

**ELEMENTOS EDUCOMUNICATIVOS UTILIZADOS DENTRO DE LA
ESTRATEGIA “CIUDADANOS COMO VOS” DE LA SUBSECRETARÍA DE
CULTURA CIUDADANA DE LA ALCALDÍA DE MEDELLÍN AÑO 2018**

DIANA CAROLINA RESTREPO SÁNCHEZ

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
MEDELLÍN
2020**

**ELEMENTOS EDUCOMUNICATIVOS UTILIZADOS DENTRO DE LA
ESTRATEGIA CIUDADANOS COMO VOS DE LA SUBSECRETARIA DE CULTURA
CIUDADANA DE LA ALCALDÍA DE MEDELLÍN AÑO 2018**

DIANA CAROLINA RESTREPO SANCHEZ

**TRABAJO EXIGIDO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
COMUNICADORA SOCIAL**

Asesor

Carlos Suárez Quiceno

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
MEDELLÍN
2020**

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

DEDICATORIA

¡Qué nadie se quede afuera!

Dedico mi trabajo de grado a Dios, primeramente, por haberme dado la vida, la fe para regocijarse en todas las noches que tuve angustia pensando en que no lograría, darme fuerzas para seguir y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

Mi hija, mi Martina: mi mar azul, inmenso e infinito, quiero que sepas que cuando mi corazón le fallaban las fuerzas para seguir, tu pequeño corazón me prestó latidos para lograr dar ese paso más allá. Eres el milagro de mi vida.

Quiero agradecer sobre todo a ese ser de luz que hace que mis días sean maravillosos, quien cuida de mi hija de la mejor manera y como nadie más lo haría. Una mujer con su amplia sonrisa, con ojos coquetos de color negro, que me vio crecer sin soltar mi mano. Gracias por ser mi cómplice, mi confidente, mi amiga, por ayudarme a crecer, por amarme, por ser tan tú, pero sobre todo gracias por nunca cortarme las alas, sí te lo dedico a vos más. Porque mi corazón te pertenece. Te amo
Padres Roberto y Dina, su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía.

A mi hermano, por compartir conmigo esas anécdotas de niños y ese gran sueño que ambos tenemos ahora de adultos.

A mi prima hermana, Katherine Sánchez por apoyarme cuando más la necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, eres incondicional. ¡Los amo!

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los docentes que me acompañaron en el proceso de elaboración del mí trabajo de grado desde los siguientes cursos:

- VI Nivel - Epistemología de la Educomunicación: Luis Fernando Zúñiga
- VII Nivel – Teorías Cognitivas y del Aprendizaje: Astrid Helena Arregoces
- VIII- Semiótica de la Educomunicación: Luis Fernando Zúñiga
- IX – Etnografía de la Comunicación – Educación: Astrid Helena Arregocés

CONTENIDO

DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO ...	12
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD.....	14
1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA.....	15
1.3. OBJETIVOS.....	16
1.3.1 Objetivo General	16
1.3.2 Específicos	16
2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL	17
2.1. ANTECEDENTES TEÓRICOS PRÁCTICOS E INVESTIGATIVOS	17
2.2. EDUCOMUNICACIÓN	23
2.2.1 Herramientas de aprendizaje	25
2.2.2 Comunicación dialógica.....	27
2.2.3 Interlocutor.....	28
2.2.4 Mensaje.....	28
2.2.5 Canal	28
2.2.6 Contexto.....	29
2.2.7 Código	29
2.2.8 Comunicación Verbal.....	29

2.3 APRENDIZAJE DIALÓGICO.....	30
2.3.1 Dialogo Igualitario	30
2.3.2 Inteligencia Cultural.....	31
2.3.3 Transformación.....	31
2.4 DIDÁCTICA DE LOS MEDIOS.....	31
2.4.1 Posibilidades didácticas	32
2.5 PEDAGOGÍA DE LA EDUCACIÓN.....	35
2.5.1 Comunicación Educativa.....	35
2.5 POSIBILIDADES CREATIVAS Y TRANSFORMADORAS DE LA EDUCOMUNICACIÓN	37
2.6 CUIDANOS COMO VOS	38
2.7 CULTURA CIUDADANA	39
2.7.1 Cultura ciudadana en Medellín.....	42
2.8 TÁCTICAS CIUDADANOS COMO VOS	45
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.1. PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	49
3.2 DELIMITACIÓN.....	50
3.2.1 Objeto de Investigación.....	50
3.2.2 Tiempo y escenario.....	50
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN 52	
3.4.1 Entrevista semiestructurada.....	52
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	53

3.6 PARTICIPANTES.....	53
3.7 PLAN DE TRABAJO.....	54
3.8 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	55
4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS	55
4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL	62
4.2.1 Análisis Categorial	62
4.2.2 Análisis de las Fichas	71
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	80
6. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN	82
6.1 PRESENTACIÓN	82
6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	82
7. REFERENCIAS.....	92
8. ANEXOS	95

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Frecuencia de categorías.....	58
Figura 2. Bus de la confianza.....	73
Figura 3. sFotocultas	73
Figura 4. Comparsas	74
Figura 5.	74
Figura 6. Ciudadanos como vos	76
Figura 7.	76
Figura 8. Ciudadanos como vos	78

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Categorización instrumento entrevista semiestructurada.....	58
Tabla 2. Estrategias categorizadas	59
Tabla 3. Entrevista semiestructurada 1.....	62
Tabla 4. Entrevista semiestructurada 2.....	63
Tabla 5. Entrevista semiestructurada 3.....	64
Tabla 6. Entrevista semiestructurada 4.....	65
Tabla 7. Entrevista semiestructurada 5.....	66
Tabla 8. Entrevista semiestructurada 6.....	67
Tabla 9. Entrevista semiestructurada 7.....	68
Tabla 10. Entrevista semiestructurada 8	69
Tabla 11. Entrevista semiestructurada 9	70
Tabla 12. <i>Categoría de aprendizaje dialógico y subcategoría de inteligencia</i> <i>ultural</i>	71
Tabla 13. Categoría Comunicación Dialógica.....	75
Tabla 14. Categoría Red Social	77

LISTA DE ANEXOS

Anexo I. Plan de trabajo.....	95
Anexo II. Presupuesto	96
Anexo III. Batería de preguntas Entrevista orientada al cumplimiento del primer objetivo específico, para describir la estrategia y sus tres tácticas.	96
Anexo IV. Batería de preguntas.....	99
Anexo V. Revisión documental	101
Anexo VI. Revisión documental.....	101

FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

Título del proyecto de investigación: Elementos educomunicativos utilizados dentro de la estrategia “Ciudadanos como vos” de la subsecretaria de cultura ciudadana de la Alcaldía de Medellín en el año 2018

Línea de Investigación: Comunicación - Educación

Sublínea: Comunicación, Educación y Ciudad

Facultad: Comunicación, Publicidad y Diseño gráfico

Programa Académico: Comunicación Social

Palabras clave: Educomunicación, herramientas de aprendizaje, didácticas de medios, comunicación educativa, pedagogía de la educación, comunicación dialógica.

RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA

Se presenta a continuación una investigación cuyo fin es comprender la función de los elementos Educomunicacionales, presentes dentro de la estrategia “Ciudadanos Como Vos” realizada por la Subsecretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín en el Año 2018.

Para lograr esto se planteó unos objetivos específicos, en primer lugar: Identificar los elementos educomunicativos dentro de la estrategia “Ciudadanos Como Vos” y sus tres tácticas, desde la visión de la dirección y los documentos técnicos propuestos por la Subsecretaría de Cultura Ciudadana para su ejecución.

Posteriormente describir los elementos educomunicativos que se manifiestan dentro de la estrategia “Ciudadanos como Vos” de la subsecretaria de Cultura Ciudadana de la alcaldía de Medellín” Y, por último, reconocer cuál es la función de los elementos educomunicación presentes en la generación de contenidos

directos e indirectos promovidos por “Ciudadanos Como Vos” de la subsecretaría de Cultura Ciudadana de la alcaldía de Medellín.

El paradigma con el cual se aborda la investigación es la interpretación, con un enfoque cualitativo y un tipo de investigación estudio de caso, las técnicas que se emplearon para el cumplimiento de estos objetivos son, entrevista semiestructurada, revisión documental.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD

Esta investigación se hace con el fin de aportar a los ciudadanos en general, la importancia de la educación en materia de comunicación; para el desarrollo de un proyecto de construcción de cultura ciudadana. Ser un mediador social entre los textos (Mensaje) y los contextos de emisores y receptores, desde la estrategia “Ciudadanos como vos” nos permite comprender la realidad, el dominio del lenguaje y los procesos comunicativos que se encuentran en la interacción social.

En esta investigación es importante ya que hace parte de la investigación exploratoria, porque es un tema que ha sido poco estudiado, al mismo tiempo, se ha basado en el campo de la comunicación, para así poder llegarle a todos los ciudadanos por medio de los mensajes en función de sus características. Los lenguajes, canales espacios, para construir el mensaje se dan a través de un uso racional, coherente y creativo de sonido, texto, imagen; que se adecuan a las situaciones culturales, políticas, económicas de los sujetos (actores).

La Educomunicación propone nuevos tipos de aprendizaje, el cual utiliza recursos tecnológicos como medio por el cual se emite la información, las nuevas relaciones en la comunicación, nos permite tener buenas relaciones alrededor de nuestra vida, entender y hacer comprender es un arte que facilita la convivencia, con una buena expresión se logra tener un mejor hábito social, nos ayuda a expresar de formas muy distintas quiénes somos ante nosotros mismos en un diálogo personal y luego antes los demás en una conversación interpersonal o masiva.

Por medio de la Educomunicación se puede trabajar en las actitudes, en los comportamientos y en las decisiones, considerando las relaciones con la sociedad. “Ciudadanos como Vos” fue creada desde la perspectiva de la alcaldía para instaurar una narrativa de confianza interpersonal, cumplimiento y comportamiento prosocial a través del reconocimiento mutuo entre ciudadanos “Freire entiende la educación como una actividad que depende del acto comunicativo para la construcción del conocimiento”

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

En la alcaldía de Medellín se hacen constantes cambios y nuevas estrategias, en esta oportunidad se presentó la idea de desarrollar la estrategia “Ciudadanos como Vos”, conocer más a fondo el por qué, y, el para qué, de crear esta estrategia, de cómo iba a servir para la ciudad de Medellín, y, si sería adecuada para el desarrollo o la cultura de la sociedad, tendría como beneficio una ciudad más ordenada, más integra, más educada y con una mejor comunicación, para ello es importante observar cada participe, y cada acción que se va desarrollando en esta estrategia, en ese sentido, es importante saber que para poder completar nuestra investigación es necesario una revisión documental profunda.

El interés por la temática de investigación en cuestión, surge a partir de que Medellín se comienza a mostrar como una ciudad culta, pero para ello se necesitaba llevar a cabo la inteligencia cultural que es dada por medio de la cultura ciudadana y es por esto que se empezó a investigar sobre el tema y revisarlo directamente con los planteamientos que daba la Alcaldía, además, se quiso con esto revisar la relación que tiene Alcaldía con la Ciudadanía y con ello poder ver si hay una buena comunicación entre el emisor y receptor, y si en su proceso de estrategia existen elementos educomunicativos que aporten a la ciudad de Medellín cambios en los comportamientos de los ciudadanos.

Por esta razón se pretende abordar la estrategia de “Ciudadanos Como Vos” que busca mostrar y demostrar que en Medellín la cultura ciudadana está cambiando y para hacer de Medellín una mejor ciudad.

¿Cuál es la función de los elementos educomunicativos presentes en la estrategia “Ciudadanos Como Vos” desarrollada por la Subsecretaría de Cultura Ciudadana de la alcaldía de Medellín en el año 2018?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Comprender la función de los elementos educomunicativos, presentes dentro de la estrategia “Ciudadanos Como Vos” realizada por la Subsecretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín en el Año 2018.

1.3.2 Específicos

- Identificar los elementos educomunicativos dentro de la estrategia “Ciudadanos Como Vos” y sus tres tácticas, desde la visión de la dirección y los documentos técnicos propuestos por la Subsecretaría de Cultura Ciudadana para su ejecución.

- Describir los elementos educomunicativos que se manifiestan dentro de la estrategia “Ciudadanos Como Vos”

- Reconocer cuál es la función de los elementos educomunicativos presentes en la generación de contenidos directos e indirectos promovidos por “Ciudadanos como Vos” de la subsecretaria de Cultura Ciudadana de la alcaldía de Medellín.

2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES TEÓRICOS PRÁCTICOS E INVESTIGATIVOS

Mario Kaplún (2002), en su libro *Una pedagogía de la comunicación* afirma que la educomunicación:

(...) tendrá por objetivo fundamental el de potenciar a los educandos como emisores, ofreciéndoles posibilidades, estímulos y capacitación para la autogeneración de mensajes. Su principal función será, entonces, la de proveer a los grupos educandos de canales y flujos de comunicación – redes de interlocutores, próximos o distantes – para el intercambio de tales mensajes. Al mismo tiempo, continuará cumpliendo su función de proveedora de materiales de apoyo; pero concebidos ya no como meros transmisores informadores sino como generadores de diálogo, destinados a activar el análisis, la discusión y la participación de los educandos y no a sustituirlas (p. 23).

Merkel (2002), en su tesis de grado *“educomunicación para el desarrollo humano y social creativo (Tesis de pregrado”* se presentan los resultados obtenidos para determinar las ideas iniciales del proceso de reflexión que durante varios años se ha venido desarrollando, con la relación que se ha tenido con la comunicación como una dinámica de la educación y en generaciones que se han tenido de aprendizajes y la importancia que se tiene en la creatividad que se tienen para impulsar algunos procesos de participación abierta y crítica en la búsqueda de mejores niveles de vida en nuestra sociedad.

Ayala (2018), dice en su trabajo de pregrado *Educomunicación y cultura de convivencia en escuelas de educación alternativa* que la educomunicación emerge de la relación entre comunicación y educación o algunas otras denominaciones que se le ha dado, entonces tenemos que la educomunicación nació a partir del momento que se vinculó dos grandes categorías en una sola, se dice que es la realidad con la que un

diálogo entre lo que la educación puede transformar y la forma por la cual la comunicación puede transformar este proceso; Es muy importante tener en cuenta que el término “Educomunicación” ha generado muchos debates, ya que no ha sido fácil concretar como el origen y la evolución de un campo de estudio que ha sido heterogéneo y plural, por eso esta ha sido abordada de diferentes concepciones teóricas con varias líneas de desarrollo en la aplicación práctica al ser un tema tan amplio y con tantas vicisitudes, resulta muy complicado ubicarlo en una teoría estática y única.

Por otro lado, Gómez (2017) afirma en su tesis de grado *educomunicación para el aprendizaje: análisis de competencias mediáticas y relacionales en las aplicaciones móviles. (Tesis de pregrado)* La educomunicación aspira a dotar a toda persona de las competencias expresivas imprescindibles para su normal desenvolvimiento comunicativo y para el desarrollo de su creatividad, así mismo se ofrecen una serie de instrumentos para que se pueda comprender la producción social de comunicación, y también poder saber y valorar cómo funcionan las estructuras del poder, cuáles han sido sus técnicas y elementos expresivos que los medios manejan y poder apreciar los mensajes con suficiente distanciamiento crítico, minimizando algunos riesgos.

Así mismo, Ribadeneira (2017) afirma en su tesis de grado, *Análisis de los usos y formas de comunicación en la pedagogía y didáctica educacional*. Algunos de los ideales de la educomunicación es pretender mirar más allá de lo visible, comprender más que entender, criticar antes de destruir, esto a lo largo de los años se ha venido planteando a lo largo de sus objetivos, se tiene en cuenta que la base de una sociedad ya estructurada es la educación, pero mientras se hacía un análisis más profundo, se empezó a decir que no era solo la educación, sino que también era muy importante la educomunicación, entonces se dice que esto se trata de formar individuos con criterios, con una mirada diferente que puedan proponer alternativas de cambio y que no queden inmersos en problemas, la educomunicación es la que ha ofrecido la mejor estrategia para poder asumir los múltiples desafíos en donde son imprescindibles los saberes, la investigación, la pedagogía y los avances tecnológicos, más aún si se analiza la

realidad educativa que se imparte en cientos de unidades educativas, está por demás decir que se requiere de un emergente cambio.

Martínez (2018), *Educomunicación y proyecto educativo etnográfico: apuntes para un currículo fortalecido desde una perspectiva institucional de emprendimiento digital. (Tesis de pregrado)*. Universidad de Cartagena, Cartagena-Colombia.

Se dice que educar debe ser bastión y consigna fundamental en tiempos de paz en el contexto colombiano, propendiendo por el mantenimiento del estado social de derecho, democrático, participativo, pluralista, la educación es el valor fundamental para la consecución plena de los derechos humanos, a la sazón es campo convergente de múltiples visiones sobre la vida económica, política administrativa y cultural de la nación, decimos también que la educación es sinónimo de igualdad, nunca se va discriminar en materia de sexo, raza, origen nacional o familiar, lengua, religión, partido político, la educación como elemento de construcción de nación cívica y elemento de desarrollo en torno a la conciencia de lo propio (Martínez, 2018).

Arteaga, (2010) *La educomunicación. (tesis de pregrado)*. Fundación Universitaria Luis Amigo, Medellín-Colombia. La educomunicación es la interacción de la comunicación de la educación, esta ha sido reconocida como educación en materia de comunicación, que incluye todas las formas que se tiene para estudiar, aprender y enseñar, en esta línea de investigación la estudiante se enfocó principalmente en comunicación, educación y escuela, se reconoce a la escuela como un ámbito ampliado, no como a la escuela como a la institución formal, sino que se intenta recoger todos los espacios de socialización, de formación de identidad y de transmisión de saberes que hoy en día conforman un mapa metropolitano (Arteaga, 2010).

Atehortúa (2015). *Procesos educativos que incentivan el uso y apropiación de las plataformas digitales como herramientas de enseñanza aprendizaje. (Tesis de pregrado)*. Fundación universitaria Luis Amigo, Medellín- Antioquia. La educomunicación es un espacio teórico-práctico, que están formadas por

interrelaciones entre dos campos muchas veces separados, la educación y la comunicación, la educomunicación tiene como objetivo o un fin que es extraer todo el potencial que se tiene de estas dos variables, con el fin de tener un desarrollo social e individual del ser humano, con la vista siempre puesta en la consecución de un mundo más habitable para todos, se dice que la palabra educomunicación se ha utilizado y se seguirá utilizando como un análisis de muchos conceptos, que cada uno de estos tienen sus propias matrices, pero más específicamente la Comunicación educativa, siempre se aborda el conocimiento y la formación que existe sobre los medios de comunicación desde tres perspectivas principales, emisor, mensaje y receptor y las relaciones que se establecen entre ellas (Atehortúa , 2015).

Laura López Roa en su tesis de grado, *elementos educativos que utiliza el canal notieru de la institución educativa república de Uruguay dirigido a su comunidad educativa* afirma que en la Institución Educativa República de Uruguay, sus docentes y directivos crearon un vínculo entre los medios de comunicación y la escuela, abordando la educación como un medios para la educación y lo que plantean es que los estudiantes entiendan la manera en que los medios representan la realidad e informan lo que sucede y que esto coloca a las personas en mejores condiciones para participar, actuar y tomar decisiones; para la realización de esto crearon un canal de televisión y su nombre es Notieru.

El presente proyecto, tuvo como objeto identificar los elementos educomunicativos que utilizo el canal Notieru de la Institución Educativa República de Uruguay a sus estudiantes.

Las escuelas contemporáneas deben saber que incorporar los medios en la escuela significa integrar, revalorizar y resignificar la cultura ordinaria de los alumnos, la forma en la que percibe la realidad e interactúan con el mundo; en la que la radio, el diario, la revista, el cine y la televisión ocupan un lugar fundamental, tiene como objetivo. develar cómo se manifiestan y desarrollan los elementos educomunicativos

dentro de los contenidos emitidos por el canal Notieru de la IERU, dirigidos a su comunidad educativa (Lopez & Agudelo, 2019).

Uribe & Villegas (2019). *diagnóstico educomunicativos en las campañas de prevención implementadas en la institución educativa concejo de Medellín*, Universidad Católica Luis Amigo, Medellín- Antioquia. La investigación se realizó para indagar las diferentes estrategias Educomunicativas implementadas en las campañas de prevención de la Institución Educativa Concejo de Medellín, con el objetivo de diagnosticar la efectividad y las falencias halladas en el componente Educomunicativos de la Institución, tiene como objetivo Diagnosticar el proceso de implementación de las estrategias Educomunicativas en la Institución Educativa Concejo de Medellín, Indagar en el proceso de elaboración de las campañas de prevención que se realiza en la Institución Educativa Concejo de Medellín.

Interpretar la información y los contenidos Educomunicativos presentados en cada una de las campañas de prevención que realiza la Institución Educativa. Evaluar la efectividad de las campañas de prevención utilizadas en la Institución Educativa.

