pensamiento de autor y bajo la mirada del proyecto, este se relaciona de manera explícita debido a que por medio de la comunicación se quiere dar un mensaje, la comunicación popular se basa en dar mensajes, el canal se ve como el movimiento que apoya la iniciativa y el receptor debe de ser el Estado para que supla aquellas necesidades por las que se luchan.

2.2.6 Participación comunitaria

Gabriel Gyarmati (1992), por su parte, incluye tanto aspectos individuales como colectivos en su definición, al señalar que la participación es "la capacidad real y efectiva del individuo o de un grupo de tomar decisiones sobre asuntos que directa o indirectamente afectan su vida y sus actividades en la sociedad".

Con relación a la presente investigación, esta definición dada por el autor se relaciona mucho con la realidad ya que la comunicación popular se trata de tomar las decisiones de manera colectiva y que influyen en el entorno social de toda la comunidad o de cada sujeto que hace parte de ella.

2.3 Bases Conceptuales

A partir de la construcción de los aportes teóricos mencionados y los trabajos de investigación que se han planteado como referentes se logra aprobar los conceptos claves que dan estructura al presente trabajo de investigación los cuales son conceptualizados a partir de una definición propia; entre los conceptos claves se visibiliza comunicación popular, movimientos sociales, comunidad, participación comunitaria, medios de comunicación y comunidades locales; por consiguiente se conceptualizan los siguientes términos:

Comunicación popular: se entiende como aquellas experiencias de comunicación vinculadas con acciones de protesta, resistencia y cambio social impulsadas desde sectores populares y espacios comunitarios. Lo que caracteriza estas prácticas no es tanto el nombre, sino el escenario y los actores sociales que participan del proceso de comunicación.

Movimientos sociales: grupo de personas que se unen para luchar por un mismo fin y demostrar su opinión en contra de “algo” de esta forma se ven grupos o masas de personas que presentan su oposición ante alguien y respecto a ciertos asuntos mediante la realización de actividades organizadas a largo plazo para promover o asegurar un interés u objeto común a través de una acción colectiva.

Comunidad: se entiende como un conjunto de personas que comparte en un mismo espacio, es decir, donde comparten las mismas necesidades y los mismos intereses sociales; comunidad también significa espacio geográfico, vivencias, intereses comunes, que trabajan en busca de unos mismos objetivos, esto por medio de la participación de todos los actores involucrados.

Participación comunitaria: es un medio por el cual las comunidades expresan libremente sus ideas, pensamientos y problemáticas que los afecta directa o indirectamente ya sea de forma

negativa o con circunstancias que impiden el desarrollo en la comunidad. Junto con la comunicación popular la participación comunitaria puede desarrollar un plan estratégico que permita mitigar todas las afectaciones que los rodea.

Medios de comunicación: se definen como aquellos que no reflejan la realidad, sino que la construyen. Y ese lugar desde donde la construyen no puede estar reservado al pensamiento de unos pocos. Estos medios de comunicación son: los grafitis, los esenciales, pintadas, pasacalles, radios abiertas, festivales de música popular, murales, realización de reuniones en las instituciones del barrio, casa o vecinos, la conversación casa por casa, la distribución de volantes o cartillas, incluso, las acciones de protesta.

Medios masivos: se definen como un fenómeno de rápida expansión en distintas partes del mundo. Se discuten quienes están exactamente facultados para denominarse medios comunitarios. Convencionalmente, la denominación incluye algo que es producido por y para la comunidad. No solo se trata que este enfocado en un área local si no en la comunidad.

Comunidades locales: son grupos poblacionales que se encuentran en situación de vulnerabilidad. Entre ellos se desatacan comunidades en situación de desplazamiento y desarraigo. Estas comunidades se ven beneficiadas con proyectos de desarrollo sostenible, donde participan activamente en los procesos.

Desarrollo comunitario: proceso educacional, donde el agente no solamente se dedica a identificar, diagnosticar y dar recomendaciones para la solución de problemas, sino que conduce a la comunidad a organizarse, definir necesidades, formulen planes y ejecuten necesidades que eleven el nivel de vida.

2.4 Base Contextual

El presente trabajo de investigación se desarrollará en la ciudad de San José de Cúcuta dentro del departamento de Norte de Santander, lo cual es una ciudad fronteriza, situada en el nororiente del país, según datos de DANE la ciudad cuenta con una población aproximada 629.414 habitantes hasta el periodo del 2019, pero con la reciente llegada de los venezolanos migrantes este índice ha aumentado en gran cantidad, así como el índice de pobreza, delincuencia e inseguridad.

Siendo así, con relación a la presente investigación, los sujetos objetos de estudio están ubicados en el barrio, las familias que habitan estos sectores son de estrato 1 y 2, esta es una de las zonas descritas como peligrosas en la ciudad, debido a las condiciones de vulnerabilidad que son evidentes en estos barrios, razón por la que se presentan hurtos, venta de drogas, homicidios entre otras situaciones.

Por otro lado, a través de la corporación de Colombia Informa ha sido posible focalizar a la población al igual que conocer los diferentes proyectos que vienen ejecutando recientemente con la comunidad del, barrio Scalabrini. A través de talleres de alfabetización para personas adultas, talleres de redacción para jóvenes y talleres de fotografía básica, con estas herramientas de aprendizaje se quiere es que las comunidades mismas expresen sus necesidades básicas, exigencias y denuncias.

Colombia Informa nace en 2010 como proyecto piloto, NotiAgen, un blog que reunía los primeros reportes de las corresponsalías en las regiones. Aquel ya era un momento de recomposición de los movimientos populares, en el que nuevas apuestas comunicacionales resultaban imprescindibles. La Agencia se desarrolló al calor de esos procesos sociales y

políticos, al igual que lo hicieron otros periódicos y espacios comunitarios de comunicación popular. En la actualidad estas experiencias se multiplican no sólo en nuestro país: en toda Nuestra América la concentración de la información y de los medios de comunicación se vuelve un resorte fundamental para los sectores políticos y económicos conservadores allí donde detentan el poder, mientras por abajo soplan vientos de cambio. En el plano específicamente comunicacional la batalla aún se muestra desigual, pero van germinando proyectos que se legitiman y ganan audiencias, ofreciendo miradas cuestionadoras de los mensajes que, desde los medios hegemónicos, predicán la naturalización de las injusticias.

Esta corporación ejecuta proyectos comunitarios en los barrios periféricos de la ciudad, con el objetivo de crear comunidades, empoderadas que conozcan sus derechos y exijan el goce efectivo de los mismos, haciéndolos participe de su propio cambio social, además de crear espacios de participación e integración que permita explorar las diferentes habilidades de estos sujetos y fortalecer las buenas relaciones, mejorar la convivencia, fomentar la inclusión social.

