

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Comunicación para el cambio social: recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López

Asesor

Jaime Alberto Rojas Rodríguez

Comunicador Social - Periodista

Magister en Filosofía Latinoamericana

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Comunicación, publicidad y diseño

Comunicación Social

Medellín

2021



Comunicación para el cambio social: recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López

Trabajo de grado

Asesor

Jaime Alberto Rojas Rodríguez

Comunicador Social - Periodista

Magister en Filosofía Latinoamericana

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Comunicación, publicidad y diseño

Comunicación Social

Medellín2021



Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado



Medellín, 16 de noviembre de 2021

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestras familias por su apoyo incondicional, su ánimo y su compañía permanente, al barrio Campo Valdés por ser el barrio en el que crecimos y nos formamos, y a sus habitantes por su amabilidad y cooperación.

Agradecimiento

Queremos agradecer a nuestros docentes por guiar la elaboración del trabajo de grado, principalmente a los docentes Jaime Alberto Rojas y Marlon Echavarría por su constante apoyo y acompañamiento; agradecer al Periódico La Pupila y a su director Giovanni Figueroa por permitirnos realizar esta investigación, a la docente y experta en comunicación alternativa y periodismo, María Josefa Restrepo por sus aportes, a Osvaldo Antonio Ramírez, líder social del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín, y a los habitantes del barrio Campo Valdés por su ayuda y disposición.

Contenido

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD	5
1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA	6
1.3 OBJETIVOS	6
1.3.1 General	6
1.3.2 Específicos	6
2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL	7
2.1 ANTECEDENTES	7
2.2 REFERENTES TEÓRICOS	13
2.2.1 Comunicación para el cambio social	13
2.2.2 Enfoque en el barrio Campo Valdés, comuna 4 de Medellín	14
2.2.3 Enfoque en el medio comunitario La Pupila, en sus versiones virtual y física	14
2.2.4 Comunicación Participativa	15
2.2.5 Comunicación para el desarrollo	15
2.2.6 Comunicación alternativa	17
2.2.7 Periodismo alternativo	17
2.2.8 Comunicación comunitaria	18
2.2.9 Periodismo comunitario	19
2.3 INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA, COLOMBIA Y MEDELLÍN	19
2.3.1 Comunicación en América Latina	19
2.3.2 Comunicación en Colombia	20

2.3.3 Comunicación en Medellín	21
2.3.4 Comunicación en el barrio Campo Valdés, Comuna 4 de Medellín	22
2.4 PROPÓSITOS COMUNICATIVOS	23
2.5. RECEPCIÓN	23
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	24
3.1 Tipo de investigación cualitativa	24
3.2 Delimitación	24
3.2.1 Sujeto u objeto de Investigación	25
3.2.2 Tiempo y Escenario	25
3.3 Diseño de la investigación	26
3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	35
3.4.1 Sondeo	35
3.4.2 Panel de expertos	39
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	45
3.5.1 Análisis categorial	45
3.5.2 Análisis por instrumentos	46
3.5.3 Análisis por objetivos	46
3.6 MUESTREO INTENCIONADO Y PARTICIPANTES	47
3.7 PLAN DE TRABAJO	48
4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	81
4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS Y TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS PARA EL ANÁLISIS	81
4.2 ANÁLISIS DESCRIPTIVO Y CATEGORIAL	91
4.2.1 Análisis descriptivo	91
4.2.2 Análisis categorial	125

4.2.2.2	Análisis categorial panel de expertos, preguntas individuales	135
4.2.2.3	Análisis categorial por instrumentos	144
4.2.2.4	Análisis categorial por objetivos	151
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	155
5.1	CONCLUSIONES	155
5.2	RECOMENDACIONES	158
5.2.1	El proceso de investigación	158
5.2.2	La metodología de la investigación	159
5.2.3	Los resultados	160
5.2.3	Sugerencias para futuras investigaciones	161
	REFERENCIAS	162
	ANEXOS	166
8.1	TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	167
8.1.1	Formulario del sondeo vacío (Anexo 34)	168
8.1.2	Transcripción entrevista al líder social, Osvaldo Antonio Ramírez (Anexo 17)	173
8.1.3	Transcripción entrevista a la experta en periodismo y comunicación alternativa, María Josefa Restrepo Brand (Anexo 18)	178
8.1.4	Transcripción de la entrevista al director del Periódico La Pupila, Giovanni Figueroa (Anexo 19)	189
8.2	CONSENTIMIENTOS INFORMADOS (Anexo 3)	194
8.2.1	Panel de expertos	194
8.2.2	Sondeo (Anexo 4, sondeos escaneados)	200
8.3	TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	200
8.4	Y OTROS QUE SEAN REQUERIDOS (opcional)	200

FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

Título del proyecto de investigación: Comunicación para el cambio social: recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

Línea de Investigación: Comunicación-Educación

A través de esta investigación se busca abordar la línea de Comunicación-educación de la Universidad Católica Luis Amigó para analizar la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

Sublínea: Comunicación, Educación y Medios

Los comunicadores tienen la función de educar, en la sublínea de Comunicación, Educación y Medios se asumen los medios como mediaciones. El poder del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física para generar en las audiencias un cambio social a través de la información.

Tipo de investigación: cualitativa-exploratoria

En este tipo de investigación se busca explorar la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín del periódico La Pupila, en sus

versiones virtual y física, sus hábitos de lectura, los propósitos comunicativos, y la participación en el medio.

Facultad: Comunicación, publicidad y diseño

Programa Académico: Comunicación social

Palabras clave: Cambio social, medios comunitarios, contenidos comunicativos, comunicación para el desarrollo, recepción de audiencias, propósitos comunicativos, comunicación comunitaria, comunicación alternativa.

RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:

Esta investigación busca reconocer la importancia que tiene la recepción de las audiencias de ciertos medios comunitarios, particularmente en analizar la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

La propuesta que tiene esta investigación es mostrar la importancia que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, conocer sus intereses, sus hábitos de lectura y el aporte que tiene el periódico a la comunidad a través de la comunicación, en sus versiones virtual y física para motivar a las personas a participar en el medio, y la recepción que tiene por parte de sus habitantes.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La comunicación es un factor esencial para que en una sociedad existan procesos que aporten al cambio y desarrollo social. Sin embargo, se ha podido evidenciar que hay falencias en los procesos de comunicación. Se investigará la recepción que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, ya que la comunicación tiene barreras para llegar a los usuarios del sector norte.

Se debe identificar el proceso de comunicación íntegro, que aporte a la sociedad desde los ámbitos cultural, ambiental, deportivo y económico. Además, en diversas ocasiones estos procesos de comunicación no son lo suficientemente claros para generar transformaciones y mejorar las relaciones. El periódico tiene barreras que impiden que todas las personas que habitan en la comuna puedan consumirlo. Sin embargo, está categorizado como uno de los mejores medios alternativos en la ciudad, pero, al tener estas barreras comunicacionales en el sector, imposibilita que los habitantes se interesen en adquirirlo y a la vez en leerlo.

La comunicación tiene un papel fundamental para que la información fluya de manera eficiente, generando así impacto social a través de los diferentes géneros periodísticos que maneja. Se debe analizar, indagar, caracterizar e identificar cómo ha sido el cambio social que ha generado este medio a través de la comunicación en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín, y la importancia que tiene el buen uso de la comunicación para lograr una verdadera transformación en la sociedad a la cual pertenece. Hay una posible carencia de conciencia por parte de las personas de la situación actual que se vive en la comuna y a través de la comunicación se puede contribuir a mejorar el desarrollo de los individuos del barrio Campo Valdés. Con ayuda de expertos en el tema se podrá ahondar en la investigación, entre estos se encuentran: el director de La Pupila Comunicaciones, comunicadores con conocimiento en medios alternativos, y líderes sociales para reconocer la realidad en que se vive, con esto, aplicar aportes de las realidades comunicativas en el barrio Campo Valdés que sirvan de apoyo a la comunidad para su construcción.

Las investigaciones de Martínez y Sosa (2016), por ejemplo, indican que la educación y la capacitación son claves para llevar a la sociedad hacia la sostenibilidad, que toda información se puede realizar con un enfoque educativo, que incite a la movilización, a la recepción ciudadana, luche en contra de la desigualdad social, el desempleo, la pobreza o la falta de oportunidades.

En el sector de Campo Valdés la diversificación de métodos para consumir el periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física es

limitado, notándose un desconocimiento por parte de jóvenes que tienen una relación estrecha con las nuevas tecnologías en general y personas de una edad más avanzada que conocen el medio comunitario mencionado, sin embargo, ignoran la existencia de otras alternativas de consumir el Periódico de La Pupila a parte de su versión física, tomando como inclinación una incomunicación y posterior a eso una desinformación de su sector. Según Orué (2019) la comunicación es un modismo de la actualidad, por lo que la comunicación debe sufrir una metamorfosis hacia lo contemporáneo. (p.102)

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

La comunicación es importante para las relaciones entre los individuos, por ende, esta investigación va dirigida a los habitantes del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín que requieren de transformación social. La comunicación siempre será la que abre las puertas y encamina a los ciudadanos, para propiciar espacios de diálogo, movilización y desarrollo. Para hablar de cambio social se puede resaltar que el deber y la responsabilidad que tiene el Periódico de La Pupila, en sus versiones virtual y física en la comunicación es el de brindar contenidos educativos que aporten a la transformación del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín.

El estudio y la comprensión del cambio social es esencial para que los comunicadores (profesionales y en formación) puedan proponer estrategias eficaces desde la comunicación que permitan a los habitantes de este barrio y a los que conforman sus alrededores a generar un cambio social en el sector, independiente de las condiciones socioeconómicas, del género; entre otras cosas, todas las personas sin importar la situación, a través de la educación y la buena comunicación se puede lograr el cambio social que tanto se anhela.

La línea de Comunicación, Educación y Ciudad se enfoca en procesos que puedan lograr un cambio positivo, en este caso el estudio del cambio social en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín a través del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física permitirá que se generen oportunidades de cambio, del cual las personas de este sector no están informadas de que puedan realizarse por barreras que

surgen en la comunicación, como la falta de conocimiento de dicho medio. Como bien dice esta línea, la ciudad no solo se trata de la estructura urbanística, sino también de lo que se construye a través de las poblaciones que la conforman, de sus habitantes, de las experiencias del barrio, y de lo que el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física pueda aportar para construir un verdadero cambio social a través de la comunicación a la comunidad.

Desde la línea de la comunicación, educación y medios, podría decirse que en la era de las nuevas tecnologías con la llegada de los medios de comunicación, se puede influir en la mente y la conducta de las personas, trayendo consigo efectos que pueden propiciar espacios idóneos para un cambio social en la sociedad, ya los comunicadores son considerados también como educadores, por lo que comunicación, educación y medios se complementan.

Los medios masivos de comunicación y los medios alternativos son un pilar fundamental para lograr un cambio social, ya que estos siempre serán los encargados de transmitir los hechos y los sucesos a toda la comunidad, se debe implementar en los comunicadores, adquirir o transmitir siempre una responsabilidad social de contar y decir toda la verdad; por eso, si estos medios son bien utilizados, de forma transparente para los espectadores, cada persona empieza a generar un cambio social desde su círculo social y familiar. En este trabajo se busca analizar y dar a entender los factores en los cuáles se está fallando como comunidad, esas características que no aportan al entorno comunicativo, y que, si son mejoradas se empezarán a notar verdaderos cambios que aporten al sector.

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

En este trabajo, se busca llegar a entender la comunicación con sus beneficios y dificultades para generar el cambio social en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín, por eso se plantea la siguiente pregunta:

¿Cuál es la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General

Analizar la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

1.3.2 Específicos

- Indagar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social.
- Caracterizar la recepción del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, entre los habitantes del barrio Campo Valdés, desde la visión de la comunicación participativa.
- Identificar los hábitos de lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés con el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social.

2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL

2.1 ANTECEDENTES

El papel que tiene la comunicación dentro del cambio social ha sido muy importante, ya que este es fundamental para transformar la realidad de muchas personas, desde los valores, la perspectiva de las cosas, las normas, y la conducta de los ciudadanos.

El cambio social es un concepto amplio que requiere de estudio y comprensión, que realmente se preocupa por transformar las relaciones sociales y permitir la apertura de espacios de diálogo y reflexión en contextos probablemente agresivos, violentos y de conflicto. Hay un libro

que sirve como antecedente principal de esta investigación, radica en la reconstrucción que hace de una comunicación pensada desde lo público, y las que guarda con la posibilidad de construir en América Latina, y particularmente en Colombia, una ciudadanía plural, incluyente, multicultural, y diversa. Este libro se titula “Entre esferas públicas y ciudadanías: Las teorías de Arent, Habermas y Mofe aplicadas a la comunicación para el cambio social” (2016) de Luis Ricardo Navarro Díaz. Habla acerca de las teorías aplicadas a la comunicación para el cambio social, no intenta dar soluciones a problemáticas nacionales o globales de tipo económico, social o institucional. Es un trabajo reflexivo, que aporta a la comunicación.