Londoño (2019) *las estrategias de educomunicación como ejes transformadores de las escuelas rurales del municipio de el bagre, Antioquia, un estudio de caso. (Tesis de pregrado)*, Universidad Católica Luis Amigo, Medellín – Antioquia. afirma que la educomunicación es un eje transformador de escuela en donde partiendo de herramientas Educomunicativas que fomenten un proceso de enseñanza-aprendizaje sustentado en el diálogo, la comunicación participativa y en la apropiación de las tecnologías digitales como medios formativos y de interacción es posible lograr la transformación del aprendizaje de estudiantes y profesores. Se presenta a continuación una investigación cuyo fin es diseñar estrategias edu-comunicativas, que potencien la capacidad creativa, comunicativa y didáctica de los estudiantes y profesores para implementar al interior de las escuelas rurales de las veredas Bamba y Villa Hermosa ubicada en el Municipio de El Bagre, Antioquia; lo cual se llevó a cabo mediante un estudio de caso cualitativo y la aplicación de la observación participante y

de entrevistas semiestructuradas, como técnicas de generación y recolección de información.

Fue posible detectar una necesidad actual de optimizar la educación en las escuelas rural con la finalidad de pasar de un modelo unidireccional basado en la ecuación: emisor-receptor hacia una gestión educativa mediante la cual los estudiantes tengan un rol comunicacional más activo, tiene como objetivo diseñar estrategias Educomunicativas, que potencien la capacidad creativa, comunicativa y didáctica de los estudiantes y profesores para implementar al interior de las escuelas rurales de las veredas Bamba y Villa Hermosa ubicada en el Municipio de El Bagre, Antioquia y objetivos específicos Analizar el contexto educativo y el entorno de las escuelas rurales ubicadas en las veredas Bamba y Villa Hermosa del municipio de El Bagre, identificar las necesidades Educomunicativas de los estudiantes y docentes de las escuelas rurales ubicadas en las veredas La Bamba y Villa Hermosa del municipio de El Bagre, determinar las actividades Educomunicativas más pertinentes para lograr la transformación positiva del entorno educativo rural; fomentando de este modo el aprendizaje significativo.

Daniela Brunal berrocal en su tesis de grado, *estudio de los procesos de educomunicación a través del proyecto amor en la familia desarrollado por la fundación viento fresco de niquitao en la ciudad de medellín*. Afirma que los procesos educativos contemporáneos están asociados, directamente, con las estructuras de poder y los avances de un sistema capitalista cada vez más agresivo de Ahí que los jóvenes estén siempre asediados por información que redunde en las tecnologías del poder y del mercado, más allá incluso de nuestros estamentos éticos que se ven puestos a prueba constantemente. Sumado a esto, muchos grupos sociales pueden estar en verdadero peligro de cara a la información a la que acceden, pues los procesos educativos no están pensados para pasar dicha información por el filtro de la razón.

Así las cosas, este trabajo intenta analizar los procesos de Edu-comunicación como herramientas de formación de pensamiento crítico en jóvenes que acuden al proyecto Amor en familia de la Fundación Viento Fresco en el sector de Niquitao, en la ciudad de Medellín, en el periodo comprendido entre los años 2016 y 2018.

Para esto se propone Categorizar los procesos de Educomunicación que se desarrollan en el proyecto Amor en la Familia, explicar los procesos de pensamiento crítico que se generan en el sector de Niquitao sobre contenidos de los medios masivos de comunicación y su incidencia en la consolidación de nuevos procesos socio-culturales, enunciar el impacto de los procesos de Edu-comunicación en la manera cómo jóvenes y familias participantes del proyecto Amor en familia de la Fundación Viento Fresco en el sector de Niquitao acceden a los medios masivos de información, además de definir estrategias que ayuden a consolidar nuevas herramientas para la implementación de procesos de Edu-comunicación en la población del sector de Niquitao. Es de suma importante entender que, como hallazgo, los procesos edu-comunicativos en este sector siguen siendo insuficientes, lo que supone una necesidad fundamentan de implementarlos y tiene como objetivo principal Analizar los procesos de Edu-comunicación como herramientas de formación de pensamiento crítico en jóvenes que acuden al proyecto Amor en familia de la Fundación Viento Fresco en el sector de Niquitao, en la ciudad de Medellín, en el periodo comprendido entre los años 2016 y 2018 (Brunal & Vasquez, 2019).

2.2. EDUCOMUNICACIÓN

Los conceptos educación y comunicación, han ido durante décadas por caminos diferentes, cuando no han sido antagónicos, distorsionados y confundidos con otros procesos similares, o complementarios, como los de instrucción, información, etc. Es hora de que queden claros y unidos, aunque desde hace tiempo ya lo han intentado educadores y comunicadores de relevancia, acuñando el término **educomunicar**. (Martínez-Salanova, 2011, pág. 1).

Educare, proviene del latín que significa sacar lo que esta adentro, lo que es lo mismo que, emerger lo que se tiene, pensar como opuesto a memorizar y repetir, es decir que el ser humano debe estar en situación de enseñanza extrayendo su potencial creativo, sus conocimientos y sus valores. No podemos entender la educación como la simple transmisión de conocimientos, porque en la educación como (proceso), las personas que intervienen extraen lo que llevan dentro para aportar a la comunidad

mediante la información que es el (producto), la educación que solo transmite conocimiento es la que llamamos Instrucción, basada en la repetición, esta hace que el modelo educativo se repita hasta la saciedad y que impida actitudes en el cambio.

Del latino **comunis**, que significa común, proviene la palabra **comunicación** que está estrechamente ligada a poner en común y a compartir, más que un simple hecho de transmitir ideas e informar. La comunicación es multidireccional, es decir, que va en diferentes direcciones y que participan más de tres personas, siendo emisores y receptores a la vez, exige la utilización de un código compartido que facilita otros procesos, como el educativo. (Martínez-Salanova, 2011)

La educación en materia de comunicación cuenta con elementos en común, en aspectos cognoscitivos, como en los que tiene que ver con la emisión de la información, los métodos, las técnicas y los recursos. Las competencias que una persona debe tener para educar son similares, salvando algunas distancias que tienen que ver con los interlocutores, edad, intereses y conocimientos, que al mismo proceso. Además, como afirmaba “Macluhan, forma y contenido están estrechamente relacionados en el mundo de la educación y en el de la comunicación” (Martínez-Salanova, 2011)

En el mismo orden de ideas, el propósito de la educar es brindar a la sociedad hábitos, donde los ciudadanos sean responsables y participativos, con capacidad crítica, que solucionen problemas; pero sobre todo que cuestionen la información que reciben y se procuren sus propias fuentes de información.

Las nuevas TIC, agilizan los procesos de información, pero no son la solución sino se promueve la comunicación; en un proceso educar es vital aprender a leer, tanto textos como imágenes, y los ordenadores y sus programas se convierten en instrumentos para lograrlo con mayor calidad. “El ideal de aislado y conectado a una maquina niega en los hechos el carácter social del aprendizaje. La navegación solitaria en las autopistas de la información no puede reemplazar el aprendizaje, que es esencialmente social” (Kaplún, 1998, p. 243).

2.2.1 Herramientas de aprendizaje

Por otra parte, Mario Kaplún, (1998), en su libro Una pedagogía de la comunicación afirma que la educomunicación:

(...) tendrá por objetivo fundamental el de potenciar a los educandos como emisores, ofreciéndoles posibilidades, estímulos y capacitación para la autogeneración de mensajes. Su principal función será, entonces, la de proveer a los grupos educandos de canales y flujos de comunicación – redes de interlocutores, próximos o distantes – para el intercambio de tales mensajes. Al mismo tiempo, continuará cumpliendo su función de proveedora de materiales de apoyo; pero concebidos ya no como meros transmisores informadores sino como generadores de diálogo, destinados a activar el análisis, la discusión y la participación de los educandos y no a sustituirlas. (p. 244).

Hoy es impensable hablar de comunicación y de educación como procesos diferentes. Un hecho educativo, es necesariamente, un hecho comunicativo.

La educomunicación solamente se puede entender en un contexto de cambio cultural, revolucionario, dialógico, que nunca se acaba, dialéctico, global e interactivo, que adquiere su pleno sentido en la educación popular, donde tanto emisores como receptores hacen un proceso de retroalimentación.

La pedagogía se convierte en una posición de aprendizaje compartido cuando lo que se comunican entre sí construye un hecho educativo, su principal objetivo es el de desarrollar un pensamiento crítico ante la situación del mundo y sus mensajes.

El aprendizaje dialógico “se produce en interacciones que aumentan el aprendizaje instrumental, favorecen la creación de sentido personal y social, están guiadas por principios solidarios y en las que la igualdad y la diferencia son valores compatibles y mutuamente enriquecedores” (Aubert, Flecha, García, Flecha, Racionero, 2008).

Dentro de este orden de ideas, la herramienta pedagógica, puede ser utilizada como la de mayor importancia para ser manejadas dentro de las instituciones educativas, educar es utilizar todos los medios al alcance para recibir una respuesta, construir conocimiento apoyado en la colaboración activa de sus miembros; facilitar la actuación como emisores entre todos los ciudadanos y fomentar una educación activa.

Así mismo, García (2002) expone que:

partiendo de que todo acto humano es una forma de comunicación, de que los medios de comunicación ocupan un lugar central en nuestra sociedad y en nuestras vidas y de que la verdadera educación debe seguir siendo el proceso transformador de hombres y mujeres, desde estas líneas de trabajo aspiramos a colocar la Educomunicación en el lugar que creemos debería tener, como una herramienta imprescindible para que estas realidades proyecten todo su potencial en beneficio del ser humano (García, 2002, p. 45).

El diálogo como base de interacción y conocimiento establece educación, da importancia al ambiente y sostiene el concepto de aprender colectivamente a través de las interrelaciones sociales.

De este modo, todas las personas que interactúan como agentes educativos, tales como (escuela, familia, barrio, ciudad...) se aprecian como fruto de un determinado escenario sociopolítico e ideológico, que cobran fuerza como espacios con posibilidades de resistencia, conflicto y transformación. Siguiendo la línea ideológica de Habermas (1987), el modelo de resistencia y transformación (Apple, 1997) apunta hacia una educación que favorezca la creación de grupos que actúen y transformen la sociedad y las relaciones de poder, planteando como base una educación dialógica (Abellán & Mayugo, 2008, p. 131).

El aprendizaje dialógico se puede dar en cualquier situación y conlleva un importante potencial de transformación social.

La Comunicación Educativa es un enfoque global y dinámico del proceso de enseñanza-aprendizaje siendo la educación un acto de relación y comunicación formando una apertura, poniendo al dialogo como una condición de socialización, producción y reproducción en un entorno global de información ordenando la realidad (Sierra, 2012, p. 54).

La Educomunicación – tendría como finalidad la construcción y creación colectiva a través del intercambio simbólico y el flujo de significados.

Esto supone pensar primero en la naturaleza colaborativa y participativa, en segundo lugar, sus posibilidades creativas y transformadoras y, en tercer lugar, los medios y códigos a través de los que se establece el proceso educomunicativos (Barbas, 2012).

2.2.2 Comunicación dialógica

La comunicación dialógica es una definición sintética que pretende una universalidad, desde esta se puede comprender y explicar cualquier forma de comunicación humana, pero también se puede ordenar e integrar otras definiciones contingentes, esta teoría sostiene que la comunicación es una interacción, supone de un vínculo entre, al menos dos realidades, este vínculo implica actividad y receptividad entre ambas partes y no debe ser solo una realidad entre una cosa y la otra, las realidades que se interactúan se vayan enriqueciendo mediante el fruto de dicha interacción y de esa pueda nacer algo nuevo. (Abella, 2012).

En cuanto a la presencia de una comunicación equitativa y satisfactoria para todas las partes existen en el momento de contraponer una pedagogía manipulativa o podría ser otra no manipulativa o de una tradición discursiva, las teorías de aprendizaje siempre van a mostrar la importancia del dialogo para el desarrollo conceptual, empero, existe un debate acerca de las mejoras que se tienen en cuenta y el más adecuado contenido del dialogo educativo, así como los roles que tienen los personajes y que deben jugar con los mismos (Velazco, 2018).

2.2.3 Interlocutor

Se debe tener en cuenta que los interlocutores son aquellos que tienen un cierto interés o participación en aquellos objetos de debate en el dialogo social, y esto lo conforman principalmente las organizaciones de los trabajadores y empleadores, pero se pueden incluir también otro grupo de ciudadanos interesados (Ghai, 2004).

- **Emisor:** Es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona, constituye la fuente y el origen de lo que se quiere comunicar.
- **Receptor:** quien recibe la información.

Se conocen tradicionalmente estos dos sujetos como indispensables para que pueda haber comunicación, ya que mientras uno produce el otro comprende, pero se debe tener en cuenta que la sociolingüística ya que propone la importancia no solo de que se refiera a las nociones emisor y recetor, como participantes del proceso comunicativo, si no de tener cuenta detrás del emisor siempre hay una fuente locucionaria la cual marca una parte del discurso, entre el emisor y el receptor se establecen dos tipos de relaciones, la que se da por un conocimiento previo y la que se da por la posición que el emisor y receptor ocupan en la sociedad (Fajardo, 2009).

2.2.4 Mensaje

Cuando se habla del mensaje, se entiende que es muy esencial como los interlocutores, ya que es el nexo con este y siempre se contara con un referente, se puede asociar el mensaje como una realidad externa, puede hacer referencia a una emoción o pues simplemente puede tener en cuenta las acciones donde el referente no es tan evidente como lo son el de saludar o insultar, se habla de representaciones internas, son representaciones que individuo ha forzado a partir de la experiencia que ha tenido tanto en el mundo externo como en el mundo interno (Fajardo, 2009).

2.2.5 Canal

Este es un medio físico, el cual se encarga de transmitir el mensaje y tiene como función esencial hacer posible el contacto entre el hablante y el oyente, se debe tener presente además la actitud y la disposición que tengan los interlocutores entre sí y

teniendo en cuenta el acto mismo de la comunicación, porque de nada vale enviar un mensaje si la disposición que va tener el receptor es negativa (Fajardo, 2009).

2.2.6 Contexto

Es un elemento del proceso de comunicación, desde un principio se había dicho que era concebido por el entorno físico, sin embargo, hoy en día se tienen en cuenta los entornos sociales y culturales, en donde se producen los actos de habla o el contexto comunicativo, tenemos una construcción psicológica, es un conjunto de supuestos que el oyente tiene sobre el mundo y puede compartir con el hablante (Fajardo, 2009)

2.2.7 Código

Se considera tradicionalmente que la comunicación depende del proceso de codificación de un mensaje por parte del hablante y descodificación de aquel por parte del oyente, para que la comunicación llegue al otro, para que así sea involucrado en el intercambio comunicativo, para que se dé el proceso de interacción entre las partes se debe cumplir una condición específica, el de compartir un código lingüístico el cual es muy necesario, pero no del todo suficiente (Fajardo, 2009).

2.2.8 Comunicación Verbal

Es importante que la comunicación oral conste de una emisión de información o mensaje por medio de un comunicador que, en este caso, será el emisor y una reacción al mensaje o información recibida por parte del comunicador que en este caso será el receptor, si se quiere conseguir que el mensaje, discurso o la información sean comprendidas por los interlocutores, es

importante tener en cuenta una serie de principios que se mencionaran a continuación.

- Estructura
- Énfasis
- Repetición
- Sencillez

Además, debe tener unas características muy esenciales, que son las siguientes:

- Claridad
- Brevedad
- Cortesía
- Cercanía

Finalmente, es importante siempre procurar que el mensaje que se quiere transmitir este bien ordenado por etapas y de una forma coherente (Comunicación Oral, Protocolo de empresa).

2.3 APRENDIZAJE DIALÓGICO

Este aprendizaje está basado en la constructivista de la realidad, es decir, de la realidad como una construcción social que depende de los significados que los sujetos atribuyen a sus experiencias, este se da por medio de diálogos igualitarios en los que se puede reconocer la inteligencia cultural en todas las personas y que están específicamente orientadas a la transformación de niveles del conocimiento y de un contexto sociocultural en la búsqueda para que todos tengan éxito. Este se sitúa en un marco teórico que cuenta con la contribución de diferentes áreas que son las psicologías, sociología, pedagogía, entre otras.

2.3.1 Dialogo Igualitario

Este ocurre siempre que se tienen en cuenta las contribuciones de cada una de las personas que pueden participar en él, ya que cada uno va tener la misma oportunidad de hablar y de poder ser escuchados, teniendo en cuenta que la fuerza está en la calidad que se tenga de los argumentos en todo el sentido de lo que se defiende y no de la posición jerárquica de quien habla, todas las contribuciones que se hacen son valida, independiente de quien habla y de la función, origen social, edad, sexo ente otras.

2.3.2 Inteligencia Cultural

Se dice que todas las personas son sujetos capaces de acción y reflexión, ya que poseen una inteligencia relacionada a la cultura de su contexto particular, esta inteligencia considera el saber académico, la práctica y la comunicación para así poder llegar a acuerdos y consensos cognitivos, éticos, estéticos y afectivos, cada una de las personas deben encontrar condiciones y medios para poder expresar su inteligencia cultural en condiciones de igualdad.

2.3.3 Transformación

Promover interacciones transformadoras que posibiliten los cambios en las propias personas y en los contextos donde viven, la educación no debe restringirse a una adaptación de la realidad social de cada uno, si no que ha de actuar como agente transformador de esa realidad, cuando cada una de las interacciones están basadas en el dialogo igualitario y estas pasan a ser herramientas mucho más eficaces para poder dar superación a la desigualdad.

2.3.3 Creador de sentido

Significa posibilitar un tipo de aprendizaje que parta de la interacción y de las demandas y necesidades de las propias personas. Cuando la escuela respeta las individualidades de sus alumnos, garantizando su éxito en el aprendizaje, el estudiante finalmente ve sentido en lo que está aprendiendo.

2.4 DIDÁCTICA DE LOS MEDIOS

Cuando se habla de la comunicación, se debe entender que está no está dada por un emisor que habla y tampoco por un receptor que escucha, si no por más seres que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea solamente a la distancia, pero esta se comparte a través de medios o canales, es gracias a ese proceso que los seres humanos pueden establecer relaciones entre sí, y se puede pasar de existencia individual aislada, a la existencia social comunitaria, los medios masivos tal como operan actualmente en casi su totalidad, no son medios de comunicación, si no medios de información o de difusión, el proceso de la

comunicación debe transformarse de manera que se le pueda dar a todos la posibilidad de ser alternativamente emisores y receptores, si definimos el término de comunicación, también podemos definir en qué clase de sociedad queremos vivir.

Al comunicarnos aprende emisores y receptores tanto en los procesos que tenemos educativos como como comunicativos, de este modo, se aprende unos de otros, se intercomunican, pues se dice que el lenguaje es el instrumento del pensamiento, a partir del cual no solamente podemos comunicarnos sino también pensar, en cómo podemos adquirir el lenguaje y como aprendemos a hablar comunicándonos.

La comunicación es un complemento directo de la educación, proceso de aprendizaje que dura toda la vida. Al igual que la educación, la comunicación es un acto creador, un acto cognoscitivo y un acto político, dirigidos al cambio social (Kaplun, 1985).

2.4.1 Posibilidades didácticas

2.4.1.1 Instrumento

Se sirve de los medios y materiales didácticos como un instrumento que están al servicio de las estrategias metodológicas, y con esto se tiene la idea de querer hablar de la utilización de recursos desde un punto de vista de la teoría interpretativa del curriculum, así que desde esa perspectiva cualquier medio podría formar parte de los componentes metodológicos, puesto que este se convierte en la ayuda de la construcción del conocimiento (Moreno, 2012).

2.4.1.2 Expresión y Comunicación

Permite la relación entre las personas y para el intercambio de información compartida tanto para la educación como para los medios didácticos, esa comunicación es utilizado para la relación y la razón de la expresión, pues se tiene la necesidad natural de comunicar de poder expresarse, ya que como dice el profesor Siguán: La expresión es la manifestación del ser humano, gran parte de los medios son empleados

por el soporte y específicamente las tecnologías de la información ya que facilitan las formas de representación y tenemos como un ejemplo la radio, que permite la utilización de diversos recursos de lenguaje y por este medio se podría construir un mensaje y poder ser comunicado por medio de sonidos y efectos, cualquier medio puede convertirse en un recurso para que cada persona pueda buscar su propia forma de representación (Moreno, 2012).

2.4.1.3 Las TIC

El desarrollo se ha producido recientemente la llamada de revolución social con el desarrollo de la sociedad de la información, ya que con esto se desea hacer referencia a que la materia prima en este caso la información sea el motor de la nueva sociedad y que gracias a esta pueden surgir profesiones y trabajos nuevos o se readaptaran las profesiones que ya existen,

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación son aquellas que giran en torno a tres medios básicos, la informática, la microelectrónica, y las telecomunicaciones, pero no solo se presentan en forma aislada, sino que es más significativo de una manera interactiva e interconexión lo cual permite conseguir nueva realidad comunicativas.