2.5 Base Legal

El marco legal se constituye en la parte primordial del proyecto de investigación puesto que este determina la viabilidad del mismo, por lo cual se extrae la ley 1341 y la sentencia T-460 para dar soporte a la presente investigación.

En Colombia la ley 1341 del 2009 establece los principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). Esta ley es lo más cercano que se encuentra a la aplicación relacionada con la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las

comunicaciones.

De esta manera esta ley tiene que ver con el cumplimiento del derecho a la información, mas no con el derecho a la libertad de expresión, ni de la participación de los ciudadanos en estos procesos. Por ende, la corte constitucional emitió la sentencia T-460 de 2006 donde “El Estado está en la obligación de promover la prestación del servicio de radiodifusión sonora comunitaria y de no imponer obstáculos injustificados a la formación de estas emisoras” (Corte Constitucional de Colombia, Sentencia T-460 de 2006). Esta sentencia garantiza la libre ejecución y participación de las comunidades en dichos procesos radiales, aunque la Corte Constitucional aclara que deben tener licencia para llevar a cabo las transmisiones.

Posteriormente el artículo 20 de la Constitución Política de Colombia de (1991), garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, informar y recibir información veraz e imparcial, y así mismo fundar medios masivos de comunicación. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad.

Poco a poco las leyes y normas de nuestro país han ido evolucionando, permitiendo que nuestra sociedad pueda obtener sus propios medios de información, donde se garantice la veracidad y legitimidad de la misma.

Tomado como referente a países suramericanos que son líderes y pioneros en estos procesos de comunicación popular encontramos a: Ecuador con la nueva Ley de Comunicación, Bolivia con la Ley 164 de 2011, Argentina con la ley 26.522 y Venezuela con la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, donde se plantean los tipos de medio de comunicación que debe existir entre los gobiernos, medios de comunicación y ciudadanía.

3. Marco Metodológico

3.1 Paradigma de Investigación

El paradigma de investigación empleado es el histórico hermenéutico, que según Heidegger (1927/1962) “el método hermenéutico es el acercamiento apropiado para el estudio de la acción humana” (p.1-2), es decir este paradigma permite estudiar, comprender e interpretar los comportamientos humanos, a partir de un acercamiento con el sujeto de estudio, su entorno y su contexto.

Por otro lado, Nava (2007), indica que “la Hermenéutica es una técnica, un arte y una filosofía de los métodos cualitativos, que tiene como característica propia interpretar y comprender para revelar los motivos del comportamiento humano” (p.5).

Por lo cual, la presente investigación se fundamenta desde el paradigma histórico hermenéutico, puesto que permite al investigador dar claridad al trabajo en relación al fenómeno abordado en lo que refiere a la relación que existe entre los medios de comunicación popular y las comunidades locales, así mismo, se pretende evidenciar cuales son los procesos de comunicación popular, que llevan a cabo los movimientos sociales que ejercen presencia en estas comunidades y así conocer cuál ha sido su impacto en el contexto social, a partir de las experiencias vividas de los sujetos y la descripción detallada de aquellas situaciones reales que interfieren en su desarrollo personal y social.

3.2 Enfoque de Investigación

La presente investigación se realizara desde un enfoque de tipo cualitativo, que según Blasco y Pérez (2007), “estudia la realidad en su contexto natural y como sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas” (p.25), de esta manera, la investigación cualitativa aborda la realidad de manera subjetiva, permite comprender la finalidad de las acciones sociales de los individuos e interpretar sus comportamientos de acuerdo con sus valores, sentimientos, emociones, creencias; así mismo permite al investigador observar e interactuar con los sujetos y su contexto.

Por lo cual, dicho enfoque permitirá estudiar el fenómeno propuesto en el presente trabajo, haciendo énfasis en los medios de comunicación popular y la relación que existe con la comunidad del barrio Scalabrini, a partir del recuento e interpretación de sus vivencias y la manera como lo han experimentado.

3.3 Diseño de la Investigación

El diseño bajo el cual se desarrollará el proyecto investigativo es de estudio de caso complementario y revisión documental.

En relación al proceso investigativo a llevar a cabo se tiene en cuenta que se busca conocer la relación existente entre los medios de comunicación popular y la comunidad del barrio Scalabrini y bajo la fundamentación de este diseño, se logra examinar la recolección de los contenidos de la conciencia.

Bajo el pensamiento teórico el estudio de caso descrito por Robert Yin (1984). Este autor en un texto publicado en (1985), define un estudio de caso como una indagación empírica que: “Investiga un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real de existencia, cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes y en los cuales existen múltiples fuentes de evidencia que pueden usarse” (p. 23).

3.4 Población-Muestra

En palabras de Kinneer y Taylor la “población es el conjunto de todos los elementos definidos antes de la selección de la muestra” (1998, p. 41), como población y muestra se escoge a los representantes legales de la corporación.

Para elegir estos líderes se deben tener en cuenta unas características especiales como:

- Estos líderes deben de pertenecer a la comunidad o a los movimientos sociales.
- El líder debe de ser una persona permanente dentro del movimiento.
- Que el líder de manera voluntaria permita realizarse la entrevista.
- Debe de conocer a la comunidad y el movimiento social.

3.5 Técnicas de Recolección de Información

Para la recolección de datos pertinentes para la presente investigación se implementarán técnicas de tipo cualitativo como son: la entrevista semiestructurada y matriz documental, la cual se le aplicara a uno o varios líderes de la corporación, para que brinden mayor información acerca de cómo ha sido el proceso que se ha llevado a cabo con estas comunidades.

Con la matriz documental se hace un barrido de todos aquellos archivos que contengan la información más pertinente y lógica acerca de este tipo de comunicación y conocer como se ha venido modificando y que grandes transformaciones ha hecho a nivel mundial y como se aplica.

3.5.1 Entrevista semiestructurada

La entrevista es una técnica que tiene como objetivo recolectar información de forma oral, por medio de la interacción con el sujeto, buscando respuestas respecto a la situación o tema que se desea profundizar, a través de las experiencias y opiniones de las personas, entre los tipos de entrevistas se encuentra la semiestructurada a la cual haremos alusión en la presente investigación en la recolección de información.

De esta manera, Folgueiras (2016) la define como un tipo de entrevista en la cual se decide de antemano que tipo de información se requiere y en base a ello se establece un guion de preguntas de forma abierta, lo que permite obtener información más rica y con más matices (p.3), es decir, es un tipo de entrevista con preguntas ya estructuradas, pero da la libertad al investigador de profundizar en cierto tema que le resulte interesante y pertinente para su investigación, estas nuevas preguntas surgen durante la entrevista, de acuerdo a lo que expresa la persona que se está entrevistando.