Es importante dar a conocer a las personas a través de la comunicación, la realidad en la que se vive, para que sean conscientes de lo que realmente sucede alrededor y puedan aportar a la mejora de la sociedad, para esto se requiere el compromiso de todos, no solamente de los estudiosos, sino de la participación desde las comunidades más vulnerables hasta la clase alta.

Las tecnologías de la información y de la comunicación ofrecen posibilidades a la difusión de la cultura, son un factor que incrementa su interés económico y social, puesto que alcanza, a través de los distintos medios de comunicación y de Internet, a toda la sociedad, diferentes libros como Medios de comunicación y cultura: ¿Cultura a medias? (2011), escrito por Marcial García y Mabel López habla acerca de que la educación de los ciudadanos en el uso de las tecnologías aparece como un reto inevitable de las sociedades democráticas.

El artículo La Crítica Descolonial y Ecológica a la Comunicación para el desarrollo y el cambio social de Alejandro Barranquero y Chiara Sáez (2015), aborda la comunicación para el cambio social desde las relaciones que se dan con los demás, es un artículo diferente porque pocos manejan el asunto ecológico, claramente eso hace parte del cambio social; que las personas tomen conciencia de que no solo se trata de las malas relaciones, de la violencia, de la involución que se tiene, que no permite avanzar. Se trata entonces también de que a partir

de la comunicación se puedan crear espacios de concientización para analizar el daño que se hace con el planeta.

Este artículo muestra el papel que han tenido los medios de comunicación como la radio, prensa, televisión, el poder de persuasión que tienen para generar un cambio social; menciona también las consideraciones que se deben tener en cuenta para la adecuada transformación, no todos los cambios traen cosas buenas, sino también consecuencias. Critica también como en la modernidad se manejan los asuntos para lograr un cambio social y un desarrollo en la comunidad.



Dentro de esta investigación se quiere abordar el papel que tiene la comunicación para lograr un cambio social, un artículo también que fue clave en la investigación titulado “El papel de la Comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia” (2015) de Carmen et al Mendiivil Calderón, aborda temas como el de la violencia y el papel que tiene la comunicación para combatir estos asuntos tan delicados en la sociedad, que afectan tanto a las personas, abordando los usos de la comunicación en la cultura, revisando lo relacionado con la comunicación para el desarrollo, analizando sus efectos en el cambio social y el empoderamiento.

Se busca entonces, que las comunidades que pasan por contextos de violencia tengan empoderamiento y afronten la difícil situación de violencia por la viven. Es un compromiso también de parte de quienes buscan un cambio social, favorecer a estas comunidades y buscar las estrategias adecuadas para el cambio, a través de la comunicación es posible abordar estas situaciones y darles una solución.

Se puede analizar que para que haya un cambio social, se requiere primero un cambio individual, que las personas tomen conciencia, el cambio se genera por sí mismo, para así dar paso a un cambio colectivo; en el caso de estas comunidades es necesario que ellos reconozcan sus propias necesidades y tomen conciencia para así con ayuda de quienes hacen parte de las ciencias sociales, pueda surgir un verdadero cambio social con ayuda de la comunicación.

En el artículo Comunicación y desarrollo: un diálogo tenso para superar la modernidad de Aníbal Orué Pozzo (2019), se puede encontrar que cuando hay violencia y no existe una buena comunicación entre las personas, es imposible comenzar a hablar de un desarrollo o de un cambio social, porque para que haya un cambio social se debe ser racional y mirar las cosas de una manera objetiva, y buscar adecuadas soluciones a los problemas. Llama la atención este artículo porque dice cosas importantes que tal vez se saben, pero no se ponen en práctica y es que es muy difícil obtener un desarrollo, o un cambio social si no existe diálogo entre las personas y todo se soluciona a través de la violencia. Las diferencias entre las personas representan una imposibilidad de comunicación, habla que la modernidad representa una oportunidad para el desarrollo, ya que hace que las personas sean más conscientes y racionales, dejando a un lado la subjetividad y mirando las cosas más objetivamente. Este artículo menciona la época de los conquistadores, en la que ellos llegan a las nuevas tierras y se dedican a pasar por encima de las comunidades que se encontraban ahí, era difícil que hubiera un cambio social, cuando entre ellos no había ni siquiera una adecuada comunicación, entonces habla que es un reto en la modernidad superar esas barreras que imposibilitan la comunicación y así hacer posible un cambio social.

Alfonso Gumucio Dagron, un profesor que dio una conferencia sobre la comunicación participativa, desarrollo y cambio social, se puede encontrar el video en YouTube; habla sobre la historia de Marcial fabricano, un dirigente indígena, el promotor de la primera marcha indígena de las tierras bajas, que se daba por el territorio y la dignidad. Donde se exigía que sus territorios fueran respetados. Menciona acerca de la comunicación para el cambio social que aparece a fines del siglo como un paradigma reformulado, que rescata y profundiza el camino recorrido por la comunicación para el desarrollo y por la comunicación participativa, mientras incorpora algunas nociones innovadoras y progresistas de los modelos de modernización. A pesar de que esta conferencia que él hizo en Quito, este profesor es muy reconocido por su trabajo en comunicación para el desarrollo, que lo ha llevado a seis continentes. Ha sido Director Ejecutivo del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.



Los medios han sido muy importantes para aportar al cambio social, el cine colombiano por ejemplo es un medio que muestra la realidad en que viven muchos colombianos, un espacio de violencia y pobreza en que se encuentran muchas comunidades, y ahí es donde interviene la comunicación, en cómo los medios aportan información a sus receptores para influir en sus mentes y ayudar a estas comunidades. Un ejemplo que se puede apreciar de esto es el documental de la Sierra, los protagonistas de este documental ven el conflicto armado como la única salida a los problemas que se presentan en su comunidad, como un oficio que les brinda “estabilidad” y respeto frente a los demás, este documental fue realizado por periodistas en el año 2004, que querían mostrar cómo la comunicación debe influir en el cambio social para las realidades que se presentan y sus problemáticas en la sociedad. Este solo es un ejemplo de muchos otros documentales, películas, entre otros que hasta el día de hoy se han presentado para mostrar a las personas la realidad de las cosas, hacer que tomen conciencia y que cada persona brinde un granito de arena, para así contribuir a la transformación que solo empieza de manera particular y luego toma fuerza para convertirse en un cambio social.

El objetivo de una investigación realizada por Aníbal Orué Pozzo, reconoció la importancia que ha tenido la comunicación a través del tiempo basándose en algunas de las revistas científicas más importantes para el cambio social, revistas, textos científicos o comunicativos que aportan académicamente a la cultura y buenas costumbres de una sociedad. Se analizó la comunicación como proceso desde sus primeras teorías “Por medio de teorías como la de la aguja hipodérmica, el modelo de efectos, la teoría informacional y la perspectiva cibernética, estas ideas fueron adoptadas por académicos y profesionales de agencias de gobierno y no gubernamentales, quienes las aplicaron con el fin de superar los problemas del subdesarrollo” (P.4) reconociendo que para lograr un verdadero cambio social es necesario el compromiso de los medios masivos de comunicación, en la información que transmiten y que estos medios no siempre logran que la gente capte su mensaje; y que la transparencia de la información juega un papel importante en el la

construcción de estos diálogos y comportamientos que aportan al cambio social.

La edu-comunicación es una palabra clave para que se desarrolle un verdadero cambio social, la palabra por sí sola contextualiza sobre de qué se trata, hablar de edu-comunicación es aprender que todo lo que se comunique a través de los medios, ya sea radio, televisión, prensa o medios digitales, se presente o se dé a los espectadores y receptores de forma educativa para contribuir a una buena cultura y al cambio social. En esta investigación es una interpretación de qué contenidos son los adecuados tanto como para niños, jóvenes y ancianos ya que el público objetivo, siempre va a tener diferentes gustos y afinidades. Analizando, y basándose en diferentes autores en este trabajo “El ámbito de la edu-comunicación para el cambio social distingue de modo preciso entre información y comunicación. La información es un acto unidireccional, orientado a la transmisión de datos, ideas, emociones, habilidades, etc. La comunicación, en cambio, es un proceso de doble vía, posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional, rige una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor (Pasquali, 1963). (P.3). Tomar como referencia a Pasquali da un peso de importancia en la investigación porque aclara el concepto de comunicación con información, que la información solo es brindar un conjunto de datos organizados, pero la comunicación implica la retroalimentación y la participación del receptor, que ya pasa a transmitir información.

Para lograr un verdadero cambio y desarrollo social, se debe empezar a implementar la educación mediática, como ya sabemos empezar a educar a los medios como, la radio, prensa, televisión y plataformas digitales; para que así ellos sepan cómo pueden aportar a la sociedad, realizando contenidos que aporten a la educación porque gracias estas tecnologías se puede brindar la información a los distintos grupos sociales, ya que todos no se informan a través de todos los medios, sino, que utilizan al menos uno y varios de estos medios.

Otro factor que hay que tener en cuenta es que la educación mediática no es solo una responsabilidad escolar y del sistema educativo, convergen en ella las familias los padres y madres como primeros

educadores de sus hijos, los propios medios de comunicación tienen una responsabilidad y unos potenciales edu- comunicativos inigualables.

Dentro de los antecedentes, se encuentran trabajos de grado que enriquecen la investigación. Es el caso de “las estrategias comunicativas desde la comunicación para el desarrollo y el cambio social contribuyen para enfrentar el acoso escolar en instituciones educativas en el municipio de Bello”, realizado por estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó del programa de comunicación social, donde realizan un trabajo muy interesante, porque muestra que a través de la comunicación se pueden crear espacios propicios, con ayuda de padres de familia y docentes, a realizar un cambio social, tanto en las víctimas de bullying para forjar su carácter, como en los que realizan el bullying, para que tomen conciencia del mal que hacen y las consecuencias que pueden ocasionar en las personas. Este trabajo apunta al cambio social, ya que se está tratando con generaciones, que próximamente estarán a cargo de la sociedad y mediante la comunicación se puede marcar la diferencia.

Otro trabajo de grado realizado por estudiantes de psicología pero que apunta al cambio social desde los avances tecnológicos, se titula “Un cambio social a raíz de los avances tecnológicos”, este trabajo de grado realizado por varios estudiantes, aborda cómo a partir de estos avances tecnológicos se pueden generar cambios sociales, que se ven influenciados en las nuevas maneras de socialización. Los jóvenes a través de estas nuevas tecnologías pueden construir su identidad, además de comenzar a interactuar con nuevas personas, formándose comunidades diversas. Habla también de las brechas generacionales que existen entre los adultos y los jóvenes, y las notables habilidades que tienen las nuevas generaciones para manejar la tecnología, porque desde pequeños se ven inmersos en ella.

En una sociedad de grandes problemáticas sociales como en la que se vive en este momento, cada vez será más difícil el cumplimiento de la justicia y la transparencia social, por esta razón es importante indicar que los comunicadores sociales tienen una gran labor que cumplir para fomentar e incentivar en las empresas que tengan una conciencia con la comunidad y brindan productos y servicios que aporten al desarrollo

como sociedad; y no sólo se busca un desarrollo económico, sino que se espera un desarrollo cultural, y educativo para las personas.

Por otra parte, es importante destacar que las empresas no sólo deben pensar en un crecimiento económico y capitalista, sino que deben tener en cuenta otros factores que determinan el buen desempeño de una empresa, los factores sociales que son determinantes para motivar a los empleados a tener sentido de pertenencia con la organización o empresa a la que pertenecen o trabajan, como la responsabilidad social que la empresa tenga, la responsabilidad con el medio ambiente que genere esta empresa a los cambios climáticos, incluso cerciorarse que la alimentación y la nutrición de todos sus empleados estén en buen balance ya sea porque la brinde la misma empresa en el horario laboral, o porque se verifique que hay una buena remuneración financiera que cumpla las necesidades básicas del empleado y su familia.

El factor más esencial es la responsabilidad social que debe tener una organización o una empresa, porque cada una de estas brinda servicios o productos distintos y es necesario empezar a aportar como empresa a la sociedad, ya sea para el mejoramiento social, de la economía, de las estructuras, o del medio ambiente de nuestra ciudad y país.

Desde el punto de vista comunitario, la comunicación alternativa es la que implica los medios alternativos de comunicación o medios comunitarios que juegan un papel importante para que se genere a través de la información brindada o transmitida, las personas de la sociedad conozcan la realidad o la transparencia de las cosas.

