

IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN POPULAR EN LA COMUNIDAD

MINUTO DE DIOS DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ DE CÚCUTA

INGRID JOHANNA MANRIQUE GALVIS

YANIS YOHANNA MORALES JAIMES

OMAR ALBERTO GOMEZ BASTOS

YURLEY CATERINE RAMIREZ DIAZ

CLAUDIA ROCIO NIÑO DIAZ

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

PROGRAMA DE TRABAJO SOCIAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2020

IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN POPULAR EN LA COMUNIDAD

MINUTO DE DIOS DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ DE CÚCUTA.

INGRID JOHANNA MANRIQUE GALVIS

YANIS YOHANNA MORALES JAIMES

OMAR ALBERTO GOMEZ BASTOS

YURLEY CATERINE RAMIREZ DIAZ

CLAUDIA ROCIO NIÑO DIAZ

Trabajo de investigación como requisito para optar al título de

Trabajador 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	5
1. Problema	6
1.1 Planteamiento del Problema	6
1.2 Formulación del Problema	9
1.3 Objetivos	9
1.3.1 Objetivo general	9
1.3.2 Objetivos específicos	10
1.4 Justificación	10
1.5 Delimitación	11
1.5.1 Delimitación contextual	11
1.5.2 Delimitación temporal	11
2. Marco Referencial	12
2.1 Antecedentes	12
2.2 Marco Teórico	14
2.3 Marco Conceptual	16
2.4 Marco Legal	18
2.5 Marco Contextual	20
3. Marco Metodológico	21
3.1 Paradigma	21

	4
3.2 Enfoque Cualitativo	21
3.3 Diseño	22
3.4 Población y Muestra	23
3.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	23
3.5.1 Revisión documental	23
3.5.2 Triangulación de la información	24
4. Presentación de Resultados	25
4.1 Capítulo I. La Comunicación Popular en la Comunidad	25
4.1.1 Algunos Impactos positivos o negativos	26
4.2 Capítulo II. Diversos Programas de Comunicación Popular en Cúcuta, Ausencia de los Mismos y su Apoyo a la Comunidad	28
4.2.1 Fortalecimiento de comunicación popular y sus programas dentro del contexto	30
4.3 Capitulo III: El Papel de la Comunicación Popular en las Comunidades y su Aceptación	31
4.3.1 Aceptación de la comunicación popular en la comunidad	32
5. Conclusiones	34
6. Recomendaciones	35
Referencias Bibliográficas	36
Anexos	40
Anexo 1. Cuadro categorial	40
Anexo 2. Formato de entrevista	41
Anexo 3. Fichas bibliográficas	43
Anexo 4. Triangulación	55

Resumen

Este trabajo de investigación se realizó con la finalidad de conocer el impacto de los medios de comunicación popular en la comunidad Minuto de Dios de la ciudad de San José de Cúcuta, se realizó bajo un paradigma histórico hermenéutico, con un enfoque cualitativo entiendo que por medio de este se logra un abordaje de la realidad social de interés desde las experiencias y vivencias de los sujetos que se involucran en el proceso investigativo, así mismo se implementó un diseño de estudio de caso los cuales nos permiten conocer la realidad social de los involucrados, en cuanto al análisis de la información recolectada se tuvo en cuenta la técnica del subrayado y la triangulación de información, lo cual permitió el plantear diferentes hallazgos muy importantes como los impactos positivos o negativos que han tenido los medios de comunicación popular en el territorio, cuáles son los diferentes programas u acciones de comunicación popular que están presentes en el territorio, y cuál es el papel de la comunicación popular en el territorios, en este sentido se puede inferir que las redes de apoyo como organizaciones ya sean públicas o privadas que contribuyan a que la comunicación popular se pueda dar deben de hacer más presencia en estos territorios y promover el buen uso de los medios de comunicación para que la información que se le brinde al pueblo sea lo más real posible, así mismo se logró evidenciar que la comunicación popular juega un papel muy fundamental en las comunicaciones y en los territorios ya que no se piensa en uno solo sino que se tiene un pensamiento colectivo y es aquí donde la comunidad va a poder manifestar sus necesidades insatisfechas pero a su vez estar bien informadas de lo que pasa en su entorno y en sus procesos de fortalecimiento comunitario.

1. Problema

1.1 Planteamiento del Problema

La comunicación popular nace en los años 60 y 70 para dar voz a los menos escuchados, a la población más vulnerable, donde se disputa un poder o un escenario social, en el cual por medio de ella nos podemos manifestar ya que todas las personas tenemos diferentes formas de pensar, sentimos y anhelamos, donde estamos vinculados para un bien común, y así tener otra mirada a las situación problema, poder dar a conocer los derechos humanos que no solo son de difícil acceso si no que muchas veces es por desconocimiento, y se ve muy marcado la desigualdad en cuanto a estos.

De la misma forma a lo anterior las organizaciones sociales juegan un papel muy importante en la vida de las comunidades donde sacan espacios de dialogo para así obtener una buena comunicación con los miembros que manifiestan su problemática. Muchas veces utilizamos los medios masivos de comunicación popular para expresarnos, pero la mayoría de las veces lo que ellos nos muestran o nos manifiesta no es la realidad si no que es un relato de los hechos, en el cual es un proceso de construcción donde la población utiliza más la radio y la televisión. Lo que esto quiere decir es que no todas las veces nos transmiten lo que está pasando en el momento si no que es una construcción de los relatos de los emisores. Cuando se difunde alguna información no solo es para dar voz a la población si no que tiene un interés común ya sea empresarial, político y económico.

De acuerdo a esto la comunicación popular está vinculada a las organizaciones sociales y comunitaria donde se puede apreciar que ha tenido diferentes nombres a lo largo de la historia.

Conociéndose como comunicación popular, comunicación alternativa, ciudadana y educativa. El cual es un proceso de práctica donde se involucra la participación y la interacción en un encuentro muy significativo para la comunidad. En el cual cada una de ellas tiene modalidades diversas que tienen un horizonte en la resistencia o la transformación de los procesos sociales.

Asimismo, la comunicación popular tiene como objetivo facilitar la participación y la construcción de los vínculos dentro los vecinos y los grupos organizacionales. Donde el comunicador busca un cambio social y la liberación de un pueblo que sufre el poder de la dominación.

Paulo Friere plantea que la educación popular busca las transformaciones sociales comprendiendo que tiene ver con la evolución de los sujetos oprimidos que eran víctimas de la violencia social y la injusticia, donde ellos por medio de la educación buscan la liberación y así obtener nuevos conocimientos y así adquirir otros nuevos proyectos de vida.

Por otra parte, la comunicación popular no está desligándose del alfabetismo, donde buscaban otras alternativas teniendo otra percepción desde el teatro, boletines locales, periódico entre otros.

Por consiguiente, la educación popular entendida como educación para los movimientos Sociales, tiene por objeto la recreación de las bases de sociabilidad en una sociedad dada; es, por lo tanto, parte de un gran movimiento de transformación histórica. La comunicación popular se desenvuelve en todos los ámbitos en que interactúa el ser humano, siendo una de ellos la dinámica comunicativa que se han ido construyendo de manera organizada que se basa en su estructura de control y una evaluación que es parte de una realidad social caracterizada pero que a medida del tiempo se ha ido modificando y utilizando en las diferentes áreas de las

ciencias sociales, que buscan comprender las necesidades y dar respuesta a las problemáticas que influye al ser humano directa o indirectamente en su contexto social.

A continuación hablamos de nuestro contexto social donde el capitalismo lo identifico desde régimen económico en el cual los medios de producción son privados y se encuentran bajo el mando de las personas que tienen el poder, de acuerdo a lo anterior sobresalen las empresas privadas en el cual juega un papel importante con sus diversas consecuencias sociales, donde la comunicación popular actúa como estrategia para poder realizar una lucha contra estructuras dominantes que permita visibilizar lo que los medios no son de su interés.

En Colombia actualmente estamos en la propuesta de erradicar la corrupción de manera definitiva esto se debe muchas veces a la desinformación que estamos expuestos los ciudadanos, en Cúcuta norte de Santander frontera más concurrida a nivel latinoamericano, nacional y siendo a su vez una de las ciudades más peligrosas del mundo, personas en contraposición de las consecuencias que la corrupción trae a la región ven en la comunicación popular como un medio de trasmisión de mensaje en el que el ciudadano se apropie o se entere de la realidad de su entorno, una vez esa información de dicha problemática sea de interés público hacen que los habitantes de nuestras comunidades se den por enterados y ellos mismo hagan buen uso de la información para buscar una posible solución a dicho problema, la comunicación popular es una “herramienta” de hacer visible las diferentes problemáticas sociales que se presenta en la región, medios comunicativos “redes sociales” prestan este servicio manera de atacar de frente y mantener informada a la comunidad cucuteña.