2.4.1.4 Web 1.0

Esta se basa en la sociedad de la información, en medios de entretenimiento y de consumo pasivo como los que encontramos medios tradicionales (Radio, Tv, Email) las páginas web son estáticas y con poca interacción del usuario, en ese orden de ideas, se destacan las siguientes:

- Televisión
- Radio
- Noticias
- Prensa
- Libros

2.4.1.5 Web 2.0

Se basa en la Sociedad del Conocimiento, la autogeneración de contenido, en medios de entretenimiento y consumo activo. En esta etapa las páginas web se caracterizan por ser dinámicas e interactivas en donde el usuario comparte información y recursos con otros usuarios, podemos encontrar las siguientes (Cabreo, 1998).

- Internet
- Redes sociales
- Imágenes
- Videos

2.4.1.6 Medios audiovisuales

Forma parte de los recursos didácticos denominados multisensoriales, se procura aproximar la enseñanza a una experiencia directa, utilizando como vías la percepción del oído y la vista, para así de esta manera, el medio audiovisual pueda recrear, imágenes, palabras y sonidos, y los soportes que se tienen en cuenta pueden ser impresos como electrónicos y entre ellos se encuentran, la fotografía, el cine, radio, televisión, historietas, la versatilidad con la que se cuenta permite incorporar técnicas y elementos discursivos que pueden buscar estar a la vanguardia en el uso de cada uno de los medios audiovisuales (Bastidas, 2015).

2.4.1.7 Análisis crítico de la información

Los cambios y las transformaciones a que las personas se ven sometidas, que alteran las formas en que podemos vivir y entender el mundo, la sobredosis de información que nos atrapa en la maravillosa red de la electrónica, las redes de la comunicación cada día están más tupidas, es necesario una reflexión crítica, es importante dotarse de muchos instrumentos que capaciten para analizar, decodificar y entender los múltiples mensajes, mediante pequeñas pautas de análisis, sencillas escalas de observación que cada una de las persona puede construir, es importante saber el proceso de elaboración de la noticia, los recursos que se emplean, los distintos lenguajes, esto podría ser una aventura apasionante (Moreno, 2004).

2.5 PEDAGOGÍA DE LA EDUCACIÓN

Es importante saber que existen varios modelos de la comunicación y cada uno de estos les corresponde un tipo de comunicación, se puede dividir la educación en tres tipos, educación basada en contenidos, educación basada en efectos, y una educación que se puede basar en procesos, el primer modelo que tenemos de educación se basa exclusivamente en un emisor y en un receptor y no existe ningún tipo de interacción entre ellos, por lo tanto, con esto se podría potenciar una comunicación autoritaria donde el emisor es el único protagonista, cuando miramos la educación actual podemos ver que este modelo sigue estando muy presente e incluso puede ir empeorando ya que los emisores siempre dicen de innovar, utilizando medios los cuales no permiten que se interactúe con el ciudadano.

En el segundo modelo, se puede encontrar una especie de método manipulador, donde se le permite al ciudadano realizar un proceso de asimilación o acomodación a los nuevos contenidos que se presentan, para que se hiciera sobre lo que se dijera sin aprender sobre ellos, en el tercer modelo, encontramos que los ciudadanos no están manipulados y pueden aprender por ellos mismos, aunque tienen una guía que puede ser el que está dando a conocer la estrategia, y con esto se puede motivar más duradero y eficiente; hay que tener en cuenta que la educación no se da de forma individualizada por lo que se debe llevar a cabo en grupo y potenciar una comunicación basada en diálogo (Kaplun,1998).

2.5.1 Comunicación Educativa

Esta comunicación educativa surge a finales de la década de los años ochenta, como a la falta de equilibrio en muchas partes del área académica, lo cual ha sido provocado por las nuevas tecnologías de información y su impacto en la sociedad, por esta razón se desea crear nuevos espacios educativos que puedan involucrar las tendencias modernas de la comunicación, que permita utilizar métodos innovadores como sistemas de enseñanza, esta comunicación educativa, es considerada como una ciencia relativamente nueva, por esta razón posee tecnologías y metodologías de desarrollo, en cuanto a la estructura y el fortalecimiento, sin embargo, tiene un papel muy fundamental en el desarrollo social, su importancia radica en que permite el

impulso del dinamismo y maximización del proceso educativo, frente a un nuevo entorno cambiante y que está rodeado de tecnología, también se podría llegar a decir que la educación comunicativa es un tipo especial de comunicación profesional, ya que tiene lugar un proceso de enseñanza y educación y posee determinadas funciones pedagógicas, para así poder crear las mejores condiciones para el desarrollo de la motivación del ciudadano, con el fin que se pueda formar correctamente la personalidad que tiene el ciudadano, se orienta al estudio teórico metodológico y práctico de los procesos de producción, transmisión, procesamiento, y adquisición de información. La comunicación se rodea de otras ciencias para poder ser más efectiva, las ciencias de la información, pedagogía, comunicación organizacional, visual y audiovisual, sociología, psicología e historia, en todo momento la comunicación educativa debe de poseer como propósito la efectividad y para poder alcanzarlo la comunicación debe ser, motivadora, adaptiva, persuasiva, estructurante.

Se dice que debe ser motivadora ya que el emisor tiene la capacidad de interesar o impulsar acciones en el ciudadano, para ello debe conocer y analizar el perfil de las personas con las que está trabajando, debe ser persuasiva ya que se debe poner perspectiva la importancia y trascendencia de la información y la práctica que se esté transmitiendo, con el objetivo de que el ciudadano desee profundizar y participar activamente en el desarrollo del tema. Para alcanzar la persuasión podemos llevar a la vida real el tema, presentar casos de éxito y fracaso para su análisis, contar historias y testimonios. Adaptiva ya que se debe posibilitar la vinculación del ciudadano con el entorno que lo está rodeando esta característica se adapta perfectamente al mundo real, se deben asegurar de proporcionar contenidos que permanezcan en el tiempo, y que todo le sirva y no sea obsoleto y por último la estructurante, la comunicación debe de dirigir, impulsar y facilitar el crecimiento y desarrollo personal del ciudadano. Cada una de las sesiones en donde intentemos transmitir e intercambiar debe de llevar una planeación (Perez, 2004)

2.5.1.1 Subcategorías de la comunicación educativa

- **Motivadora**

Tiene la capacidad de interesar o impulsar acciones en cada una de las personas, para así poder despertar el interés del aprendizaje, para esto se debe conocer y analizar el perfil de los ciudadanos.

- **Persuasiva**

Se debe poner en perspectiva la importancia y trascendencia de la información y la práctica que se están transmitiendo en el objetivo de que se desee profundizar y participar activamente en el desarrollo del tema.

- **Estructurante**

Esta comunicación debe dirigir, impulsar y facilitar el crecimiento y desarrollo personal, cada una de las sesiones en donde se intente transmitir e intercambiar siempre debe llevar una planeación, todo debe tener una estructura.

- **Adaptativa**

Se debe posibilitar la vinculación del ciudadano con el entorno que lo rodea, esta característica va muy de la mano con el traslado al mundo real de lo aprendido, se deben asegurar de proporcionar contenidos que siempre permanezcan en el tiempo.

2.5 POSIBILIDADES CREATIVAS Y TRANSFORMADORAS DE LA EDUCOMUNICACIÓN

La Educomunicación concibe el aprendizaje como un proceso creativo donde a través de la creación y la actividad de los participantes, es posible la construcción de conocimientos.

El conocimiento no es algo dado o transmitido, sino algo creado a través de procesos de intercambio, interacción, diálogo y colaboración.

Educomunicar debe favorecer este tipo de dinámicas de aprendizaje donde la creatividad es, al mismo tiempo, objetivo y método en procesos de análisis y experimentación permanente.

Para autores como Paulo Freire (2005), Kaplún (1998) o McLaren (1997):

Este tipo de dinámicas implican y generan una toma de conciencia entendida como un proceso de reflexión para la acción social y la transformación del mundo. A partir de este planteamiento, el proceso educocomunicativo es el medio a través del cual hombres y mujeres, a la vez que aprenden, recrean y transforman la realidad en la que están inmersos, porque «la persona humana está dotada de la acción, por tanto, es agente-actuante, constructora y transformadora del medio en el cual se desarrolla y vive» (Ferrada y Flecha, 2008, p.46).

La Educomunicación, por tanto, es proceso, movimiento, flujo de significados, acción creativa y recreativa, construcción-deconstrucción-reconstrucción permanente de la realidad. Es, en suma, una forma de pedagogía crítica que concibe los procesos educativos, la comunicación, los medios y las tecnologías como herramientas de análisis y de acción para la comprensión y la transformación del mundo.

2.6 CUIDANOS COMO VOS

“Ciudadanos como vos”, es una estrategia de cultura ciudadana que se ha propuesto desde la alcaldía de Medellín, pretende instaurar una narrativa de confianza interpersonal con el reconocimiento mutuo entre ciudadanos, a través de una visibilización positiva, de personajes, historias y datos que contribuyen a la convivencia y a la cultura ciudadana.

Esta estrategia está inspirada en la potencia de agradecer, visibilizar, ejemplificar lo cotidiano para así poder inspirar cambios en el comportamiento colectivo, tengamos en cuenta que cada uno de nosotros alguna vez hemos tenido comportamientos cumplidores con las normas, pero también todos alguna vez hemos tenido comportamientos incumplidores. Esta estrategia confía en la relación de algunos experimentos sociales que se van a usar, para que sean los propios ciudadanos los protagonistas de los resultados y reflexiones.

“Ciudadanos como Vos” propone a hablar de Medellín y revisar todo lo maravilloso que puede estar en su cotidianidad, se ponen los ojos en cada uno de los ciudadanos

para mirar como ellos tienen miles de gestos que permite construir una ciudad amable y una ciudad en la cual se puede confiar, la estrategia se sustenta sobre la certeza de Medellín está llena de ciudadanos como vos; para así poder contar historias que demuestren que los ciudadanos, la mayor parte del tiempo están contribuyendo a una mejor cultura ciudadana.

La estrategia demuestra quienes están dispuestos a echarle una mano al otro, asimismo busca romper los círculos que se presentan de la ilegalidad y así se demuestre una sociedad, muy transparente, la mayor potencia de Medellín está en ciudadanos como vos (López, 2018).

Qué no es ciudadanos como vos

- No es una plataforma de visibilización de proyectos e iniciativas ciudadanas con ánimo de lucro.
- No es una campaña de incentivo a comportamientos individuales y/o colectivos ejemplares.
- No es una plataforma de reconocimiento público o privado.
- No es una búsqueda de héroes ni ciudadanos destacados.
- No es una forma de distinguir entre buenos y malos ciudadanos.

2.7 CULTURA CIUDADANA

La cultura ciudadana es un conjunto de costumbres, acciones y reglas mínimas compartidas que generan sentido de pertenencia, facilitan la convivencia urbana y conducen al respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos (De la mora, 1997), pero también es la manera como los ciudadanos perciben, reconocen y usan los entornos sociales y urbanos y como se relacionan ellos en cada entorno, la cultura ciudadana parte de un estudio del esfuerzo realizado fundamentalmente en los años 60 y 70 por sociólogos franceses, ingleses y norteamericanos, los cuales tenían los propósitos muy claros, y entre ellos eran, actualizar teorías relativas a un concepto de reproducción cultural.

Hay que tener en cuenta, que el concepto de ciudadanía es un constructo político, jurídico y ético, pero estos están ligados ante todo el surgimiento de los regímenes, con esto se busca la regulación propia del comportamiento que tiene los ciudadanos entre ellos mismos, siempre se debe tener un excelente comportamiento sin importar si son desconocidos, y se tiene que en espacios públicos y movilización siempre se debe demostrar este comportamiento, así se podría producir la autorregulación social, con esto lo que queremos decir es que se tiene que tener una voluntad y decisión propia para cumplir las normas que están estipuladas, sin tener la necesidad de incumplirlas y también querer ayudar a otros sin esperar nada a cambio, solo tener la propia voluntad, siendo así esto, tenemos que la ciudadanía no es un ente cumplidor de deberes, pero debe:

- ✓ Adecuar sus comportamientos a las normas que han sido establecidos en la ciudad que reside.
- ✓ Tener una propugna para que otras personas que no las acatado también lo hagan (León, 2008).

Una de las reducciones más importantes en el concepto de cultura ciudadana, es que la mayoría de veces no se tiene en cuenta los elementos que existen en el concepto de ciudadanía, la participación que existe en lo social y lo en lo político, para así poder garantizar los derechos que tienen cada uno de los ciudadanos, se debe tener en cuenta que en los últimos años ha caracterizado a la ciudadanía, por la lucha que tienen por un interés público, estas luchas se hacen a través de múltiples formas asociativas.

- **Secretaria de la Cultura Ciudadana**

Debemos tener en cuenta alguna de las funciones que debe cumplir la secretaria de cultura ciudadana de Medellín.

- ✓ Direccionar las políticas para promover el desarrollo de la cultura ciudadana.
- ✓ Direccionar la política pública para el reconocimiento de los derechos culturales.

- ✓ Direccionar las bibliotecas públicas de la ciudad.
- ✓ Formular, impulsar y evaluar el plan de desarrollo cultural de la ciudad.
- ✓ Coordinar las estrategias y las políticas corporativas para la implementación de relaciones de cultura ciudadana que integren lo público con lo privado.
 - ✓ Fortalecer una ciudadanía organizada, libre, autónoma y solidaria, capaz de convivir en la heterogeneidad, la multiculturalidad, la diversidad para transformar pacíficamente sus conflictos.
 - ✓ Propiciar la calidad del desarrollo humano y la convivencia pacífica a través de la cultura cívica en los diversos actores de la ciudad.
 - ✓ Asegurar el libre acceso a la información, a la lectura, al conocimiento, al pensamiento y a la cultura.
 - ✓ Fomentar, fortalecer y estimular la creación artística y cultural en el Municipio de Medellín.
 - ✓ Fortalecer la circulación, acceso y consumo de bienes y servicios culturales.

- **Subsecretaría de Cultura Ciudadana**

Es importante saber que para toda secretaria debe existir una subsecretaria con similares funciones, pero que abarcan diferentes temas, que son funciones que deben cumplir y son las siguientes:

- ✓ Definir e implementar la política pública y estrategias para el reconocimiento de los derechos culturales.
- ✓ Desarrollar observatorio de pensamiento que permita Identificar y hacer visibles las prácticas más relevantes de comportamientos y actitudes para la convivencia ciudadana y ciudadanía cultural.
- ✓ Asegurar y poner en práctica los derechos culturales en el sector público, privado y social.
- ✓ Propiciar la calidad del desarrollo humano y la convivencia pacífica a través de la cultura cívica en los diversos actores de la ciudad.

- ✓ Promover acciones, estrategias y campañas de educación ciudadana para la práctica continua de principios y valores.
- ✓ Generar zonas pedagógicas permanentes para el diálogo y la intermediación cultural.
- ✓ Fortalecer una ciudadanía organizada, libre, autónoma y solidaria, capaz de convivir en la heterogeneidad, la multiculturalidad, la diversidad para transformar pacíficamente sus conflictos.
- ✓ Implementar, mantener y mejorar el Sistema Integral de Gestión de acuerdo a las directrices definidas por la entidad (Botero, 2019).

2.7.1 Cultura ciudadana en Medellín

Los resultados de las seis mediciones de cultura ciudadana que se han realizado en la ciudad de Medellín desde 2007 hasta la fecha ponen en evidencia que la cultura no es lineal ni estática y que los cambios comportamentales y actitudinales requieren de un trabajo sistemático de Cultura Ciudadana para que sean sostenidos en el tiempo, es importante resaltar el enorme compromiso de la administración, específicamente de la Secretaría de Cultura Ciudadana de Medellín y de la Subsecretaría de Ciudadanía Cultural, en la realización bianual de la actualización de indicadores de Cultura Ciudadana en la capital antioqueña.

Esto le ha permitido a la administración, contar con información actualizada y precisa sobre avances, debilidades y oportunidades para la toma de decisiones en materia de política pública y de estrategias orientadas al cambio comportamental y al mejoramiento de la convivencia y la calidad de vida de los habitantes de la ciudad. Hemos visto como la Administración Municipal se ha apropiado del enfoque de cultura ciudadana y cómo las apuestas que se han hecho en este sentido por la ciudad se han convertido en un patrimonio para sus ciudadanos.

A partir de los resultados de los últimos diez años, es posible identificar avances y retrocesos en materia de Cultura Ciudadana. De 2007 a 2011, a pesar de las altas tasas de homicidios y de violencia interpersonal registradas en la ciudad se pudo observar un mejoramiento de muchos de los indicadores de la encuesta.

En este período se presentó una densificación de lo que en los documentos anteriores de diagnóstico denominamos como factores actitudinales y comportamentales (FCA) que favorecen la convivencia. En 2011, con respecto a los años anteriores, se presentaron entre los medellinenses menores justificaciones para desobedecer la ley, menor disposición al uso de la violencia, menor validación del porte de armas, mayores niveles de tolerancia y mayor disposición a regular y a dejarse regular.

Todo esto distribuido uniformemente por sexo, edad, nivel educativo y nivel socioeconómico. Así mismo aumentaron los niveles de confianza en general y la disposición a hacer acuerdos. En materia de movilidad y espacio público, los ciudadanos de Medellín percibieron mayor regulación de comportamientos problemáticos de parte de la ciudadanía. La tolerancia evidenció una mejora significativa hacia los grupos que representan el pluralismo y la diversidad. Sin embargo, se presentó un aumento en la tolerancia hacia grupos que deberían ser objeto de sanción social como los narcotraficantes o las personas reconocidas como corruptas.

En el presente año, vemos que continúan mejorando algunos indicadores. Disminuye la validación de la violencia hacia la mujer y hacia los menores, así como el acuerdo con la justicia por mano propia y algunas justificaciones para el uso de la violencia.

A pesar de que la tolerancia hacia grupos que representan el pluralismo y la diversidad desmejoró en algunos casos, vale la pena resaltar la tendencia al aumento de la intolerancia hacia grupos al margen de la ley como narcotraficantes y personas reconocidas como corruptas, observamos también que algunas tendencias negativas de años anteriores se mantienen, tales como, los bajos niveles de confianza institucional, bajos niveles de confianza interpersonal y validación del porte de armas.

Asimismo, se observa una caída en la participación ciudadana. No obstante, a pesar de algunas variaciones en los indicadores de Cultura Ciudadana que han ocurrido en estos diez años en Medellín, algunos aspectos positivos han sido más o menos constantes: el alto orgullo de los medellinenses por su ciudad, una mejor calificación de seguridad que el promedio de las ciudades medidas, una victimización

directa e indirecta menor que en otras ciudades, mejores indicadores de tolerancia y alta disposición a hacer acuerdos (Cepeda, 2017).

- **Dimensiones de la cultura ciudadana**

- ✓ Dimensión normativa

La dimensión normativa de la Cultura Ciudadana hace referencia a un estado de cosas deseable, un horizonte que señala un lugar ideal de llegada. Es la expresión de un 'deber ser' donde se hacen explícitos los derroteros del enfoque. Es desde la dimensión normativa que pueden establecerse criterios para la medición y el diseño e implementación de estrategias que permitan volver realidad los principios ideológicos o programáticos del enfoque.

Estos principios se plantean a continuación a modo de premisas entendiendo que, independientemente de la agenda política de un gobernante de turno, deben ser tomados como elementos transversales en cualquier iniciativa de Cultura Ciudadana que provenga de un actor gubernamental.

- ✓ Dimensión analítico-descriptiva

La dimensión analítico-descriptiva de la Cultura Ciudadana es, en pocas palabras, la identificación, caracterización y medición de los elementos en los que se funda la posible realización del deber ser de la Cultura Ciudadana en un momento y lugar específicos. En este sentido, la Cultura Ciudadana adquiere un contenido empírico que se expresa en la asignación de una valoración de sus factores constitutivos en un momento determinado. Gracias a ello es posible su comparación entre diferentes espacios geográficos y en el tiempo.

- ✓ Dimensión Prescriptiva

Al nivel prescriptivo de análisis de la Cultura Ciudadana, se le acuña la manera en la cual se traducen en procesos lo propuesto desde el nivel normativo y alimentado

desde el nivel descriptivo, para proponer estrategias conducentes a la resolución de problemas sociales desde un abordaje marcadamente cultural. Esta dimensión está centrada en la intervención, y la transformación de una situación identificada, a partir de políticas públicas, programas o iniciativas que surjan desde la sociedad (Cepeda, 2017).

2.8 TÁCTICAS CIUDADANOS COMO VOS

La estrategia Ciudadanos como vos se implementa sobre tres tácticas puntuales que se nombran a continuación.

- **Apropiación ciudadana**

Incluye todos esfuerzos y actividades dirigidas a que el mensaje general, los objetivos y la conversación propuesta por Ciudadanos Como Vos sean replicados, asumidos y discutidos por la ciudadanía. Esto supone el desarrollo de herramientas de incidencia y la movilización de grupos y actores clave para la generación de conversaciones públicas y contenido complementario.