La comunicación comunitaria cada día gana más espacio y visualización en la ciudad y el país, algunas empresas, corporaciones y periodistas independientes vienen proponiéndole a la ciudad una comunicación más íntima y que refleje siempre el sentir de la comunidad y que aporte al desarrollo étnico y cultural, aprender a educar a través de estos medios, es una buena estrategia para contar y resaltar la otra historia de las comunas y barrios marginales, formando a los niños y jóvenes de las comunas y sus alrededores para que realicen o conozcan contenidos

educativos, que los ayude a ver en el estudio y el trabajo, la solución para salir adelante y retroalimentan conociendo cómo pueden aportar desde su círculo social, al cambio de toda la comunidad.

Los medios alternativos o medios comunitarios, brindan la información que es más cercana a la verdad de los barrios, esta comunicación brinda y genera la movilización y participación de las personas, que están cansadas de la injusticias sociales, muchos de estos medios comunitarios tienen espacios donde reciben a las personas de sus barrios y al realizar de foros, charlas o conversatorios, para hablar de sus problemáticas sociales como las falta de oportunidades, para la educación, el trabajo o por ser víctimas del conflicto armado, crean esa cercanía y confianza con las personas por medio de lenguajes alternativos como mensajes corporales como lo es un simple abrazo se ayuda a las personas muchas veces a reconfortar sus heridas, preocupaciones, o penas; para lograr cambios en la sociedad se utilizan lenguajes alternativos que implica crear estrategias de comunicación diversas e innovadoras, pero que creen el lazo de cercanía con las personas.

Pensar en el cambio social implica aceptar libremente las políticas, las creencias y costumbres de las demás personas que pertenecen a la sociedad, y también implica trabajar, transmitir y aportar, investigaciones o proyectos que ayuden al mejoramiento del medio ambiente, a economizar los recursos naturales, estrategias que ayuden a la inclusión social de todos, proyectos para el deporte y expresiones.

Las empresas contribuyen al bienestar de la sociedad de diferentes formas, ellas crean y suministran bienes y servicios, generan innovación, investigación y desarrollo, crean empleos, ofrecen oportunidades de carrera y brindan canales a las inversiones financieras (Rauflet, 2010); este autor radica la vital responsabilidad que deben adquirir las empresas para aportar al crecimiento, al desarrollo y al cambio de la sociedad en la que viven.

Otra perspectiva, que brinda una visión más empresarial, reconoce que gracias a los proyectos que crean los comunicadores en las organizaciones o empresas, se promueven grandes estrategias para

mejorar, algo tan esencial como lo es un buen clima laboral para el buen desempeño de todos los empleados, el sentido de pertenencia con la empresa, que reconozcan los valores fundamentales que rigen la organización o empresa, como la misión, visión, y sentido social.

En conclusión, ya sea en una organización o empresa los comunicadores sociales deben convertirse en los principales generadores de contenidos que incluyan y aporten a la sociedad un punto de vista transparente valores como la democracia, la convivencia, la participación, la cultura, el análisis crítico de la realidad y el compromiso social para transformar nuestra sociedad y lograr el cambio social que se desea.

Nota: [Ver anexo 6 \(Fichas de investigación\).](#)

2.2 REFERENTES TEÓRICOS

2.2.1 Comunicación para el cambio social

Para que haya un cambio social, debe haber primero un cambio individual, reconocer entonces las propias necesidades. Según la entrevista realizada por PÉREZ, G. J., CATAÁO, M. M., & FRANCO, F. P. (2009). Alfonso Gumucio, dice que “es un proceso complejo que depende del contexto y de las condiciones culturales en las que se desarrolla y que por lo tanto no puede capturarse totalmente en definiciones académicas”. (p.279)

La comunicación para el cambio social es un término muy amplio, se debe entender que un verdadero cambio social es toda acción que se realiza para mejorar la sociedad ya sea en el ámbito de mejora ecológica, de evitar la violencia o para transmitir valores y normas éticas en las personas a través del simple hecho de comunicarse.

Se reconoce que actualmente los medios de comunicación tienen mucho dominio e influencia en la sociedad, debido a que se convirtieron en la principal fuente de información y entretenimiento para la ciudadanía. Es fundamental saber de qué manera los medios quieren brindar los mensajes y, saberlos interpretar de acuerdo con las identidades e

ideologías sociales que se tiene. Ya que depende del contenido que manejan los medios, eso es lo que se verá en las próximas generaciones, puesto que lo ven como un ejemplo. El cambio social empezaría desde que se compartan contenidos sumamente educativos a través de estos medios, o más adelante se seguirá viendo una generación en el país marcada por la violencia y demás factores. No solo es una propuesta relacionada a la comunicación y a la educación, sino que también está relacionada a una temática de comunicación para el cambio social.

Los comunicadores deben aprender a comunicar más claramente, que su mensaje llegue a donde se busca llegar, ser eficaz y así con su labor contribuir al cambio social, que cuando los mensajes lleguen a las personas, estas a la vez tomen conciencia de las problemáticas que existen, las soluciones y la actitud que se debe tomar para modificar la realidad en que se vive y convertirla en algo mejor.

Toda información que se realiza se puede hacer con un enfoque educativo, las investigaciones de Martínez y Sosa (2016), por ejemplo, señalan que para llevar a la sociedad a la sostenibilidad se debe incitar a la igualdad social, la información educa en la medida en que incita a la participación ciudadana.

Mendivil Calderón, C; et (2005). "El interés principal de este modelo se centra en las relaciones recíprocas que se establecen entre la construcción de la realidad social y el proceso de activación social". (p.16). Con esto se deduce que la conservación de las relaciones sociales sostienen una elaboración de los contextos territoriales.

Gumucio (2011), menciona que la comunicación para el cambio social aparece como un paradigma reformulado y recalca la importancia de los medios al influir en la mente de sus receptores y ayudar a la comunidad.

La edu-comunicación es una palabra clave para que se desarrolle un verdadero cambio social y a través de los medios se puede lograr. Los comunicadores deben convertirse en generadores de contenido y analizar los medios existentes y determinar si en realidad educan.

2.2.2 Enfoque en el barrio Campo Valdés, comuna 4 de Medellín

La comunicación en el barrio Campo Valdés de la Comuna 4 de Medellín requiere de especial atención de parte de los medios que informan a la comunidad.

Se busca analizar y entender la comunicación con sus beneficios y dificultades tanto en la información como en el alcance que se tiene para llegar a ella.

“(…) Comuna 4-Aranjuez como un territorio multicultural, receptor de diversidad de grupos poblacionales”. Alcaldía de Medellín. Plan de Desarrollo Local/Comuna 4/Aranjuez(2014).

En el barrio Campo Valdés es fundamental la recepción del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física por parte de la comunidad, en la que se haga una retroalimentación del individuo que consume el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física; logrando hacer así una posible influencia hacia el cambio social, para realizar este, es exhaustiva la integración de los diferentes individuos del sector, con propuesta de ideas para un mejor desarrollo, siendo ellos los creadores de este proceso.

El barrio Campo Valdés es una zona en donde las relaciones entre los individuos del sector son más fluidas que en otros sectores; sin embargo, es preciso notar la imposibilidad que sostienen desde la individualización que se maneja por parte de cada uno, siendo los jóvenes los más allegados a dichos comportamientos. Pues se maneja un desconocimiento del mismo sector, de lo que sucede, o de los diferentes beneficios o adversidades que el sector maneja. Siendo de vital importancia el análisis de la pretensión que tiene La Pupila como medio comunitario realizar el proceso de cambio social y la metodología de llegar a su audiencia.

2.2.3 Enfoque en el medio comunitario La Pupila, en sus versiones virtual y física

La Pupila Comunicaciones es un medio comunitario dedicado a generar contenidos que contribuyan a la calidad de vida de los habitantes del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín.

La comunicación es importante para la sociedad, esta, debe sufrir una metamorfosis hacia lo contemporáneo según Orué (2019), esto significa en gran medida que la comunicación debe acoplarse a los cambios actuales de las nuevas formas de comunicar, es el caso del Periódico La Pupila que debe tener en cuenta la importancia de la información que maneja y cómo llega a la audiencia.

Los medios trabajan desde el poder y generan en las personas nuevos pensamientos, desde el punto crítico de cada uno se lleva a cabo el cambio social.

Desde el paradigma conductista, los medios, en este caso el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, genera en sus audiencias unos estímulos; donde se espera que los habitantes del barrio Campo Valdés reaccionen de una manera predecible a determinada información, a estímulos específicos, respuestas específicas; la información que los comunicadores analizan es en medida contenido educativo que lleva a la comunidad a responder de determinada manera; como su mismo nombre lo indica, conduce a los ciudadanos, en este caso a la comunidad a reaccionar y la guía bidireccional.

En el paradigma economía política, se muestra que existe un proceso de producción y circulación del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física que finalmente es consumido por la audiencia de dicho sector y muestra la importancia que se le da a la producción económica y a las relaciones de poder, ya que la comunicación se rige a partir de la economía política.

Es necesaria la adecuación del producto de La Pupila, en el periódico en sus versiones virtual y física para así hacer mejoría de su recepción. Por

eso la importancia de que se llegue a la mayor cantidad de la población por este paradigma económico-político. Entendiendo que es un medio comunitario y su necesidad de hacer cambio social es innata.

Sarmiento Guede, J. R., & Rodríguez Terceño, J. (2018) Afirman que el auge de las nuevas formas de comunicarse, especialmente a través de las plataformas digitales hacen que la información también fluya de boca en boca. Es el caso del Periódico La Pupila, que también se encuentra en una plataforma digital y los miembros de la comunidad pueden leerlo y a su vez transmitir la información de otros.

2.2.4 Comunicación Participativa

Según (Servaes & Malikhao, 2007) “participación significa una repartición más equitativa de tanto el poder político como económico, lo cual a menudo lleva a reducir los privilegios de ciertos grupos”. (pág. 49) En contexto la preservación de la igualdad es consistente para evitar aspectos hegemónicos que deslegitima la vociferación de la sociedad independiente del poder, lo que busca la participación es desarrollar la interrupción de la brecha entre el poder y la sociedad que dispone de baja visualización cultural, económica y social.

“(...) es punto de partida para fundar relaciones humanas emancipadoras, donde los sujetos pasen de ser meros espectadores a verdaderos constructores de su bienestar”. (p.2). Tojeiro (2016).

2.2.5 Comunicación para el desarrollo

Hablar del papel que juega la comunicación para el desarrollo de una sociedad es clave, porque la comunicación es participativa, incluyente, es aquella que permite dialogar las dificultades como sociedad, cultivar una buena cultura, y así transmitir una equidad social para poco a poco generar un desarrollo humano o cambio personal en cada uno de los individuos que reciben la información que se está comunicando.

“La comunicación para el desarrollo hacía énfasis en una tecnología apropiada, que pudiera ser asumida por el campesino pobre, y planteaba además la necesidad de establecer flujos de intercambio de conocimiento e información entre las comunidades rurales y los técnicos y expertos institucionales, en lugar de asumir que la solución era una “transferencia” unidireccional de conocimientos”. (Gumucio Dagron, 2011) (p.10).

Como se indica en la sublínea de comunicación, educación y medios; el comunicador tiene un rol importante construyendo así a través de los medios de información que transmita y forme a las personas, allí radica el no solo ser comunicador sino también educador.

“La comunicación para el desarrollo es por lo tanto de gran utilidad para poder generar reflexión y toma de conciencia sobre las distintas temáticas que afectan al desarrollo humano sostenible como la igualdad entre géneros, la exclusión, la inmigración, la sostenibilidad o la ciudadanía global”. Tamayo, Rincón (2017) (p.3).

Tamayo, U., & Rincón, V. (2017). Mencionan que la comunicación contribuye al desarrollo humano. La información que genera el periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física puede ayudar a mejorar las condiciones de la comunidad, porque tiene la función de dar a conocer las problemáticas que se viven en el barrio Campo Valdés, comuna 4 de Medellín y ser la voz de sus habitantes, haciendo posible que exista un desarrollo humano a través de la comunicación.

Es fundamental la comunicación en las personas para recrear una significación; ampliando las prácticas y mejorarlas. La Comunicación para el desarrollo fomenta el diálogo de las personas e incrementa el flujo de proyectos por medio de intercambio de ideas en los diferentes ámbitos socioculturales y económicos.

Se facilita la comunicación en los sectores poco pretendidos por las alternativas metodologías comunicativas; esta promueve la posibilidad de potenciar estrategias de desarrollo, utilizando los implementos técnicos y alternos de comunicación.