Por consiguiente, la implementación de esta entrevista es pertinente para la presente investigación, puesto que de algún modo es flexible y permite al investigador centrarse más concretamente en la información vital para su estudio, para esto se hace necesario que quien está realizando la entrevista tenga apropiación del tema y claridad en el objetivo de la misma y de esta manera se obtendrán resultados más precisos y relevantes para dar respuesta al objetivo planteado

inicialmente.

3.5.2 Revisión documental

Vickery (1970, p. 154) señaló que los métodos de recuperación, entre los que se cuenta el análisis documental, responden a tres necesidades informativas de los usuarios, en primer lugar, conocer lo que otros pares científicos han hecho o están realizando en un campo específico; en segundo lugar, conocer segmentos específicos de información de algún documento en particular; y, por último, conocer la totalidad de información relevante que exista sobre un tema específico.

Según lo anteriormente dicho por el autor la revisión documental aporta de manera directa a las investigaciones que se vayan realizando ya que los documentos son investigaciones patentadas por estos autores que están describiendo la realidad de acerca del tema específico.

3.6 Técnicas de Análisis de Información

3.6.1 Triangulación

Denzin (1990), quien la define como: «la aplicación y combinación de varias metodologías de la investigación en el estudio de un mismo fenómeno. Siguiendo la corriente del pensamiento del autor la triangulación permite conocer todas las problemáticas que tengan los sujetos de estudio y este se puede ver desde varios puntos de vista.

3.6.2 Matriz documental

Matriz de Documentación y Datos (MDD) es un esquema de documentos y/o transacciones realizado en forma secuencial y sistemática a los fines de evaluar la consistencia y correspondencia de cada uno de ellos dentro del sistema de información.

La consistencia se refiere al grado de lógica que justifica la presencia de cada uno de los campos, mientras que la correspondencia está relacionada con las razones que justifiquen su presencia en relación a lo que antecede y precede cada uno de los registros. De esta manera, la primera está referida a un análisis de tipo horizontal de los campos que componen cada registro, mientras que la segunda realiza un análisis de tipo vertical sobre los campos homogéneos que componen los registros anteriores y posteriores.

3.6.3 Subrayado

Según Tierno (2003), el subrayado es toda marca que se realiza en un texto durante su estudio, para resaltar ideas u otros aspectos. El fin del subrayado es destacar las ideas básicas para no memorizar un texto más amplio. Normalmente, existe una idea básica y otras varias de índole secundario. En descripción a lo que el autor se refiere es que el subrayado apoya a dar ideas más claro sobre textos muy extensos esto se hace es para extraer las ideas más importantes de eso textos.

3.6.4 Matriz de actores

Esta recolección de datos se hará con un líder o representante legal del movimiento social y con el apoyo de medios tecnológicos se aplicará la encuesta para dicha recolección.

4. Hallazgos

4.1 Capítulo I. La Comunicación Popular y su Relación con el Desarrollo Comunitario. (Por Medio de una Revisión Documental)

Bajo la información recolectada a través de la revisión documental y dando solución a este objetivo de estudio, la comunicación popular es la encargada de crear espacios históricos para que las comunidades tengan la posibilidad de satisfacer sus necesidades más básicas. Desde este apartado y con una mirada Internacional. El siguiente autor nos dice que:

Uranga (2011) como la “forma cómo se comunica el sujeto popular, trabajadores y trabajadoras, los vecinos, los indígenas, los intelectuales y los estudiantes. Cuando decimos comunicación popular hablamos del intercambio cultural que va generando sentidos y consensos sociales” (p. 2). Con esta perspectiva de pensamiento del autor nos explica que la comunicación popular no excluye ninguna cultura, que sin importar el ambiente o las circunstancias en que se utilice todos pueden apoyarse en este tipo de comunicación para poder ser escuchados. Con esto también como dice el autor hay un intercambio de culturas que estas se van sumando y se puede ver que la gran mayoría acuden a este tipo de comunicación con un solo propósito llevar a cabo lo deseado.

En relación con lo anterior y creando una estructura lógica sobre la comunicación popular y el cómo va tomando fuerza como lo expresa Habermas (1985).

La educación popular tiene la finalidad de preparar al ciudadano para la acción democrática y fortalecer la autoestima social de los sujetos colectivos. Por su parte la llamada "educación para el desarrollo" en Europa, tiene el propósito de preparar al individuo del siglo XXI. y generar en

él la conciencia de interdependencia en un mundo mediado en gran parte del espectro social por las modernas tecnologías telemáticas, educación popular está basada en las experiencias de las personas o de quienes conforman una comunidad, en el razonamiento y el contexto social que lo rodea, ya que estos mismos seres que luchan por ser escuchados lo hacen porque su entorno lo necesita, porque saben o poseen un conocimiento previo. Para que la comunicación popular esté presente debe de apoyarse en estrategias dadas por la educación popular ya que esta permite el liberalismo y la creación de nuevas herramientas.

Por lo tanto y en relación a toda esta revisión que se ha hecho podemos decir que para que haya comunicación popular debe de haber educación popular, porque estas dos se complementan y se logra satisfacer aquellos propósitos que una comunidad, movimiento u organización tengan para desarrollar, en soporte con otros documentos siempre nos refuerzan la idea que la comunicación popular fue creada con el fin de apoyar esos colectivos que desean hacer una transformación en la sociedad y en sus comunidades.

4.2 Capítulo II. Procesos de Comunicación Popular que se han Desarrollado en la Comunidad del Barrio SCALABRINI de la Ciudad de Cúcuta por parte de las Instituciones y Movimientos Sociales que Ejercen Incidencia

La comunicación popular es vista como una herramienta significativa en la promoción del desarrollo comunitario, para conocer más acerca de estos procesos de comunicación se realiza la aplicación de una serie de técnicas como la entrevista se buscó el objetivo de saber que tanta apropiación tomaron los habitantes de este sector y como este tipo de comunicación los transformo.

Autor los medios de comunicación son de vital importancia con el fin de que todos los habitantes ya sea de un barrio, una ciudad, un pueblo o una comunidad, estén debidamente actualizados e informados. En relación con el objetivo planteado los medios de comunicación permiten haya una integridad por los mismos habitantes del sector, al escuchar la información que se les quiere dar a conocer facilita el proceso para la participación activa de estos sujetos.

Es por esto que el autor señala que la entrevista es la técnica que nos permite recolectar información de manera veraz, sobre los procesos de comunicación popular que se han venido desarrollando en la comunidad del barrio Scalabrini por medio de la organización Colombia informa, como son procesos sociales, talleres de redacción, de fotografía, de video y de cubrimiento de eventos, sobre todo por el tema de la frontera que hay desinformación por parte de los sujetos junto a esta recolección de información se puede ver la expresividad de las personas ya sea de satisfacción o desacuerdo cuando se toma una iniciativa que represente un cambio social.