El enfoque usado para esta táctica es de creación ciudadana, propiciando espacios y metodologías que permitan que los participantes sean los protagonistas de su desarrollo (Alcaldía de Medellín, 2020).

- ✓ **Caja de resonancia.**

Con esta caja se pretende entregar elementos y metodologías, para incentivar, la apropiación y réplica de la estrategia, estas han sido y serán entregadas en talleres de creación y encuentro con actores de 89 entidades públicas y privadas de la ciudad, en estas entidades se encuentran, la alcaldía, colegios, colectivos, y medio de comunicación, pero también podríamos encontrar otros que son muy necesarios y que se puede llegar a más gente, la ciudad de Medellín, busca que ciudadanos como vos, sea una acción replicada, asumida y discutidas por diferentes actores de la ciudad de Medellín, para esto se necesita la participación de por lo menos novecientos ciudadanos de diferentes entidades, también nos centramos en el concurso de crónica

que se plantea “Lo común maravilloso” con esto se pretende que se involucre los ciudadanos en la búsqueda de la narración de historia que ayudan con la cultura ciudadana.

- **Comunicación Pública**

En la estrategia se refiere al desarrollo de acciones que permitan poner la conversación a un grupo extenso de ciudadanos. Su desarrollo depende de un plan de medios y una agenda de comunicación que, usando información territorial y la temática de la confianza ciudadana, define los contenidos y la forma en que son desplegados en la agenda pública.

En general, la comunicación es aquella que está encaminada a la difusión de información y mensajes con distintos propósitos, dirigido a un grupo de personas masivos y para poder alcanzar un gran público es importante tener en cuenta los medios como, Televisión, prensa, radio e internet, la comunicación está dirigida u orientada a tener libertad de expresión a través de la discusión y debate sobre temas de interés, el gobierno a través de coordinación de comunicación pública (Rodríguez, 2014).

- ✓ Foto multa

Reconocimiento a los ciudadanos que aportan a una movilidad más segura y sostenible.

- ✓ Activación de Marca

Difundir la estrategia Ciudadanos Como Vos a nivel de ciudad.

- Plan de Medios
- Kit de prensa
- Gran formato (Vallas, Eucoles. Floor Graphics)
- ✓ BTL

Activar la estrategia en territorio y eventos de ciudad por medio de acciones y elementos que irrumpen en la cotidianidad.

✓ Digital

Visibilizar permanentemente las acciones de la estrategia a través de redes sociales y medios digitales.

✓ Producción Audio visual

Visibilizar a través de piezas audiovisuales las historias de Ciudadanos Como Vos.

- Promo TV
- Vox pop
- Infográficos datos positivos
 - Historia de vida (individual o colectiva)
 - Experimento social
- **Movilización territorial**

Esta reúne todas las acciones que son realizadas en “la Calle” desde las activaciones que permiten poner en el espacio público la agenda de Ciudadanos como Vos.

Para esta movilización se tiene en cuenta las diferentes dinámicas o estrategias con las que cuenta Medellín para ser desarrolladas.

✓ Serenata para regalar

Esto es una estrategia, para que las personas se reconozcan entre sí y celebren siempre la convivencia.

✓ Comparsas

Es un reconocimiento público que se hace a través de un teatro callejero a aquellas personas que contribuyan a la convivencia y a la cultura ciudadana

✓ Experimentos

Revisar de frente dilemas que a veces se presentan de convivencia, los ciudadanos de Medellín deberán ayudar a esto.

✓ Micro encuestas

Revelar datos pro sociales, obtenidos mediante micro encuestas y presentarlos a través de instalaciones en el espacio público.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

El paradigma que se abordó en esta investigación es histórico hermenéutico. Gil (2011) afirma que este. “busca comprender el quehacer, indagar situaciones, contextos, particularidades, simbologías, imaginarios, significaciones, percepciones, narrativas, cosmovisiones, sentidos, estéticas, motivaciones, interioridades, intenciones que se configuran en la vida cotidiana” (p.30)

Este paradigma se escogió como guía porque como marco referencial ayudó a comprender los interrogantes de la investigación, con la que se busca identificar, describir y reconocer los elementos educación en la estrategia “Ciudadanos Como Vos”. La estrategia de la Alcaldía de Medellín se basa en cómo los comportamientos ciudadanos se pueden ejemplificar, visibilizar y replicar a través de experimentos sociales en acciones cotidianas que realizan a la ciudadanía y el impacto que estas generan en el espacio público. Precisamente para dar respuesta a los interrogantes de la investigación se deben conocer, describir y examinar el contexto, las particularidades y las situaciones derivadas de la estrategia.

El enfoque desde donde se abordó esta investigación es de tipo *cualitativo*:

Sampieri (2011), nos dice que “la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. El enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados” (p.358)

Debido a que su objetivo es entender el entorno y asumir que la realidad no existe, sino, que se construye.

Para la realización de este trabajo se utilizó como técnica de recolección de datos las entrevistas semi estructuradas y la revisión documental, que permitieron identificar, describir y reconocer los elementos educomunicativos.

Las técnicas escogidas posibilitan estudiar a fondo una situación específica y comprenderla.

El tipo de investigación que se implementó en este proyecto, es un estudio de caso, se explica que por medio de este método se calcula y chequea la conducta de los sujetos de estudio, se debe tener en cuenta que es un proceso de indagación, descripción y de igual forma interpretación, de la función de los elementos educomunicativos que están presentes en la estrategia “Ciudadanos como vos”.

Con esta información, se tuvo una comprensión total de la estrategia, se centró la indagación con los hechos, teniendo en cuenta las herramientas didácticas y pedagógicas.

3.2 DELIMITACIÓN

3.2.1 Objeto de Investigación

Esta investigación tuvo como objeto de estudio la estrategia “Ciudadanos como vos” de la Subsecretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín, desde la visión de la dirección y los documentos técnicos propuestos, se definieron los elementos Educomunicativos, para reconocer su función por medio de los contenidos promovidos por la estrategia, con base, en las tácticas creadas. La directora de la estrategia y la líder de comunicaciones de la Alcaldía de Medellín, son los sujetos a quienes se entrevistaron durante el proceso de trabajo de campo con el fin de exponer las estrategias implementadas, y de la visión para describir y reconocer los elementos teóricos y prácticos de la Educomunicación que se presentan en la estrategia.

3.2.2 Tiempo y escenario

La investigación se gestó en el segundo semestre del año 2018 en la ciudad de Medellín donde fue implementada; para finalizar el segundo semestre del año 2020, las asignaturas de investigación proporcionaron el conocimiento para desarrollar el proyecto. Las acciones de su implementación fueron desarrolladas en la ciudad de

Medellín y buscaron tener presencia en “la calle”, concentrándose en el espacio público de cualquier comuna de la ciudad.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación tuvo un diseño transversal, debido a que las mediciones y registros que se tomaron se realizaron una sola vez, entonces se tiene en cuenta que el tipo de investigación es no experimental, que se muestran o se da en un contexto natural para así poder ser analizados.

Los pasos en los cuales se enfocó la investigación fueron, delimitar el tema que se realizó con base a acercamientos previos de proyectos de la Alcaldía de Medellín, definir el objeto del estudio de caso, que fue el proyecto “Ciudadanos como vos”, este se define como una estrategia comunicativa, por lo cual, surgió la necesidad de indagar acerca de esta estrategia e identificar sus elementos educomunicativos, no solo a través de la entrevista, sino, también de los documentos técnicos, públicos y de quienes han trabajado en ella.

Finalmente, se identificaron los actores principales dentro de la estrategia y la delimitación de un tiempo y escenario, además, de los instrumentos con los que se recolectó la información. Por ello en las herramientas elegidas se tuvo la entrevista semiestructurada a la directora de la estrategia y a la comunicadora, quienes comentan y dan la visión de “Ciudadanos como Vos”; que permitió identificar y describir los elementos educomunicativos, posteriormente, se realizó la revisión documental, que permitió conocer cuál fue la función de estos elementos, presentes en la generación de contenidos promovidos por “Ciudadanos como Vos”

Fase I.

Como primera herramienta, se propuso plantear una entrevista semiestructurada centrada en la comprensión y el sujeto de estudio, con el fin de reconocer y describir la estrategia, otorgando un panorama más amplio a la investigación.

Fase II

En esta segunda etapa se realizó la revisión documental con el fin de recopilar información para el complemento de los primeros objetivos, además, en esta fase otorgo la información sobre la función que cumplen los elementos educomunicativos en contenidos directos e indirectos y para el desarrollo y la comprensión de la estrategia.

3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la escogencia de las técnicas e instrumentos de generación de información se tuvo en cuenta criterios de pertinencia, de condiciones de la investigación y consideraciones éticas. Las técnicas específicas que se utilizarán durante la investigación son:

3.4.1 Entrevista semiestructurada

La entrevista semiestructurada se formuló para la directora y comunicadora de la estrategia “Ciudadanos Como vos” encargadas de crear, ejemplificar, visibilizar y replicar a través de experimentos sociales los comportamientos de los ciudadanos.

En el proceso de diseño de este instrumento se generó un protocolo que especifica los siguientes pasos: determinar presentación de la entrevista y su respectivo consentimiento informado. Se diseñó una batería de preguntas iniciales para orientar la entrevista (estas preguntas están basadas en los objetivos de la investigación y en las categorías teóricas que orientan el estudio). Se especificó un cierre para el proceso de entrevista e igualmente, se dejó en claro que las entrevistas fueron grabadas y se transcribieron sobre fichas de contenido para su posterior análisis.

3.4.1 Revisión Documental

Este método de recolección permitió integrar la información a partir de los mensajes contenidos en las fuentes a través de los documentos internos y públicos como: libros, las revistas, los ensayos, redes sociales y las publicaciones producto de la investigación (ADN, estrategia) de la secretaría de Cultura Ciudadana, con el

proyecto “Ciudadanos Como Vos” para desarrollar proceso de descripción y reconocimiento de la función en los elementos Educomunicativos.

La revisión documental también permitió configurar un claro estado del arte en dicha investigación, para llevar a cabo esta revisión vamos a tener en cuenta el segundo y tercer objetivo de esta investigación y revisando cada uno de los documentos que podamos analizar.

3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Este trabajo de grado empleo el siguiente proceso: posteriormente a la recolección de datos se estableció un plan de trabajo basado en entrevistas y recolección de documentos públicos de la Alcaldía de Medellín referentes a la estrategia “Ciudadanos como vos”, que luego se codificaron en un primer plano por medio de texto, llevando una ficha de análisis, para luego ser revisado de acuerdo con las categorías de la investigación.

Después de estos pasos se realizó matrices, con el fin de establecer relaciones entre las categorías analizadas. Al finalizar los procesos ya mencionados, se elaboró la construcción de la teoría que permitió ver el alcance del cumplimiento de los objetivos, para luego asegurar la validez de los resultados, ya que así lo exige el estudio cualitativo, esto se logró por medio de preguntas orientadoras que demostraron la objetividad de los análisis obtenidos, para de esta manera, cumplir a cabalidad los objetivos propuestos.

3.6 PARTICIPANTES

Los participantes que se intervinieron en esta investigación, se escogieron a partir de los criterios mostrados en los objetivos. Personas que estén en la capacidad de proponer y mejorar los procesos de este proyecto con base en la educomunicación y encaminado a la estrategia de “Ciudadanos como vos”, serán partícipes de ella.

Esto se filtró mediante entrevistas semiestructuradas, también se tiene en cuenta la recolección de dicha información, para lo cual fue necesario acercarse a la alcaldía de Medellín y pedir documentos que muestren todo el desarrollo de la misma,

hacer una revisión en sus redes sociales, para así poder llevar a cabo el desarrollo del trabajo y cada uno de nuestros objetivos, es importante tener en cuenta que la población específica para esta investigación es la Alcaldía de Medellín con su estrategia, más específicamente la directora de “Ciudadanos como vos”. Para poder llevar a cabo esto fue necesario la selección adecuada de la muestra, ya que era necesario saber quiénes eran las personas que iban a participar, desde la muestra inicial contamos con la directora y la comunicadora de la estrategia que aceptaron hacer parte de esta investigación para posteriormente culminar el trabajo con ellas.

3.7 PLAN DE TRABAJO

Dentro del plan de trabajo y para poder realizar un proceso de investigación, se estimó un tiempo y dinero estimado de 4 meses para poder hacer el proceso de observación en cada uno de estos instrumentos. (Ver anexo I)

3.8 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la ejecución de esta investigación se tomó como base el siguiente cronograma, el cual permitió tener claro el tiempo de cumplimiento de cada una de las actividades planteadas (Ver anexo II).

4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS

Esta investigación tuvo como objetivo general, comprender la función de los elementos Educomunicativos, dentro de la estrategia “Ciudadanos Como Vos” realizada por la Subsecretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín en el Año 2018. Para dejar los datos obtenidos para el análisis se hizo el siguiente procedimiento:

Se realizó la entrevista semiestructurada efectuadas a la comunicadora y directora de la estrategia “ciudadanos como vos”, posterior, se realizó las preguntas a los documentos técnicos. Se digito y se categorizó, los resultados que surgieron del proceso del trabajo de campo. ver la Tabla de categorización número 1 (Ver anexo E, p. 56,57).

La entrevista semiestructurada, se realizó con el fin de comprender la función de los elementos educomunicativos presentes dentro de la estrategia “Ciudadanos como Vos” desde la visión de la dirección, y los documentos técnicos propuestos por la secretaria de Cultura Ciudadana, para dar respuesta al primer objetivo de la investigación.

Las categorías halladas para identificar los elementos educomunicativos fueron: Herramientas de aprendizaje, Ed comunicación y didáctica de medios. (Ver anexo E, p.58).

Las categorías emergentes que se hallaron en el transcurso de la investigación para reconocer la función de los elementos educomunicativos presentes en los contenidos promovidos por “Ciudadanos como Vos” fueron: Estrategia, tácticas y temáticas. (Ver anexo E, p. 58).

Se procedió a la categorización de acuerdo con las respuestas dadas en la entrevista.

CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	Nombre completo y cargo que desempeña al momento de la entrevista	Diana García - Comunicadora de la estrategia "Medellín esta llena de Ciudadanos como Vos"	Natalia López - Directora de la estrategia. "Medellín esta llena de Ciudadanos como Vos"
CULTURA CIUDADANA	Normas sociales, influencia social, inteligencia cultural.	¿Explicame con tus propias palabras que es para usted cultura ciudadana?	Es la manera cómo los seres humanos sienten, razones y toman decisiones sociales, sobre las actuaciones que afectan la vida en comunidad.	Cultura ciudadana es lo que implica vivir en comunidad, estar con los otros, es decir las reglas de juego como mínimas que hacen posible la convivencia, los acuerdos, los cumplimientos de normas y la resolución de conflictos que hacen parte de lo que entendemos por cultura ciudadana esas
ESTRATEGIA	convivencia, acciones cotidianas, comportamientos prosociales	1. ¿Explicame con tus propias palabras que es para ti la estrategia "Ciudadanos como Vos"?	Es una estrategia que busca normalizar los comportamientos prosociales de las personas. Las acciones cotidianas que contribuyen positivamente a la convivencia, las acciones cotidianas que contribuyen positivamente a la convivencia y a la cultura ciudadana	Bueno ciudadanos como vos es una estrategia de cultura ciudadana que busca (...) transformar algunos comportamientos que son nocivos para la convivencia a través de estrategias de visibilización, reconocimiento y agradecimiento y basado como en el modelo de normas sociales y de
ESTRATEGIA	Acciones positivas	2. ¿Qué necesidades y de qué tipo se tuvieron en cuenta para formular la estrategia "Ciudadanos como Vos"?	la necesidad de hablar institucionalmente de las acciones positivas que todas las personas ejercen en su día a día y agradecerlas, reconocerlas	del subsecretario Santiago Silva y de algunas personas que trabajaban con él en el equipo (...) digamos que veían que las estrategias de cultura ciudadana por lo general estaban enfocadas en el incumplidor y en señalar digamos a los ciudadanos que tenían unos comportamientos nocivos y esto digamos es
ESTRATEGIA	Instaurar narrativa, confianza, comunicación	3. Podría explicar ¿Cuáles son los objetivos, las actitudes, las tareas y los recursos que conforman la estrategia Ciudadanos Como Vos?	"Ciudadanos Como Vos" es una Estrategia de cultura ciudadana que pretende instaurar una narrativa del reconocimiento mutuo en la ciudad a través de la visibilización positiva de personajes, historias y datos que contribuyen a la convivencia y a la cultura ciudadana.	Ciudadanos como vos, se basa específicamente en dos objetivos, el primero es instalar en Medellín una conversación que resalte las acciones y disposiciones prosociales de manera cotidiana y reconozca el compromiso silencioso de cientos de miles
TACTICAS	Movilización territorial Apropiación Comunicación pública	4. ¿Cuáles son las 3 Tácticas creadas para la estrategia y su función?	Movilización territorial: todas las acciones que se hacen sobre la estrategia en el territorio Apropiación: el objetivo era poner a la gente a hablar de ciudadanos como vos de la estrategia y de esas acciones positivas. Comunicación: el objetivo era generar contenidos indirectos que ayudaran a hablar de	En ciudadanos como vos, existen tres componentes o tácticas que componen la estrategia, movilización territorial, apropiación ciudadana y comunicación pública, en movilización territorial los ciudadanos como vos en las calles, esa táctica
TEMATICAS	(1) Movilidad segura y sostenible (2) Convivencia y espacio público (3) Legalidad y cultura tributaria (4) Basuras y disposición de residuos (5) Transformación cultural	5. ¿Cuáles son las temáticas o las problemáticas que intervienen en la estrategia?	Movilidad segura y sostenible desde el punto de vista de: • Accidentalidad Convivencia y espacio público se enfocaron en: • Ruinas • problemas de Basuras • Ruido • Apropiación espacio público	respecto todas las acciones que se desarrollan. Bueno eso lo menciono en otra pregunta, pero básicamente son temáticas de convivencia de violencia intrafamiliar, violencia interpersonal, disposición de basuras, culturas de la legalidad el tema de medio ambiente y una gran gran temática, digamos de toda la estrategia es la confianza
ESTRATEGIA	Normas sociales, influencia social, inteligencia cultural.	6. ¿Cuál crees que ha sido el impacto de la implementación de esta estrategia en la cultura ciudadana?	En general el ciudadano está "acostumbrado" a que le llamen la atención sobre lo negativo, le llamen la atención por la falta y por el incumplimiento a la norma y la ley. la estrategia permite mostrar que el ciudadano la mayor parte del tiempo está	así como una medición de impacto, una evaluación a la estrategia, entonces en la encuesta de cultura ciudadana de este año incluímos un módulo adicional de preguntas asociadas a ciudadanos como vos y una pregunta muy importante que sería como Ciudadanos como vos agradece todas esas
TACTICAS	Normas sociales	7. Explicame con tu propias palabras ¿Cómo la estrategia Ciudadanos Como Vos, aporta a la cultura ciudadana y particularmente que elementos de la cultura ciudadana toca?	Aporta desde los elementos de cultura ciudadana que pone en evidencia como el reconocimiento mutuo, la gratitud, solidaridad, respeto por la norma social, y la propiedad privada y pública por el otro.	acciones cumplidoras que los ciudadanos hacen y que contribuyen a la convivencia por medio de comparas de agradecimiento, serenatas para regular, cartas de agradecimiento, fotocalles y cultas, las
ESTRATEGIA		8. ¿Cuál crees que han sido los mayores desafíos a los que se ha enfrentado la estrategia? y ¿cuáles han sido los errores, fallas o inconvenientes que se le han presentado en el desarrollo de la estrategia?	El mayor desafío al inicio de la estrategia fue generar credibilidad en los datos en la mayoría de las personas están acostumbradas a hablar de lo negativo, y criticar y juzgar al otro por esas cosas que hacen que no son deberes, entonces lo que buscaba era reconocer las cosas positivas y	Bueno nosotros hicimos justamente una algo así como una medición de impacto, una evaluación a la estrategia, entonces en la encuesta de cultura ciudadana de este año incluímos un módulo adicional de preguntas asociadas a ciudadanos como vos y una pregunta muy importante que sería como Ciudadanos como vos agradece todas esas
TEMATICAS	movilidad segura y sostenible, la convivencia y espacio público, sostenibilidad y medio ambiente, cultura tributaria y legal.	9. ¿Cuál son las temáticas y problemáticas que busca solucionar la estrategia Ciudadanos Como Vos?	Bueno digamos que ciudadanos no busca resolver un problema particular si no que lo que buscaba era poner en la agenda de la gente en su conversación las cosas positivas y generar reconocimientos sobre ellas, las ciencias del comportamiento dice que los seres humanos actúan por imitación y cuando	El mayor desafío para desarrollar ciudadanos como vos yo creo que es pues primero lograr llegarle a una gran parte de la población como que Medellín es una ciudad que no es demasiado grande, pero pues si tiene comunas muy bien diferenciadas, si con problemáticas diferentes y entonces pues