Se interpretará la utilización de los contenidos del periódico comunitario pretendiendo, discernir cómo hace que la población del barrio Campo Valdés haga intercambios de experiencias, reconocimientos culturales, fomentar el diálogo, el intento de evitar la individualización del sujeto del sector de la Comuna 4, acaparando el fortalecimiento de ideas y proyectos sociales. M. Sánchez-saus Laserna (2018) "...la comunicación se reduce a la transmisión de información y a la modificación de las conductas". (p.121)

La comunicación para el desarrollo busca quitar las fisuras comunicativas que se presentan en un sector. Potencializa la capacidad de unificar la población en un mismo lenguaje. Mejora el comportamiento de una comunidad, haciendo referencia hacia la productividad y creación de proyectos. (Martínez Beleño y Sosa Gómez 2016) "la comunicación para el desarrollo, reconoce que la protección de capital social, económico y ambiental, son aspectos necesarios para lograr un desarrollo comúnmente productivo". p.72

La comunicación ha sido asociada con los medios de comunicación y su labor de informar para el desarrollo de las sociedades y dejase a líderes o personas dedicadas a la transformación a incidir en comunidades hacia una perspectiva positiva. Botero y Obregón (2011).

2.2.6 Comunicación alternativa

Los medios masivos de comunicación y los medios alternativos son un pilar fundamental para lograr un cambio social, ya que estos siempre serán los encargados de transmitir los hechos y los sucesos a toda la comunidad, se debe implementar siempre en los comunicadores, adquirir o transmitir siempre una responsabilidad social de contar y decir toda la verdad; por eso, si estos medios son bien utilizados, de forma transparente para los espectadores, cada persona empieza a generar un cambio social desde su círculo social y familiar.

La comunicación alternativa es la que implica los medios alternativos de comunicación o medios comunitarios que juegan un papel importante

para que se genere a través de la información brindada o transmitida, que las personas de la sociedad conozcan la realidad o la transparencia de las cosas.

Según Gabriel Kapún (2019) “Lo alternativo en todo caso debía ponerse al servicio del proyecto revolucionario, denunciando al poder dominante y transmitiendo las ideas “correctas”, y esto generó un cierto tipo de comunicación popular caracterizada por su estilo panfletario”. (p.71) La comunicación alternativa se basa en la reducción de la hegemonía y genera un hilo conductor hacia la visibilización y creación equitativa de voz.

Chaverra y Bolívar (2016) “La rapidez y los diferentes modos de comunicación que colaboran con la suma de recursos alternativos como los videos, los gráficos, los sonidos a lo que tradicionalmente son los escritos impresos”. (p.180).

Según (LONDOÑO PINEDA, VÉLEZ ROJAS & CARDONA CANO 2015), en la actualidad la participación ha ido más allá de los medios tradicionales donde se ha instaurado acciones comunicativas donde las comunidades son creadoras de tendencias.

2.2.7 Periodismo alternativo

La sublínea de Comunicación, Educación y Medios habla de la pretensión de hacer cambios culturales de manera frenética. Lo que lleva a una necesidad de adecuamiento estructural en el periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

El medio cuenta con su plataforma digital, sin embargo, se puede generar un desconocimiento por parte de los usuarios de la Comuna 4 de Campo Valdés.

La validación de un producto no solo escrito; sino también, con diferentes métodos de conceptualizar la información en donde se haga práctica la influencia hacia el usuario de La Pupila, en la que genere una retroalimentación.

Es importante el papel que tiene el periodismo alternativo en la esfera pública, ya que los medios tienen el poder para fomentar la democracia en la sociedad.

El periodismo alternativo tiene la diferenciación con el tradicional porque asume una mayor participación y retroalimentación por parte de las personas que son consumidoras del método de información. Este modelo de informar da la oportunidad para que una persona que no tiene formación o preparación periodística pueda también informar. Según Marta Lamuedra Gravan (2011) “La tarea de ese periodismo cívico sería ‘crear espacios públicos en este mundo virtual y conectarlos con los del mundo real’”. (p.30).

Esto produce un mejoramiento industrial y una gran capacidad de abrir el público que consume el contenido. El periodismo alternativo se fomenta seguidamente de la transición tecnológica que se ha evidenciado en las últimas décadas; el uso de la web ha generado que las personas interactúen, abarcando la multiculturalidad; el paradigma de Economía Política de la Comunicación fomenta la incrementación de un producto comunicativo consumible; que abarque a la mayor parte de la población.

Se pretende evidenciar el uso de las metodologías alternativas en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, identificando el contenido y su viabilidad hacia la ampliación de consumidores y su deber como medio comunitario el incitar o influenciar a un desarrollo para ejercer un cambio social.

2.2.8 Comunicación comunitaria

Es vital la importancia de que los medios de comunicación comunitarios adquieran la responsabilidad y el sentido social que implica comunicar, porque son los encargados de enviar y transmitir mensajes a las personas de determinado sector que tomarán la información como cierta o no, y estos mensajes claramente ayudan a construir una sociedad más culta, o también pueden destruir.

krohling peruzzo, c. m., chaparro escudero, m., & torrico villanueva, e. r. (2019). “Los medios comunitarios, pese a sus circunstancias y

diferencias internas, intervienen en la construcción de nuevas narrativas para la vida” (p.38).

“ Los medios comunitarios, pese a sus circunstancias y diferencias internas, intervienen en la construcción de nuevas narrativas para la vida, desde un compromiso que responde a principios de Ética, Ecología y Equidad”. KROHLING, Cicilia, et. Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía. (2019).

La comunicación comunitaria cada día gana más espacio y visualización en la ciudad y el país, algunas empresas, corporaciones y periodistas independientes vienen proponiéndole a la ciudad una comunicación más íntima y que refleje siempre el sentir de la comunidad y que aporte al desarrollo étnico y cultural, aprender a educar a través de estos medios, es una buena estrategia para contar y resaltar la otra historia de las comunas y barrios marginales, formando a los niños y jóvenes de las comunas y sus alrededores para que realicen o conozcan contenidos educativos, que los ayude a ver en el estudio y el trabajo, la solución para salir adelante y retroalimentan conociendo cómo pueden aportar desde su círculo social, al cambio de toda la comunidad.

“Se llama con esos nombres a las prácticas de comunicación que tienen por sujeto a los grupos populares y que buscan alterar las relaciones de poder hegemónicas, al potenciar la expresión de quienes habitualmente no tienen la posibilidad de ejercer su derecho a la comunicación”. (p.2) Fasano, Roquel. Patricia e Irene. Comunicación comunitaria: un proyecto en busca de definiciones. (2016).

2.2.9 Periodismo comunitario

El periodismo comunitario es importante para la comunicación, estos periodistas que, como intermediarios sociales, son además generadores de cultura, ofrecen un servicio del que todos pueden participar, tienen un papel importante que desarrollar favoreciendo, asimismo, la comunicación entre educación y cultura para el cambio social.

Requejo Alemán, J. L. (2007) “En el periodismo participativo las conversaciones se producen para que todo el mundo las pueda oír. Para esta corriente lo principal es que cada ciudadano pueda ser un reportero, que tenga algo que comunicar, y que intente comunicarlo a otros”. (p.2)

El periodismo comunitario brinda la información que es más cercana a la verdad de los barrios, esta comunicación brinda y genera la movilización y participación de las personas, que están cansadas de la injusticias sociales, muchos de estos medios comunitarios tienen espacios donde reciben a las personas de sus barrios y al realizar de foros, charlas o conversatorios, para hablar de sus problemáticas sociales como las falta de oportunidades, para la educación, el trabajo o por ser víctimas del conflicto armado, crean esa cercanía y confianza con las personas por medio de lenguajes alternativos como mensajes corporales como lo es un simple abrazo se ayuda a las personas muchas veces a reconfortar sus heridas, preocupaciones, o penas; para lograr cambios en la sociedad se utilizan lenguajes alternativos que implica crear estrategias de comunicación diversas e innovadoras, pero que creen el lazo de cercanía con las personas.

“ (...) libre, pluralista e independiente y capaz de proporcionar una plataforma para el diálogo y la participación ciudadana”. (p.4).Borges, Bahareh, et. Periodismo de datos iberoamericano: desarrollo, contestación y cambio social.Presentación. (2018).

Según Ayala Martín, A. (1996)“El periodismo comunitario es una nueva manera de abordar los problemas públicos, individualizar nuevos temas e historias y, por lo tanto, presentar nuevos formatos textuales”. (p.14). Lo que se convierte en una necesidad natural, puesto que son situaciones que se deben abordar dentro de la misma comunidad, pero desde el periodismo y por supuesto, en una guía crítica en el texto informativo.

2.3 INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA, COLOMBIA Y MEDELLÍN

2.3.1 Comunicación en América Latina

Con respecto a los escenarios de violencia en América Latina, la comunicación busca concientizar a las personas a no participar de estos actos que solo afectan a cada país y a la comunidad. América Latina hoy más que nunca, hasta que no se logre la implantación de un modelo social más equitativo, justo con la urgencia y necesidad de cambio, no ayudará a que se vean los resultados de un verdadero cambio social.

Para ello primero habría que analizar la situación de cada uno de los países y a través de la comunicación dar a conocer las problemáticas de los ciudadanos y ofrecer soluciones reales que lleven a una verdadera transformación. La comunicación se da de diferentes maneras en los países de América Latina y cada país requiere de diferentes cambios sociales para mejorar los procesos comunicativos y la vida de las personas. Estos cambios dependen de la situación de cada país y la manera de pensar de la sociedad.

Orero, E. C., Slipak, D., & Goicovic, I. (2018). Se menciona sobre los movimientos armados que surgen en América Latina a mediados del siglo XX, esta situación que también se da por los continuos conflictos por el poder y la falta de comunicación. América Latina ha atravesado un largo proceso por la construcción de una comunicación entre los gobernantes y sus ciudadanos; lo que impide el cambio social son esas barreras comunicativas que no dejan avanzar e impiden la paz.

2.3.2 Comunicación en Colombia

El cambio social en Colombia es un asunto del que mucho se habla, pero que realmente tiene muchas brechas e interrogantes sin resolver. Es un tema controversial y que más que hablar de ello, requiere una transformación primeramente individual, para así lograr un cambio a nivel social. Este cambio requiere de compromiso, y de deseo de

lograrlo; con ayuda de la comunicación, se ha podido observar que esta contribuye a mejorar los comportamientos de los individuos en la sociedad, que a través de expertos en las ciencias sociales se puede reconocer la realidad en que se vive, aplicar estrategias comunicativas que sirvan de apoyo a la comunidad y mejoren las condiciones de vida de todas las personas.

Colombia ha manifestado cambios desde sus inicios, desde lo político, lo económico, religioso, entre otros aspectos que han dejado tanto beneficios como consecuencias, que repercuten en los ciudadanos, en el pensamiento de las personas y consigo en la conducta. La comunicación tiene un rol importante en todo esto, sobre todo hoy en la era de las nuevas tecnologías con los medios de comunicación, que influyen en la mente y la conducta de las personas, trayendo consigo efectos, que pueden propiciar espacios idóneos para un cambio social en la sociedad.

En un país como Colombia que enfrenta diferentes problemáticas sociales como el desempleo, la desnutrición de niños, niñas y la falta de oportunidades para estudiar se hace cada vez más difícil promover un cambio social porque las personas ya no creen y están cansados de las injusticias, por eso se busca reconocer aquellas investigaciones y hechos que han aportado a un cambio social en el país.

El cambio social empezaría desde que se compartan contenidos sumamente educativos a través de los medios, o en unos años después se seguirá viendo una generación en el país marcada por la violencia y demás factores; desde la transformación de sí mismo, se aprende a aprovechar los diálogos, a llegar a buenas y posibles negociaciones.

2.3.3 Comunicación en Medellín

En la ciudad de Medellín la comunicación-educación es un término muy importante que se debe tomar como punto de partida para poder lograr un cambio social en esta ciudad, porque si se comunica de manera educativa a través de los medios, ya sea radio, prensa, televisión o

plataformas digitales, siempre se podrá aportar al cambio y al desarrollo social de la comunidad ya que algo de ese mensaje educativo que se envía, se queda en el receptor, y este pasa a ser un interlocutor, porque se retroalimenta de esta información y genera una opinión o adopta este comportamiento para su vida.

Para la transformación en la ciudad es necesario que los comunicadores examinen su manera de comunicar; como por ejemplo qué comunican, qué principios manejan. Para el cambio social los comunicadores tienen una gran responsabilidad, porque son ellos quienes manejan la información y no deben manipularla a su antojo para así lograr la transformación de la sociedad a una más transparente.

Un ejemplo de lo que el cambio social representa en la ciudad de Medellín también puede verse reflejado en actividades diarias que se hacen, por ejemplo, un deporte como el fútbol; las barras bravas son grupos de aficionados que alientan a sus equipos, a través de brincos y cantos detrás de la portería. Cada barra es distinta, ya sea por cantidad de personas, ideologías, etc. No solo están presentes cuando el equipo juega en su ciudad, también hacen excursiones masivas a otras ciudades y países. No importa el lugar o rival, son leales a sus colores. Además de esto, en los últimos años vienen dejando de lado la violencia para incurrir en prácticas sociales.