La idea principal es generar en la comunidad una cultura al buen uso de la información de diferentes medios y a su vez mantener informada a la región, ver cuál es el principal problema que afecta a la mayor parte de las personas de la región, ver y entender a la comunicación como

un servicio social, y que es esa resistencia comunicacional organizada y preparada la que se encargue de llevar la información real. El sentido social debe ser el valor fundamental que nos motive a educarnos para educar y mover el mensaje.

Para concluir lo que se quiere generar en las comunidades locales es una cultura al buen uso de la información, donde los diferentes medios de comunicación popular mantengan informada a toda la región, y poder identificar su principal problema, el cual está afectando la mayor parte de las personas de la región, y de acuerdo a esto entender la comunicación alternative como un servicio social, el cual ya existe una resistencia comunicacional organizada y preparada para que se encargue de llevar la información real. El sentido social debe ser el valor fundamental que nos motive a educarnos para poder educar y mover el mensaje a todas las comunidades locales.

1.2 Formulación del Problema

¿Qué impacto tienen los medios de comunicación popular en la comunidad minuto de Dios de Cúcuta?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Establecer el impacto que generan los medios de comunicación popular en la comunidad minuto de Dios de la ciudad de San José de Cúcuta.

1.3.2 Objetivos específicos

Identificar los componentes que conforman la comunicación popular en el sector Minuto de Dios.

Reconocer los programas que desarrollan los medios de comunicación popular en la comunidad Minuto de Dios.

Interpretar la aceptación que tienen los medios de comunicación popular en la comunidad Minuto de Dios.

1.4 Justificación

Este trabajo tiene como eje central enmarcar los sectores populares, determinar mediante la comunicación la zona de impacto en donde se lleva a cabo la investigación, entrar en relación directa con la comunidad para así poder ejercer los tipos de procesos que derivan del análisis investigativo.

La comunidad encuestada tiene relación factor con la comunicación popular, quiere decir que con esta metodología se activan automáticamente los sistemas de participación, organización y movilización, claro está que cumpliendo con estos objetivos el sistema de comunicación puede avanzar cómodamente, convirtiéndose en herramienta principal para todos aquellos que no pueden elevar su voz por cualquier circunstancia.

Desde el plano de la comunicación, sirve para cada tipo de persona que se encuentra sumergida dentro de la violación de sus derechos de expresión y vulnerado el derecho a la palabra, sustentados en una interacción colectiva orientada a analizar y comprender la realidad

para establecer identidades y sentidos comunes respecto a su accionar social transformador es decir rescatar la ciudadanía y justicia social.

Frente a la realidad que, en el plano de la comunicación, hacia finales de los años 60 entra en cuestionamiento. “Romper el muro de silencio”, "dar voz a los que no tienen voz", son entre otras las consignas acuñadas por una multiplicidad de experiencias de comunicación orientadas a corregir los desequilibrios existentes en el orden mediático prevaleciente, en el cual no tenían cabida amplios sectores ciudadanos.

1.5 Delimitación

1.5.1 Delimitación contextual

La presente investigación se realizará en el barrio Minuto de Dios, delimitada dentro de la comuna 9.

1.5.2 Delimitación temporal

El desarrollo de la presente investigación tiene contemplado un tiempo determinado de un año, iniciando en el periodo académico correspondiente al segundo semestre del año 2019 y culminando el segundo semestre del año 2020.

2. Marco Referencial

2.1 Antecedentes

Para MacAdam (1999) es preciso señalar que los movimientos sociales deben recorrer un largo camino y superar muchos retos antes de convertirse en impulsores del cambio o (contra cambio), un movimiento social debe superar 6 tareas de suma importancia para que sus propósitos tengan impacto en la sociedad, a saber (1) conseguir nuevos miembros, (2) mantener la moral y el nivel de compromiso de los miembros con los que cuenta, (3) conseguir cobertura de los medios de comunicación e idealmente aunque no sea necesario, (4) movilizar el apoyo de grupos externos, (5) limitar las opciones de control social que pudieran ser ejercidas por sus adversarios y finalmente (6) influir sobre o político y conseguir que la administración actúe. Pero cabe resaltar que normalmente el tipo de estudio de estos movimientos sociales se ven orientados en tres direcciones también (1) hacia el análisis del contexto en que estos se emergen, (2) sobre su forma particular de organizarse, (3) respecto al impacto que esto genera, Todas estas reglas que desborda el tema de la comunicación popular y en cuanto al aporte que se da de manera argumentativa es la plena participación de la comunidad investigada y los medios de comunicación popular, claro está que no todos ejercen este derecho pero mediante este artículo se abren los caminos o las vías alternativas para trabajar mancomunadamente como lo expresa el autor.

Según, León (2008) para los sectores populares, los procesos de organización, participación y movilización han constituido históricamente la piedra angular para liberar su capacidad de expresión, rescatar su derecho a la palabra, sustentados en una interacción colectiva orientada a

analizar y comprender la realidad para establecer identidades y sentidos comunes respecto a su accionar social transformador. Vale decir: rescatar ciudadanía y justicia social.

En las “democracias” establecidas en Latinoamérica y el Caribe esa figura de “ciudadanía” o simplemente el criterio liberal de “igualdad de oportunidades”, quedaba por fuera ante un orden establecido altamente elitista, racista, entreguista, excluyente, entre otras particularidades. Parámetros que, a su vez, se expresarían en el orden mediático. Vale tener presente que, a diferencia de Europa y Norteamérica donde los medios de difusión masiva se desarrollaron codo a codo con la industrialización y el consecuente fenómeno de masas, en nuestros terruños tales medios se afirmaron como prerrogativas de los grupos de poder, con un sentido patrimonialista y concentrador.

Esta es la realidad que, en el plano de la comunicación, hacia finales de los años 60 entra en cuestionamiento. “Romper el muro de silencio”, "dar voz a los que no tienen voz", son entre otras las consignas acuñadas por una multiplicidad de experiencias de comunicación orientadas a corregir los desequilibrios existentes en el orden mediático prevaleciente, en el cual no tenían cabida amplios sectores ciudadanos.

En un primer momento estas prácticas encontraron su principal sustento propositivo en los planteamientos del brasileño Paulo Freire en materia educativa, que ponían el acento en una relación dialógica dentro de los grupos. Se trata, si se quiere, de respuestas que se desarrollan como una extensión de las críticas a la educación dominante y por lo mismo la acción de muchas de ellas se inicia en este terreno, como actividades de educación de adultos, educación a distancia, alfabetización, etc.

Según, Uranga (2016) da cuenta de lo comunitario, lo popular y lo alternativo como tres categorías de mayor utilización pero que, al final de la transformación y dinamización social, es

menester verlas en conjunto. Finalmente, el autor va a dar cuenta de categorías individuales y colectivas condicionadas entre sí.

Lo popular se configura entonces como ese lugar desde el que se hace posible históricamente abarcar y comprender el sentido que adquieren los procesos de comunicación y nos hallamos en proceso de construcción de un nuevo modelo de análisis que coloca a la cultura como mediación social y teórica de la comunicación con lo popular.

2.2 Marco Teórico

Se parte inicialmente de la definición de comunicación como: “un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión” (Hernández, 2005), en la cual no solo se comparte información, sino que también se influye en el actuar del otro en mayor o menor medida por lo que se convierte en un instrumento de progreso y desarrollo , una herramienta que le permite a las culturas , grupos o individuos expresar no solo sus pensamientos y emociones si no también ideologías y creencias y es a través de esta que se puede dar de manera efectiva la convivencia social.

La comunicación al ser un proceso tan complejo y vinculado a todas las áreas en las que se desenvuelve el individuo , se puede clasificar en categorías según su forma de expresión (oral o escrita), según la cantidad de participantes (individual, colectiva, intrapersonal, interindividual), según el canal sensorial (comunicación visual, comunicación auditiva), según el canal de trasmisión (comunicación virtual, comunicación telefónica, comunicación televisiva), según su finalidad (comunicación periodística, comunicación publicitaria, comunicación educativa,

comunicación política ,etc.), entre otros. Todas estas responden a necesidades tanto individuales, grupales y culturales que se existen en las sociedades, entre estos tipos para el presente trabajo nos centraremos en la comunicación popular la cual es definida como:

El proceso de interacción que se da dentro de un grupo de seres humanos, con el propósito de recupera sus significado, de su memoria histórica, de su vida cotidiana y de 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. (Merino, 1988)

Lo que implica un proceso comunicativo que se apoya en todos los lenguajes, entendiendo por tales aquellos que manifiestan algo mediante cierto código (tal como la música, las señales de tráfico, las matemáticas, la arquitectura, la moda), es decir, la comunicación popular con el fin de alcanzar el objetivo de consolidarse como el medio por el cual se representa e interrelación una cultura no se limita a la socialización de información sino que también implica características propias de dicha cultura como medio de expresión (música, baile, arte, etc.). Dado esto, la comunicación popular implica el uso eficaz de un sistema complejo del uso de medios alternativos como son; los formatos y géneros utilizados por personas no profesionales con el fin alcanzar el nivel de entendimiento que se requiere para poder comunicarse, lenguajes y códigos interdependientes, el cual permite a un sujeto estar en contacto más o menos constante a través de múltiples signos y señales, sin descartar el principal que es el lenguaje verbal.