EDUCOMUNICACIÓN	HERRAMIENTAS DE APREDIAZAJE	10. ¿Logra estrategia "Ciudadanos como Vos" potenciar la cohesión interpersonal, el cumplimiento y el comportamiento pro-social, en los ciudadanos de Medellín?	Es posible que esto sea difícil de demostrar en cifras, habra que ver digamos cual es el balance final de la estrategia, sin embargo, lo que se observa en los puntos donde se han hecho las intervenciones territoriales, los experimentos y demas las personas que se involucraron de cambios y actúan los.	La estrategia ciudadano como vos, logra potenciar la confianza interpersonal a través de mensajes que tienen que ver con temas sociales, e incluso por ejemplo decrita a la gente en Medellín II de cada 10 personas prefieren dialogar para resolver un conflicto, en Medellín I el 95% de las personas lo.
EDUCOMUNICACIÓN	Comunicación, pedagogía de la educación	11. ¿Para usted que es educocomunicación?	Para mí es un tipo de comunicación que lo que busca es formar a las personas o orientarlas sobre conceptos y comportamientos definidos que uno quiera plantear	La verdad yo no he oído ese término, pero pues por la palabra asumo que es como la comunicación que tiene un objetivo educativo o pedagógico.
EDUCOMUNICACIÓN	ELEMENTOS EDUCOMUNICATIVOS	12. ¿Cree usted que existen nociones de educocomunicación en la estrategia ciudadanos Como Vos? ¿Si, no por qué?	Yo diría que si, como mencioné anteriormente, en las ciencias de comportamiento se habla de que los seres humanos se comunican por imitación, entonces desde ese punto de vista (...) se evidenciaron comportamientos positivos por imitación, por ejemplo cuando uno va a comprar un producto, uno que al estar ligado al punto de vista del adopción de sus comportamientos o el uso de un lenguaje, o del contexto digamos, de la amabilidad, de la actitud, de la gratitud de la solidaridad, dependiendo de como se comporte los otros y eso tiene que ver con lo que acabo de	Yo creo que si, digamos que en nuestras estrategias y mensajes de comunicación, están orientados a poner tema sobre la mesa a generar reflexión (...) a tumbar prejuicios o prenociones, entonces yo creo que si hay nociones de educocomunicación porque si bien no pretendemos que el estado sea como pues si, yo creo por lo que decía anteriormente como que se espera poner tema sobre la mesa, poner a la gente a conversar se reflexión sobre ciertos temas y además en la estrategia contamos como un componente de apropiación que es el componente digamos en el que se incluyen el bien casi todas nuestras cosas son como muy análogas, digamos ocurren en la calle con los ciudadanos, bueno en los salones en talleres, bueno espacios de formación, digamos que uno de los elementos claves ha sido la producción de contenido audio visual para redes sociales, entonces si creo que las
EDUCOMUNICACIÓN	HERRAMIENTAS DE APREDIAZAJE	13. ¿Esta estrategia está ligada con procesos de enseñanza – aprendizaje? ¿Si, no por qué?	Bueno se usaron desde el punto de vista de la viralización de comportamientos a través de fotografías y video por redes sociales.	
EDUCOMUNICACIÓN	DIDÁCTICAS DE MEDIOS	14. ¿Cómo se ha implementado las nuevas tecnologías dentro de la estrategia Ciudadanos como Vos?	Bueno eso es muy fundamental y es que cualquier estrategia, por buena que sea, si no se comunica, si no se cuenta si no se da a conocer pues digamos que es un poco inútil tiene posibilidad de ser exitosa si no se da a conocer.	
HERRAMIENTAS DE APREDIAZAJE		15. ¿Cuál es el papel que cumple la dirección y áreas de comunicaciones como emisoras de la estrategia?	Bueno digamos que los canales si abrieron, que sea igualitario o no, eso depende de que tanto la sociedad o la población se hayan apropiados de esos canales que se abrieron, nosotros tenemos por ejemplo las redes sociales de la alcaldía de Medellín, se abrieron concursos de ejemplo de fotografía	
HERRAMIENTAS DE APREDIAZAJE	Dialogo Igualitario, Mensaje	16. ¿Creen ustedes que hay un dialogo igualitario entre emisoras y receptores? Si, no por qué?	si lo hay, se abrieron canales y como lo menciono en la respuesta anterior, pues mucha gente los utilizo, quien quiso realmente, pudo hacer uso de esos canales.	Si, yo creo que si hay un dialogo igualitario, digamos que viéndonos a nosotros de la estrategia como emisoras y a la ciudadanía en general como receptores, creo que si es un dialogo igualitario porque nosotros ponemos temas sobre la mesa y digamos que la ciudadanía se vuelve partícipes digamos de un dialogo igualitario, entonces en las redes sociales son ese espacio en que los receptores pueden dar ese feedback, adicionalmente en los talleres en las cosas que hemos hecho en la calle también pues hemos intentado darle mucha voz a los ciudadanos, entonces si creo que las
HERRAMIENTAS DE APREDIAZAJE	Canal	17. ¿Consideran que en la estrategia Ciudadanos como Vos hay feedback entre emisoras y receptores? Si, no por qué?		
DIDÁCTICAS DE MEDIOS	RADIO, TV, PRENSA LOCAL, REDES SOCIALES.	18. ¿Qué medios de comunicación nuevos son utilizados en la estrategia para transmisión del mensaje?	Se uso radio, televisión y prensa local y algunos medios nacionales tambien se utilizaron para dar a conocer la estrategia y acciones que se ejecutaron.	Bueno, redes sociales, televisión, radio (...) básicamente han sido esos
HERRAMIENTAS DE APREDIAZAJE	Mensajes, talleres de crónica y fotografía ciudadana, talleres de escritura	19. ¿Cuáles son los materiales y medios didácticos utilizados como instrumentos presentes en la estrategia Ciudadanos como Vos?	En la primera fase de la estrategia se usó la caja de resonancia que era como un "kit de herramientas" para aprender a identificar y socializar comportamientos de ciudadanos como vos, que se socializará comportamientos de diversos ciudadanos que eran positivo. En la segunda fase, se usó	Para los talleres iniciales tuvimos algo que se llamó la caja de resonancia que era básicamente una caja que se le entregaba a los participantes de los talleres y a personas como de entidades claves y aliados de la estrategia con una serie de elementos que traían dentro que servían como para
HERRAMIENTAS DE APREDIAZAJE	Redes sociales, web, correo electrónico, intervenciones en territorio, eventos académicos	20. ¿Cuáles son los canales y flujos de comunicación que ofrecen a la ciudadanía para intercalcular con ella?	Redes sociales de la Alcaldía de Medellín, el micrositio en la WEB, correo electrónico, intervenciones en territorio, talleres de recreación y eventos académicos.	NO APLICA
DIDÁCTICAS DE MEDIOS	Canales de comunicación, encuentros académicos, activaciones, mensajes en redes, piezas publicitarias	21. ¿Cómo logra la participación ciudadana dentro de la estrategia Ciudadanos Como Vos? Explique su respuesta por favor	La participación se logra a través de los concursos y canales de comunicación diseñados para que la gente escriba sus opiniones, cuenta sus historias. Esto se logró también en el encuentro académico y en los talleres de recreación. El canal de interacción más fuerte, fueron las intervenciones en	Las activaciones, los mensajes en redes y las piezas publicitarias se enfocan en ensenar como parte de esa ciudadanía en Medellín que anda confiando y generando conianza cumplimiento de normas y acuerdos y aportando nuevas formas de aportar convivencia, si el comportamiento esta definido según las
PEDAGOGIA EN LA EDUCACIÓN	Instaurar narrativa, confianza	22. ¿Considera que la estrategia Ciudadanos Como Vos logró la transformación de la cultura ciudadana en Medellín, si, no por qué?	Transformar la cultura de una ciudad es un proceso largo, los estudios hablan de un mínimo repetitivo de 10 años. Es imposible decir que la cambio, pero si podemos hablar de un inicio, de una intervención en la agenda social.	Para transformar la cultura de una ciudad se necesita de muchos años de constancia por eso ciudadanos como vos lo que utilizo fue instaurar una narrativa de confianza interpersonal y cumplimiento pro sociales, a través del reconocimiento mutuo entre ciudadanos y la visibilización positivas de
PEDAGOGIA EN LA EDUCACIÓN	Comunicación Educativa, acciones, experimentos sociales, dediciones prosociales.	23. Considera que la comunicación que se implementó dentro de la estrategia es o fue motivadora, persuasiva, estructante y adaptativa? si, no por qué?	Los recursos de esta estrategia, como la de muchas otras fueron limitados, finalmente son recursos públicos, pero consideramos que se hizo un trabajo importante, sobretodo, desde el vos a vos. Esta estrategia llegó a muchos territorios donde la gente por ejemplo, no ve TV regional, y por medio de	NO APLICA

Tabla 1.

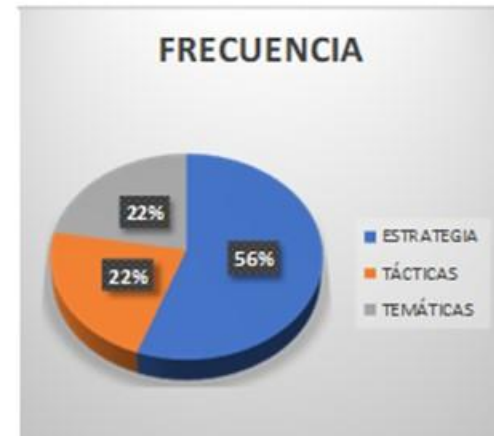
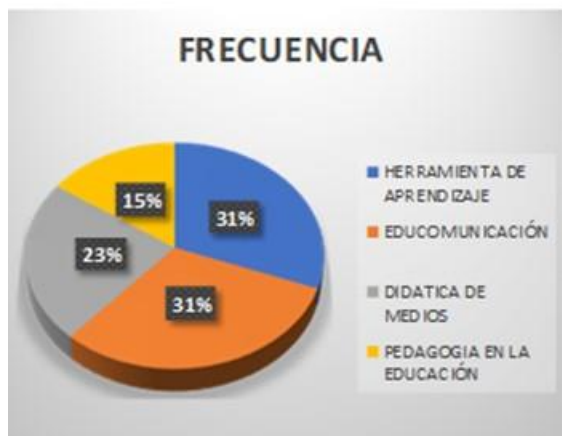
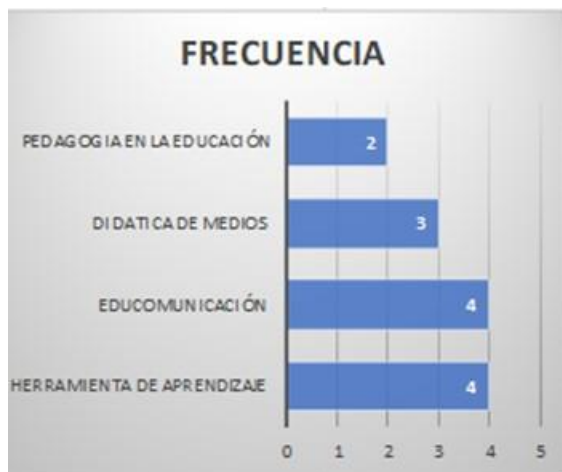
Categorización instrumento entrevista semiestructurada

CATEGORIA	FRECUENCIA
HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE	4
EDUCOMUNICACIÓN	4
DIDACTICA DE MEDIOS	3
PEDAGOGIA EN LA EDUCACIÓN	2

CATEGORIA	FRECUENCIA
ESTRATEGIA	5
TÁCTICAS	2
TEMÁTICAS	2

Nota. Elaboración propia.

Figura 1. Frecuencia de categorías



Nota. Elaboración propia.

Posteriormente, se realizó las fichas de contenido que son parte del proceso cualitativo y la categorización de la siguiente manera: Se hizo la búsqueda de los contenidos publicados por la alcaldía de Medellín en sus diferentes medios de comunicación, como: Facebook, Twitter e Instagram, sobre la estrategia “Ciudadanos como Vos” entre el periodo comprendido del 2018 y 2019, en relación con la revisión documental, la información se organizó de una forma sintetizada y de acuerdo con cada una de las tácticas de la estrategia. ver tabla

Tabla 2.

Estrategias categorizadas

RED SOCIAL	PUBLICACIÓN	ETIVO DE COMUNICA	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	ATEGORIAS EMERGEN
FACEBOOK	25 de junio de 2018 · ¡En el metro los ciudadanos como vos son ejemplo de cultura ciudadana, Las comparsas de agradecimiento son nuestro regalo para las personas que ceden el puesto y aportan a una	Es una forma de exaltar por medio del agradecimiento una buena práctica ciudadana, en este caso fueron las Comparsas de agradecimiento en el metro de medellín a los ciudadanos que ceden el puesto a quienes lo	Aprendizaje dialógico	Inteligencia cultural	Confianza Ciudadana
	5 de abril del 2018 En la tienda de la confianza no hay quien atienda, cada uno elige un producto, deposita \$ 1.000 y se puede dar devuelta, demostrando que la confianza y el respeto se construyen entre todos.	es una estrategia que enseña y educa a los ciudadanos de medellin el valor de la honestidad, construyendo una cultura de la legalidad.	Aprendizaje dialógico	Inteligencia cultural	Educación ciudadana
	2 de mayo 2018 En Medellín, la mayoría del tiempo, los ciudadanos protegen su vida y la de los demás. Con las #FotoCultas resaltamos las buenas acciones, porque de hechos buenos y de #CiudadanosComoVos	Se les envía a las personas, la fotoculta que agradece los comportamientos como: detenerse en el cruce peatonal, dar paso a otros vehículos para movernos con fluidez, parquearse en lugares adecuados.	Aprendizaje dialógico	Inteligencia cultural	cultura Ciudadana

INSTAGRAM	<p>Hace 23 semanas. Alcaldía de Medellín realiza la publicación ¡Así es Medellín! #MedellínSeTransformó</p>	<p>Mostrar que en los barrios de Medellín hay un ambiente de convivencia, de amistad, y colaboración que tienen unos con otros. Tener sentido de pertenencia.</p>	Comunicación dialógica	Interlocutor	Ecosistema comunicativo
	<p>Bus de la confianza fue publicado hace más de 55 sem. Por Alcaldía de Medellín En el Bus de la Confianza nadie estuvo pendiente del pago. El porcentaje de cumplimiento fue de un 100 %.</p>	<p>construimos confianza en cada acto cotidiano, en todo lo que hacemos a diario, el bus de la confianza es el bus donde el conductor no recibe tu pasaje, Te subes y pagas en el momento indicado, si es del caso te devuelves y</p>	Aprendizaje dialógico	Inteligencia cultural	Confianza Ciudadana
	<p>Publicado hace 58 semanas ¿Si te encuentras una factura con dinero la devolverías? Medellín está llena de gente honesta.</p>	<p>Se realizó este experimento social, con el fin de poner una conversación sobre la honestidad</p>	Comunicación dialógica	Interlocutor	Ecosistema comunicativo

	Hace 46 semanas, @alcaldiademed publica. La solidaridad y el respeto con las personas mayores son acciones que ayudan a la construcción de cultura ciudadana. #MedellínVamosPorBu	"Ella todos los días da la mano a quien lo necesita, ASÍ COMO VOS"	Recursos tecnológicos	Expresión y comunicación	
	Hace 46 semanas @alcaldiademed pública Cuando te mueves en transporte público le aportas al medio ambiente y a la movilidad sostenible.	"Ellos todos los días eligen moverse en transporte público, ASÍ COMO VOS"	Recursos tecnológicos	Medios audiovisuales	Generación de contenidos indirectos
TWITTER	23 de abril del 2018 Ciudadanos de bien que cuidan y respetan su ciudad.	En Medellín 9 de cada 10 personas se sienten orgullosas de la ciudad. Así como vos	Recursos tecnológicos	Medios audiovisuales	
	05 de abril del 2018 Estamos orgullosos del corazón de nuestra ciudad, #ciudadanosComoVos se sienten orgullosos del centro de Medellín.	En Medellín 6 de cada 10 personas se sienten orgullosas del centro. Así como vos	Recursos tecnológicos	Medios audiovisuales	
	Resolvemos las diferencias a través del diálogo, así generamos confianza ciudadana	En medellín 8 de cada 10 personas prefieren dialogar para resolver un conflicto. Así como vos	Comunicación dialógica	Interlocutor	Interacción directa

4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL

4.2.1 Análisis Categorical

Aquí se evidencia los resultados que se recogieron de los instrumentos de recolección de la información, con sus categorías y subcategorías previamente identificadas en una tabla de Excel, en donde en cada uno de los gráficos podemos evidenciar la frecuencia de las categorías que previamente analizamos, si tiene grado de concordancia con las que nos arrojaron los instrumentos.

En los resultados de la categorización de la entrevista semiestructurada, para darle descripción al primer objetivo de la investigación. se encontró que se hace referencia a las categorías: **Estrategia, tácticas y temáticas.**

La primera categoría hace referencia a las acciones planificadas que comprenden una serie de tácticas que son mediadas para conseguir un objetivo es por esto que se relaciona con el marco teórico de acuerdo a la pregunta ¿Explícame con tus propias palabras que es para ti la estrategia "Ciudadanos como Vos"? se logró evidenciar una relación en la definición del concepto. La categoría estrategia también tiene relación con la tercera pregunta dónde nos habla de los objetivos, actitudes, tareas y recursos que conforman la estrategia. De este proceso emerge una categoría: Comunicación Estratégica ya que esta es implementada sobre tácticas puntuales.

Como se evidencia en la siguiente tabla los detalles del resultado.

Tabla 3.

Entrevista semiestructurada 1

Categoría	Subcategoría		Entrevista	Entrevista	Marco Teórico
ESTRATEGIA	convivencia, acciones cotidianas, comportamientos prosociales	1. ¿Expícame con tus propias palabras que es para ti la estrategia "Ciudadanos como Vos"?	Es una estrategia que busca normalizar los comportamientos prosociales de las personas. Las acciones cotidianas que contribuyen positivamente a la convivencia y a la cultura ciudadana.	Bueno ciudadanos como vos es una estrategia de cultura ciudadana que busca (...) transformar algunos comportamientos que son nocivos para la convivencia a través de estrategias de visibilización, reconocimiento y agradecimiento y basado como en el modelo de normas sociales de algunos elementos de la economía del comportamiento.	"Ciudadanos como vos", es una estrategia de cultura ciudadana que se ha propuesto desde la alcaldía de Medellín, pretende instaurar una narrativa de confianza interpersonal con el reconocimiento mutuo entre ciudadanos, a través de una visibilización positiva, de personajes, historias y datos que contribuyen a la convivencia y a la cultura ciudadana. Esta estrategia está inspirada en la potencia de

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 4.

Entrevista semiestructurada 2

Categoría	Subcategoría		Entrevista	Entrevista	Marco Teórico	Categoría emergente
ESTRATEGIA	Confianza Ciudadana	3. Podría explicar ¿Cuáles son los objetivos, las actitudes, las tareas y los recursos que conforman la estrategia?	"Ciudadanos Como Vos" es una estrategia de cultura ciudadana que pretende instaurar una narrativa del reconocimiento mutuo en la ciudad a través de la visibilización positiva de personajes, historias y datos que contribuyen a la convivencia y a la cultura ciudadana. esta estrategia esta inspirada en la potencia de agradecer, visibilizar y ejemplificar lo cotidiano para inspirar cambios en el comportamiento colectivo.	Ciudadanos como vos, se basa específicamente en dos objetivos, el primero es instalar en Medellín una conversación que resalte las acciones y disposiciones pro sociales de manera cotidiana y reconozca el compromiso silencioso de cientos de miles de ciudadanos a contribuir a la convivencia y a la cultura ciudadana, el segundo objetivo es igualar, las expectativas y acciones ciudadanas destacando que las acciones y disposiciones	2.9 TACTICAS CIUDADANOS COMO VOS La estrategia Ciudadanos como vos se implementa sobre tres tácticas puntuales que se nombran a continuación.	comunicación Estratégica "se hace referencia a la importancia que tiene está en lo concerniente a la creación de proyectos y objetivos comunicacionales desde una perspectiva de movilidad y capacidad de acción que contribuyan al reconocimiento e interacción entre los sujetos sociales" (Garrido, 2000)

Nota. Elaboración Propia.

Dando continuidad, los resultados de la segunda categoría hace referencia a los componentes de "Ciudadanos como Vos" donde la estrategia se implanta sobre tres

tácticas (1) Apropiación Ciudadana, (2) Comunicación Pública y (3) Movilización territorial.

Tabla 5.