En una organización o empresa los comunicadores sociales deben de convertirse en los principales generadores de contenidos que incluyan y aporten a la sociedad un punto de vista transparente valores como la democracia, la convivencia, la participación, la cultura, el análisis crítico de la realidad y el compromiso social para transformar la sociedad y lograr el cambio social que se desea.

En la ciudad de Medellín las empresas contribuyen al bienestar de la sociedad de diferentes formas, ellas crean y administran bienes y servicios, generan innovación, investigación y desarrollo, crean empleos, ofrecen oportunidades de carrera y brindan canales a las inversiones financieras (Rauflet, 2010); este autor radica la vital responsabilidad que deben adquirir las empresas para aportar al crecimiento, al desarrollo y al cambio de la sociedad en la que viven.

Otra perspectiva, que brinda una visión más empresarial, reconoce que gracias a los proyectos que crean los comunicadores en las organizaciones o empresas, se promueven grandes estrategias para mejorar, algo tan esencial como lo es un buen clima laboral para el buen desempeño de todos los empleados, el sentido de pertenencia con la empresa, que reconozcan los valores fundamentales que rigen la organización o empresa, como la misión, visión, y sentido social.

Navarro Díaz (2016) habla de conceptos de ciudadanía expresada en problemas de desigualdad, indigencia, exclusión, discriminación, pobreza, baja escolaridad, delincuencia, mafias, crimen organizado y conflicto armado. En abordar las bases conceptuales de la comunicación para el cambio social esto enfocado en la ciudad de Medellín podría lograr ese cambio social y cambiar el imaginario de las personas tanto de otras partes como de los habitantes de la misma ciudad.

2.3.4 Comunicación en el barrio Campo Valdés, Comuna 4 de Medellín

Socialmente es indispensable la comunicación para una mayor caracterización de los diferentes procesos educativos y productivos. Así que, la población a medida que avanza comienza a discernir los conceptos y ámbitos culturales en los que se promueve una sociedad modernizada; desde la comunicación la comunidad se adapta al contexto en el que se encuentra. Así lo afirma Orué (2019) la comunicación es la conectividad a la innovación, por la comunicación se debe hacer un proceso de adaptación y cambio hacia el mundo moderno. (p.102)

La comunicación del sector nororiental se manifiesta proporcionalmente, pues el sector reúne diversidad de culturas, la individualización de pensamiento e ideas, pues en la urbanidad se maneja un proceso comunicativo más introvertido. Los grupos que esta comuna agrupa, establecen una diferenciación del lenguaje comunicativo.

En Campo Valdés es contenedor de fisuras o secuelas de la violencia urbana; por lo que la percepción del habitante es defensiva, lo que ha dejado un proceso de varios años de individualidades por su parte e

indiferencia hacia su sector poblacional. Se denota el asumir y el acostumbrarse del habitante a los diferentes hechos relacionados con la violencia o sucesos que perjudican la continuidad vivencial.

Para la mejora comunitaria se debe establecer la relación asertiva y definida, fomentando los diferentes cambios que pretende la comunicación para el desarrollo; como lo interpreta Orué (2019) son las relaciones las que principalmente consisten la comunicación para el desarrollo, dejando en un segundo plano el transmitir el mensaje.

Se busca entonces, que las comunidades que pasan por contextos de violencia tengan empoderamiento y afronten la difícil situación de violencia por la que viven. Es un compromiso también de parte de quienes buscan un cambio social, favorecer a estas comunidades y buscar las estrategias adecuadas para el cambio, a través de la comunicación es posible abordar estas situaciones y darles una solución.

Se puede analizar que para que haya un cambio social, se requiere primero un cambio individual, que las personas tomen conciencia, el cambio se genera por sí mismo, para así dar paso a un cambio colectivo; en el caso de esta comunidad es necesario que se reconozcan sus propias necesidades y tomen conciencia para así con ayuda de quienes hacen parte de las ciencias sociales, pueda surgir un verdadero cambio social con ayuda de la comunicación.

2.4 PROPÓSITOS COMUNICATIVOS

Los propósitos comunicativos son imprescindibles en la comunicación, en este caso en la de la comuna 4 del barrio Campo Valdés. Los habitantes del barrio poseen unos propósitos que pueden comunicar al Periódico La Pupila para que a través de sus contenidos den a conocer lo que quieren mostrar a la comunidad y contribuyan de esta manera al cambio social.

“Según la propuesta de los autores, las comunidades discursivas serían determinantes en la configuración de los propósitos comunicativos, pues,

cada una de ellas presentará intencionalidades comunicativas propias de su área, necesarias de plasmar en los textos por medio de los propósitos comunicativos".(p.6) Zamora y Venegas. Estructura y propósitos comunicativos en Tesis de Magíster y Licenciatura*. (2012)

2.5. RECEPCIÓN

La recepción se entiende como la naciente de la crítica cultural, lo que se convierte un aspecto en el que las audiencias mantienen una recepción activa hacia los medios de comunicación, según María Corominas (2001) “uno de los puntos centrales de los estudios de recepción es el carácter activo que se otorga a la audiencia; la capacidad de actuación que se le reconoce en su relación con los medios”. (p.2). Así que, la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés debe verse inmersa en estos procesos comunicativos.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente capítulo demostrará que tipo de paradigma es utilizado en la investigación que tiene la pretensión de explicar el objeto estudiado. También se hará muestra de los métodos de recolección que se utilizarán, cómo y por qué es pertinente hacer el uso de las herramientas de medición que ayudan a identificar lo que se está proponiendo.

3.1 Tipo de investigación cualitativa

La utilización del enfoque cualitativo abunda una investigación específica en los receptores del periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física del barrio en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín, para poder indagar los propósitos de los aportes comunicativos y caracterizar los mismos, así, se comprende que los habitantes son estimulados por

algún tipo de contenido, a lo que es pertinente identificarlos, por eso sus métodos de recolección más apropiados para esta investigación son: sondeo y panel de expertos.

3.2 Delimitación

La muestra de la investigación es un segmento de los habitantes de la comuna 4 de Medellín, barrio Campo Valdés. Se llevará a cabo durante el segundo semestre del año 2021 a personas mayores de 18 años, específicamente 100 formularios para sondeo y tres entrevistas dirigidas al director del Periódico La Pupila, a María Josefa Restrepo, experta en comunicación y medios alternativos y al líder social del barrio Campo Valdés para analizar la recepción del periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, el cual es un medio que incluye a la comunidad, los tiene en cuenta en la creación de sus contenidos y los anima a consumir.

Se eligió el barrio Campo Valdés porque es el lugar en donde se encuentra ubicada la sede del Periódico La Pupila y es en este barrio en el que el medio comunitario tiene mayor recepción. El año 2021 hace más inmediata la investigación, permitiendo obtener resultados más actualizados del sujeto de estudio (habitantes del barrio Campo Valdés).

3.2.1 Sujeto u objeto de Investigación (sólo uno de los dos según el tipo de investigación)

La investigación cualitativa contribuye a analizar más de cerca el sujeto de estudio, ya que permite a través del sondeo y el panel de experto, una evaluación que acceda a conocer las características y percepciones de cada sujeto que es receptor del periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

El sujeto de la investigación se presenta en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física. Por eso, es preciso identificar algunas de las características del periódico, tales como: la recepción de las personas que habiten en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín, en el periódico; esto se debe a disminuir el rango de extensión geográfica, pues dicha comuna cuenta con otros diez barrios. Sin embargo, la pretensión de este trabajo es meramente exploratoria. Por otro lado, personas de este territorio que conozcan o no el periódico de La Pupila, en sus versiones virtual y/o física, para poder identificar aportes que retroalimentan la investigación y por último, Personas que hayan sido consumidoras o participantes del periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, para poder identificar sus propósitos y conductas comunicativas en dicha inmersión con el medio. Para analizar esa recepción del Periódico La Pupila.

3.2.2 Tiempo y Escenario

La investigación se llevará a cabo en el año 2021, la recolección de información se hará durante el segundo semestre del año, al igual que su tabulación y análisis de resultados; es importante precisar que es una época contemporánea a la investigación, por lo que hace más pertinente identificar el problema desde un contexto más actual. El escenario de vinculación con los receptores será la comuna 4, específicamente en el barrio Campo Valdés, territorio en el que se encuentra inmerso el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física; en este desarrollo es importante identificar la realidad de los habitantes de este sector para lograr un mayor alcance de investigación, entendiendo al Periódico La Pupila como el narrador de las realidades del barrio. Por ser una investigación de tipo exploratoria, se llevará el estudio del sujeto (el Periódico La Pupila en sus versiones virtual y física) que arrojará un resultado, el cual se analizará para pasar a las técnicas de análisis de la información, teniendo en cuenta sus intereses, hábitos de lectura y propósitos comunicativos que tienen en el barrio y para el Periódico La Pupila.

Este resultado medirá la exploración de la recepción sobre el periódico, siendo esta la primera investigación hacia el periódico La Pupila, es entonces donde se harán los primeros reconocimientos en este sujeto de estudio, a través de un panel de expertos y un sondeo para lograr analizar la recepción que tienen los habitantes en el medio comunitario sobre el periódico en sus versiones virtual y física.

3.3 Diseño de la investigación

Para lograr el objetivo general, es importante desglosar unos objetivos específicos que permitirán alcanzarlo. La pregunta ¿Cuál es la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física? que servirá para responder el objetivo general, el cual es: Analizar la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

[Ver anexo: matriz de metas, acciones y tareas.](#)

Objetivo 1

El primer objetivo específico es Indagar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social. Por lo que se cumplirá con las siguientes metas:

Conocer las propuestas de interés social de los habitantes del barrio Campo Valdés

por lo que está constituida de tres acciones, la primera es reconocer el interés de los habitantes del barrio Campo Valdés en ofrecer propuestas para el Periódico La Pupila, que se resolverá a través de tres tareas: buscar a los habitantes del barrio Campo Valdés con ayuda de bases de datos, llevar a cabo instrumento de recolección de información y sistematizar la información; la segunda acción es evaluar los intereses de los habitantes del barrio Campo Valdés que aporte al Periódico La

Pupila, en sus versiones virtual y física, tomando así tres tareas para resolver identificar los intereses de los habitantes del barrio Campo Valdés por medio de un instrumento de recolección de información, clasificar los intereses en categorías a través de un instrumento de recolección de información y analizar los intereses de los habitantes del barrio Campo Valdés por medio de un instrumento de recolección de información. La última acción es examinar la participación de los habitantes del barrio

Campo Valdés que son audiencia en el Periódico La Pupila, en sus versiones

virtual y física, a lo que se le asignará tres tareas: definir quienes

participan en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física a

partir de un instrumento de recolección de información, relacionar

la participación de la audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones

virtual y física a partir de un instrumento de recolección de información y analizar en el Periódico La Pupila la participación de los habitantes del barrio Campo Valdés.

Identificar el cambio social en el barrio Campo Valdés a partir de los propósitos comunicativos de los habitantes en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física

Está conformada por tres acciones, la primera acción es enunciar las fortalezas que tienen las diferentes propuestas de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y su incidencia en el cambio social, la cual esta consta de tres tareas: distinguir en el instrumento de recolección de información los diferentes propósitos comunicativos de los habitantes del barrio campo Valdés, escuchar la percepción que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés sobre el cambio social generado por el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, e identificar a partir de un instrumento de recolección de información la importancia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física para los habitantes del barrio Campo Valdés.

La segunda acción de la segunda meta es revelar la necesidad de los habitantes del barrio Campo Valdés por aportar al cambio social a través de sus propósitos comunicativos en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y las tareas para alcanzarla son: dialogar con los habitantes del barrio Campo Valdés sobre su aporte al cambio social a través de sus propósitos comunicativos en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, establecer una comunicación constante con la comunidad del barrio Campo Valdés para establecer su interés en aportar al Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, sintetizar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física a partir del instrumento de recolección de información.

La tercera acción de la meta es cualificar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés que llevan al cambio social. y las tareas para lograrla son: identificar en el barrio Campo Valdés las audiencias que proponen temas para el periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física que aborden el cambio social, evaluar por medio del instrumento de recolección de información las necesidades de los habitantes del barrio Campo Valdés y medir cualitativamente con el instrumento de recolección de información para identificar el cambio social gracias a los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés.

Verificar la distinción del cambio social por los habitantes del barrio Campo Valdés que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física

Está constituida por tres acciones, la primera acción es observar que los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés deriven al cambio social, la cual está compuesta por tres tareas: comparar la teoría sobre el cambio social y la percepción de cambio social que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés, examinar la información que publica el Periódico La Pupila y determinar los propósitos comunicativos de la comunidad en el Periódico La Pupila.

La segunda acción de la segunda meta es determinar los propósitos comunicativos de la comunidad en el Periódico La Pupila y las tareas

para lograrla son: determinar los propósitos comunicativos de la comunidad en el Periódico La Pupila, examinar el marco teórico para ver los conceptos de Comunicación para el cambio social antes planteados y enlazar los propósitos comunicativos de las audiencias de Campo Valdés del periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y su información con ayuda del instrumento de recolección de información.