También han sabido crear redes de comunicación las cuales permite que haya una mejor interacción entre las personas de la comunidad, y halla una mejor interacción de conocimientos los cuales son compartidos, socializados, es por eso que la educación popular es muy importante en dicha comunidad del barrio Scalabrini ya que se dictan talleres de redacción, y a su vez se dictan talleres de escritura de alfabetismo con madres cabeza de hogar y con personas víctimas de conflicto.

Los cambios positivos que ha realizado la comunicación popular en diferentes territorios son a partir de experiencias locales como lo son las emisoras comunitarias, las transmitir decisiones, y transmitir contenidos de como fomentar la cultura en las comunidades. Esto significa que la comunicación popular logra conectar a las personas que hacen parte de la comunidad y a su vez

la reconstrucción del tejido social.

Las organizaciones o procesos sociales que han hecho parte de este proyecto social en el barrio ha sido el colectivo Fuerza Popular, la agencia de Comunicación, Colombia informa, la Escuela Jaime Garzón, son procesos sociales que pretende visibilizar a los y las artistas como sujetos de transformación social, ya que por medio del arte y la cultura buscan visibilizar las luchas de la comunicación popular y empoderamiento de los procesos que llegan a la comunidad para que puedan tomar voz y ser escuchados de tal manera que no se queden solo con la idea de crear una comunidad diferente sino que por el contrario logren estos objetivos.

4.3 Capítulo III. Aportes de los Procesos de Comunicación Popular Desarrollados en Pro al Desarrollo del Barrio Scalabrini desde los Movimientos y Organizaciones Sociales que Ejercen Presencia en el Sector

Según Friedman (1981) La comunicación se entiende como la transmisión de un mensaje para la cual debe de existir un emisor y un receptor y un canal. Este mismo proceso se ve reflejado bajo el accionar de la comunicación popular, ya que este para que se construya tiene que estar estos tres elementos en conjuntos para hacer un solo accionar.

Gabriel Gyarmaty (1992) Para darle sentido a los procesos de comunicación debe de haber una participación comunitaria como no lo plantea el autor, y así poder tomar decisiones en conjunto sin que allá afectación a los demás miembros. Es así como las organizaciones hacen aportes y en el cual todos salen beneficiados del mismo proceso.

Como ya lo describimos el barrio Scalabrini está ubicado en una zona periférica de la ciudad de Cúcuta, en el cual se hace una conjetura de presencia de grupos al margen niños, niñas y

adolescentes, junto a esto también hay abandono por parte del Estado local.

Es por esto que la organización Colombia Informa, se apropió e infundió la comunicación popular esto lo hicieron bajo las actividades que ellos realizan en cada uno de estos sectores, que dependiendo de sus necesidades hacen que los sujetos tomen sentido de pertenencia. Uno de estos trabajos fueron talleres de redacción, dibujo, cartografía entre otros para lo cual lo complementan con noticias donde se hace un desarrollo y a las personas se hacen partícipes de estos documentales para que expresen todo aquello que sienten ya que son ellos los que lo están viviendo.

Además de lo anterior el fin de hacer estos trabajos con la comunidad es para que los sigan implementando ya que así ellos pudieron seguir plasmando estas ideas con el fin de llegar a cumplir la satisfacción de sus necesidades y que no se queden en las mismas situaciones. Este modo de comunicación ha permitido grandes cambios sociales es por esto por lo que los aportes dados por lo movimientos u organizaciones hacen que los barrios periféricos sean más nombrados porque siempre buscan una transformación social quiere superarse e ir cambiando el paradigma. Es por esto que los habitantes de estos sectores buscan la manera que las organizaciones sociales, movimientos sociales se interesan por crear redes de apoyo y dejan una acción beneficiosa para esta comunidad con el fin que sigan proyecto cambios beneficiosos para la comunidad y con la comunidad que quede una enseñanza y un legado en el cual cada uno de los sujetos de la comunidad o de los miembros que conforman la junta de acción comunal del barrio sigan creando cambios.

La comunicación popular da aportes importantes significativos en las comunidades ya que con el apoyo de las organizaciones se puede hacer una transformación social para los sujetos que hacen parte de la comunidad donde se esté aplicando o llevando a cabo proyectos bajo

este modelo de comunicación. Con esta comunicación lo que se busca es que los barrios más vulnerados como lo es el barrio Scalabrini tengan la oportunidad de ser escuchados para satisfacer todas aquellas necesidades de primera índole, ya que como son barrios marcados por la violencia hace que el mismo Estado los deje en el olvido y no haya un avance social si no por el contrario son rechazados y marcados ante la sociedad.

El proceso que se desarrolló hace un gran aporte tanto en la praxis de los estudiantes del área de trabajo social, porque por medio de estos se pueden desplegar grandes acciones para las comunidades donde se pueden llevar estos procedimientos a cabo y permiten tener una experiencia significativa en cuanto a la información brindada es decir, los representantes de las organizaciones a las cuales se acudió como fuentes primarias de la información cuentan esas historias significativas que hacen que los trabajadores sociales tengan síntomas de pertenencia hacia esos procesos que ya se han realizado.

5. Recomendaciones

Se recomienda a la organización Colombia Informa, que sigan haciendo una visita anual, en los barrios para que la comunidad no se siente aislada o abandonada por parte de ellos, ya que las comunidades crean un vínculo sentimental con los participantes de las organizaciones y cuando inspiran confianza desean verlos para seguir compartiendo sus experiencias de vida y que ellos vean lo que han aprendido por parte de la organización.

A la institución educativa se le aconseja que, en los proyectos como el presente, hagan más acompañamiento con el desarrollo de los proyectos ya que esta se menciona cuando se va algún sitio de práctica, y es de vital importancia poseer un representante legal ante alguna situación que se puede presentar, ya que dentro de lo enseñado se dice que no se puede manosear a las poblaciones. En estos trabajos de corto tiempo se replica eso, por tal motivo ante cualquier rechazo por parte la comunidad es bueno saber que se cuenta con el apoyo directo de las directrices y no recaiga todo el peso en los estudiantes o practicantes.