Entrevista semiestructurada 3

Categoría	Subcategoría		Entrevista	Entrevista	Marco Teórico
TÁCTICA	(1) Movilización territorial (2) Apropiación Ciudadana (3) Comunicación pública	4. ¿Cuáles son las 3 Tácticas creadas para la estrategia y su función?	<p>Movilización territorial: todas las acciones que se hacen sobre la estrategia en el territorio</p> <p>Apropiación: el objetivo era poner a la gente a hablar de ciudadanos como vos de la estrategia y de esas acciones positivas</p> <p>Comunicación: el objetivo era generar contenidos indirectos que pusieran a hablar a las personas de esas acciones y que las dieran a conocer</p>	<p>En ciudadanos como vos, existe tres componentes o tácticas que componen la estrategia, movilización territorial, apropiación ciudadana y comunicación pública, en movilización territorial los ciudadanos como vos en las calles, esa táctica reúne todas las acciones que se desarrollan directamente en la calle desde las activaciones que promete poner en el espacio público y la agenda de ciudadanos como vos, con las intervenciones mas</p>	<p>La Apropiación Ciudadana incluye todos los esfuerzos y actividades dirigidas a que el mensaje general, los objetivos y la conversación propuesta por Ciudadanos Como Vos sean replicados, asumidos y discutidos por la ciudadanía. Esto supone el desarrollo de herramientas de incidencia y la movilización de grupos y actores clave para la generación de conversaciones públicas y contenido complementario. La táctica</p>

Nota. Elaboración Propia.

Estas tácticas reúnen las acciones que se llevan a cabo por la Secretaria de Cultura Ciudadana y lo que se quiso lograr por medio de la estrategia en los ciudadanos de Medellín. Es por esto que, al relacionarla con el marco teórico, de acuerdo a la pregunta ¿Cuáles son las tres Tácticas creadas para la estrategia y su función? se evidencio que existe una correlación.

Así mismo con la respuesta anterior, los resultados de la tercera categoría hacen referencia a la estrategia de Cultura Ciudadana para Medellín, esta hace alusión a una prioridad la cuales son: Movilidad segura y sostenible, convivencia y espacio público, sostenibilidad y medio ambiente, cultura tributaria y legalidad. Al relacionarla con el marco teórico, de acuerdo a la pregunta ¿Cuáles son las temáticas o las problemáticas que intervienen en la estrategia?

Se evidencio que no hay una relación directa entre las definiciones como evidencia en el siguiente cuadro.

Tabla 6.

Entrevista semiestructurada 4

Categoría	Subcategoría		Entrevista	Entrevista	Marco Teórico
TEMÁTICAS	(1) Movilidad segura y sostenible (2) Convivencia y espacio público (3) Legalidad y cultura tributaria (4) Basuras y disposición de residuos (5) Transformación cultural	5. ¿Cuáles son las temáticas o las problemáticas que intervienen en la estrategia?	Movilidad segura y sostenible desde el punto de vista de • Accidentalidad Convivencia y espacio público se enfocaron en • Riñas • problemas de Basuras • Ruido • Apropiación espacio público Cultura tributaria y legalidad y se hablo • Cultura tributaria, o sea del pago de contribuciones y el acompañamiento • Compra y venta de artículos robados	Bueno eso lo mencione en otra pregunta, pero básicamente son temáticas de convivencia de violencia intrafamiliar, violencia interpersonal, disposición de basuras, culturas de la legalidad el tema de medio ambiente y una gran gran temática, digamos de toda la estrategia es la confianza interpersonal que consideramos es como la base digamos del capital social, desarrollo de una sociedad entonces por eso consideramos que es tan	Los resultados de las seis mediciones de cultura ciudadana que se han realizado en la ciudad de Medellín desde 2007 hasta la fecha ponen en evidencia que la cultura no es lineal ni estática y que los cambios comportamentales y actitudinales requieren de un trabajo sistemático de Cultura Ciudadana para que sean sostenidos en el tiempo, es importante resaltar el enorme compromiso de la administración.

Nota. Elaboración Propia

En los resultados de la categorización de la entrevista semiestructurada, para darle descripción al tercer objetivo de la investigación. se encontró que se hace referencia a las categorías: **Herramientas de aprendizaje, Ed comunicación, didáctica de medios.**

La primera categoría hace referencia a las herramientas que fomenten un proceso enseñanza – aprendizaje, es claro que esta se da y se sustenta en un entorno dialógico constructivo y colaborativo, que permita el cambio y que determina instancias de interacción y conocimiento imprescindibles para que se produzcan procesos de transformación individual y social, ya que la construcción del conocimiento se inicia en un plano intersubjetivo que va concretándose en una construcción personal. Es por esto que se relaciona con el marco teórico de acuerdo a las preguntas.

¿Cuál es el papel que cumple la dirección y área de comunicaciones, como emisores de la estrategia? se logra evidenciar que no hay una relación en la definición del concepto como se evidencia en la tabla.

Tabla 7.

Entrevista semiestructurada 5

Categoría	Subcategoría		Entrevista Comunicadora	Entrevista Directora	Marco Teórico
HERRAMIENTAS DE APRENDIZAJE	Comunicación Dialogica	15. ¿Cuál es el papel que cumple la dirección y área de comunicaciones, como emisores de la estrategia?	Bueno eso es muy fundamental y es que cualquier estrategia, por buena que sea, si no se comunica, si no se cuenta si no se da a conocer pues digamos que es un poco inutil, no tiene posibilidad de ser exitosa si no se da a conocer.	No aplica	Por otra parte, Mario Kaplún, en su libro Una pedagogía de la comunicación afirma que la educomunicación: « (...) tendrá por objetivo fundamental el de potenciar a los educandos como emisores, ofreciéndoles posibilidades, estímulos y capacitación para la autogeneración de mensajes. Su principal función será, entonces, la de proveer a los grupos educandos de canales y

Nota. Elaboración Propia

La herramienta de aprendizaje esta también relacionada con la pregunta ¿Creen ustedes que hay un diálogo igualitario entre emisores y receptores? ¿Sí, no por qué? eso hace referencia a que en una comunidad de aprendizaje la fuerza está en los argumentos más que en la posición jerárquica de quién está hablando. Se logró evidenciar que hay una relación en la definición del concepto como se evidencia en la tabla.

Tabla 8.

Entrevista semiestructurada 6

Categoría	Subcategoría		Entrevista Comunicadora	Entrevista Directora	Marco Teórico
HERRAMIENTAS DE APREDIZAJE	Dialogo Igualitario.	16. ¿Creen ustedes que hay un diálogo igualitario entre emisores y receptores? Si, no por qué?	Bueno digamos que los canales si abrieron, que sea igualitario o no, eso depende de que tanto la sociedad o la población se hayan apropiados de esos canales que se abrieron, nosotros teniamos por ejemplo las redes sociales de la alcaldía de Medellín, se abrieron concursos de cronica, de fotografía para el reporte ciudadano y funcionaron , digamos que en teoría no tanto como nosotros esperabamo, pero se dio estos resultados.	Si, yo creo que si hay un dialogo igualitario, digamos que viendonos a nosotros de la estrategia como emisores y a la ciudadanía en general como receptores, creo que si es un dialogo igualitario porque nosotros ponemos tema sobre la mesa y digamos que la ciudadanía se vuelve participe digamos de estos mensajes discutiendo, reflexionando, comentando acerca de estos mensajes	Dialogo Igualitario Este ocurre siempre que se tienen en cuenta las contribuciones de cada una de las personas que pueden participar en él, ya que cada uno va tener la misma oportunidad de hablar y de poder ser escuchados, teniendo en cuenta que la fuerza está en la calidad que se tenga de los argumentos en todo el sentido de lo que se defiende y no de la posición jerárquica de quien habla, todas las contribuciones que se

Nota. Elaboración Propia

Así mismo, la pregunta ¿Consideran que en la estrategia “Ciudadanos como Vos” hay feedback entre emisores y receptores? ¿Sí, no por qué? cuenta también con una relación con la categoría Herramientas de aprendizaje, esto se da y hace referencia a la comunicación dialógica, como proceso de comunicación humana que se da en el diálogo donde los interlocutores cumplen con un rol de emisores y receptores, generando así retroalimentación en su proceso de aprendizaje.

Se logra evidenciar que hay una relación en la definición del concepto como se evidencia en la tabla.

Tabla 9.

Entrevista semiestructurada 7

Categoría	Subcategoría		Entrevista Comunicadora	Entrevista Directora	Marco Teórico
HERRAMIENTAS DE APREDIZAJE	Comunicación dialógica Canal	17. ¿Consideran que en la estrategia Ciudadanos como Vos hay feedback entre emisores y receptores? Si, no por qué?	si lo hay, se abrieron canales y como lo mencione en la respuesta anterior, pues mucha gente los utilizo, quien quiso realmente, pudo hacer uso de esos canales.	Sí, lo que mencionaba antes las redes sociales son ese espacio en que los receptores pueden dar ese Feedback, adicionalmente en los talleres en las cosas que hemos hecho en la calle también pues hemos intentado darle mucha voz a los ciudadanos de manera que sean pues ellos mismos que crean y construyen digamos la estrategia	La comunicación dialógica es una definición sintética que pretende una universalidad, desde esta se puede comprender y explicar cualquier forma de comunicación humana, pero también se puede ordenar e integrar otras definiciones contingentes, esta teoría sostiene que la comunicación es una interacción, supone de un vínculo entre, al menos dos realidades, este vínculo implica actividad y reciprocidad entre ambas

Nota. Elaboración Propia

Dando continuidad a los resultados de la segunda categoría que hace referencia a la educomunicación, está relacionada con las preguntas ¿Cree usted que existen nociones de educomunicación en la estrategia Ciudadanos Como Vos? ¿Sí, no por qué? y la pregunta ¿Esta estrategia está ligada con procesos de enseñanza – aprendizaje? ¿Sí, no por qué? el termino es implementado en los elementos prácticos que proponen otros tipos de aprendizaje a los emisores y receptores para compartir saberes que permite tener un impacto en el modo de participar en la sociedad.

Se logra evidenciar que existe una relación con la definición del concepto desde sus elementos como se evidencia en la tabla.

Tabla 10.

Entrevista semiestructurada 8

Categoría	Subcategoría		Entrevista Comunicadora	Entrevista Directora	Marco Teórico
EDUCOMUNICACIÓN	Elementos educacionales	12. ¿Cree usted que existen nociones de educucción en la estrategia ciudadanos Como Vos? ¿Si, no por qué ?	Yo diría que sí, como mencioné anteriormente, en las ciencias de comportamiento se habla de que los seres humanos actuamos por imitación, entonces desde ese punto de vista (...) se evidenciaron comportamientos positivos por imitación, por ejemplo cuando uno va cruzar un semáforo peatonal en rojo, la mayoría de la personas se fijan si las otras personas se están pasando el semáforo o no y si uno se para a esperar que el semáforo	Yo creo que sí, digamos que en nuestras estrategias y mensajes de comunicación, están orientados a poner tema sobre la mesa a generar reflexión (...) a tumbar prejuicios o preconociones, entonces yo creo que sí hay nociones de educucción porque si bien no pretendemos que el estado sea como quien pone en marcha la estrategia y eduque a los ciudadanos, si pretendemos como poner una conversación y hacer a los	La educación en la comunicación, como su término indica Educación, tiene como principal meta lograr ciudadanos responsables y participativos, con capacidad crítica, creadores en común de soluciones de los problemas, que cuestionen la información que reciben, que informen, opinen, se procuren sus propias fuentes de información. Las nuevas tecnologías agilizan los procesos informativos, pero no son la solución si no promueven la comunicación; para la educucción es vital aprender a leer, tanto textos como imágenes, y los ordenadores y sus programas se convierten en instrumentos para lograrlo con mayor calidad. "El ideal de aislado y conectado a una máquina niega en los hechos el carácter social del aprendizaje. La navegación solitaria en las autopistas de la información no puede
EDUCOMUNICACIÓN	Elementos educacionales	13. ¿Esta estrategia está ligada con procesos de enseñanza – aprendizaje? ¿Si, no por qué?	Si claro, creo que ella está ligada del punto de vista de la adopción de sus comportamientos o el uso de un lenguaje, o del contagio digamos, de la amabilidad, de la actitud, de la gratitud de la solidaridad, dependiendo de como se comporte los otros y eso tiene que ver con lo que acabo de decir que la ciencia del comportamiento, las personas actúan por imitación, es un poco relacionado también con la	Pues sí, yo creo por lo que decía anteriormente como que se espera poner tema sobre la mesa, poner a la gente a conversar a reflexionar sobre ciertos temas y además en la estrategia contamos como un componente de apropiación que es el componente digamos en el que se incluyen talleres, cursos (...) si como espacios de formación ya digamos a nivel como más formal en el que se espera digamos como transmitir las nociones	

Nota. Elaboración Propia

Para finalizar, el análisis de los resultados de la tercera categoría con más incidencia en la entrevista semiestructurada, esta hace referencia a las didácticas de medios, este es un recurso que permite el proceso de enseñanza y aprendizaje. Este medio puede realizar diversas funciones, tales como proporcionar información por medio de las Tic en los medios audiovisuales y guiar aprendizajes que permite la relación entre las personas,

Se logra evidenciar que existe una relación con la definición del concepto desde sus elementos como se evidencia en la tabla.

Tabla 11.
Entrevista semiestructurada 9

Categoría	Subcategoría		Entrevista Comunicadora	Entrevista Directora	Marco Teórico
DIDACTICAS DE MEDIOS	Tic	18. ¿Qué medios de comunicación masivos son utilizados en la estrategia para transmisión del mensaje?	Se uso radio, televisión y prensa local y algunos medios nacionales tambien se utilizaron para dar a conocer la estrategia y acciones que se ejecutaron.	Bueno, redes sociales, televisión, radio (...) básicamente han sido esos	DIDÁCTICA DE LOS MEDIOS Cuando se habla de la comunicación se debe entender que no está dada por un emisor que habla y tampoco por un receptor que escucha, si no por más seres que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea solamente a la distancia, pero esta se comparte a través de medios o canales, es gracias a ese proceso que los seres humanos pueden establecer relaciones entre sí, y se puede pasar de existencia individual aislada y se pueda pasar a la existencia social comunitaria, los medios masivos tal como operan actualmente en casi su totalidad no son medios de comunicación, si no medios de información o de difusión, el proceso de la comunicación debe transformarse de manera que se le pueda dar a todos de ser alternativamente emisores y receptores, si definimos el termino de comunicación, también podemos definir en qué clase de sociedad queremos vivir.
DIDACTICAS DE MEDIOS	Tic	20. ¿Cuáles son los canales y flujos de comunicación que ofrecen a la ciudadanía para interlocutar con ella?	Redes sociales de la Alcaldía de Medellín, el microsítio en la WEB, correo electrónico, intervenciones en territorio, talleres de cocreación y eventos académicos.	NO APLICA	Al comunicarse se aprende emisores y receptores tanto en los procesos que tenemos educativos como como comunicativos, se aprenden unos de otros, se intercomunican, pues se dice que el lenguaje es el instrumento del pensamiento, a partir del cual no solamente podemos comunicarnos sino también
DIDACTICAS DE MEDIOS	Tic	21. ¿Cómo logra la participación ciudadana dentro de la estrategia Ciudadanos Como Vos? Explique su respuesta por favor	La participación se logra a través de los concursos y canales de comunicación disuertos para que la gente escriba sus opiniones, cuenta sus historias. Esto se logró también en el encuentro académico y en los talleres de cocreación. El canal de interacción más fuerte, fueron las intervenciones en territorio (experimentos, comparsas, serenatas y talleres de escritura de cartas).	Las activaciones, los mensajes en redes y las piezas publicitarias se enfocan en enseñarlo como parte de esa ciudadanía en Medellín que anda confiando y generando confianza cumpliendo normas y acuerdos y aportando nuevas formas de aportar convivencia, si el comportamiento esta definido según las expectativas colectivas, asumimos que la confianza es fundamental para la cultura ciudadana. ayuda a	

Nota. Elaboración Propia

4.2.2 Análisis de las Fichas

Aquí se evidencia los resultados cualitativos que se recogieron del instrumento de recolección de la información del objetivo específico que es reconocer cuál es la función de los elementos educomunicativos presentes en la generación de contenidos directos e indirectos promovidos por “Ciudadanos como Vos” de la subsecretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín. De acuerdo a esto se identificaron las categorías y subcategorías las cuales previamente fueron identificadas en una tabla Excel, esto nos ayudó a comprender categorías que previamente analizamos, si tienen grado de concordancia con las que nos arrojan los instrumentos.

La primera categoría hace referencia al aprendizaje dialógico y a la subcategoría de inteligencia cultural; en donde las redes sociales hacen referencia a las publicaciones de “Ciudadanos como vos” que visibiliza y reconoce comportamientos, esta es implementada por medio de una campaña de comunicaciones con datos cotidianos positivos realizados en la ciudad, donde procede diálogos que son igualitarios en interacciones en las que se reconoce la inteligencia cultural. Es por esto que, al relacionarla con el marco teórico, se evidenció que en las redes sociales abarcan la categoría, Aprendizaje Dialógico, como se evidencia en la siguiente tabla los detalles del resultado.

Tabla 12.

Categoría de aprendizaje dialógico y subcategoría de inteligencia cultural

RED SOCIAL	PUBLICACIÓN	TÍTULO DE COMUNICACIÓN	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CATEGORÍAS EMERGENTES
FACEBOOK	25 de junio de 2018 ¡En el metro los ciudadanos como vos son ejemplo de cultura ciudadana. Las comparsas de agradecimiento son nuestro regalo para las personas que ceden el puesto y aportan a una	Es una forma de exaltar por medio del agradecimiento una buena práctica ciudadana, en este caso fueron las Comparsas de agradecimiento en el metro de medellin a los ciudadanos que ceden el puesto a quienes lo	Aprendizaje dialógico	Inteligencia cultural	Confianza Ciudadana
	5 de abril del 2018 En la tienda de la confianza no hay quien atienda, cada uno elige un producto, deposita \$ 1.000 y se puede dar devuelta, demostrando que la confianza y el respeto se construyen entre todos.	es una estrategia que enseña y educa a los ciudadanos de medellin el valor de la honestidad, construyendo una cultura de la legalidad	Aprendizaje dialógico	Inteligencia cultural	Educación ciudadana
	2 de mayo 2018 En Medellín, la mayoría del tiempo, los ciudadanos protegen su vida y la de los demás. Con las #FotoCultas resaltamos las buenas acciones, porque de hechos buenos y de #CiudadanosComovos	Se les envía a las personas, la fotoculta que agradece los comportamientos como: detenerse en el cruce peatonal, dar paso a otros vehículos para movernos con fluidez, parquearse en lugares adecuados.	Aprendizaje dialógico	Inteligencia cultural	cultura Ciudadana
	Bus de la confianza fue publicado hace mínimo 55 sem. Por alcaldía de Medellín En el Bus de la Confianza nadie estuvo pendiente del pago. El porcentaje de cumplimiento fue de un 100 %.	construimos confianza en cada acto cotidiano, en todo lo que hacemos a diario, el bus de la confianza es el bus donde el conductor no recibe tu pasaje, Te subes y pagas en el momento indicado, si es del caso te devuelves y	Aprendizaje dialógico	Inteligencia cultural	Confianza Ciudadana

Nota. Elaboración Propia

Figura 2.

Bus de la confianza



Nota. Tomado de Alcaldía Medellín (2019), página de Instagram

Figura 3. Fotocultas



Nota. Tomado de Alcaldía Medellín (2019), página de Instagram

Figura 4.

Comparsas



Nota. Tomado de Alcaldía Medellín (2019), página de Instagram

Figura 5.

Tienda de la confianza



Nota. Tomado de Alcaldía Medellín (2019), página de Instagram

La segunda categoría hace referencia al concepto Comunicación Dialógica, y a la subcategoría interlocutor; en donde en las redes sociales se hace referencia a las publicaciones, gran parte de esas publicaciones consiste en estimular el diálogo y el debate al interior de las comunidades para asegurar que los motores del cambio sean la misma comunidad y el público que es la ciudadanía en general, es por esto que al relacionarla con el marco teórico se evidenció que en las redes sociales abarcan la categoría comunicación dialógica, con una subcategoría diferente, pero la cual hace referencia también al marco teórico, como se evidencia en la siguiente tabla los detalles del resultado.

Tabla 13.

Categoría Comunicación Dialógica

RED SOCIAL	PUBLICACIÓN	TÍTULO DE COMUNICACIÓN	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CATEGORÍAS EMERGENTES
INSTAGRAM	Hace 23 semanas. Alcaldía de Medellín realiza la publicación ¡Así es Medellín! #MedellínSeTransformó	Mostrar que en los barrios de Medellín hay un ambiente de convivencia, de amistad, y colaboración que tienen unos con otros. Tener sentido de pertenencia.	Comunicación dialógica	Interlocutor	Ecosistema comunicativo
	Publicado hace 58 semanas ¿Si te encuentras una factura con dinero la devolverías? Medellín está llena de gente honesta.	Se realizó este experimento social, con el fin de poner una conversación sobre la honestidad	Comunicación dialógica	Interlocutor	Ecosistema comunicativo
	Resolvemos las diferencias a través del diálogo, así generamos confianza ciudadana	En Medellín 8 de cada 10 personas prefieren dialogar para resolver un conflicto. Así como vos	Comunicación dialógica	Interlocutor	Interacción directa

Nota. Elaboración Propia

Figura 6.