Y la tercera acción de la meta es encontrar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés que se vinculen al cambio social, las tareas para alcanzarla son: solicitar a los participantes del instrumento de recolección de información que vinculen más personas a participar, observar las falencias comunicativas en los habitantes del barrio Campo Valdés a partir del sondeo y Verificar los resultados del instrumento de recolección de información.

Objetivo 2

El segundo objetivo específico es caracterizar la recepción del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, entre los habitantes del barrio Campo Valdés, desde la visión de la comunicación participativa. Se llevará a cabo con ayuda de las siguientes metas, la primera es:

Conocer las necesidades socioeconómicas y culturales de los habitantes del barrio Campo Valdés que son audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física

La cual se conforma por tres acciones, la primer acción es Identificar la percepción de las audiencias del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, y para lograrla se hará a través de las siguientes tareas: Ver cómo es recibido el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física. (Negativa o positiva), Según la especificidad de la audiencia del barrio Campo Valdés, observar las barreras comunicacionales que pueden dañar la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus

versiones virtual y física, y utilizar un instrumento de recolección de información para medir los alcances del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en los habitantes del barrio Campo Valdés que son audiencia.

La segunda acción del objetivo es Categorizar las diferentes necesidades que tienen las personas que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el barrio Campo Valdés y está conformada por las siguientes tareas: utilizar un instrumento de recolección de información en el barrio Campo Valdés a la audiencia que consume el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, conocer los diversos tipos de necesidades a través del instrumento de recolección de información y examinar los diferentes oficios y labores que realizan los habitantes del barrio Campo Valdés que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

La tercera acción del objetivo es la siguiente: determinar la capacidad de comprensión de las audiencias de la información que brinda el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física con base a sus necesidades y tiene las siguientes tareas para materializarla: utilizar un instrumento de recolección de información que permita verificar la capacidad de comprensión de la información que brinda el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en los habitantes del barrio Campo Valdés, utilizar un instrumento de recolección de información para los habitantes del barrio Campo Valdés que permita adquirir información sobre las necesidades de las personas que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y colocar link en el instrumento de recolección de información para que la comunidad observe el Periódico La Pupila en su versión virtual.

Definir los diferentes públicos que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el barrio Campo Valdés

Se realizará a través de tres acciones, la primera acción es dar a conocer los diferentes públicos que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el barrio Campo Valdés, teniendo en cuenta edad y género, la cual, está integrada por las siguientes tareas:

reconocer de acuerdo al instrumento de recolección de información, una medida de 1 a 10 que tanto consumen los habitantes del barrio Campo Valdés el periódico La Pupila en sus versiones virtual o física, Luego de la tabulación del instrumento de recolección de información, identificar las edades y géneros que más consumen el periódico La Pupila y identificar de este recolector de información las ocupaciones de los habitantes del barrio Campo Valdés que más consumen el periódico en su versión física o virtual.

La segunda acción es reconocer las audiencias del periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el barrio Campo Valdés como actores de cambio social, y se logrará con ayuda de tres tareas: a través del instrumento de recolección de información reconocer si la audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, los habitantes del barrio Campo Valdés buscan el cambio social, averiguar los intereses de las personas que consumen el Periódico La Pupila, a través del instrumento de recolección de información, examinar la pertinencia de la información del Periódico La Pupila a través de la observación no participante.

Y la tercera acción es Identificar las audiencias de Campo Valdés en su forma de percibir el periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física según sus características la cual se llevará a cabo con la ejecución de las siguientes tareas evidenciar si la percepción de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila en sus versiones física o virtual es: muy buena/buena/indiferente/mala/muy mala, a través del instrumento de recolección de información, hallar los motivos de recepción con ayuda del instrumento de recolección de información, según el rasgo de la persona residente del barrio Campo Valdés que es audiencia en el periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y Aplicar un instrumento de recolección de información al director de La Pupila, sobre lo que pretende el medio comunicar a sus audiencias del barrio Campo Valdés, por medio de el periódico en sus versiones virtual y física.

Describir los gustos temáticos de los habitantes del barrio Campo Valdés que son audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física

Se implementarán tres acciones para alcanzarla, la primera acción es la cual está compuesta por tres tareas identificar con el instrumento de recolección de información el rango de edad, género y ocupación de los habitantes del barrio Campo Valdés que son los que más consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, comparar las especificidades con la tabulación del instrumento de recolección, los habitantes del barrio Campo Valdés que consumen el periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y contrastar los resultados de los habitantes que más consumen según su rango de edad y los que no son habitualmente consumidores o nunca han consumido el periódico La Pupila en sus versiones virtual y física. La segunda acción es Identificar los rasgos que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés. Está constituida por las siguientes tareas: la herramienta de la observación servirá de base para realizar el análisis de los rasgos que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés, a través de estadísticas en redes sociales se observa la interacción de la página oficial en Facebook y Investigar a través del instrumento de recolección de información si los habitantes del barrio Campo Valdés participan activamente en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

La tercera acción es determinar las diferencias de edad y género entre los tipos de personas que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y su relación con el interés por cierto tipo de información y la conforman tres tareas: organizar estructuradamente los diferentes públicos que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y hacen parte del barrio Campo Valdés, comparar las diferencias de edad y género entre los diferentes públicos que consumen el Periódico La Pupila por medio de la tabulación, en sus versiones virtual y física y residen en el barrio Campo Valdés y registrar hallazgos sobre las diferencias de edad y de género de los diferentes públicos que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física que residen en el barrio Campo Valdés.

Objetivo 3

El tercer objetivo específico es Identificar los hábitos de lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés con el Periódico La Pupila, en sus

versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social. Se realizará con ayuda de las siguientes metas:

Determinar los hábitos de lectura del medio La Pupila, en sus versiones virtual y física por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés

La cual está constituida por tres acciones, la primera acción es analizar los hábitos de lectura en las audiencias del barrio Campo Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física. Y para lograrla se hará a través de las siguientes tareas: observar las redes sociales de La Pupila, determinar a partir del instrumento de recolección de información el consumo del medio La Pupila por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés, identificar a través de un instrumento de recolección de información la cantidad de personas que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, participantes de este instrumento de recolección de información.

La segunda acción del objetivo es identificar si las personas del barrio Campo Valdés leen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física. Y está conformada por las siguientes tareas: realizar un instrumento de recolección de información en el barrio Campo Valdés para determinar si las personas leen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, realizar un instrumento de recolección de información en el barrio Campo Valdés para determinar si las personas prefieren el Periódico en su versión virtual o física, preguntar en el instrumento de recolección de la información, con una calificación del 1 al 10 qué tanto leen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

La tercera acción del objetivo es la siguiente, relacionar el gusto por la lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés y la lectura del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física. y tiene tres tareas para materializarla: interpretar a través de un instrumento de recolección de información la relación entre el gusto por la lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés y la lectura del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, seleccionar participantes que tengan gusto por

la lectura y asociarlo con el conocimiento que tienen sobre el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y Hablar con el director de La Pupila, la relación que existe entre el gusto por la lectura y el consumo del medio por parte de los habitantes.

Estimar los efectos que tiene el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el cambio social del barrio Campo Valdés y de sus habitantes

Se llevará a cabo a través de tres acciones, la primera acción es diagnosticar la importancia que tiene el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el barrio Campo Valdés, la cual, está compuesta por las siguientes tareas: examinar la relación entre los hábitos de consumo de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y el cambio social, realizar un instrumento de recolección de información en el barrio Campo Valdés que permita analizar el reconocimiento del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física para los habitantes y su incidencia en el cambio social y registrar datos a partir del instrumento de recolección de información que ayuden a identificar los hábitos de consumo de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y la importancia del medio para estos.

La segunda acción es determinar si el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física incide en el cambio social del barrio Campo Valdés. Y se alcanzará con ayuda de tres tareas: establecer cómo a través de la información proporcionada por el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, se construye el cambio social en el barrio Campo Valdés. Realizar un instrumento de recolección de información en los habitantes del barrio Campo Valdés en el que se pregunte sobre la percepción del mejoramiento del barrio gracias al Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, Establecer con ayuda de la tabulación, la relación que existe entre el cambio social de la comunidad y la información que brinda el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y a través del instrumento de recolección de información determinar la incidencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en la transformación del barrio Campo Valdés y de sus habitantes.

Y la tercera acción es: establecer cómo a través de la información proporcionada por el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, se construye el cambio social en el barrio Campo Valdés. la cual se logrará con la ejecución de las siguientes tareas descubrir a través de una entrevista con el director de la Pupila, la manera en cómo el Periódico, en sus versiones virtual y física se da a conocer en el barrio Campo Valdés y su contribución al cambio social, averiguar el modo en que el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física se distribuye en el barrio Campo Valdés y su incidencia en el cambio social y determinar a través del instrumento de recolección de información la percepción que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés sobre el cambio social en el barrio que genera el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

Identificar el consumo del Periódico La Pupila por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés y compararlo con otros medios

Se aplicarán tres acciones para alcanzarla, la primera acción examinar los intereses de los habitantes del barrio Campo Valdés en el consumo de medios la cual está constituida por tres tareas es realizar instrumento de recolección de información que permita identificar intereses de los habitantes del barrio Campo Valdés al momento de consumir el Periódico La Pupila, identificar con ayuda de la tabulación de datos si el consumo del Periódico La Pupila contribuye al cambio social y Contrastar con el consumo del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y otros medios de comunicación mencionados en el instrumento de recolección de información.

La segunda acción es comprobar el reconocimiento del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física a diferencia de otros medios en la audiencia del barrio Campo Valdés. Y está compuesta por las siguientes tareas usar instrumentos de recolección de información a los habitantes del barrio Campo Valdés sobre el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el que se pueda identificar un contraste con otros medios, Usar instrumento de recolección de información a la audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física para identificar si su hábito de consumo hace parte del cambio social y usar Instrumento de recolección de información a la audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones

virtual y física sobre cómo es su percepción acerca de la información del periódico en el que aporte al cambio social.

La tercera acción es identificar la razón de consumo del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés. Y la conforman tres tareas: determinar con el instrumento de recolección de información, si el hábito de consumo de la audiencia de Campo Valdés atribuye al cambio social en el barrio, usar instrumento de recolección de información a los habitantes del barrio Campo Valdés sobre sus intereses con respecto a la información que brinda el Periódico La Pupila y verificar con la tabulación si esos intereses se atribuyen al cambio social.

El trabajo está enfocado en determinar la incidencia que tiene el Periódico La Pupila en el cambio social del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín.

La recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín del periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, por lo que se pretende analizar dicha recepción, indagar los propósitos del sujeto de estudio cuando realiza sus aportes comunicativos al medio comunitario. Es inherente caracterizar dichas audiencias de Campo Valdés. Para finalmente, identificar los hábitos de consumo de las personas de este territorio.

El diseño de la investigación es no experimental, ya que se pretende observar al sujeto de estudio en su entorno natural, tal y como transcurre normalmente y no intervenir en su desarrollo. El estudio cualitativo permite realizar ajustes a medida que se avanza en la investigación y es más flexible. El estudio de investigación será exploratorio ya que no se cuenta con antecedentes acerca del objeto de estudio el Periódico La Pupila.

3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La técnica de recolección de información es la observación. Este tipo de técnica en la investigación cualitativa, es necesaria para recolectar la información, el tamaño de la muestra que se usa para investigar suele ser menor que en la investigación cuantitativa. QuestionPro (2021) La observación en este tipo de investigación se centra en los sentidos, y sirve para agrupar de manera general los temas importantes para que los investigadores analicen los datos.

Tipos de observación

Para conocer cuál es la observación más pertinente para desarrollar en esta investigación se definieron las diferentes opciones con base a esta técnica, las cuales son:

Observación simple

El investigador en este tipo de observación se concentra en describir los datos que halló de su propia investigación. A pesar de no ser rígida, sostiene el método para su elaboración. Esta observación tiene como objetivo recopilar información sobre acontecimientos específicos. No es una observación recomendable, ya que esta usa los sentidos del investigador como recurso para describir sus hallazgos, lo que proporciona descripciones subjetivas.

Observación Estructurada

Este tipo de observación se tiene determinado lo que se observará, a comparación de la observación anterior. Este tipo de observación ayuda a que dentro de la recolección de datos se correlacione con un fenómeno identificado.

Rodríguez (2017).



Observación Participante

En este caso, el investigador se adentra en su totalidad al objeto estudiado. La información que se puede recopilar es más exhaustiva sobre la investigación planteada. El acercamiento es íntimo entre el investigador y el objeto de estudio, donde puede distinguir sus fortalezas, sus conductas e información que solo se limita a conocerse con la observación participante. Rodríguez, (2017).