Siguiendo con la idea anterior y apoyando lo propuesto por Merino (1988) y Uranga (2016) sobre la relación entre lo popular, lo comunitario y lo alternativo como categorías que tiene un

objetivo similar, se sabe que la comunicación comunitaria es un eje estratégico para construir y compartir la voz desde la gente, darle la palabra a la comunidad, barrio, sector social, jóvenes, niñas, ciudades, organizaciones, comunidades, unidades educativas, universidades y que la comunicación alternativa hace referencia a todos aquellos recursos que empleamos para reemplazar al habla cuando está ausente o no es comprensible. Para una persona que carece de la habilidad de comunicarse mediante el habla, la escritura, los signos manuales o los signos gráficos son sistemas alternativos de comunicación. Torres (2001), es decir estos tres tipos de comunicación tienen como objetivo brindar, crear o buscar herramientas que permitan la inclusión social en las dinámicas sociales no solo de su comunidad sino también de la región y el país. Así mismo estas comparten componentes como lo son: actores sociales, organizaciones, conflictos, redes, potencialidades del territorio y recursos del territorio, los cuales interactúan en los procesos comunicativos de los territorios.

León (2008) resalta claramente a la comunicación popular, alternativa y comunitaria como una estructura social que genera impacto al enmarcar aspectos positivos o negativos frente a lo popular, por eso entra como dominación presente de la sociedad y ellos son los que dan la valoración del esfuerzo realizado.

2.3 Marco Conceptual

Comunicación: se define como un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión (Hernández, 2005).

Comunicación popular: se define como el proceso de interacción que se da dentro de un grupo de seres humanos, con el propósito de recupera su significado, de su memoria histórica, de su vida cotidiana y de su experiencia humana de la realidad (Minga Social, 2020).

Comunicación comunitaria: un eje estratégico para construir y compartir la voz desde la gente, darle la palabra a la comunidad, barrio, sector social, jóvenes, niñas, ciudades, organizaciones, comunidades, unidades educativas, universidades.

Comunicación alternativa: recursos que empleamos para reemplazar al habla cuando está ausente o no es comprensible. Para una persona que carece de la habilidad de comunicarse mediante el habla, la escritura, los signos manuales o los signos gráficos son sistemas alternativos de comunicación. (Torres, 2001)

Territorio: En este contexto de estudio se refiere a un espacio físico compartido, con una historia común, y una identidad compartida.

Actor social: Un actor social es un sujeto colectivo estructurado a partir de una conciencia de identidad propia, portador de valores, poseedor de un cierto número de recursos que le permiten actuar en el seno de una sociedad con vistas a defender los intereses de los miembros que lo componen y/o de los individuos que representa, para dar respuesta a las necesidades identificadas como prioritarias. (Touraine, 1984).

2.4 Marco Legal

La publicación de *Campeones de la vida* (2017) en su documento menciona *la Declaración de los Medios de Comunicación comunitaria, alternativa y popular* en donde es soportada por el Acuerdo 292 del concejo de Bogotá, Decreto 149 y 150 del 2008 y los lineamientos de política pública. En donde, dicha declaración está enfocada en “ejercer el derecho a informar y ser informados” todos los ciudadanos con el fin de mantener una paz estable y verdadera, así todas las personas pueden expresarse libremente y sin temores por ser un país democrático.

Acuerdo 292 del concejo de Bogotá:

Por medio del cual se establecen lineamientos de política pública, en materia de comunicación comunitaria en Bogotá, se ordena implementar acciones de fortalecimiento de la misma y se dictan otras disposiciones.

Artículo 1. Política de Comunicación Comunitaria. “El Alcalde Mayor expedirá la política pública dirigida a promover y fortalecer procesos comunitarios, distritales o locales, de comunicación en la ciudad, y orientada por el propósito de impulsar la equidad en el acceso a los espacios y medios de comunicación y de fomentar la circulación democrática de opiniones e informaciones”.

Artículo 3. Estrategias y líneas de acción. “La política a que se refiere el presente Acuerdo contemplará, entre otras, las siguientes estrategias y líneas de acción: Apoyo a la creación, al fortalecimiento y al reconocimiento social de los colectivos y redes de comunicación comunitaria que sean representativos de comunidades, grupos y sectores sociales, y que sean capaces de sostener y desarrollar procesos de comunicación, mediante acciones colectivas de producción y difusión de mensajes o muestren posibilidades de adquirir la

correspondiente capacidad.”

Decreto 149 del 2008:

“Establece la conformación y las funciones de la Mesa de Trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria, de que trata el Acuerdo Distrital 292 de 2007, que establece los lineamientos de política pública, en materia de comunicación comunitaria en Bogotá y ordena implementar acciones de fortalecimiento de la misma. Precisa los mecanismos de designación de los representantes de los sectores de la sociedad civil y de los colectivos y redes comunitarias de comunicación, con sede en la capital de la república, señala los criterios generales que deberá tener en cuenta la Mesa de Trabajo, al momento de proponer los lineamientos para la adopción de la Política Pública de Comunicación Comunitaria”.

Decreto 150 del 2008:

“Adopta la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria 2008-2016, para cuya actualización y modificación, deberá contarse con el concepto previo de la Mesa de Trabajo de la Política Pública. Indica que la formulación, promoción, ejecución, seguimiento y evaluación de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria estará a cargo del Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal, a quien también le corresponderá formular el plan de acción distrital y las metas que asume la administración para el desarrollo de la Política Pública adoptada”.

2.5 Marco Contextual

Partiendo de la comunicación popular como garantía de la ciudadanía para poder alzar la voz ante los medios de comunicación, se logra determinar en cuanto a la variable estudiada en esta investigación que inicialmente se debe entrar a valorar el sistema de aceptación popular en cuanto a la comunidad con el grupo investigativo que desarrolla la actividad, estamos frente a comunidad en condición de vulnerabilidad, ya sea de sistema económico o vulnerabilidad de derechos fundamentales (MacAdam,1999). Es decir, entraremos en una zona de confort en donde encontraremos varios grupos que dan pie a que la comunicación sea su garantía, hablamos de líderes, movimientos y ciudadanía en general, como lo establece MacAdam, son movimientos sociales con garantías de protección de derechos, es decir que mediante la comunicación pueden expresar su inconformidad para que sean escuchados.

3. Marco Metodológico

3.1 Paradigma

Esta investigación se realiza bajo la intencionalidad de conocer el impacto que generan los medios de comunicación popular en las personas del barrio motilones de San José de Cúcuta, como también que tanta influencia tienen los mismos en la comunidad y que se está haciendo para poder cambiar los impactos negativos que estos dejan, y por ellos es necesario realizarla bajo el paradigma histórico hermenéutico el cual para Cifuentes (2011) es:

Histórico - hermenéutico busca reconocer la diversidad, comprender la realidad; construir sentido a partir de la comprensión histórica del mundo simbólico; de allí el carácter fundamental de la participación y el conocimiento del contexto como condición para hacer la investigación. No se puede comprender desde afuera desde la neutralidad; no se puede comprender algo de lo que no se ha participado.

De acuerdo a lo anterior el paradigma histórico hermenéutico aporta a los objetivos de esta investigación, ya que nos ayudara a comprender desde el campo de acción la realidad sobre el impacto de la comunicación popular en las personas, por esto es importante conocer que le aportan los mismos a la sociedad.

3.2 Enfoque Cualitativo

La investigación se da de acuerdo a unos métodos específicos que se deben seguir para así poder crear conocimiento y analizarlos. Es por esto que esta investigación se trabajara desde el enfoque cualitativo este en palabras de Sandin Esteban (2003) la define “es una

actividad sistemática orientada a la comprensión en profundidad de fenómenos educativos y sociales, a la transformación de prácticas y escenarios socioeducativos, a la toma de decisiones y también al descubrimiento y desarrollo de un cuerpo organizado de conocimientos”.

De acuerdo a lo anterior esta investigación se basa en el enfoque cualitativo, ya que este permite describir las apreciaciones que tienen las personas sobre el problema, para así poder llegar a comprender el fenómeno y la realidad social.

3.3 Diseño

Esta investigación se guiara desde el diseño hermenéutico el cual se basa en hacer una comprensión del fenómeno a partir de las percepciones de las mujeres y su trascender dentro del mismo, para así poder llegar a un proceso de reflexión, como lo respaldan los siguientes autores. Dilthey (1833-1911), sostiene, en palabras de Giannini (1998) que "imaginar es interpretar comprensivamente y comprender será el mecanismo para percibir la intención ajena” (p. 309).