Ciudadanos como vos



Nota. Tomado de Alcaldía Medellín (2019), página de Instagram.

Figura 7.

Ciudadanos como vos



Nota. Tomado de Alcaldía Medellín (2019), página de Instagram

Continuando con el análisis, los resultados de la tercera categoría, se evidencia que en la red social tiene una estrecha relación con los recursos tecnológicos, “Ciudadanos como Vos” se vale de la tecnología para cumplir con su plan de medios en los mensajes indirectos, se evidencio que en las redes sociales se abarca esta categoría con la subcategoría medios audiovisuales, se evidencia en la siguiente tabla los detalles de los resultados.

Tabla 14.

Categoría Red Social

RED SOCIAL	PUBLICACIÓN	ETIVO DE COMUNICACIÓN	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	CATEGORIAS EMERGEN
	Hace 46 semanas, @alcaldiademed publica. La solidaridad y el respeto con las personas mayores son acciones que ayudan a la construcción de cultura ciudadana. #MedellínVamosPorBu	"Ella todos los días da la mano a quien lo necesita, ASÍ COMO VOS"	Recursos tecnológicos	Expresión y comunicación	
	Hace 46 semanas @alcaldiademed publica Cuando te mueves en transporte público le aportas al medio ambiente y a la movilidad sostenible.	"Ellos todos los días eligen moverse en transporte público, ASÍ COMO VOS"	Recursos tecnológicos	Medios audiovisuales	Generación de contenidos indirectos
TWITTER	23 de abril del 2018 Ciudadanos de bien que ciudan y respetan su ciudad.	En Medellín 9 de cada 10 personas se sienten orgullosas de la ciudad. Así como vos	Recursos tecnológicos	Medios audiovisuales	
	05 de abril del 2018 Estamos orgullosos del corazón de nuestra ciudad, #ciudadanosComoVos se sienten orgullosos del centro de Medellín.	En Medellín 6 de cada 10 personas se sienten orgullosas del centro. Así como vos	Recursos tecnológicos	Medios audiovisuales	

Nota. Elaboración Propia

Figura 8.

Ciudadanos como vos



Nota. Tomado de Alcaldía Medellín (2019), página de Twitter.

Dentro de este marco, se logra identificar elementos educomunicativos, que nos permitieron realizar una descripción y reconocer la función dentro de la estrategia “Ciudadanos como Vos”, estos elementos permitieron poner en conversación a un grupo de personas facilitando procesos de aprendizaje en la sociedad.

La comunicación dialógica, y la didáctica de medios a través de tecnologías como medios formativos, abrieron en esta estrategia procesos que acercaron a los ciudadanos a una apropiación, y a que el mensaje general fuera asumido y discutido por los ciudadanos en Medellín.

El desarrollo de una comunicación educativa que tiene la capacidad de interesar o impulsar acciones en cada una de las personas motiva, moviliza y despierta el interés del aprendizaje para la generación de conversaciones públicas.

Para finalizar, una buena función de elementos educomunicativos propicia espacios y metodologías que permiten que los participantes sean los protagonistas de su desarrollo, desde una narrativa de confianza interpersonal la cual pretende instaurar dichos mensajes directos e indirectos que fueron dados por un canal como medio físico por el cual se transmitió. Su enfoque fue la co-creación ciudadana, hizo posible el contacto entre el emisor y el receptor, todo gracias a el desarrollo de un plan de medios y una agenda de comunicaciones apoyada por las Tic.

“Ciudadanos como Vos” reunió todas las acciones en “La calle”, desde activaciones que permitieron poner en el espacio público la movilización territorial y la comunicación pública como instrumento de participación ciudadana.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo general de este trabajo se centró en la comprensión de la función de los elementos educomunicativos que utilizó la Alcaldía de Medellín en el Año 2018 presentes dentro de la estrategia “Ciudadanos Como Vos” realizada por la Subsecretaría de Cultura Ciudadana, en ese sentido se logró identificar que gran parte de toda la información consiste en la estimulación del diálogo y el debate al interior de las comunidades logrando asegurar un impacto y que los motores de cambio sean la misma comunidad y el público que es la ciudadanía en general.

En cuanto a la identificación de los elementos educomunicativos dentro de la estrategia “Ciudadanos Como Vos” y sus tres tácticas se logró identificar la ubicación en cuanto a reproducir la información y su impacto en llegar a la comunidad que había seleccionado. La educación que estos elementos utilizaba generaba un impacto en las costumbres de los pobladores, a su vez, la estrategia con las imágenes de exclusión hacía que su contenido educativo y programática fuera más efectivo en materia de sociedad y a las realidades sociales dentro de un contexto determinado.

Al describir los elementos educomunicativos que se manifiestan dentro de la estrategia “Ciudadanos Como Vos” se logra percibir que el conectivismo presupone la existencia del conocimiento y el aprendizaje en dispositivos, que indiscutiblemente abre los debates en torno a las nuevas formas de escritura y lectura, que si por una lado puede considerarse como un elemento educativo donde se puede expresar nuevas ideas mediante otros medios de información, asimismo, un exceso de estos productos y de tecnología en la sociedad actual llevaría a una progresiva deshumanización y pérdida de valores, no obstante de tratar de conseguir por medio de esta estrategia, ciudadanos creadores de sentidos, que sean capaces de reflexionar y replicar comportamientos cumplidores ya que poseen una inteligencia relacionada a la cultura de su contexto en particular.

Finalmente, el reconocimiento de las funciones de los elementos educomunicativos presentes en la generación de contenidos directos e indirectos

promovidos por “Ciudadanos como Vos” de la subsecretaría de Cultura Ciudadana de la alcaldía de Medellín se concentran en cuatro aspectos: el dialogo igualitario entre la subsecretaría y su proyecto con la comunidad objeto del estudio o contexto donde se implanta; el diálogo igualitario que favorece el acercamiento entre la comunidad y el Estado territorial, que genera comunicación pública como instrumento de participación ciudadana y que a través de ella hay un dialogo igualitario, donde cada una de las personas que participan tienen la oportunidad de hacer parte de eso diálogos y son escuchados. La inteligencia cultural se da con las técnicas y estrategias educomunicativas que permiten y dejan en la sociedad cambios en las personas y en los contextos donde viven.

Como recomendación, es importante que se sigan llevando a cabo estas estrategias que le permitan al ciudadano instaurar una narrativa de confianza interpersonal, cumplimiento y comportamientos en pro de la sociedad dados a través de su plan de medios que llevan a cabo: publicaciones digitales, videos, afiches, vallas, e-card, para compartir historias positivas que contribuyen con la cultura ciudadana y será referente para seguir teniendo acciones que permitan poner en conversación a un grupo extenso de ciudadanos.

Como tema exploratorio que ha tenido poco estudio, por medio de la educomunicación se puede trabajar e investigar los referentes desde los que puede ser concebida la comunicación pública como herramienta que favorece la participación de los ciudadanos, y así poder abrir nuevos aprendizajes que le permitan a la sociedad campos en la democracia, por medio de esas nuevas investigaciones se puede entender la participación como el proceso por el cual los ciudadanos se vuelven gestores de iniciativas, constructores de propuestas colectivas de comunidad que no espera que las administraciones públicas den el primer paso.

6. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

6.1 PRESENTACIÓN

A continuación, se presentará el artículo investigativo, producto final del trabajo de investigación que contiene la introducción a la temática abordada, la ruta conceptual y la metodología que guio el proceso de investigación y el cual se desarrolla para establecer y generar credibilidad a través del proceso investigativo. En esta investigación de pregrado se logró identificar la función de los elementos educomunicativos y la manera como se relaciona con los procesos de enseñanza-aprendizaje dentro a través de los experimentos sociales a los ciudadanos de Medellín

6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El artículo se realizó con el fin de comunicar los resultados provenientes de la investigación, al igual que ideas y debates de manera concisa y clara, esta investigación se hace con el fin de aportar a los ciudadanos en general, la importancia de la educación en materia de comunicación; para el desarrollo de un proyecto de construcción de cultura ciudadana.

En esta investigación es importante ya que hace parte de la investigación explotaría, porque es un tema que ha sido poco estudiado, al mismo tiempo, se ha basado en el campo de la comunicación, para así poder llegarle a todos los ciudadanos por medio de los mensajes en función de sus características.

6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

Para llevar a cabo la realización del artículo, fue necesario seguir los siguientes pasos: título del artículo que no superara los 80 caracteres, nombre completo del autor, resumen en español e inglés, descriptores o palabras claves en español e inglés, introducción, ruta conceptual, ruta metodológica, resultados, discusiones, referencias

6.4 PRODUCTO

ELEMENTOS EDUCOMUNICATIVOS COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE EN PROCESOS DE PARTICIPACIÓN Y CULTURA CIUDADANA DESARROLLADOS POR LA ESTRATEGIA “CIUDADANOS COMO VOS”

Edocummunication elements as a learning tool in citizen culture participation developed by “*ciudadanos como vos*” strategy

RESUMEN

En este informe de investigación de pregrado se presentan los resultados obtenidos de la función de los elementos educomunicativos presentes en la estrategia “Ciudadanos como Vos” de la subsecretaria de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín, del cual se desprenden tres objetivos específicos, los cuales pretenden: identificar, describir y reconocer los elementos Educomunicativos que se encuentran dentro de la estrategia y en la generación de contenidos directos e indirectos promovidos por “Ciudadanos como Vos”

La educomunicación propone nuevos tipos de aprendizaje con las que se puede trabajar en las actitudes, comportamientos y decisiones. Los mensajes promovidos por “Ciudadanos como vos” proponen intervención en la educación a través del uso de las TIC y espacios de interacción social, además, se promueve momentos donde se da el diálogo y donde el ciudadano desarrolla pensamiento crítico ante la sociedad.

Para ello, el paradigma que se utilizó es histórico hermenéutico mediante un estudio de caso. Los instrumentos como la revisión documental y la entrevista semiestructurada permitieron extraer e integrar la información, y conocer a fondo la estrategia. Los resultados revelan que el desarrollo de una comunicación educativa tiene la capacidad de impulsar acciones en cada una de las personas ya que motiva, moviliza y despierta el interés para la generación de conversaciones públicas. De esta manera se evidencia la transformación social ejercida por la educomunicación

Abstract:

This investigation report presents the results of the educommunication elements in the strategy “*Ciudadanos como Vos*”, which is part of the Citizen Culture Under Secretary office from the Medellín’s Mayoralty. There are three specific objectives in the strategy: identify, describe and recognize the educommunicational elements and the direct and indirect content creation that “*Ciudadanos como Vos*” promoted.

Educommunication propose new learning types work with attitudes, behaves and decisions. Messages from “*Ciudadanos como vos*” strategy promoted an intervention in education using ITS (Information Technologies), social interactions spaces as well as dialogue moments where the citizen develops critical thinking facing the society.

The approach used in the investigation was historical hermeneutic through a Case Study Method. The documentary review and the semi structured interview allowed extract and integrate information to know deeply the strategy. The results reveal that an educative communication has the capacity to impulse actions in people because they feel interested in the generation of public conversations. This is the way the educommunication creates social changes.

Descriptores: Educomunicación, cultura ciudadana, comunicación dialógica, herramienta de aprendizaje, mensaje, TIC o medios tecnológicos, interacción social.

Key words: Educommunication, Citizen Culture, dialogic communication, message, Information Technologies IT, social interaction.

Introducción

Con este artículo se tiene como propósito exponer los elementos y resultados más relevantes del trabajo investigativo llamado, Elementos Educomunicativos presentes en la estrategia “*Ciudadanos como Vos*” de la Subsecretaria de Cultura Ciudadana de la ciudad de Medellín en el año 2018, su propósito fue instaurar una narrativa de confianza interpersonal con el reconocimiento mutuo entre ciudadanos, a través de una representación positiva, de personajes, historias y datos que contribuyen a la convivencia.

El enfoque del análisis del presente texto está propuesto en la importancia de la educomunicación, como mediador social entre los textos (mensaje) y los contextos de emisores y receptores; la estrategia nos permite comprender la realidad, el dominio del lenguaje y los procesos comunicativos que se encuentran en la interacción social. Se ha propuesto como objetivos específicos de esta investigación identificar los elementos educomunicativos dentro de la estrategia “Ciudadanos Como Vos” y sus tres tácticas, desde la visión de la dirección y los documentos técnicos propuestos por la Subsecretaría de Cultura Ciudadana para su ejecución; describir los elementos educomunicativos que se manifiestan dentro de la estrategia y, por último, reconocer cuál es la función de los elementos educomunicativos presentes en la generación de contenidos directos e indirectos.

Esta investigación es indudablemente una temática importante, por cuanto este campo del conocimiento se encuentra en un proceso de consolidación.

Su campo de la educación en materia de comunicación acerca a los ciudadanos a construir un mensaje a través de un uso racional, coherente y creativo de sonidos, textos, imágenes, que los educan en las situaciones culturales, políticas, económicas de los sujetos (actores).

La educomunicación propone nuevos tipos de aprendizajes, que utilizan recursos tecnológicos como medio por el cual se emite la información, las nuevas relaciones en la comunicación nos permiten tener una buena correlación en los ámbitos de nuestra vida. Por medio de la educomunicación se puede trabajar en las actitudes, en los comportamientos y en las decisiones de las personas considerando la relación con la sociedad. Al mismo tiempo, aborda los valores teórico-prácticos, la didáctica de medios, la comunicación dialógica y los medios tecnológicos de esta forma concebimos que el hecho educativo es, esencialmente, un hecho comunicativo.

Ruta Conceptual:

Para la investigación realizada se utilizó como guía de conceptos y teorías los siguientes autores y citas:

EDUCOMUNICACIÓN

En definitiva, una acción educativa es, en esencia, una acción comunicativa:

Salanova. (2011) nos dice que los conceptos educación y comunicación, han ido durante décadas por caminos diferentes, cuando no han sido antagónicos, distorsionados y confundidos con otros procesos similares, o complementarios, como los de instrucción, información, etc. Las educaciones en materia de comunicación deben quedar unidos y claros, comunicadores de relevancia ya han intentado desde hace algún tiempo acuñar el termino **Educomunicar**.

(Comunicación y Educación, párrafo1)

La educación y la comunicación tienen elementos en común y su principal meta es formar ciudadanos participativos, creadores de soluciones de problemas, con competencia crítica, que pongan en duda la información que reciben; pero que también informen. (Martínez-Salanova, 2011)

Las nuevas tecnologías agilizan los procesos informativos, pero no son la solución si no promueven la comunicación; para la educomunicación es vital aprender a leer, tanto textos como imágenes, y los ordenadores y sus programas se convierten en instrumentos para lograrlo con mayor calidad. “El ideal de aislado y conectado a una maquina niega en los hechos el carácter social del aprendizaje. La navegación solitaria en las autopistas de la información no puede reemplazar el aprendizaje, que es esencialmente social” (Kaplún, 1998, citado en Martínez -Salanova,2011)

HERRAMIENTAS DE APRENDIZAJE

La relación pedagógica se convierte en una situación de aprendizaje compartido entre los que se comunican entre sí y que, al hacerlo, construyen el hecho educativo, cuyo principal objetivo es el de desarrollar un pensamiento crítico ante la situación del mundo y sus mensajes. “El aprendizaje dialógico se produce en interacciones que aumentan el aprendizaje instrumental, favorecen la creación de sentido personal y social, están guiadas por principios solidarios y en las que la igualdad y la diferencia son valores compatibles y mutuamente enriquecedores” Aubert, Flecha, A, García, C, Flecha, R. Racionero. et al. (2008).

Educomunicar es utilizar todos los medios al alcance para recibir una retroalimentación, construir conocimiento apoyado en una colaboración activa de sus miembros; facilitar la actuación como emisores entre todos los ciudadanos y fomentar una educación activa. Así mismo, (Lora, 2016) expone que:

partiendo de que todo acto humano es una forma de comunicación, de que los medios de comunicación ocupan un lugar central en nuestra sociedad y en nuestras vidas y de que la verdadera educación debe seguir siendo el proceso transformador de hombres y mujeres, desde estas líneas de trabajo aspiramos a colocar la Educomunicación en el lugar que creemos debería tener, como una herramienta imprescindible para que estas realidades proyecten todo su potencial en beneficio del ser humano (p. 6).

COMUNICACIÓN DIALÓGICA

El aprendizaje se basa en el concepto de que las personas aprenden según a las múltiples interacciones entre ellas y se dan a través del dialogo, el cual hace posible que se produzca el aprendizaje y se sustenta en unos principios básicos: aprendizaje dialógico, diálogo igualitario, inteligencia cultural, transformación y creador de sentido.

DIDÁCTICA DE LOS MEDIOS

Cuando hablamos de la comunicación se debe entender que no está dada por un emisor que habla y tampoco por un receptor que escucha, si no por seres que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea solamente a la distancia. La comunicación se comparte a través de medios o canales, es gracias a ese proceso que los seres humanos pueden establecer relaciones entre sí, los medios masivos tal como operan actualmente en casi su totalidad no son medios de comunicación, si no medios de información o de difusión y su didáctica permite que hoy en día podamos aprender, replicar y construir sociedad a través de la información que nos comparten.

Ruta Metodológica

El Paradigma utilizado en la investigación es el Histórico Hermenéutico, con un tipo de investigación estudio de caso, esta investigación tuvo como objeto de estudio la estrategia “Ciudadanos como vos” de la Subsecretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín, se gestó en el segundo semestre del año 2018 en la ciudad de Medellín donde fue implementada.

Técnica de generación y recolección de la información:

1. Entrevista semiestructurada.

2- Revisión Documental.

Resultados

La estrategia “Ciudadanos como Vos” de la subsecretaria de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín, a través de su estrategia, nos arroja aspectos importantes que se dan en los procesos de aprendizaje en la sociedad y que desconocen como elementos educomunicativos: pero que se encuentran presentes en las prácticas educativas y comunicativas que diariamente utilizamos en el entorno.

Las herramientas que fomenten un proceso de enseñanza – aprendizaje sustentando en un contexto dialógico constructivo y colaborativo permite el cambio y determina instancias de interacción y retroalimentación, estas son imprescindibles para que se produzcan procesos de transformación individual y social a través del diálogo. Encontramos la apropiación de las tecnologías como medios formativos que representan un ente de información, contenedor de una buena parte de los conocimientos, que transforman y forman culturalmente en los ciudadanos.

La educación en materia de comunicación, acerca a los procesos de desarrollo o cambio social, ya que en su proceso práctico los individuos y la comunidad se apropia de los mensajes que son entregados por “Ciudadanos Como Vos” para otorgar la capacidad de que los ciudadanos repliquen comportamientos cumplidores y sean ellos quienes identifiquen y solucionen los problemas a los que se enfrentan.

La capacidad que los ciudadanos adquieren por parte de estas estrategias, permite una inteligencia relacionada a la cultura, esta inteligencia considera la comunicación para llegar acuerdos y consensos, cognitivos, éticos y afectivos.

Durante el resultado se percibe que “Ciudadanos como Vos” es una estrategia que concibe la comunicación “de todos para todos”, que se centra en el proceso, que inicia cuando un estímulo conduce como detonante del diálogo.

“Ciudadanos como Vos” por medio de sus tres tácticas, creo y integro la estrategia desde el ámbito de la Educación en materia de Comunicación y las nuevas tecnologías, que permitió mayor desarrollo y proceso más eficaces de transmisión de conocimientos, la apropiación ciudadana, la movilización territorial y la comunicación pública centra los objetivos desde la adquisición de procesos pedagógicos y comunicativos.

La Apropiación Ciudadana incluye todos los esfuerzos y actividades dirigidas a que el mensaje general, los objetivos y la conversación propuesta por “Ciudadanos Como Vos” sean replicados, asumidos y discutidos por la ciudadanía. Esto supone el desarrollo de herramientas de incidencia y de movilización de grupos y actores clave para la generación de conversaciones públicas y contenido complementario.

El enfoque usado es la co-creación ciudadana, propiciando espacios y metodologías que permitan que los participantes sean los protagonistas de su desarrollo, desde una narrativa de confianza interpersonal la cual pretende instaurar dichos mensajes directos o indirectos, dados por un canal que ha sido el medio físico a través del cual se transmite y su función esencial es hacer posible el contacto entre el emisor y el receptor que permitan poner la conversación a un grupo extenso de ciudadanos. Su desarrollo depende de un plan de medios y una agenda de comunicación apoyada en las TICS.

Nada de esto puede darse sin Movilización Territorial, ya que esta táctica reúne todas las acciones que se desarrollan en “la calle”, desde activaciones que permiten poner en el espacio público la agenda de Ciudadanos Como Vos, hasta las intervenciones más

duraderas en términos de instalaciones o programaciones permanentes. Todo esto con la ayuda de la comunicación estratégica.