Observación no participante

Opuesta a la anterior observación, esta técnica está distanciada del objeto de estudio, o una relación indirecta con dicho objeto de estudio, en el que se utiliza como recursos de antecedentes de investigación con relación a este objeto de estudio. Esto se puede desde artículos periodísticos, estudios, estadísticas, y más implementos. Rodríguez, (2017).

Observación individual

Solo uno de los investigadores se da a la tarea de observar profundamente al objeto de estudio. Rodríguez, (2017). Puede aplicarse este tipo de observación en los diferentes tipos de observación como técnica de recolección, sin embargo, particularmente en este tipo solo debe ser un investigador quien se encargue de este tipo de observación. Esta técnica es aplicable siempre y cuando el objeto de estudio pueda ser observado por un solo investigador, de lo contrario, si dicho objeto es muy amplio, ya debe ser ejecutado otro tipo de observación. Rodríguez, (2017).

Observación grupal

Tal cual es el nombre de este tipo de observación, su aplicación debe ser por un grupo de investigadores, verificando así, varias etapas o fases del objeto de estudio, para luego correlacionarse entre sí. Otra forma de que sea llevado a cabo es que todo el grupo haga un análisis del mismo elemento del objeto estudiado. Rodríguez, (2017).

Técnica de recolección de información

La técnica que se abordará es Observación no participante, donde se conocerá el contexto del objeto de estudio en este caso el Periódico La Pupila, sin embargo, no se entrará en materia íntima y tampoco con intencionalidad de modificar dicho contexto. Se estará al margen, donde su observación será con base a lo recolectado por expertos del tema y habitantes del barrio Campo Valdés, quienes son esenciales para ver su recepción hacia este objeto de estudio.

3.4.1 Sondeo

En el momento de comenzar el trabajo de campo, es necesario plantear correctamente las preguntas que se realizarán para caracterizar la recepción de las audiencias del barrio Campo Valdés. En este punto se permitirá realizar una mirada al modo en que los habitantes de manera individual consumen el medio y a su vez, a los propósitos comunicativos de los habitantes de dicho barrio, en el periódico en su versión virtual o física del medio comunitario La Pupila Comunicaciones. Cuando se lleve a cabo este sondeo se procederá al análisis de datos y escritura del informe de investigación o etnografía. Sandoval (2002).

Dentro de las preguntas sociodemográficas se concibe la pregunta 0, la cual es: el género. Esta pregunta está enumerada como 0 porque el investigador es el que se encarga de inferir el género del entrevistado.

La pregunta 1, indaga sobre el rango de edad de las personas En la pregunta 2 se preguntará sobre el estado civil del entrevistado Seguido a esto, en la número 3 se indagará el nivel formativo del entrevistado. En la última pregunta sociodemográfica se indaga sobre la ocupación actual de las personas En este contexto, se usará el sondeo para abarcar los tres objetivos específicos de la investigación, pasadas las preguntas sociodemográficas.

Para responder el objetivo Indagar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión para el cambio social, se usaron preguntas como ¿si ha leído el periódico La Pupila?, ¿qué le interesa del

Periódico La Pupila?, ¿por favor dígame por cuál medio consume el Periódico La Pupila?, ¿Qué tan importante es que la información que brinda el Periódico La Pupila contribuya al cambio social en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín?, ¿Ha participado en el periódico La Pupila?, ¿Cómo ha participado en el periódico de La Pupila?, ¿Por qué ha participado en el Periódico La Pupila?, ¿Con qué temáticas ha participado en el Periódico La Pupila?, ¿Qué lo motivó o motivaría a usted a participar en el periódico La Pupila?, ¿Cuáles son los temas que cree usted que deben de abordarse para desarrollar el periódico?, ¿Qué se entiende por participación?, ¿Qué entiende por Periodismo?, ¿Cómo es la comunicación en el barrio Campo Valdés?, ¿De qué temas habla con frecuencia usted con sus vecinos sobre el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín?, ¿Qué interés cree que tiene para la comunidad las situaciones que ocurren en el barrio Campo Valdés, para que aparezcan en un medio local como La Pupila?, ¿Cuáles situaciones cree que ocurren en el barrio Campo Valdés que deban publicarse en el Periódico La Pupila?, ¿Qué tan importante es la comunicación para el desarrollo del barrio Campo Valdés? Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la afirmación que le voy a leer a continuación: la Comunicación para el desarrollo, genera reflexión y toma de conciencia sobre las distintas temáticas que afectan al desarrollo humano y se reduce a la transmisión de información y a la modificación de las conductas de las personas.

Por otro lado, para responder el segundo objetivo, caracterizar la recepción del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, entre los habitantes del barrio Campo Valdés, desde la visión de la comunicación participativa, se usaron las siguientes preguntas, ¿ha leído usted el periódico La Pupila?, ¿Qué significado tiene que exista en el barrio Campo Valdés un medio como La Pupila Comunicaciones?, ¿Qué importancia tiene para usted recibir el periódico La Pupila en su versión virtual o física?, ¿Qué sabe usted del Periódico La Pupila?, ¿Qué se entiende por participación?, ¿Qué entiende por Periodismo?, ¿De qué temas habla con frecuencia usted con sus vecinos sobre el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín?, ¿Qué interés cree usted que tiene para la comunidad las situaciones que ocurren en el barrio Campo Valdés, para que aparezcan

en un medio local como La Pupila?, ¿Cuáles situaciones cree usted que ocurren en el barrio Campo Valdés que deban publicarse en el Periódico La Pupila?, ¿Qué tan importante es la comunicación para el desarrollo del barrio Campo Valdés?, ¿Cuál sería la razón más cercana que fundamenta el desarrollo social del barrio Campo Valdés? Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la afirmación que le voy a leer a continuación: la Comunicación para el desarrollo, genera reflexión y toma de conciencia sobre las distintas temáticas que afectan al desarrollo humano y se reduce a la transmisión de información y a la modificación de las conductas de las personas. ¿Qué opción considera más acertada para identificar un medio alternativo? Es así donde el objetivo 2 fue respaldado por dichas preguntas.

Por último, en el tercer objetivo específico, identificar los hábitos de lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés con el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social, se utilizarán las siguientes para abordar dicho objetivo, tales como, ¿Ha participado en el periódico La Pupila?, ¿Por qué ha participado en el Periódico La Pupila?, ¿Con qué temáticas ha participado en el Periódico La Pupila?, ¿Qué lo motivó o motivaría a usted a participar en el periódico La Pupila?, ¿Cuáles situaciones cree que ocurren en el barrio Campo Valdés que deban publicarse en el Periódico La Pupila?, ¿Qué tan importante es la comunicación para el desarrollo del barrio Campo Valdés? Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la afirmación que le voy a leer a continuación: la Comunicación para el desarrollo, genera reflexión y toma de conciencia sobre las distintas temáticas que afectan al desarrollo humano y se reduce a la transmisión de información y a la modificación de las conductas de las personas. ¿Qué opción considera más acertada para identificar un medio alternativo? Es acá donde a partir de estas preguntas se abordará el tercer objetivo específico de la investigación.

Nota: [Ver anexo \(Formulario de sondeo vacío\)](#)



3.4.2 Panel de expertos

Es una herramienta importante a la hora de consolidar el proyecto investigativo. Se trata de un grupo de expertos que tienen conocimiento frente a determinado tema y que aportan a la investigación. Wiki (2017) sirve para responder a los objetivos de la investigación y complementar la técnica de recolección de información, en este caso la observación. La definición de la estrategia de muestreo y la selección de los participantes son fundamentales a la hora de poner en práctica la entrevista. Sandoval (2002). La batería de preguntas para el panel de expertos fue la siguiente: ¿Qué es cambio social?, ¿Qué es la comunicación?, ¿Qué es comunidad?, ¿Qué es participación?, ¿Qué es un medio alternativo?, ¿Cree usted que la comunicación puede generar cambio social en una comunidad? y ¿Por qué?, ¿Cree usted que los medios de comunicación alternativos son necesarios para la comunidad?, ¿Cuáles cree usted que son las razones para que las personas de una comunidad conozcan los medios de comunicación de su comuna y participen en ellos? De acuerdo con su experiencia, ¿Cuál es la intervención de un medio alternativo para el desarrollo de una comunidad?, ¿Cómo se evidencia que la comunicación incide en el desarrollo de la comunidad?, ¿Cómo se evidencia que los medios de comunicación alternativos inciden en el desarrollo de la comunidad?

Nota: [ver anexo \(preguntas panel de expertos\)](#)

3.4.2.1 Currículum de los expertos

María Josefa Restrepo Brand, experta en comunicación alternativa y periodismo: María Josefa es docente de la Universidad Católica Luis Amigó, tiene una larga trayectoria en el campo de la comunicación, dicta materias como producción de prensa, periodismo y medios alternativos, entre otras dirigidas a estudiantes de comunicación social para fortalecer las habilidades en este tipo de medios alternativos, así como la capacidad de investigar y de hacer periodismo.



Oswaldo Antonio Ramírez, líder social del barrio Campo Valdés: Oswaldo Antonio Ramírez es uno de los líderes sociales del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín, es co- fundador de dos acciones comunales: la Piñuela y la Maquinita, perteneció a la Junta Administradora Local, trabaja por la niñez, la juventud, y la comunidad. Es representante de dos editoriales: Asesoría y Suministro Napoleón S.A.S y Nueva Generación Educativa, está a punto de lanzar un libro llamado “Contra cara una vida estética” sobre los sucesos que ocurren en cada una de las ciudades, abordando temas como el embarazo adolescente, el acoso sexual, el bullying, las sustancias psicoactivas en las instituciones, y el suicidio.

Giovanni Figueroa, director del Periódico La Pupila: Giovanni Figueroa es el director del Periódico La Pupila, es profesional en administración de empresas y tiene dos especializaciones, una en gestión pública y otra en comunicación política, ama a su comunidad y le gusta informar a los habitantes de la comuna 4, con contenidos que aporten significativamente en aras de educar y de visibilizar lo que ocurre, el medio ha ganado diferentes premios a mejor medio alternativo en la ciudad y en el país al ganar el reconocimiento a la labor periodística y apoyo procesos juveniles del Consejo Municipal de Juventud en 2011, mejor medio comunitario Medellín (Alcaldía de Medellín – Universidad de Antioquia) en 2013, premio de periodismo de la Revista Semana: El País contando desde las regiones en 2013 y segundo mejor medio comunitario de Medellín (Alcaldía de Medellín – Universidad de Antioquia 2014). La Pupila (2021).

3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

3.5.1 Análisis categorial

(Corporación Universidad de la Costa, 2021) El análisis categorial de información tiene la intención de aplicar y adueñarse de las técnicas para el análisis y verificación de los datos recopilados de la información cualitativa, además de la aplicación de programas, como el caso de excel para procesar los datos. El análisis categorial en la investigación

cuantitativa hace efectiva la ayuda en el accionar profesional con referentes teóricos en los que se le aplica a problemáticas sociales determinadas en el contexto de la interacción humana con el medio, en las relaciones sociales y lo complicado de la subjetividad. (Corporación Universidad de la Costa, 2021).

El análisis categorial por autor permite observar las diferentes categorías utilizadas en el trabajo investigativo y que en las diferentes técnicas de recolección de información fueron utilizadas para responder a los objetivos de la investigación, esto para establecer la correlación entre lo que dicen los autores y los expertos, y sacar las conclusiones finales y las recomendaciones.

3.5.2 Análisis por instrumentos

El investigador es capaz de generar un resumen o síntesis general acerca de los actores sociales con ayuda de los instrumentos, luego de alcanzar la comprensión necesaria sobre el objeto que estudia para llevar a cabo la investigación. (Sandoval, 2002).

En otras palabras, este tipo de análisis sirve para contrastar los instrumentos de recolección de datos, lo cual permite identificar congruencias e incongruencias entre los resultados arrojados por cada uno de los instrumentos y así poder generar la discusión.

Lo que se pretende con el sondeo es responder a los tres objetivos del proyecto investigativo, debido a que con los resultados de la tabulación se puede indagar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión para el cambio social. También, se pretende responder a caracterizar la recepción del Periódico La Pupila en sus versiones virtual y física, entre los habitantes del barrio Campo Valdés, desde la visión de la comunicación participativa, y por último se busca responder al objetivo identificar los hábitos de lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés con el Periódico La Pupila, desde la visión de la comunicación para el cambio social, esto teniendo en cuenta la matriz de metas, acciones y tareas que cubre los objetivos investigativos. Con el Panel de Expertos se podrá

contrastar la información de los autores que se tuvieron en cuenta para la investigación, para que permita enriquecer los resultados y conocer la posibilidad de lograr desde la recepción del Periódico La Pupila un cambio social en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín, teniendo en cuenta categorías como la participación, el periodismo alternativo, la comunicación para el desarrollo, la recepción, entre otras.