De acuerdo a lo planteado anteriormente según los autores el diseño hermenéutico es pertinente para la investigación ya que a partir de las percepciones de las mujeres víctimas del conflicto armado se podrá llegar a una comprensión de los aspectos determinantes que han tenido que evidenciar y vivir durante la transición del conflicto armado, el cual nos proporcionara elementos relevantes para la interpretación en relación a la investigación.

3.4 Población y Muestra

La población objeto de estudio proyectada son los ciudadanos del Barrio Minuto de Dios de la Ciudad de Cúcuta, Los cuales son 120 ciudadanos quienes cuentan con un nivel de vida formal y un nivel socioeconómico de clase Baja – Media.

3.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La encuesta es la técnica más usada en la investigación de ciencias sociales, esta herramienta utiliza los cuestionarios como medio principal para conseguir información. Esta hace referencia a lo que las personas son, piensan, hacen, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes” (Visauta, 1989).

Como metodología de este trabajo se usó la encuesta, la cual consiste en realizar la recopilación de información mediante la utilización de un instrumento fundamental como lo es el cuestionario, es por eso que la encuesta por aplicar está compuesta de 15 preguntas cerradas dicotómicas con dos probabilidades de respuesta: SI o NO, dirigidas a obtener información precisa sobre el nivel de conocimiento de las medidas de comunicación popular.

3.5.1 Revisión documental

La revisión documental permite convalidar, revisar y analizar la información necesaria sobre el objetivo o fenómeno de estudio, el cual es el impacto de la comunicación popular en la

comunidad.

Según Alfonso (1995), la investigación documental es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros tipos de investigación, éste es conducente a la construcción de conocimientos (Morales, 2015, p. 2).

Es importante la revisión documental para esta investigación ya que es una herramienta que permite conocer diferentes perspectivas de diferentes contextos para visualizar el desarrollo del fenómeno de diferente manera.

3.5.2 Triangulación de la información

Rubin & Babbie (2008) reconocen la triangulación como un mecanismo para que el profesional busque corroboración entre dos o más fuentes de sus datos e interpretaciones. Citado por Ileana Carrión Maldonado.

La triangulación es importante para la investigación ya que a partir de la misma se podrán evidenciar los aspectos más relevantes de cada ficha bibliográfica.

4. Presentación de Resultados

En este apartado se presentaran los resultados se desarrollaran mediante 3 capítulos los cuales son guiados por las categorías principales las cuales son comunidad, comunicación popular y desarrollo comunitario, para darle cumplimiento a los objetivos específicos.

4.1 Capítulo I. La Comunicación Popular en la Comunidad

Para abordar los impactos de la comunicación popular en un país donde los medios de comunicación se centran en transmitirle al televidente u oyente lo necesario o lo que “debería saber” de acuerdo a que el mismo sistema y la institucionalidad no permite mostrar esa realidad social a fondo debido a lo mencionado en DC2n Colombia *existe una escandalosa concentración de los medios de comunicación en manos de 10 grupos y familias, quienes son propietarios de canales de televisión, emisoras, periódicos, revistas y medios digitales*. DC2 una opinión pública que se busca construir, no desde los intereses de los ciudadanos, sino desde los intereses de los grandes empresarios. Y aunque la comunicación popular ha estado presente desde hace muchos años se puede evidenciar su cambio con el pasar del tiempo, por ende es muy importante tener claro que es la comunicación popular en palabras de Merino (1988):

El proceso de interacción que se da dentro de un grupo de seres humanos, con el propósito de recupera sus significado, de su memoria histórica, de su vida cotidiana y de 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.

De acuerdo a lo mencionado la comunicación popular esta para reconocer toda la historia propia per a su vez también pretende que se comprenda la realidad social y para lograr eso debe hacer bajo la participación de toda la comunidad.

La comunicación popular ha ido tomando fuerza en esta época debido a que hay personas líderes que quieren salir a las calles a conocer la percepción de las personas de acuerdo a esa realidad social que se vive para así poder encontrar la mejor solución posible como lo refiere el DC2 *En principio las personas respondían con una actitud positiva, hasta fanática en algunos casos, pero al continuar indagando por su conocimiento sobre su contenido y alcances, las respuestas comenzaron a carecer de argumentos propios: “la seguridad democrática y la confianza inversionista son muy buenos porque han mejorado la situación del país”*. Es por esto que es muy importante la participación de la ciudadanía en los temas de interés social ya que de una u otra forma la opinión de todos es importante y con la misma se pueden llegar hasta generar interés en las demás personas para que también manifiesten sus opiniones.

4.1.1 Algunos Impactos positivos o negativos

La comunicación popular como tal juega un papel muy fundamental ya que se puede dar desde el ámbito educativo o el de salud, entonces qué papel juega o que impactos le ha dejado esta misma a la sociedad, como se sabe si estos son negativos o positivos.

En esta parte tienen mucho que ver los medios de comunicación, la tecnología y las plataformas digitales ya que a través de estos se puede visualizar todo tipo de contenido que de una u otra forma puede ser perjudicial como beneficiario para la sociedad como tal, también se debe mirar que es lo que están haciendo estos comunicadores populares si de verdad con el

contenido que muestran quieren llegar a transformar esa realidad social o solo lo hacen por entretenimiento. Es aquí donde se piensa que pueden generar impactos como lo menciona el DC1 *“La televisión no causa «efectos» claramente identificables en los individuos; éstos interactúan con la televisión”, DC1 ¿El exponerse a ciertos contenidos de los medios masivos lleva a la audiencia a alterar su conducta de una forma mensurable (por ejemplo, siendo más agresivo o cambiando su voto)?* Con lo planteado anteriormente se piensa que la comunicación puede generar un impacto negativo en la población ya que no solo se deben centrar en temas que estén latentes, sino también en temas que le interesen, sirvan de uso pero sobre todo que le aporten algo a la población, ya que cada día se ven muchas más series que si bien es cierto representan la violencia que se vive en el país pero eso no quiere decir que esto representen todo el país como tal.

Por otro lado cuando existe una comunicación popular centrada en la comunidad en conocer sus necesidades y en hablar desde la propia realidad social se puede generar un impacto positivo en la misma ya que se centran en mostrar contenido que le sirva a la población y que les deje alguna enseñanza, como también deben de promover el conocimiento de las culturas indígenas del país ya que se cuenta con una gran variedad de etnias y de culturas que no solo son indígenas sino también esas culturas existentes en las diferentes regiones del país como es mencionado por DC2 y la tarea de los medios de comunicación popular, entonces, es la de arraigarse a los territorios y construir en conjunto con las comunidades apuestas comunicativas que partan de sus propias necesidades. De acuerdo a lo descrito anteriormente es muy importante este aspecto ya que la comunicación popular puede permitir el desarrollo social y es por esto que la misma debe de estar dentro de los territorios para que sea la misma comunidad quien ejerza la misma con el fin de obtener un beneficio común.

Por último es importante tener presente el accionar desde el trabajo social en cuanto a este tema ya que se debe promover esa participación colectiva para que sea la misma comunidad quien se interese porque se muestre la realidad social de su entorno y puedan exigir sus derechos cuando lo son vulnerados.

En conclusión la comunicación popular es muy importante para la comunidad ya que el ejercicio de la misma hace que las personas cada día estén aún más informadas y conozcan su realidad social, es importante también recalcar que se debe promover el ejercicio de la misma en diferentes ámbitos y escenarios de la ciudad esto también permitirá que se realice un buen uso de la información y dejen de existir tantos vacíos informáticos en la comunidad.

4.2 Capítulo II. Diversos Programas de Comunicación Popular en Cúcuta, Ausencia de los Mismos y su Apoyo a la Comunidad

En todo territorio es muy importante la comunicación popular ya que la misma permite el flujo de una comunicación verdadera y que le sirva a la comunidad, es por esto que es muy importante que los gremios de comunicación creen programas para la promoción de esa comunicación popular, para que se logre brindar información de interés a la población, algunas instituciones hacen presencia en la ciudad con lo refiere la entrevistada en *DC5PI* " Si, como la *Escuela Popular Jaime Garzón, Ciudad en Movimiento, Corporeddeh, Frontera Morada, entre otras que buscan fortalecer labores sociales y de comunicación*".