Referencias Bibliográficas

- Aguirre, J. & Jaramillo, L. (2012). Aportes del método fenomenológico a la investigación educativa. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (Colombia)*, 8(2), 51-74. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1341/134129257004.pdf>
- Arciniegas, J., Bonilla, Y. & Duarte, A. (2009). Programa de capacitación en mercadeo dirigido a los grupos en formación de la Red de Padres de Familia de la Universidad de La Salle. Bogotá: Universidad de La Salle.
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M. & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-50572013000300009&script=sci_arttext
- Floris, C. & Landivar, T. (2016). Educación con medios en la Educación para la comunicación: ¿Hay algo nuevo bajo el sol? *Espacios en Blanco. Revista de Educación*, (26), 13-34.
- Gelvez. (2018). La propuesta en Cúcuta: fortalecer la comunicación popular: identifícate. Recuperado de <http://www.colombiainforma.info/la-propuesta-en-cucuta-fortalecer-la-comunicacion-popular/>
- Marrero, R., Cabrera, M. & Nieves, F. (2009). Hermenéutica: la roca que rompe el espejo. *Investigación y Postgrado*, 24(2), 181-201. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/658/65817287009.pdf>
- Mata, M. (1987). Cuando la comunicación popular puede ser sentida como propia. En Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales: Comunicación y Culturas Populares en América Latina. felafacs. Editorial Gustavo Gili, México.
- Muños, J. (2015). Entretejidos de la educación popular en Colombia: *Revista-Desicio* Recuperado

de https://cdn.crefal.org/CREFAL/revistas- decisio/decisio40_reseña2.pdf

Ñáñez, J. & Castro, H. (2016). Educación artística y formación ciudadana: espacio para forjar la sensibilidad en la Corporación Colegio San Bonifacio, de Ibagué, Colombia. *Entramado*, 12(2), 154-165.

Packer, M. (1985). La investigación hermenéutica en el estudio de la conducta humana. *American Psychologist*, 40(10), 1-25. Recuperado de <http://psicologiacultural.org/Pdfs/Traducciones/La%20investigacion%20hermeneutica.pdf>

Sutton, A. & Varela, M. (2012). La técnica de grupos focales. Investigación en Educación Médica UNAM. Recuperado. <http://riem.facmed.unam.mx/node/104>

Ultreras, J. (1988). Comunicación y educación no hegemónicas: Uncategorized. Recuperado de <https://educacionnohegemonica.wordpress.com/algunas-definiciones-de-comunicacion-popular-yo-alternativa/>

Vargas, O. (2010). Aproximaciones a la comunicación popular en América Latina: global. Recuperado de <http://www.gloobal.net/iepala/gloobal/fichas/ficha.php?id=13149&entidad=Textos&html=1>

Williams, W. (2011). Sistematización de las experiencias del Inventario Nacional Forestal de Nicaragua 2007 – 2008. San José de Costa Rica: Colegio de Abogados y Abogadas.

Anexos

Anexo 1. Cuadro de categorías

Título: Incidencia de la comunicación popular en el barrio Scalabrini de la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander.			
Formulación del problema: ¿De qué manera la comunicación popular aporta al desarrollo comunitario del barrio Scalabrini de la Ciudad de San José de Cúcuta?			
Objetivo General: Determinar las formas en que la comunicación popular aporta al desarrollo comunitario del barrio Scalabrini de la ciudad de Cúcuta.			
Objetivo	Categorías	Subcategoría	Autor
Conceptualizar acerca de la comunicación popular y su relación con el desarrollo comunitario. (Por medio de una revisión documental).	Comunicación popular	Comunicación	Friedman (1981)
		Medios de comunicación	García García, (2003)
Identificar los diferentes procesos de comunicación popular que se han desarrollado en la comunidad del barrio De la ciudad de Cúcuta por parte de las instituciones y movimientos sociales que ejercen incidencia.	Comunidad	Desarrollo comunitario	ONU
Describir los aportes de los procesos de comunicación popular desarrollados al desarrollo comunitario del barrio Scalabrini desde los movimientos y organizaciones sociales que ejercen presencia en el sector.	Movimientos sociales	Participación comunitaria.	Gabriel Gyarmati (1992)

Anexo 2. Matriz de Validación instrumento

Objetivos	Preguntas	Claridad		Redacción		coherencia con objetivos y tipo de investigación		Esencial	Útil pero no esencial	No necesaria	Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO				
Conceptualizar acerca de la comunicación popular y su relación con el desarrollo comunitario (por medio de una revisión documental).	¿Para ustedes que es la comunicación popular?	x		x		x					Ninguna
Identificar los diferentes procesos de comunicación popular que se han desarrollado en la comunidad del barrio Scalabrini de la ciudad de Cúcuta por parte de las instituciones y movimientos sociales que ejercen incidencia.	¿Qué estrategias comunicacionales de la comunicación popular utilizan ustedes?	x		x					x		
	¿Qué actividades han realizado en la comunidad local?	x		x					x		Ninguna
	¿Qué procesos de comunicación popular han hecho cambio en la comunidad?	x		x					x		Ninguna
	¿Qué cambios positivos o negativos cree usted que aporta la comunicación popular?	x		x					x		
	¿Cuáles son los aportes del proceso de comunicación popular a la comunidad?	x		x					x		Ninguna
Describir los aportes de los procesos de comunicación popular desarrollados al desarrollo comunitario del barrio Scalabrini desde los movimientos y	¿Cuáles son esas estrategias de comunicación popular que se desarrollan dentro de la organización y de qué forma lo trabajan?	x		x					x		Ninguna
	¿Qué movimientos y organizaciones	x		x					x		Ninguna

organizaciones sociales que ejercen presencia en el sector.	sociales hacen parte del proceso de comunicac													
	¿Qué aportes les ha dejado la comunicación popular a los movimientos sociales y organizaciones?	x		x						x				Ningun a