Kaplún habla de un modelo que pone énfasis en los efectos y consiste en moldear la conducta de las personas con objetivos previamente establecidos. Este modelo que se expone sirve para “Persuadir” a los ciudadanos de adoptar ciertas formas de pensamiento o cambio en la actitud. Finalmente, la función de los elementos educomunicativos encontrados en las acciones de la estrategia “Ciudadanos como Vos” pretende que la reflexión en torno al mensaje, sea convertida en hábito a partir de procesos de reforzamiento, la retroalimentación que se evidenció en los contenidos promovidos por la estrategia, permite saber que el mensaje enviado por medio de sus experimentos sociales ha tenido efecto, se demuestra en las acciones de los ciudadanos en el cambio de actitud y la simpatía con la estrategia.

Conclusiones

- El análisis desarrollado nos demuestra que en la estrategia “Ciudadanos como Vos” se encuentran elementos educomunicativos que ellos conciben como estrategia comunicativa y el cuál no conocían a grandes rasgos el término educomunicar

esta investigación se encontró que es posible dar cuenta de la Educación en materia de comunicación en procesos prácticos que se dan a través de las tácticas creadas por “Ciudadanos como Vos” ya que a través de ellas se fomentan procesos de participación y cultura ciudadana. Por medio de la estrategia se logró el diálogo al interior de las comunidades y en un espacio público; donde los ciudadanos construyen prácticas que instaura narrativas de confianza interpersonal y reconocimiento mutuo, a través de ese mensaje e historias que contribuyen a la convivencia, a la inteligencia cultural y la transformación de una sociedad.

“Ciudadanos como Vos” vincula al ciudadano al entorno e instaura al crecimiento personal por medio de las dinámicas de aprendizaje dadas por la creatividad de sus experimentos pro- sociales, la comunicación educativa que se implementa en estas estrategias de cultura ciudadana, tienen un papel fundamental en el desarrollo social, su importancia radica en que permitió e impulsó el dinamismo y la

maximización del proceso educativo frente a un entorno que es cambiante y que se encuentra rodeado de tecnologías de la información y la comunicación, se concluye finalmente, que sólo a partir del diálogo, del intercambio de ideas que los actores emprenden en la negociación de sus intereses es posible gestar procesos colectivos de apropiación ciudadana y movilización territorial y comunicación pública.

7. REFERENCIAS

- Abellán, G., & Mayugo, C. (2008). La dimensión comunitaria de la educación en comunicación. *Revista Científica de Educomunicación*, 129-136
- Abellán, G., & Mayugo, C. (2008). La dimensión comunitaria de la educación en comunicación. *Revista Científica de Educomunicación*, 129-136.
- Anny Carolina Uribe & Maria Jose Villegas. (2019). *Diagnostico Educativo en las campañas de prevención implementadas en la institución educativa concejo de Medellín*. Obtenido de Universidad Catolica Luis Amigo.
- Arteaga, L. (2010). *La educomunicación*. Medellín: Dundación Universitaria LUis Amigo.
- Atehortúa , S. (2015). *Procesos educomunicativos que incentivan el uso y apropiación de las plataformas digitales como herramientas de enseñanza aprendizaje*. Medellín: Fundación Universitaria Luis Amigo.
- Bastidas, C. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. *Revista Universidad y Sociedad*, 26-31.
- Bournissen, J. M. (2017). *Modelo pedagogico para la facultad de estudios virtuales en la universidad adventista de plata*. Obtenido de Tesisenred:
<https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/402708/tjmb1de%206.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carvajal, C. L. (2018). *educomunicación y cultura de convivencia en escuelas de educación alternativa* . Obtenido de Repositorio Usta:
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/14545/2018claudiaayala.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castillo, D. P. (2016). *La evolución tranquila de la educomunicación*. Argentina.
- Cepeda, M. (2017). *Diez años construyendo juntos. Cultura Ciudadana en Medellín. Encuesta de Cultura Ciudadana*. Medellín :
<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/medellin/Temas/Cultura/Publicac>

iones/Shared%20Content/Documentos/2018/Encuesta-Cultura-Ciudadana-de-Medellin-2017.pdf.

Daniela Brunal Berrocal & Lina Maria Vasquez Pasos. (2019). *Estudio de los procesos de educomunicación a través del proyecto amor en la familia por la fundación viento fresco*. Obtenido de Universidad Católica Luis Amigo.

Fajardo, L. (2009). A propósito de la comunicación verbal. *Revista Forma y Función* 22 (2), 121-142.

Gil, R. M. (2011). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa*. Buenos Aires: noveduc.

Gomez, C. V. (2017). *Educomunicación para el aprendizaje*. Obtenido de Dialnet:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=129812>

Kaplun, M. (1985). *El comunicador popular*. Quito: Colección Intiyan.

Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación*. La Habana: Caminos.

Kaplun, Mario. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la torre.

Laura Lopez Rojas & Diana Marcela Agudelo. (2019). *Elementos educativos que utiliza el canal notiero de la institución educativa republica de Uruguay*. Obtenido de Universidad Católica Luis Amigo.

Londoño, D. M. (2019). *Las estrategias de educomunicación como ejes transformadores de las escuelas rurales del municipio en el Bagre*. Obtenido de Universidad Católica Luis Amigo.

López, N. (2018). *Ciudadanos como vos*. Medellín: Alcaldía de Medellín, Coordinación de proyecto.

Lora, M. C. (2016). Saberes y prácticas en los procesos de gestión de la enseñanza y aprendizaje mediados por tecnologías de información y comunicación desde una perspectiva educomunicativa. *Virtual Educa*.

Martínez, V. (2018). *Educomunicación y proyecto educativo etnográfico: apuntes para un currículo fortalecido desde una perspectiva institucional de emprendimiento digital*. Cartagena: Repositorio UNiversidad de Cartagena .

- Martínez-Salanova, E. (21 de 05 de 2011). *Portal experiencias Educación y Comunicación: ¿Alfabetización mediática o educación mediática?* Obtenido de Blog Revista Educomunicación : Recuperado de <https://educomunicacion.es/didactica/0016educomunicacion.htm>
- Mendez, M. R. (2002). *Educomunicación para el desarrollo humano, social y creativo*. Caracas: Proyecto de tesis.
- Moreno, I. (2004). La utilización de medios y recursos didácticos en el aula. *Facultad de Educación, Universidad Complutense de Madrid* , <https://webs.ucm.es/info/doe/profe/isidro/merecur.pdf>.
- Perez, M. (2004). *Los nuevos lenguajes de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

8. ANEXOS

Anexo I. Plan de trabajo.

Plan de acuerdo a como se desarrollará o desarrollo esta investigación.

DIANA CAROLINA RESTREPO SANCHEZ

PLAN DE TRABAJO																
2019-1	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
Fase 1	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Delimitación del tema	X	X														
Objetivos			X	X												
Justificación				X	X	X										
Formulación de la pregunta problema							X	X								
Rastreo de antecedentes									X	X	X	X	X	X	X	
Redacción de antecedentes											X	X	X	X	X	X
Definición de variables										X	X	X	X	X		
2019-2	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
Fase 2	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
Ajuste de los objetivos	X															
Ajuste Referente conceptual	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
Desarrollo de matriz categorial			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Inicio de metodología (paradigma, enfoque y tipo de investigación)					X	X	X	X								
Capítulo 3 sobre metodología							X	X	X	X						
Desarrollo de técnicas de recolección de información								X	X	X	X					
Trabajo de campo													X	X	X	
Tabulación y organización de datos																
Aprobación del curso																

Nota. Elaboración Propia.

Anexo II. Presupuesto

El presupuesto es necesario para calcular todos los gastos que he tenido o tendré durante la investigación.

PRESUPUESTO					
TRANSPORTE	Valor transporte público 2019	Valor Mensual 2019	Valor semestre 2019-1	Valor semestre 2019-2	Valor total Transporte 2019
Clases - Asesorías - Trabajo de Campo - Visita Biblioteca	10.000	200.000	800.000	800.000	1.600.00
ALIMENTACIÓN	Valor por unidad	Valor Mensual 2019	Valor semestre 2019-1	Valor semestre 2019-2	Valor total Alimentación 2019
Almuerzo	6.000	120.000	480.000	480.000	960.000
INVESTIGADORA	Valor Semanal	Valor Mensual	Valor semestre 2019-1	Valor semestre 2019-2	Valor total Investigadora 2019
	50.000	200.000	800.000	800.000	1.600.000
ÚTILES	Valor por unidad	Valor Mensual	Valor semestre 2019-1	Valor semestre 2019-2	Valor total 2019
Cuaderno	6.000	6.000	24.000	24.000	48.000
Lapiceros	800	2.400	2.400	2.400	4.800
Memoria USB	35.000		35.000		35.000
Impresiones	100	5.000	20.000	20.000	40.000
VALOR TOTAL 2019: 4.287.800					

Nota. Elaboración Propia.

Anexo III. Batería de preguntas

Entrevista orientada al cumplimiento del primer objetivo específico, para describir la estrategia y sus tres tácticas.

¿Explicame con tus propias palabras que es para usted cultura ciudadana?

1. ¿Explicame con tus propias palabras que es para ti la estrategia "Ciudadanos como Vos"?

2. ¿Qué necesidades y de qué tipo se tuvieron en cuenta para formular la estrategia "Ciudadanos como Vos"?

3. Podría explicar ¿Cuáles son los objetivos, las actitudes, las tareas y los recursos que conforman la estrategia Ciudadanos Como Vos ?

4. ¿Cuáles son las 3 Tácticas creadas para la estrategia y su función?

5. ¿Cuáles son las tematicas o las problemáticas que intervienen en la estrategia ?

Nota. Elaboración Propia.

6. ¿Cuál crees que ha sido el impacto de la implementación de esta estrategia en la cultura ciudadana?

7. Explicame con tu propias palabras ¿Cómo la estrategia Ciudadanos Como Vos, aporta a la cultura ciudadana y particularmente que elementos de la cultura ciudadana toca?

8. ¿Cuál crees que han sido los el mayores desafíos a los que se ha enfrentado la estrategia? y ¿cuáles han sido los errores, falla o inconvenientes que se le han presentado en el desarrollo de la estrategia?

9. ¿Cuál son las temáticas y problemáticas que busca solucionar la estrategia Ciudadanos Como Vos ?

10. ¿Logra estrategia "Ciudadanos como Vos" potencializar la confianza interpersonal, el cumplimiento y el comportamiento pro-social, en los ciudadanos de Medellín?

Nota. Elaboración Propia. Preguntas primer objetivo 1 a la 10

Anexo IV. Batería de preguntas

Entrevista orientada para el cumplimiento del tercer objetivo específico, donde se desea definir los elementos teórico-prácticos de la Educomunicación que se manifiestan dentro de la estrategia “Ciudadanos Como Vos”.

11. ¿Para usted que es educomunicación?
12. ¿Cree usted que existen nociones de educomunicación en la estrategia ciudadanos Como Vos? ¿Si, no por qué ?
13. ¿Esta estrategia está ligada con procesos de enseñanza – aprendizaje? ¿Si, no por qué?
14. ¿Cómo se ha implementado las nuevas tecnologías dentro de la estrategia Ciudadanos como Vos?
15. ¿Cuál es el papel que cumple la dirección y area de comunicaciones como emisores de la estrategia?
16. ¿Creen ustedes que hay un dialogo igualitario entre emisores y receptores? Si, no por qué?

17. ¿Consideran que en la estrategia Ciudadanos como Vos hay feedback entre emisor y receptores? Si, no por qué?

18. ¿Qué medios de comunicación masivos son utilizados en la estrategia para transmisión del mensaje?

19. ¿Cuáles son los materiales y medios didácticos utilizados como instrumentos presentes en la estrategia Ciudadanos como Vos?

20. ¿Cuáles son los canales y flujos de comunicación que ofrecen a la ciudadanía para interlocutar con ella ?

21. ¿Cómo logra la participación ciudadana dentro de la estrategia Ciudadanos Como Vos? Explique su respuesta por favor

22. ¿Considera que la estrategia Ciudadanos Como Vos logró la transformación de la cultura ciudadana en Medellín, si, no por qué ?

23. Considera que la comunicación que se implementó dentro de la estrategia es o fue motivadora, persuasiva, estructurada y adaptativa ? si, no por qué?

Nota. Elaboración Propia. Preguntas primer objetivo 11 a la 23

Anexo V. Revisión documental

REVISIÓN DOCUMENTAL PARA EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN						
DIANA CAROLINA RESTREPO						
TÍTULO / ACTORES	AÑO	PAIS	METODO DE ESTUDIO	OBJETIVOS	INFORMACIÓN CLAVE	HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES
MARIO KAPLUN DANIEL PRIETO CASTILLO PAULO FRIERE FRANCISCO GUTIERREZ	1998 2017 1997 2015	ESPAÑA ARGENTINA BRASIL COLOMBIA	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	Examinar las nociones de Educomunicación, dentro de la estrategia "Ciudadanos Como Vos" realizada por la Subsecretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín en el Año 2018	Para esta investigación fue necesario, leer el libro una pedagogía de la comunicación, para así poder desarrollar la estrategia de educomunicación, no solo esto se tuvo en cuenta se leyeron diversos libros, propuestas, artículos y revistas, de igual forma se tuvo en cuenta lo que estaba planteando, para poder determinar si la estrategia de ciudadanos como voz, tenía la educomunicación y si en ella se podía desarrollar, por lo tanto se tuvo en cuenta cada una de las subcategorías de la educomunicación	Es importante tener las subcategorías de la educomunicación y para ello tenemos en cuenta que son la comunicación dialogica, la educomunicación como herramienta de aprendizaje, aprendizaje dialogico y por ultimo encontramos la didactica de los medios

Nota. Elaboración Propia

Anexo VI. Revisión documental

Revisión documental	Referencias
<p>Es lo que implica vivir en comunidad, estar con los otros. Es decir, las reglas de juego común mínimas que hacen posible la convivencia. Los acuerdos, el cumplimiento de normas, y la resolución de conflictos hacen parte de lo que entendemos por cultura ciudadana. Estas reglas de juego las</p>	<p>Secretaría de Cultura Ciudadana.(2018).Documento Técnico.</p>
<p>la Secretaría de Cultura Ciudadana ha diseñado la estrategia de reconocimiento "positivo Ciudadanos como Vos" y se enfoca particularmente en el mejoramiento de la confianza entre ciudadanos y de la imagen que tenemos de los demás, a través de la visibilización de prácticas pro-sociales</p>	<p>Secretaría de Cultura Ciudadana.(2018).Medellín esta llena de Ciudadanos Como Vos.Pag 4</p>
<p>la estrategia parte del convencimiento de la importancia del espacio público en las relaciones ciudadanas y las dinámicas urbanas. Las acciones de su implementación buscan tener tanta presencia en "la calle" como sea posible, asumiendo la agenda de seguir generando espacios de apropiación y</p>	<p>Secretaría de Cultura Ciudadana.(2018).Brief Estrategia</p>
<p>los experimentos y sus resultados son ante todo un vehículo para la reflexión ciudadana frente a retos de cultura ciudadana en Medellín y la recepción, opinión y análisis de los participantes y espectadores de los experimentos se convierten en un punto</p>	<p>Secretaría de Cultura Ciudadana.(2018).Documento Técnico.</p>
<p>clave de la acción pedagógica. Asimismo, las La Apropiación Ciudadana incluye todos los esfuerzos y actividades dirigidas a que el mensaje general, los objetivos y la conversación propuesta por Ciudadanos Como Vos sean replicados, asumidos y discutidos por la ciudadanía. Esto supone el desarrollo de herramientas de incidencia y la</p>	<p>Secretaría de Cultura Ciudadana.(2018).Documento Técnico.</p>

<p>Ciudadanos Como Vos se vincula a enfoques temáticos y territoriales, definiendo la presencia en toda la ciudad y centrándose en ocho retos de cultura ciudadana. Los temas prioritizados son:</p> <p>(1) Movilidad segura y sostenible (2) Convivencia y espacio público</p>	<p>Seretaria de Cultura Ciudadana.(2018).Documento Técnico.</p>
<p>Los datos y las ideas de los ciudadanos sobre ellos mismos y los demás también funcionan como ‘nudges’ de los comportamientos colectivos cuando son puestos en común y hacen parte de sistemas de ‘feedback’ que pueden mantener informada a cada persona de manera constante. En efecto, resulta</p>	<p>Seretaria de Cultura Ciudadana.(2018).Documento Técnico.</p>
<p>la Estrategia confía en la relevancia del uso de experimentos sociales y acciones experienciales en donde los ciudadanos sean protagonistas de sus propios resultados y reflexiones. Los experimentos buscan poner a los ciudadanos frente a dilemas de convivencia y comportamiento en donde</p>	<p>Seretaria de Cultura Ciudadana.(2018).Documento Técnico.</p>
<p>NO APLICA</p>	
<p>Teniendo en cuenta los retos asociados al problema, la ciudad también cuenta con oportunidades para asumir la seguridad vial como una agenda, Respecto a convivencia y espacio público Entre las causas más representativas se encuentran el consumo excesivo de alcohol y los conflictos asociados</p>	<p>Corpo Visionarios. (2017). Diez años construyendo juntos Cultura Ciudadana, Alcaldía de Medellín.</p>
<p>Sin dejar de reconocer que Medellín tiene cincuenta mil problemas, a pesar de las malas noticias y aunque no lo parezca, la gente todo el tiempo contribuye a la convivencia y el bienestar de la ciudad, sin necesidad de ser superhéroes con superpoderes, sino a través de actos</p>	<p>Restrepo,E.(2017). Ciudadanos Como Vos.El Colombiano.Recuperado de http://https://www.elcolombiano.com/</p>

Mockus (Como se citó en Documento Técnico,2018) Piesa que por medio de la pedagogía, la comunicación y la participación ciudadana, se puede sacar a relucir lo mejor de los ciudadanos, es decir, la confianza interpersonal e institucional, el cumplimiento de normas, la convivencia y el	Seretaria de Cultura Ciudadana.(2018).Document o Técnico.
NO APLICA	
Los procesos de aprendizaje que promueve la Cultura Ciudadana requieren de la intencionalidad del ciudadano. En otras palabras, no persigue una ingeniería social, sino cambios voluntarios de comportamiento que se orienten a través de un ejercicio pedagógico va sea a través de promoción de Auto generación de contenido, en medios de entretenimiento y consumo activo que nos permitan poner en conversación a un grupo extenso de ciudadanos. Su desarrollo depende de un plan de medios y una agenda de comunicación que usando información territorial y temática define los contenidos y	Corpo Visionarios. (2017). Diez años construyendo juntos Cultura Ciudadana, Alcaldía de Medellín.
NO APLICA	Seretaria de Cultura Ciudadana.(2018).Document o Técnico.
Si, "la narrativa pone a los ciudadanos en un papel de expectativa propia de pro-socialidad. Refuerza que en el resto de la ciudad hay mucha gente haciéndolo, lo interpela de forma indirecta para que encuentre su papel en Medellín. Las actividades mensajales de redes y piezas esto lo está haciendo este programa articulando a todo el mundo: comunidad académica, colectivos sociales y culturales, a los servidores públicos, organizaciones privadas y líderes empresariales y a la ciudadanía en general en talleres de co-creación en la calle, con la gente, todos	Seretaria de Cultura Ciudadana.(2018).Document o Técnico.
Visibilizar permanentemente las acciones de la estrategia a través de redes sociales y medios digitales (Radio, Tv, Redes Sociales)	Roldan,S.(12 de septiembre 2018). Ciudadanos Como Vos.El mundo.Recuperado de http://https://www.elmundo.com/
Serenata para regalar Oportunidad para que entre vecinos se reconozcan y celebren la convivencia. Comparsas Reconocimiento público a través de teatro callejero a las personas que contribuyan a la convivencia y a la cultura ciudadana.	Seretaria de Cultura Ciudadana.(2018).Document o Técnico.
Redes sociales, Gran formato (Vallas, Eucoles. Floor Graphics)	Seretaria de Cultura Ciudadana.(2018).Document o Técnico.
Thaler & Sunstein,2017:89 (Como se citó en Documento Técnico,2018) Los mensajes informativos ponen de manifiesto el comportamiento de los demás y las ideas de la mayoría, pero su acompañamiento con señales, ideas o imágenes que conecten con emociones y asociaciones de referencia	Seretaria de Cultura Ciudadana.(2018).Document o Técnico.
Es el comienzo, los experimentos y sus resultados son ante todo un vehículo para la reflexión ciudadana frente a retos de cultura ciudadana en Medellín y la recepción, opinión y análisis de los participantes y espectadores de los experimentos se convierten en un punto clave de la acción	Seretaria de Cultura Ciudadana.(2018).Document o Técnico.
Si es MOTIVADORA, Impulsar acciones en el ciudadano para despertar el interes. Si es PERSUASIVA, pone en perspectiva la importancia y trascendencia de la información que emiten los emisores desde la estrategia "Ciudadanos como vos" y practica ya que la dan a conocer por sus	Seretaria de Cultura Ciudadana.(2018).Document o Técnico.

Nota. Elaboración Propia