Como lo refiere la entrevistada estas entidades están en busca de fortalecer la comunicación en los territorios, pero a su vez se es de gran importancia conocer por qué en la ciudad y en el departamento aunque se presentan pocos programas para la promoción de la comunicación

popular esto se puede dar ya sea por falta de interés o por falta de apoyo a estas entidades que pueden llegar al cambio que se quiere, hay un grupo de personas que mediante de diferentes acciones pretenden mejorar la comunicación popular y la participación de la comunidad así como lo refiere el *“DC4 Mediante un conversatorio y taller organizado el pasado 27 de octubre, por el colectivo La Fuerza Popular y apoyado por la plataforma gráfica de resistencia Puro Veneno, las y los asistentes hicieron una lectura acerca de cómo está la ciudad en términos comunicativos, siendo la necesidad de tener herramientas que faciliten la difusión de la realidad contada desde sus protagonistas: el pueblo colombiano, el principal objetivo a perseguir”*. Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente es importante indagar sobre la comunicación popular ya que esta va a permitir que la información que se le brinde a la comunidad sea lo más allegada a la realidad social y le pueda ser útil a la comunidad así como lo refiere el *DC5 “La comunicación debe entenderse como un servicio social, y que es esa resistencia comunicacional organizada y preparada la que se encargue de llevar la información real, la del pueblo, las masas, la comunidad. El sentido social debe ser el valor fundamental que nos motive a educarnos para educar y mover el mensaje por todos lados”*. Es por esto que las personas encargadas de brindarle la información como periodistas, locutores, comunicadores sociales entre otros, deben de realizarlo de manera honesta y adecuada para que toda esta información pueda ser útil en la comunidad.

La comunidad cuenta con diversas herramientas otorgadas por parte del estado para el ejercicio de la comunicación popular así como lo refiere el *DC5P2 “Si, mencionando algunos como: espacio de grabación radial, emisora, cámara, portátil..”* y *DC5P7 Si la página de Facebook y emisora comunitaria, todas estas herramientas o acciones le permiten a la comunidad poder conocer su realidad social pero a su vez también poder*

expresarse y dar a conocer sus necesidades, pero también estas herramientas son un avance en cuanto al desarrollo de la comunidad ya que esto hace que las mismas encuentren soluciones a sus problemáticas y a su vez avanzar en temas de comunicación.

4.2.1 Fortalecimiento de comunicación popular y sus programas dentro del contexto

Debido a la poca creación de planes, programas y la poca visualización y conocimiento por parte de las entidades que buscan fortalecer estos temas y la promoción de la comunicación popular para que se realice de la mejor manera es muy importante que estos aspectos se fortalezcan tanto en la ciudad y en el departamento ya que en ellos existen muchas problemáticas de las cuales la población debe estar bien informada acerca de lo que sucede en los diferentes territorios así como lo refiere *el DC5 “Fortalecer plataformas de comunicación popular en nuestro departamento es una gran necesidad debido a la gran desinformación, la ignorancia y su adicción a serlo; vivimos en 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 por esto que se debe fortalecer la comunicación popular para que la misma sea aplicada de la mejor manera y así la población tendrá una buena información, por otra parte la desinformación existente en la ciudad cada día crece más debido a que los canales de comunicación no logran ser tan claros al momento de brindar una noticia o información acerca de un tema en específico, ya que las fuentes de información en algunas ocasiones no son tan seguras y es así como se empieza a generar la misma. La difusión de la información debe de ser responsable ya que al no realizar esta práctica de esta manera la población se podrá ver afectada.

En conclusión la comunidad de donde pertenece la entrevistada ha podido ser partícipe de diferentes eventos y actividades que contribuyen a la promoción y le mejoramiento de la comunicación popular así como lo refiere el *DC5P4* “*Si, siempre se procura lograr la participación de las comunidades en cada proceso*”. Y esto les ha beneficiado de una u otra forma para fortalecer diversos temas de su interés. Pero también es importante recalcar que la comunicación popular es de todos y es por esto que se debe trabajar aún más en la creación de programas pero que a su vez sean visibles para toda la población, con temas de interés para todos, en estos momentos toda la población debe de estar bien informada de lo que pasa en el contexto para que así les pueda permitir adentrarse en las diferentes problemáticas o situaciones que pasan en su entorno pero a su vez buscar estrategias para mitigar las mismas y así poder participar conjuntamente por un bien común así como lo refiere el *DC5P6* “*Claramente, de esto depende el fortalecimiento de las mismas para lograr experiencias significativa*”, entendiendo así que la mejor forma de buscar ese bien común es mediante la comunicación.

4.3 Capítulo III: El Papel de la Comunicación Popular en las Comunidades y su Aceptación

La comunicación popular tiene una gran incidencia en la comunidad ya que es a través de ella como se puede promover el diálogo, conocimiento de la realidad y el buen uso de la información, es por esto que es muy importante conocer que tanta incidencia tiene la en la comunidad o si la misma ha logrado contribuir al desarrollo comunitario de la misma, teniendo en cuenta que el desarrollo comunitario según Rezsóhazy (1988): “es una acción coordinada y sistemática que, en respuesta a las necesidades o a la demanda social, trata de organizar el progreso global de una comunidad territorial bien delimitada o de una población-objetivo, con la

participación de los interesados” (Carvajal, s.f.) de acuerdo a lo descrito el autor el desarrollo comunitario permitir a la comunidad identificar las necesidades que tienen para luego crear acciones o estrategias que contribuyan a mitigar estas problemáticas para así avanzar y tener mayor bienestar, de acuerdo a esto es aquí donde la comunicación popular juega un papel muy importante así como lo refiere el DC6P11 *“Cumple un papel importante ya que por medio de ella se dan a conocer y a tratar las diferentes problemáticas existentes en la comunidad”*. Es por esto que se pueden llegar a conocer la realidad social en la que viven las personas pero también se pueden buscar los medios necesarios para divulgar y promover las acciones que se realizan en beneficio de la comunidad ya que en todo territorio existen diferentes medios de comunicación y formas para compartir la información así como lo refiere el DC6P9 *“La radio, redes sociales y carteleras informativas en puntos estratégicos”*. Por ello la comunidad debe de hacer uso de los mismos de la mejor manera para que sea un beneficio para la comunidad.

La comunicación popular es un modo de expresión para las personas ya que esta permite que a través de programas radiales o de televisión donde le permiten hablar al oyente o espectador para que el mismo exponga sus opiniones o alguna necesidad colectiva en específico.

4.3.1 Aceptación de la comunicación popular en la comunidad

Teniendo en cuenta que la comunicación popular puede ser positiva o algunas veces negativas es por esto que en cada contexto puede llegar a ser diferente su aceptación, pero a su vez también se debe tener presente el buen manejo y el uso de la información que se esté presentando dentro de la comunidad ya que al no realizarse la práctica lo más certera y real

posible puede generar un impacto negativo en la comunidad, en cuanto a los aspectos positivos y la aceptación que la misma tiene en las personas es que mediante de la comunicación popular la misma comunidad puede defender su territorio si está expuesto a situaciones negativas y en esa defensa de ese territorio no solo se habla en sentido de tierras sino también en costumbres, ideologías, creencias entre otras, es por esto que es muy importante promover estos espacios y la participación de la mayoría o toda la comunidad para que se puedan mejorar diferentes procesos que pueden contribuir a su desarrollo comunitario.

5. Conclusiones

Los medios de comunicación son muy importantes en cualquier población y cualquier territorio ya que es a través de los mismos como todas las personas pueden estar enteradas de la realidad social en la que se encuentran.

Las redes de apoyo como organizaciones ya sean públicas o privadas que contribuyan a que la comunicación popular se pueda dar deben de hacer más presencia en estos territorios y promover el buen uso de los medios de comunicación para que la información que se le brinde al pueblo sea lo más real posible.

La comunicación popular juega un papel muy fundamental en las comunicaciones y en los territorios ya que no se piensa en uno solo sino que se tiene un pensamiento colectivo y es aquí donde la comunidad va a poder manifestar sus necesidades insatisfechas pero a su vez estar bien informadas de lo que pasa en su entorno y en los demás.

6. Recomendaciones

Es importante que desde la academia se sigan promoviendo estos espacios de creación de conocimientos pero a su vez en el conocimiento de las diferentes problemáticas existentes en el contexto, para que así desde el trabajo social se puedan realizar las intervenciones debidas.

Es de gran importancia que se siga indagando y trabajando en la comunicación popular, en la promoción de los espacios que hacen que la misma se pueda dar para que toda la comunidad pueda acceder a la misma y se puedan llegar a mejorar las diferentes formas de comunicación.

Es muy importante motivar a toda la comunidad para haga parte de estos procesos que se logren implementar en los territorios con el fin de obtener beneficios para los mismos ya que como se ha mencionado anteriormente en la investigación la comunicación popular de una u otra forma sirve o lleva a que se conozcan las necesidades sentidas en los territorios y en la comunidad para dar soluciones prontas y efectivas.