Anexo 3. Diario de campo

Diario de campo 1		
Lugar: Medio Virtual WhatsApp Fecha: 9 – mayo -2020 Actor: líder Propósito: conocer la incidencia de la comunicación popular en el barrio Scalabrini de la ciudad de Cúcuta		
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	DESARROLLO
Comunicación popular		<p>¿Para ustedes que es la comunicación popular?</p> <p>Bueno, para nosotros la comunicación popular es la herramienta que tienen los pueblos para visibilizar las luchas, para visibilizar también esos procesos de organización, de resistencia, de reconstrucción del tejido social, entonces es la comunicación popular. Eso es tener en cuenta la voz, la opinión, la visión, la noción, pero también los aprendizajes, el conocimiento de las comunidades y de lo popular, de lo barrial, no únicamente de cualquier comunidad, sino en las comunidades que se organizan, que participan dentro de los procesos sociales, que trabajan y cooperan entre sí por un bien colectivo.</p> <p>Sí, entonces esa es la comunicación popular, la herramienta de esa capacidad que tienen los pueblos de organización para para conseguir un bien colectivo. La comunicación popular también es entender que debemos partir de mejorar nuestra comunicación como individuos para pensarnos más allá en una comunicación masiva. Es bajarla a un escalón más, más limitados y, digamos, como más delimitado en cuanto a su público. Y entender que, si yo estoy en mi comunidad y en mi comunidad, también hay unas estrategias para comunicar las cosas, para comunicar lo que está sucediendo, para visibilizar, para informar, para educar. Eso es la comunicación popular.</p>
Comunicación popular	Medios de comunicación	<p>¿Qué estrategias comunicacionales de comunicación popular utilizan ustedes?</p> <p>Las estrategias de comunicación popular que utilizamos son básicamente iniciar por conocer el territorio, por conocer la comunidad, por conocer el contexto histórico de objeto de estudio que es a la vez, pues nuestro sujeto también nos llega a aportar realmente ese contenido que van a tener los productos, los formatos periodísticos.</p> <p>Partiendo de eso, de conocer con quién o con quiénes es que vamos a trabajar, pues entonces empezamos a analizar cuáles son las necesidades. Que qué es lo realmente importante. Sí, porque no solamente nos centramos en un ejercicio periodístico de difundir la noticia, sino a su vez también concentrar, concentrarnos en los territorios, concentrarnos en comunidades para poder entender lo que realmente está sucediendo, hacer un análisis de coyuntura, pero siempre la mano en las comunidades esas. Básicamente la estrategia más importante que tenemos y es ir de la mano de las comunidades en todo lo que se cree a nivel comunicacional. Si se plantean estrategias de comunicación interna de las comunidades interna de un procesos social esto debe salir de las mismas comunidades son quienes nos deben expresar sus necesidades y por ende con ellas es que debemos plantear las soluciones si hemos estado trabajando enfocándonos siempre en que somos un sujeto que viene del exterior pero que a su vez hace parte del pueblo los y las comunicadores populares somos parte del pueblo somos</p>
		<p>parte de la lucha sociales y eso también es lo que nos caracteriza y nos diferencia de un periodista de un medio hegemónico que nosotros somos parte de las luchas populares muchos de nosotros hacemos parte de procesos sociales justamente porque muchas veces sujeto que viene del</p>

	<p>exterior pero que a su vez hace parte del pueblo los y las comunicadores populares somos parte del pueblo somos parte de la lucha sociales y eso también es lo que nos caracteriza y nos diferencia de un periodista de un medio hegemónico que nosotros somos parte de las luchas populares muchos de nosotros hacemos parte de procesos sociales justamente porque muchas veces basta con tener el conocimiento teórico sino que se tiene que tener realmente la convicción de poder entender de qué se trata esto de que se trata la disputa del sentido de que se trata la are neológica de que se trata la concentración de medios y básicamente esas son las estrategias que utilizamos.</p>
	<p>¿Qué actividades han realizado en la comunidad local? <u>Dentro de las actividades que hemos realizado como Colombia informa no solamente en Cúcuta, sino en la zona de frontera, principalmente han sido talleres, talleres para personas que están previamente, pues ya tienen unos conocimientos previos y están interesados en este tema. Entonces hemos confluído en diferentes eventos de también de procesos sociales y hemos hecho talleres de redacción, de fotografía, de video y de cubrimiento de eventos, sobre todo por el tema de la frontera, que hay tanta desinformación. Hemos realizado talleres allá en la frontera con la gente rubio estado, y eso nos ha servido para que la gente que conoce sus conocimientos y a su vez sepan cómo difundir información acerca de un evento que se está realizando, del cual existe más desinformación que información. Entonces han sabido crear redes de comunicación. También han mejorado mucho a nivel técnico, con los diseños, con las fotografías. Eso, por un lado. Por otro lado, en Cúcuta hemos realizado talleres barriales, también de alfabetización, sobre todo porque pensamos que más allá de comunicar para afuera, tenemos que comunicar para adentro de nosotros también. Y pienso o pensamos que pensamos que la alfabetización y la alfabetización es un problema muy grande y la alfabetización también puede dar muchas soluciones a las comunidades. Y pues partimos de eso, de que la comunicación se mejora también con esos conocimientos que deben ser compartidos, que deben ser socializados. Y entonces es ahí donde entra en juego también la educación popular, de la que hemos estado muy a la mano, porque no solamente hemos dictado talleres de fotografía, redacción, sino también de escritura, de alfabetismo con madres cabeza de hogar, con personas víctimas de conflicto, con gente de frontera. Básicamente eso es lo que hemos aportado ya puntualmente en la universidad. Hemos realizado talleres también de escritura, notas periodísticas, crónicas, reportaje y un poco audiovisual, y de ahí han salido algunos trabajos. Se han podido visibilizar muchas cosas que digamos, como que Cúcuta no cuenta con un medio alternativo y popular que visibiliza esas luchas y que está consolidado como de pronto lo está Colombia, informa. Entonces ha sido, pues, una excelente manera de dar impulso a ese tipo de contenidos, a ese tipo de iniciativas, de proyectos, en fin.</u></p>
	<p>¿Qué cambios positivos o negativos cree usted que aporta la comunicación popular? <u>Y bueno, ya hablamos de un contexto más histórico, como lo fue el periódico popular Frente Unido del sacerdote Camilo Torres, y en la actualidad también hay, digamos, muchos procesos de comunicación popular que están surgiendo gracias a la organización y al entender la importancia de ésta dentro de los procesos sociales. Entonces tenemos Trochando sin fronteras en el centro oriente colombiano. Tenemos la periferia en Antioquia, sobre todo, aunque a nivel nacional también trabajan en diferentes territorios y regiones y han logrado llegar. Han logrado llegar como a zonas donde antes era impensable para un</u></p>