Referencias Bibliográficas

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2008a). Decreto 149. Por el cual se establece la conformación de la Mesa de Trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria. Recuperado de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=30506&dt=S>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2008b). Decreto 150. Por medio del cual se adopta la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria. Recuperado de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=30544&dt=S>
- AndypopcornMex. (2010). La comunicación alternativa. Recuperado de <https://es.slideshare.net/AndypopcornMex/la-comunicacin-alternativa>
- Campeones de la Vida. (2017). Declaración de los medios de comunicación comunitaria, alternativa y popular. Recuperado de <https://www.fundacioncampeonesdelavida.org/noticias-sobre-discapacidad/declaracion-por-la-democracia-informativa-en-bogota-y-en-colombia-y-por-los-derechos-de-la-comunicacion-comunitaria-y-alternativa/>
- Colombia Informa. (2019). Batalla de Cúcuta: símbolo de unión e integración de los pueblos. Recuperado de <http://www.colombiainforma.info/28-de-febrero-batalla-de-cucuta-simbolo-de-union-e-integracion-de-los-pueblos/>
- Concejo de Bogotá. (2007). Acuerdo 292. Por medio del cual se establecen lineamientos de política pública, en materia de comunicación comunitaria en Bogotá, se ordena implementar acciones de fortalecimiento de la misma y se dictan otras disposiciones. Recuperado de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=27593>
- Feo, C. & Feo, O. (2013). Impacto de los medios de comunicación en la salud pública. Saúde em Debate, 37(97), 84-95. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/sdeb/v37n96/10.pdf>

- Fundación Red Porturismo. (s.f.). Columna de Bolívar. Recuperado de <http://cucuta.tunorteturistico.com/lugares/cucuta/monumentos/columna-de-bolivar/>
- Guitton, J. (1991). Dios y la ciencia. Madrid: Debate.
- Gutiérrez, B., Rodríguez, M. & Camino, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 268-285. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020052017.pdf>
- Hernández, A. & Garay, O. (2005). La comunicación en el contexto deportivo. Sevilla: Wanceulen Editorial Deportiva, S.L.
- Lomas, C. (1993). Cómo hacer cosas con palabras. Madrid: La Muralla.
- Mendivil, C., Racedo, Y., Meléndez, K., & Rosero, J. (2015). El papel de la comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. *Revista Encuentros*, 13(1), 11-23. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/encu/v13n1/v13n1a01.pdf>
- Merino, J. (1988). Comunicación popular, alternativa y participatoria. Manual Didáctico de CIESPAL. Recuperado de <https://educacionnohegemonica.wordpress.com/algunas-definiciones-de-comunicacion-popular-yo-alternativa/>
- Mesa, M. & González, R. (2014). Medios de comunicación comunitarios y su relación con el periodismo, una mirada desde las emisoras comunitarias en Colombia. Recuperado de <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT8-Mesa-Gonzalez.pdf>
- Minga Social. (2020). Comunicación comunitaria. Recuperado de <https://mingasocial.net/escuela-de-cine-y-comunicacion-comunitaria/la-comunicacion-comunitaria/>
- Reyzábal, M. (1993). La comunicación oral y su didáctica. Madrid: La Muralla.

- Rincón, C. (s.f.). Unidad 11: la competencia comunicativa. Recuperado de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/boa/contenidos.php/cb10887d80142488399661377b684b60/511/1/contenido/capitulos/Unidad11CompetenciaComunicativa.PDF>
- Rojas, R. (2013). El liderazgo comunitario y su importancia en la intervención comunitaria. *Psicología para América Latina*, (25), 57-76. Recuperado de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2013000200005&lng=pt&tlng=es.
- Significados.com. (2017). Significado de grupo social. Recuperado de <https://www.significados.com/grupo-social/>
- Significados.com. (2018). Significado de comunidad. Recuperado de <https://www.significados.com/comunidad/>
- Significados.com. (2019). Significado de medios de comunicación. Recuperado de <https://www.significados.com/medios-de-comunicacion/>
- Torres, S. (2001). *Sistemas alternativos de comunicación. Manual de comunicación aumentativa y alternativa: sistemas y estrategias*. Málaga: Editorial Aljibe.
- Touraine, A. (1984). *Le retour de l'acteur, essai de sociologie*. Paris: Fayard.
- Uranga, W. (2014). Colectivos de comunicación y apropiación de medios. Una mirada a las prácticas de comunicación de cuatro experiencias de comunicación juvenil en Medellín. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 13(25), 189-192. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222014000200011&lng=en&tlng=es
- Vigotsky, L. (1979). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Crítica.

Villafranco, C. (2005). El papel de los medios de comunicación en las democracias. *Andamios*, 2(3), 7-21. Recuperado d http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632005000200001&lng=es&tlng=es.

Anexos

Anexo 1. Cuadro categorial

OBJETIVO GENERAL: Establecer el impacto que generan los medios de comunicación popular en la comunidad minuto de Dios de la ciudad de San José de Cúcuta.			
OBJETIVOS	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	AUTOR
Identificar los componentes que conforman la comunicación popular en el sector Minuto de Dios.	Comunidad	Movimientos sociales y Líderes.	MacAdam.(1999).Movimiento Social como protección de derechos.
Reconocer los programas que desarrollan los medios de comunicación	Comunicación Popular	Estructura Social	OswaldoLeon(2008) factor de la relación de dominación presente en la sociedad: sector dominante/sector
popular en la comunidad Minuto de Dios.			popular
Interpretar la aceptación que tienen los medios de comunicación popular en la comunidad Minuto de Dio	Desarrollo comunitario	Cultura	Uranga (2016) lo comunitario, lo popular y lo alternativo como tres categorías de mayor utilización pero que, al final de transformación y dinamización social.

Anexo 2. Formato de entrevista

FORMATO DE ENTREVISTA		
Objetivos	Subcategorías	Preguntas
Reconocer los programas que desarrollan los	Comunicación popular	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Ha contado con algunas organizaciones, fundaciones o cualquier otra institución que fomente espacio de integración y socialización?
medios de comunicación popular en la comunidad Minuto de Dios.	<p>Esctructura social</p> <p>Desarrollo comunitario</p> <p>Cultura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Les han brindado recursos para establecer canales de comunicación? • ¿El estado les ha brindado apoyo para desarrollarse a nivel económico, social o cultural? • ¿La comunidad participa en alguna manifestación cultural o actividad donde muestre sus talentos? • ¿Conoce usted a las personas de su comunidad que actúan para defender y garantizar los derechos de la misma? • ¿Considera a su comunidad como un lugar donde se comparten historias, vivencias y cultura. • ¿En su comunidad hay herramientas (página web , canal de radio, que permitan compartir noticias? • ¿Considera que su comunidad es tenida en cuenta para participar en proyectos sociales? • ¿Cómo se socializa la información importante para la comunidad? • ¿A logrado alguna vez comunicar sus necesidades de manera satisfactoria a un ente gubernamental o político? ¿Cómo lo ha hecho? • ¿Cuando hablo, lo hago oportunamente y me expreso de forma correcta.? • ¿Como se relaciona con las demás personas?
Interpretar la aceptación que tienen los medios de comunicación popular en la comunidad Minuto de Dios.		

		<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué hago cuando se presenta un conflicto en la comunidad?• ¿Qué sabe de la comunicación popular?
--	--	--

Anexo 3. Fichas bibliográficas

FICHA BIBLIOGRÁFICA No 1		
Título El impacto moral y social de los medios de comunicación social		
Autor: José Martínez de Toda y Terrero Año: S/F		
Fecha: 10/ septiembre/2020		
Fuente: artículo		
Fichatextual- resumida		
Categorías	Subcategoría	Descripción
comunidad	Movimientos sociales	<p>La televisión no causa «efectos» claramente identificables en los individuos; éstos interactúan con la televisión. (Lo que hay no es efecto, sino más bien «efectividad»). La televisión en realidad actúa a nivel ideológico promoviendo y dando mayor preferencia a ciertos significados del mundo que a otros..., y sirviendo unos intereses sociales en vez de otros</p> <p>¿El exponerse a ciertos contenidos de los medios masivos lleva a la audiencia a alterar su conducta de una forma mensurable (por ejemplo, siendo más agresivo o cambiando su voto)? Y ¿tal exposición altera sus actitudes u opiniones sobre tópicos específicos (la ONU, el fumar, los candidatos presidenciales)? De tales estudios</p>

	líderes	<p>ha brotado un consenso frágil entre los científicos sociales: hay muy poca evidencia de que las actitudes básicas o la conducta de la gente cambian en respuesta directa a la exposición a programas específicos, noticieros, y campañas informativas de corto plazo (Klapper 1960)</p> <p>La gente tiende a buscar las clases de información y los formatos de entretenimiento que les resultan menos amenazadores, y a interpretar las noticias o los argumentos dramáticos de acuerdo a posiciones preconcebidas. Más que impactar directamente al televidente, un grupo de factores mediadores (la familia y los amigos, las organizaciones, la experiencia pasada y otros lazos sociales) actúan como un filtro de percepción, a través del cual el contenido de los medios masivos es interpretado con características especiales por cada miembro de la gran audiencia.</p> <p>Los medios masivos, especialmente la prensa, gozan de un estatus especial (basado en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y del Convenio Internacional sobre los Derechos Civiles y Politicos), que les protege contra muchas políticas sociales convencionales. Por otra parte, esta libertad es un elemento vital en una sociedad democrática, una salvaguarda teórica de los derechos humanos en una sociedad civil. Ciertamente este estatus especial constitucional de los medios y su libertad deben ser respetados y</p>
--	----------------	--

		<p>defendido</p> <p>El enfoque moralista es asumido generalmente por instituciones que pretenden ejercer cierta hegemonía de pensamiento en la sociedad, y que parten del supuesto de que los medios ejercen una influencia decisiva sobre las audiencias; por ello recomienda censura y la dieta televisiva reduciendo el tiempo de exposición ante los medios.</p> <p>Muchos padres, educadores y gente de Iglesia se sienten a gusto con los enfoques normativos y moralistas. Pero cada vez lo aceptan menos las nuevas generaciones dentro de su humor postmodernista.</p>
--	--	---

FICHA BIBLIOGRÁFICA No 2

Título: Comunicación y Periodismo con Paz: Comunicación popular para la construcción de Paz.