	<p>periódico popular, una emisora popular o lo que fuera que fuera de la gente llegar a esos territorios. Han logrado romper el cerco mediático en muchas comunidades y eso significa darle voz a personas que hace años no tenían voz, pues para el Gobierno Nacional, y es importante también enterarnos de qué es lo que está pasando en esos territorios para saber hacia dónde vamos y qué es lo que debemos exigir. Y entonces, bueno, eso es lo que ocasiona la comunicación popular, como Colombia informa. También sentimos que cada vez más cumplimos nuestro papel realmente de incidir en los territorios, de generar matrices de opinión que vayan a favor del pueblo y no en los intereses de unos intereses políticos.</p>
	<p>¿Cuáles son los aportes del proceso de comunicación popular a la comunidad?</p> <p>Hay otros procesos de comunicación locales más pequeños que tal vez no tienen la misma, <u>el mismo alcance que otros medios, incluso que Colombia informa, pero que también han generado unos procesos interesantes en Cúcuta desde el deporte y la comunicación. Poder visibilizar el trabajo barrial territorial que se hace con las comunidades, con las juntas de acción comunal para pasar proyectos para movilización social.</u></p>
	<p>¿Cuáles son esas estrategias de comunicación popular que se desarrollan dentro de la organización y de qué forma lo trabajan?</p> <p><u>La estrategia que se ha usado en el barrio y que hemos pensado para usar en otros barrios básicamente es primero, pues como decían las primeras respuestas, conocer el territorio y la comunidad quienes la conforman será una especie de cartografía.</u></p> <p>Pero al mismo tiempo, ya cuando se entra a trabajar en campo, hacer la cartografía social, que ya es la identificación de espacios y actores por parte de la misma comunidad. ¿Una vez que se hace esto, pues ya digamos como interiorizamos y analizamos también el contexto en el que nos encontramos y quiénes son los actores y hay actores? Pues digamos, ya que impliquen un conflicto más, más agudo dentro del territorio. En este caso, con la comunidad con la que hemos trabajado, <u>afortunadamente no nos hemos presentado como esos en esos casos, pero también pues porque adelantamos trabajo al tener un compañero que es el presidente de la Junta Comunal. Entonces digamos que él ya vive en el territorio y ya estamos con un actor que vive dentro del territorio y eso pues facilitan un poco más las cosas. Lo que sigue es identificar las aptitudes de cada persona y en qué lo vamos a enfocar.</u></p>
	<p>Entonces el taller es alfabetización. Entonces hacemos pues, la identificación de los rangos de edad de las ocupaciones y entonces entramos a los talleres, que muchas veces no es una alfabetización completa, sino simplemente continuar como en ese proceso de aprendizaje. Y pues ya formulamos crónicas. Digamos que tenemos una sección que se llama Contar para sanar y sobre todo trabajar con madres, con personas, con mujeres que han sido víctimas de conflicto. También es un ejercicio interesante, de catarsis, sobre todo, pero también de comunicación popular. Sí, de comunicar lo que han tenido que oír las personas dentro de los territorios víctimas del conflicto que lleva más de 50 años en Colombia y que, como todas estas cosas, aportan también a una construcción de la memoria histórica. En tiempos donde la gobernabilidad se está encargando de eliminar todo aquello que huela a memoria histórica, entonces es eso, es usar la comunicación popular para darle herramientas a la gente, pero también para para que ellos mismos sean la herramienta de la construcción de la memoria histórica de los territorios. Y a eso le hemos aportado en los procesos que hemos llevado de comunicación popular en los territorios que hasta el momento</p>

		no han sido muchos, pero esperamos continuar implementándolos.
		<p>¿Qué movimientos y organizaciones sociales hacen parte del proceso de comunicación popular del barrio?</p> <p><u>Las organizaciones o procesos sociales que han hecho parte de este proyecto social en el barrio ha sido el colectivo Fuerza Popular, la agencia Comunicación, Colombia informa la Escuela Jaime Garzón. Nos ha aportado hoy un proceso, digamos, de Fuerza Popular y la organización nacional a la que responde el colectivo que sea llama ciudad movimiento que es como un parche cultural del festival de arte La Esquina y la vereda. Es un proceso que pretende visibilizar a los y las artistas como sujetos y sujetos de transformación social. También hemos estado por medio del arte y la cultura, tratando de incidir, tratando de visibilizar las luchas. La comunicación no solamente se concentra en los criticó, en lo escrito en el video y ya, sino en la expresión de todo aquello.</u></p> <p>El ser humano es un ser social y comunica. Entonces hemos tratado de interiorizar eso y no negarnos la posibilidad, abrimos a todos los formatos que se puedan, sino, por el contrario, ir de la mano con la educación popular, como ya se comentaba, pero también con el arte y la cultura popular de los pueblos. Y pues el compañero que ya mencionó anteriormente que hace parte de la Junta de Acción Comunal, pues también nos dio un gran apoyo y hemos estado ahí gracias a la incidencia de él en la Junta.</p>
		<p>¿Qué aportes les ha dejado la comunicación popular a los movimientos sociales y organizaciones?</p> <p><u>Yo creo que el aprendizaje más relevante que nos puede dar la comunicación popular es entender cómo somos, quiénes narramos lo que está sucediendo para visibilizar lo que las comunidades están viviendo. Entonces creo que el rol del porque realmente es una responsabilidad muy grande, pero al mismo tiempo es un reto muy bonito, muy interesante, que muchas veces también dependiendo de los temas resulta ser duro, pero es un ejercicio muy, muy interesante, porque ahí es donde uno se da cuenta de que las comunidades en Colombia están acostumbradas a que a ellos no existen.</u></p>
		<p>Ellos no existen para la opinión pública y no existen como para todo este tipo de institucionalidad. Y entonces, cuando llegas y ellos se dan cuenta que realmente estás interesado por conocer lo que está sucediendo, pues es como un shock hay porque no lo entienden, es como un choque, no como que normalmente a quienes lo entrevistan, a los políticos o a los famosos, a nosotros, porque y pues realmente y algunos esos testimonios, sobre todo cuando son testimonios de lucha, de organización, de construcción.</p> <p>Es muy bonito y es muy bonito pensarnos también esa comunicación popular sin negocio, sin nada que no corresponda a un bienestar colectivo.</p> <p><u>Porque cuando la comunicación empieza a responder solo a unos intereses de unos pocos y esos intereses de unos pocos empieza son hegemónicos. Entonces ya están modelando otro tipo de prensa. Pero la comunicación popular es la visibilizarían de las luchas populares, pero también darle las herramientas, dar la voz y llevarse también uno. Muchísimo de eso, muchísimo de esas luchas. Y lo más importante es saber llevar. No es simplemente quedarse con eso, sino saberlas llevar y saberlas expresar. También saber atraer más público, pero atraer también más personas con la iniciativa de comunicar, de seguir difundiendo, de seguir compartiendo y seguir educando las comunidades desde las comunidades.</u></p>

	<p>¿Qué procesos de comunicación popular han hecho cambios en la comunidad?</p> <p><u>Hay muchos cambios positivos que ha realizado la comunicación popular en diferentes territorios a lo largo y ancho de todo el mundo. Digamos podemos partir de experiencias locales como lo son las emisoras comunitarias, las emisoras campesinas, las emisoras indígenas también, que al ser disponibles para la comunidad han servido como forma de transmitir noticias, de transmitir decisiones, pero ayuda de transmitir contenidos, de fomentar la cultura.</u></p> <p>Y digamos que ese cambio cultural, pero también al mismo tiempo, ese cambio en la perspectiva de quién es el dueño de los medios, <u>Esto significa que la comunicación popular logra conectar a las personas que hacen parte de esa comunidad y a su vez las logra organizar y logramos ver avances en cuanto a la reconstrucción del tejido social.</u> Logra contribuir a que exista una organización más eficaz dentro de los territorios en las comunidades. En cuanto a procesos sociales presentados, digamos al gobierno y es ahí donde vemos, pues la primera emisora Latinoamérica, ¿Radio Sutatenza Boyacá, que qué era eso? Concentra más las necesidades de los campesinos, pero también lo que estaban produciendo los campesinos a nivel cultural y se difundía y esto hizo que la comunidad se fortaleciera, que ya juntos entonces trabajaran para presentar proyectos sociales que a su vez en su tiempo sirvieron de muchísimo avance para las comunidades allá en Boyacá.</p> <p>Y bueno, con el tiempo, pues ya el apoyo se pierde por cuestiones políticas y eso ha sido una de las desventajas de la comunicación popular, que no cuenta con un apoyo ni económico ni político.</p> <p><u>Entonces por eso justamente es lo que le impide surgir cambios. También se pueden ver en experiencias aquí en Latinoamérica, en Brasil, el movimiento de los sin tierra, de los sin techo. Ellos también tienen sus propias experiencias de comunicación.</u> Entonces, digamos ahorita con esa cuestión del coronavirus, lo que están haciendo es difundir información sobre, por ejemplo, cómo cocinar la suficiente proteína y vitaminas que necesitas al día con poco dinero. Sí que es básicamente una problemática internacional, como lo es el hambre y sobre todo en condiciones de cuarentena y de aislamiento obligatorio. Entonces digamos que todas esas estrategias. Todo esto que están, pues puesto en marcha de cierta manera ha contribuido bastante a que las comunidades entiendan esa importancia de la organización para juntos resolver esas problemáticas sociales, como suplantar el papel del Estado ante el abandono estatal, que es la organización social y la comunicación popular es quien ayuda a impulsar eso ayuda a visibilizar eso, pero también lo ayuda a sistematizar, a organizar.</p>
--	--

Anexo 4. Matriz de triangulación

Actor	Párrafo	Categoría 1	Párrafo	Categoría 2	Párrafo	Categoría 3
Líder Colombiano Informa		La comunicación popular es la herramienta que tienen los pueblos para visibilizar las luchas, para visibilizar también esos procesos de organización, de resistencia, de reconstrucción del tejido social, entonces es la comunicación popular. Eso es tener en cuenta la voz, la opinión, la visión, la noción, pero también los aprendizajes, el conocimiento de las comunidades y de lo popular, de lo barrial, no únicamente de cualquier comunidad, sino en las comunidades que se organizan, que participan dentro de los procesos sociales, que trabajan y cooperan entre sí por un bien colectivo.		Dentro de las actividades que hemos realizado como Colombia informa no solamente en Cúcuta, sino en la zona de frontera, principalmente han sido talleres, talleres para personas que están previamente, pues ya tienen unos conocimientos previos y están interesados en este tema. Entonces hemos confluído en diferentes eventos de también de procesos sociales y hemos hecho talleres de redacción, de fotografía, de video y de cubrimiento de eventos, sobre todo por el tema de la frontera, que hay tanta desinformación. Hemos realizado talleres allá en la frontera con la gente rubio estado, y eso nos ha servido para que la gente que conoce sus conocimientos y a su vez sepan cómo difundir información acerca de un evento que se está realizando, del cual existe más desinformación que información.		El mismo alcance que otros medios, incluso que Colombia informa, pero que también han generado unos procesos interesantes en Cúcuta desde el deporte y la comunicación. Poder visibilizar el trabajo barrial territorial que se hace con las comunidades, con las juntas de acción comunal para pasar proyectos para movilización social.
		Las estrategias de comunicación popular que utilizamos son básicamente iniciar por conocer el territorio, por conocer la comunidad, por conocer el contexto histórico de objeto de estudio que es a la vez, pues nuestro sujeto también nos llega a aportar realmente ese contenido que van a tener los productos, los				

Actor	Párrafo	Categoría 1	Párrafo	Categoría 2	Párrafo	Categoría 3
		formatos periodísticos. Partiendo de eso, de conocer con quién o con quiénes es que vamos a trabajar, pues entonces empezamos a analizar cuáles son las necesidades				
		Hay muchos cambios positivos que ha realizado la comunicación popular en diferentes territorios a lo largo y ancho de todo el mundo. Digamos podemos partir de experiencias locales como lo son las emisoras comunitarias, las emisoras campesinas, las emisoras indígenas también, que al ser disponibles para la comunidad han servido como forma de transmitir noticias, de transmitir decisiones, pero ayuda de transmitir contenidos, de fomentar la cultura.				
		muchos procesos de comunicación popular que están surgiendo gracias a la organización y al entender la importancia de ésta dentro de los procesos sociales. Entonces tenemos Trochando sin fronteras en el centro oriente colombiano. Tenemos la periferia en Antioquia, sobre todo, aunque a nivel nacional también trabajan en diferentes territorios y regiones y han logrado llegar.				
		La estrategia que se ha usado en el barrio y que hemos pensado para usar en otros barrios básicamente es primero, pues como decían las primeras respuestas, conocer el territorio y la comunidad quienes la conforman será una especie de cartografía.				
		Las organizaciones o				

Actor	Párrafo	Categoría 1	Párrafo	Categoría 2	Párrafo	Categoría 3
		<p>procesos sociales que han hecho parte de este proyecto social en el barrio ha sido el colectivo Fuerza Popular, la agencia Comunicación, Colombia informa la Escuela Jaime Garzón.</p>				
		<p>El aprendizaje más relevante que nos puede dar la comunicación popular es entender cómo somos, quiénes narramos lo que está sucediendo para visibilizar lo que las comunidades están viviendo. Entonces creo que el rol del comunicador y de la comunicadora popular debe interiorizarse de mejor forma, porque realmente es una responsabilidad muy grande, pero al mismo tiempo es un reto muy bonito, muy interesante, que muchas veces también dependiendo de los temas resulta ser duro, pero es un ejercicio muy, muy interesante, porque ahí es donde uno se da cuenta de que las comunidades en Colombia están acostumbradas a que a ellos no existen. Que las comunidades están viviendo. Entonces creo que el rol del comunicador y de la comunicadora popular debe interiorizarse de mejor forma, porque realmente es una responsabilidad muy grande, pero al mismo tiempo es un reto muy bonito, muy interesante, que muchas veces también dependiendo de los temas resulta ser duro, pero es</p>				

Actor	Párrafo	Categoría 1	Párrafo	Categoría 2	Párrafo	Categoría 3
		un ejercicio muy, muy interesante, porque ahí es donde uno se da cuenta de que las comunidades en Colombia están acostumbradas a que a ellos no existen.				