Autor: Editorial General Año: 2017

Fecha: 10/ septiembre/2020

Fuente: Colombia Informa

Fichatextual- resumida

Categorías	Subcategoría	Descripción
Comunidad	<p>Movimientos sociales</p> <p>líderes</p>	<p>En Colombia existe una escandalosa concentración de los medios de comunicación en manos de 10 grupos y familias, quienes son propietarios de canales de televisión, emisoras, periódicos, revistas y medios digitales.</p> <p>Esta relación pone de presente el problema de una opinión pública que se busca construir, no desde los intereses de los ciudadanos, sino desde los intereses de los grandes empresarios.</p> <p>Cuando se indagó por temas gruesos, como el papel que estaba jugando el Gobierno de esa época, y por sus políticas de Seguridad Democrática y confianza inversionista, en principio las personas respondían con una actitud positiva, hasta fanática en algunos casos,</p>

<p>comunidad</p>	<p>Movimientos sociales</p> <p>líderes</p>	<p>pero al continuar indagando por su conocimiento sobre su contenido y alcances, las respuestas comenzaron a carecer de argumentos propios: “la seguridad democrática y la confianza inversionista son muy buenos porque han mejorado la situación del país”. Era la voz de los medios masivos en boca del pueblo. Lo que ellos expresaban correspondía entonces a información que los medios que consumían les proporcionaban.</p> <p>La mayoría nos manifestó su inconformidad por la manera en la que funcionaba el sistema de salud, el sistema educativo, el desempleo, y mientras nos acercábamos a temas como el precio de la canasta familiar y los servicios públicos más aumentaba la indignación de estas personas. Sin embargo en este caso y a diferencia de los temas gruesos (seguridad democrática y confianza inversionista), ninguno de ellos o ellas conectaba la relación entre Gobierno, administración pública, y situación social y económica.</p> <p>Por ello, para hablar de un periodismo para la paz, debemos hablar del oficio por visibilizar el país diverso que es nuestra Colombia, y la tarea de los medios de comunicación popular, entonces, es la de arraigarse a los territorios y construir en conjunto con las comunidades apuestas comunicativas que partan de sus propias necesidades, con miras a construir una conciencia pública que responda a las necesidades de las mayorías, en lugar de una opinión</p>
-------------------------	--	---

		<p>pública que responda a los intereses económicos de unas minorías.</p> <p>La comunicación, como proceso social y humano, atraviesa nuestra cotidianidad individual y colectiva.</p> <p>Como hemos dicho anteriormente, la comunicación popular es núcleo de la autonomía, porque les da la herramienta a las comunidades para que se auto reconozcan, y para que valoren sus propios esfuerzos, sus luchas y sus propuestas sociales y políticas, para que se vean como protagonistas de su propio presente y futuro, y no como gregarios de las apuestas de otros.</p>
--	--	---

FICHA BIBLIOGRÁFICA No 3

Título: La función de los medios de comunicación comunitarios.

Autor: UNESCO

Año: 2008

Fecha: 10/ septiembre/2020

Fuente: UNESCO

Fichatextual- resumida

Categorías	Subcategoría	Descripción
Comunidad	<p>Movimientos sociales</p> <p>líderes</p>	<p>Muchos medios han tomado medidas para asegurar la participación del público y por lo tanto son más accesibles a la gente que sirven, es en los medios de comunicación comunitarios donde la accesibilidad y la especificidad de los destinatarios cobran todo su sentido.</p> <p>La radio comunitaria se propone educar y entretener, informar y divertir, y crear un vasto espacio en el cual los auditores puedan participar y confrontarse con los demás, así como con los dirigentes políticos. Estas iniciativas tienden a ser pequeñas, basadas en la comunidad y administradas por ella, contando con un apoyo local que puede comprender publicidad pero que más a menudo consiste en donaciones y trabajo voluntario.</p>

<p>comunidad</p>	<p>Movimientos sociales</p> <p>líderes</p>	<p>Las mujeres y los jóvenes suelen encontrar en el marco de los medios comunitarios un refugio para sus preocupaciones y un aliento a su participación. La inclusión de las mujeres sigue siendo un difícil problema de desarrollo ya que habitualmente están excluidas de los procesos de adopción de decisiones en sus propias sociedades, pero constituyen el primer punto de contacto en relación con muchas cuestiones de salud y educación.</p> <p>Debería prestarse más atención a la integración de los jóvenes en los medios de comunicación y a su formación elemental en materia de medios e información.</p> <p>Unos medios locales eficaces pueden también ayudar a la población a comprender la historia y la evolución de la opresión y la discriminación, y darle una perspectiva que le ayude a elegir opciones racionales para superarlas.</p> <p>Alentar la participación es clave para la supervivencia de los medios de comunicación en un mercado competitivo, al tiempo que constituye una oportunidad para trabajar con el público.</p>
-------------------------	--	--

FICHA BIBLIOGRÁFICA No 4

Título: La propuesta en Cúcuta: fortalecer la Comunicación Popular

Autor: editorial Norte de Santander

Año: 2018

Fecha: 04/noviembre/2018

Fuente: Colombia informa

Fichatextual- resumida

Descripción

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

Mediante un conversatorio y taller organizado el pasado 27 de octubre, por el colectivo La Fuerza Popular y apoyado por la plataforma gráfica de resistencia Puro Veneno, las y los asistentes hicieron una lectura acerca de cómo está la ciudad en términos comunicativos, siendo la necesidad de tener herramientas que faciliten la difusión de la realidad contada desde sus protagonistas: el pueblo colombiano, el principal objetivo a perseguir.

"Fortalecer plataformas de comunicación popular en nuestro departamento es una gran necesidad debido a la gran desinformación, la ignorancia y su adicción a serlo; vivimos en 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" afirmó Gustavo Gelvez, integrante de la Fundación Sembrando un Norte y asistente al evento.

"La idea de llevar el tema de la comunicación manipulada que existe en la frontera a la agenda pública es excelente. La comunicación debe entenderse como un servicio social, y que es esa resistencia comunicacional organizada y preparada la que se encargue de llevar la información real, la del pueblo, las masas, la

comunidad. El sentido social debe ser el valor fundamental que nos motive a educarnos para educar y mover el mensaje por todos lados” comentó Neche Santana, fiscal de la junta de acción comunal del Barrio El Llano, Comunicador y asistente al evento.

Cúcuta ha sido bastante golpeada por el oleaje de fakenews y matrices de opinión orquestadas por los medios hegemónicos para continuar en la manipulación y adoctrinamiento de masas, aumentando no sólo la migración sino la xenofobia y conflictos sociales, haciendo imperativo realizar ejercicios de comunicación descentralizados que tengan como objetivo principal llegar y conectar a la gente de a pie, fortaleciendo el pensamiento crítico frente a las políticas que mantienen a la ciudad sumergida en el desempleo y la informalidad desde hace más de 10 años.

“Debemos apostarle a otorgar una participación mancomunada de acuerdo a sus capacidades y disposiciones mencionadas, 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” añadió Gelvez.

DIARIO DE CAMPO. No: 01		
fecha:		lugar: llamada telefónica
Propósito: Reconocer los programas que desarrollan los medios de comunicación popular en la comunidad.		
Técnica: entrevista		
Sujeto de investigación: mujer		
Categorías	Subcategoría	Descripción
Comunicación popular	Estructura social	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Ha contado con algunas organizaciones, fundaciones o cualquier otra institución que fomente espacio de integración y socialización? <p>Si, como la Escuela Popular Jaime Garzón, Ciudad en Movimiento, Corporeddeh, Frontera Morada, entre otras que buscan fortalecer labores sociales y de comunicación.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. ¿Les han brindado recursos para establecer canales de

		<p>comunicación?</p> <p>Si, mencionando algunos como: espacio de grabación radial, emisora, cámara, portátil...</p> <p>3. ¿El estado les ha brindado apoyo para desarrollarse a nivel económico, social o cultural?</p> <p>En mi caso, no. Quizá a nivel colectivo para la Escuela.</p> <p>4. ¿La comunidad participa en alguna manifestación cultural o actividad donde muestre sus talentos?</p> <p>Si, siempre se procura lograr la participación de las comunidades en cada proceso para</p> <p>5. ¿Conoce usted a las personas de su comunidad que actúan para defender y garantizar los derechos de la misma?</p> <p>Si, los referentes y líderes de cada proceso que se lleve a cabo se orientan y solidariza desde una comunicación directa.</p> <p>6. ¿Considera a su comunidad como un lugar donde se comparten historias, vivencias y cultura?</p> <p>Claramente, de esto depende el fortalecimiento de las mismas para lograr experiencias significativas.</p> <p>7. ¿En su comunidad hay herramientas (página web , canal de radio, que permitan compartir noticias?</p> <p>Si la página de Facebook y emisora comunitaria.</p> <p>8. ¿Cómo se socializa la información importante para la comunidad?</p> <p>A través de reuniones y asambleas informativas y la página en Facebook.</p>
--	--	---

DIARIO DE CAMPO. No: 02		
fecha:		lugar: llamada telefónica
Propósito: Interpretar la aceptación que tienen los medios de comunicación popular en la comunidad Minuto de Dios.		
Técnica: entrevista		
Sujeto de investigación: mujer		
Categorías	Subcategoría	Descripción
Desarrollo comunitario	Cultura	<p>Cuáles son los medios de comunicación que hacen presencia en su territorio?</p> <p>La radio, redes sociales y carteleras informativas en puntos estratégicos.</p> <p>¿cree usted que los medios de comunicación popular son positivos para la comunidad?</p> <p>Cumple un papel importante ya que por medio de ella se dan a conocer y a tratar las diferentes problemáticas existentes en la comunidad.</p> <p>¿cómo cree que han aceptado esos medios de comunicación popular en su comunidad?</p> <p>Positivamente, de alguna manera se han fortalecido las relaciones interpersonales en la comunidad bajo el buen uso de los medios de comunicación.</p> <p>¿Qué tanto influyen los medios de comunicación popular en su comunidad?</p> <p>Influye claramente en un fortalecimiento en cuanto a convivencia se refiere, la participación de la comunidad es de vital importancia</p>

Anexo 4. Triangulación

Categoría	Subcategoría	Técnica entrevista en profundidad
Comunidad	Movimientos sociales	<p>DC1 La televisión no causa «efectos» claramente identificables en los individuos; éstos interactúan con la televisión.</p> <p>DC1 ¿El exponerse a ciertos contenidos de los medios masivos lleva a la audiencia a alterar su conducta de una forma mensurable (por ejemplo, siendo más agresivo o cambiando su voto)?</p>
Comunidad	Lideres	<p>DC1 La gente tiende a buscar las clases de información y los formatos de entretenimiento que les resultan menos amenazadores, y a interpretar las noticias o los argumentos dramáticos de acuerdo a posiciones preconcebidas.</p>
	Movimientos sociales	<p>DC1 esta libertad es un elemento vital en una sociedad democrática, una salvaguarda teórica de los derechos humanos en una sociedad civil.</p> <p>DC1 El enfoque moralista es asumido generalmente por instituciones que pretenden ejercer cierta hegemonía de pensamiento en la sociedad, y que</p>

Comunidad	Lideres	<p>parten del supuesto de que los medios ejercen una influencia decisiva sobre las audiencias.</p> <p>DC1 Muchos padres, educadores y gente de Iglesia se sienten a gusto con los enfoques normativos y moralistas.</p> <p>DC2 En Colombia existe una escandalosa concentración de los medios de comunicación en manos de 10 grupos y familias, quienes son propietarios de canales de televisión, emisoras, periódicos, revistas y medios digitales.</p> <p>DC2 una opinión pública que se busca construir, no desde los intereses de los ciudadanos, sino desde los intereses de los grandes empresarios.</p> <p>DC2 En principio las personas respondían con una actitud positiva, hasta fanática en algunos casos, pero al continuar indagando por su conocimiento sobre su contenido y alcances, las respuestas comenzaron a carecer de argumentos propios: “la seguridad democrática y la confianza inversionista son muy buenos porque han mejorado la situación del país”.</p> <p>DC2 Era la voz de los medios masivos en boca del</p>
-----------	---------	--

		<p>pueblo.</p> <p>DC2 Y la tarea de los medios de comunicación popular, entonces, es la de arraigarse a los territorios y construir en conjunto con las comunidades apuestas comunicativas que partan de sus propias necesidades.</p> <p>DC2 La comunicación, como proceso social y humano, atraviesa nuestra cotidianidad individual y colectiva.</p> <p>DC2 La comunicación popular</p> <p>DC2 la herramienta a las comunidades para que se auto reconozcan, y para que valoren sus propios esfuerzos, sus luchas y sus propuestas sociales y políticas, para que se vean como protagonistas de su propio presente y futuro, y no como gregarios de las apuestas de otros.</p> <p>DC3 Muchos medios han tomado medidas para asegurar la participación del público y por lo tanto son más accesibles a la gente que sirve..</p> <p>DC3 La radio comunitaria se propone educar y</p>
--	--	--

		<p>entretener, informar y divertir, y crear un vasto espacio en el cual los auditores puedan participar y confrontarse con los demás, así como con los dirigentes políticos.</p> <p>DC3 Estas iniciativas tienden a ser pequeñas, basadas en la comunidad y administradas por ell</p> <p>DC3La inclusión de las mujeres sigue siendo un difícil problema de desarrollo ya que habitualmente están excluidas de los procesos de adopción de decisiones en sus propias sociedades, pero constituyen el primer punto de contacto en relación con muchas cuestiones de salud y educación.</p> <p>DC3Debería prestarse más atención a la integración de los jóvenes en los medios de comunicación y a su formación elemental en materia de medios e información.</p> <p>DC3Alentar la participación es clave para la supervivencia de los medios de comunicación en un mercado competitivo,al tiempo que constituye una oportunidad para trabajar con el público.</p>
--	--	--

<p>comunicación popular</p>	<p>Estructura social</p>	<p>DC5 Mediante un conversatorio y taller organizado el pasado 27 de octubre, por el colectivo La Fuerza Popular y apoyado por la plataforma gráfica de resistencia Puro Veneno, las y los asistentes hicieron una lectura acerca de cómo está la ciudad en términos comunicativos, siendo la necesidad de tener herramientas que faciliten la difusión de la realidad contada desde sus protagonistas: el pueblo colombiano, el principal objetivo a perseguir.</p> <p>DC5. La comunicación debe entenderse como un servicio social, y que es esa resistencia comunicacional organizada y preparada la que se encarga de llevar la información real, la del pueblo, las masas, la comunidad.</p>
<p>comunicación popular</p>	<p>Estructura social</p>	<p>DC5 Fortalecer plataformas de comunicación popular en nuestro departamento es una gran necesidad debido a la gran desinformación, la ignorancia y su adicción a serlo; vivimos en 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”afirmó Gustavo Gelvez, integrante de la Fundación Sembrando un Norte y asistente al evento.</p> <p>DC5P1 Si, como la Escuela Popular Jaime Garzón, Ciudad en Movimiento, Corporeddeh, Frontera Morada, entre otras que buscan fortalecer labores sociales y de comunicación.</p> <p>DC5P2 Si, mencionando algunos como: espacio de grabación radial, emisora, cámara, portátil...</p> <p>DC5P3 En mi caso, no. Quizá a nivel colectivo para la Escuela.</p> <p>DC5P4 Si, siempre se procura lograr la participación de las comunidades en cada proceso para</p>

Desarrollo comunitario	Cultura	<p>DC5P5 Si, los referentes y líderes de cada proceso que se lleve a cabo se orienta y solidariza desde una comunicación directa.</p> <p>DC5P6 Claramente, de esto depende el fortalecimiento de las mismas para lograr experiencias significativa.</p> <p>DC5P7 Si la página de Facebook y emisora comunitaria.</p> <p>DC5P8 A través de reuniones y asambleas informativas y la página en Facebook.</p> <p>DC6P9 La radio, redes sociales y carteleras informativas en puntos estratégicos.</p> <p>DC6P10 Cumple un papel importante ya que por medio de ella se dan a conocer y a tratar las diferentes problemáticas existentes en la comunidad.</p> <p>DC6P11 Positivamente, de alguna manera se han fortalecido las relaciones interpersonales en la comunidad bajo el buen uso de los medios de comunicación.</p> <p>DC6P12Influye claramente en un fortalecimiento en cuanto a convivencia se refiere, la participación de la comunidad es de vital importancia</p>
------------------------	---------	---