3.5.3 Análisis por objetivos

El análisis por objetivos busca acoger la información previamente recolectada en los análisis anteriores para poder relacionar e identificar que, si la información que se consiguió por parte del investigador es suficiente para alcanzar y por supuesto, cumplir los objetivos específicos y seguidamente, el objetivo general de la investigación.

Este análisis sirve para medir si las metas que se propusieron en la investigación son suficientes o están muy amplias para poder alcanzar dichos objetivos. En caso de que los objetivos no alcancen a ser cumplidos no quiere decir que la investigación sea inválida, al contrario, esta dará pie a que se creen otras investigaciones con relación al mismo objeto de estudio teniendo como antecedente los hallazgos sobre este fenómeno ya previamente abordado.

El sondeo busca responder los tres objetivos específicos propuestos, donde en el primero es *indagar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión para el cambio social*. Donde se vinculan preguntas de propósitos e interés de los habitantes de Campo Valdés entrevistados. Con esto, se invita a conocer lo que hace falta para la comunidad en el desarrollo y cambio social del territorio. En el siguiente objetivo *caracterizar la recepción del Periódico La Pupila en sus versiones virtual y física, entre los habitantes del barrio Campo Valdés, desde la visión de la comunicación participativa*; se hará reconocimiento de las personas entrevistadas del barrio Campo Valdés que leen y no leen el periódico La Pupila, además de conocer las temáticas pretendidas por los habitantes partícipes del sondeo. El último objetivo es *identificar los hábitos de lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés con el Periódico La Pupila, desde la visión de la comunicación*

para el cambio social; donde se precisa a los habitantes del barrio Campo Valdés que temáticas leen frecuentemente o sienten interés por estas. El panel expertos da una mirada de estos objetivos pero desde la perspectiva teórica y experta basados en categorías de investigación, tales como la comunicación para el cambio social, participativa, alternativa, para el desarrollo, entre otras que sirven para responder los objetivos dando una perspectiva teórica y de realidad social.

3.6 MUESTREO INTENCIONADO Y PARTICIPANTES

El muestreo intencionado es un método en el cual los investigadores eligen a su propio juicio a los participantes de la investigación, las personas elegidas no tienen nada en común entre ellas, simplemente se eligen al azar y el único requisito es que sean mayores de edad y residan en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín. Se pretende que los investigadores salgan por el barrio y elijan bajo su propio juicio a los participantes del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín, este tipo de muestreo optimiza tiempo y se cumple con los requisitos del tipo de público que se requiere para la investigación; se tomó esta decisión porque la muestra es relativamente pequeña y no había relevancia en hacerlo de otra manera, ya que así se conocen las diversas maneras de pensar de los habitantes entrevistados, que repartidos por el barrio tienen una diferente percepción de las preguntas que se les realizan.

Los participantes de esta investigación son los habitantes del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín, se eligió como muestra un total de 100 personas mayores de edad al azar para llevar a cabo un sondeo de 27 preguntas, cada una planteada según las categorías que hacían parte de cada objetivo del proyecto de investigación. Previo a esto, se construyeron unas matrices, por ejemplo, la matriz de metas, acciones y tareas para saber a qué objetivos se estaba apuntando y las metas que se querían alcanzar a través de diferentes acciones y tareas propuestas en el proceso investigativo.

También se tuvieron en cuenta para este proyecto, tres expertos que son clave para la conformación de un panel de expertos, enfocado a responder a los tres objetivos de la investigación. Un grupo conformado por Giovanni Figueroa, director del Periódico La Pupila, quien es profesional en administración de empresas y tiene dos especializaciones, una en gestión pública y otra en comunicación política, por otra parte María Josefa Restrepo, docente y experta en comunicación alternativa y periodismo, con una larga trayectoria en el campo de la comunicación, dicta materias como producción de prensa, periodismo y medios alternativos, entre otras dirigidas a estudiantes de comunicación social, y Osvaldo Antonio Ramírez, líder social del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín, es co-fundador de dos acciones comunales: la Piñuela y la Maquinita, perteneció a la Junta Administradora Local, trabaja por la niñez, la juventud, y la comunidad. Con las preguntas generales e individuales que se les pretende realizar es posible responder a los objetivos del trabajo, además de complementar y consolidar la información del proyecto investigativo.

A Giovanni Figueroa, director del periódico La Pupila, se le realizará la entrevista de manera presencial y virtual, dividida en dos visitas, la primera una conversación entre los investigadores y el experto y la segunda de manera virtual. La entrevista que se le pretende realizar a María Josefa Restrepo Brand es de manera virtual, y la entrevista que se le realizará al líder social, Osvaldo Antonio Ramírez será presencial y se grabará el audio. Se utilizó también en este instrumento el muestreo intencionado ya que por una parte, Giovanni Figueroa es el director del periódico La Pupila y es la persona idónea para responder a las preguntas en cuanto al medio de comunicación, María Josefa Brand con su experiencia en medios alternativos permite responder a los objetivos de investigación y ampliar la perspectiva del proyecto, esto teniendo en cuenta su trayectoria y sus conocimientos en el campo de la comunicación, y Osvaldo Antonio Ramírez es una de las personas con mayor conocimiento sobre su barrio, es el líder de la comunidad y con él será posible visibilizar su perspectiva frente a los medios de comunicación alternativos y la

incidencia de la comunicación para generar cambio social en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín.

Nota: [\(Ver Anexo 17: transcripción entrevista al Líder Social\)](#), [\(Ver anexo 18: transcripción entrevista a la Experta en periodismo\)](#), [\(Ver anexo 19: transcripción entrevista al Director del Periódico La Pupila\)](#).

3.7 PLAN DE TRABAJO

OBJETIVO 1: Indagar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social.			
Metas y acciones	Primer semestre	Segundo semestre	Tercer semestre
<p>META 1: Conocer las propuestas de interés social de los habitantes del barrio Campo Valdés de la Comuna 4 en La Pupila.</p> <p>ACCIONES</p>			

<p>Reconocer el interés de los habitantes en ofrecer propuestas para el Periódico, evaluar sus intereses aportantes al Periódico. Examinar la participación de los habitantes.</p>			<p>X</p>
<p>META 2: Identificar el cambio social en el barrio Campo Valdés a partir de los propósitos comunicativos de los habitantes en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p>			<p>X</p>



<p>ACCIONES</p> <p>Enunciar las fortalezas de las propuestas de los habitantes y su incidencia en el cambio social.</p> <p>Revelar la necesidad de los habitantes por aportar al cambio social a través de sus propósitos comunicativos en el Periódico.</p> <p>Cualificar los propósitos comunicativos de los habitantes llevan al cambio social.</p>			
<p>META 3:</p> <p>Verificar la distinción del cambio social por los habitantes del</p>			<p>X</p>

<p>barrio Campo Valdés que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>ACCIONES</p> <p>Observar los propósitos comunicativos de los habitantes que deriven al cambio social.</p> <p>Determinar los propósitos comunicativos de la comunidad en el Periódico.</p> <p>Encontrar los propósitos comunicativos de los habitantes que se vinculen al cambio social.</p>			
--	--	--	--



<p>OBJETIVO 2: Caracterizar la recepción del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, entre los habitantes del barrio Campo Valdés, desde la visión de la comunicación participativa</p>			



<p>META 1: Conocer las necesidades socioeconómicas y culturales de los habitantes del barrio Campo Valdés que son audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>ACCIONES Identificar la percepción de las audiencias de Campo Valdés en el Periódico La Pupila.</p> <p>Categorizar las diferentes necesidades que tienen las personas que consumen el Periódico.</p> <p>Determinar la capacidad de</p>	X	X	X
---	---	---	---



comprensión de las audiencias de la información que brinda el Periódico con base a sus necesidades.

--	--	--	--



<p>META 2: Definir los diferentes públicos que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el barrio Campo Valdés.</p> <p>ACCIONES</p> <p>Dar a conocer quien consume el Periódico La Pupila, en el barrio Campo Valdés, teniendo en cuenta edad y género.</p> <p>Reconocer las audiencias del periódico La Pupila, como actores de cambio social</p> <p>Identificar las audiencias de Campo Valdés</p>			X
---	--	--	---

<p>en su forma de percibir el periódico La Pupila.</p>			
<p>META 3: Describir los gustos temáticos de los habitantes del barrio Campo Valdés que son audiencia del Periódico La Pupila, en sus</p>			



<p>versiones virtual y física.</p> <p>ACCIONES</p> <p>Determinar las cualidades de la audiencia del Periódico.</p> <p>Identificar los rasgos que tienen los habitantes de Campo Valdés.</p> <p>Determinar las diferencias de edad y género entre la audiencia del Periódico La Pupila, y su relación con el interés por la información.</p>			
<p>OBJETIVO 3: Identificar los hábitos de lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés con el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social.</p>			



<p>META 1: Determinar los hábitos de lectura del medio La Pupila, en sus versiones virtual y física por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés.</p> <p>ACCIONES</p> <p>Analizar los hábitos de lectura en las audiencias de Campo Valdés del Periódico La Pupila.</p> <p>Identificar si las personas de Campo Valdés leen el Periódico La Pupila.</p>		X	X
--	--	---	---



<p>Relacionar el gusto por la lectura de los habitantes de Campo Valdés y la lectura del Periódico.</p>			
---	--	--	--



<p>META 2:</p> <p>Estimar los efectos que tiene el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el cambio social del barrio Campo Valdés y de sus habitantes.</p> <p>ACCIONES</p> <p>Diagnosticar la importancia que tiene el Periódico La Pupila en Campo Valdés.</p> <p>Determinar si el Periódico La Pupila, incide en el cambio social del barrio Campo Valdés.</p> <p>Establecer cómo a través de la información proporcionada por el</p>			<p>X</p>
---	--	--	----------



Periódicamente
construye el
cambio social en
Campo Valdés.

--	--	--	--



<p>META 3:</p> <p>Identificar los hábitos de lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés con el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social.</p> <p>ACCIONES</p> <p>Examinar los intereses de los habitantes de Campo Valdés en el consumo de medios.</p> <p>Comprobar el reconocimiento del Periódico La Pupila, a diferencia de otros medios en</p>		<p>X</p>	<p>X</p>
--	--	----------	----------



<p>la audiencia de Campo Valdés.</p> <p>Identificar la razón de consumo del Periódico La Pupila, por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés.</p>			
---	--	--	--

3.8 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

<p>OBJETIVO 1. Indagar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión para el cambio social.</p>		
ACCIONES Y TAREAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<p>ACCIÓN 1. Reconocer el interés de los habitantes del barrio Campo Valdés en</p>	<p>(Transporte) \$6.000 ida, 6.000 vuelta por investigador. Son dos investigadores.</p>	<p>\$24.000 de transporte por un día, dos investigadores.</p>

<p>ofrecer propuestas para el Periódico La Pupila.</p> <p>TAREA 1. Buscar a los habitantes del barrio Campo Valdés con ayuda de base de datos.</p> <p>TAREA 2. Llevar a cabo instrumentos de recolección de información.</p> <p>TAREA 3. Sistematizar la información</p>	<p>(Internet) \$95.000 por investigador. Son dos investigadores. Por 18 meses.</p>	<p>\$3´420.000 Por 18 meses de internet los dos investigadores.</p>
<p>ACCIÓN 2. Evaluar los intereses de los habitantes del barrio Campo Valdés que aporte al Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 1. Identificar los intereses de los habitantes del barrio Campo Valdés por</p>	<p>(Fotocopias sondeo) \$25, son 100 copias.</p>	<p>\$25.000</p>

<p>medio de un instrumento de recolección de información.</p> <p>TAREA 2. Clasificar los intereses en categorías a través de un instrumento de recolección de información.</p> <p>TAREA 3. Analizar los intereses de los habitantes del barrio Campo Valdés por medio de un instrumento de recolección de información.</p>		
<p>ACCIÓN 3: Examinar la participación de los habitantes del barrio Campo Valdés que son audiencia en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 1. Definir quienes participan en el Periódico La Pupila, en sus versiones</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>

<p>virtual y física a partir de un instrumento de recolección de información.</p> <p>TAREA 2. Relacionar la participación de la audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física a partir de un instrumento de recolección de información.</p> <p>TAREA 3. Analizar en el Periódico La Pupila la participación de los habitantes del barrio Campo Valdés.</p>		
<p>ACCIÓN 4. Enunciar las fortalezas que tienen las diferentes propuestas de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	



virtual y física y su incidencia en el cambio social.

TAREA 1. Distinguir en el instrumento de recolección de información los diferentes propósitos comunicativos de los habitantes del barrio campo Valdés.

TAREA 2. Escuchar la percepción que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés sobre el cambio social generado por el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

TAREA 3. Identificar a partir de un instrumento de recolección de información la importancia del Periódico La Pupila, en sus versiones



<p>virtual y física para los habitantes del barrio Campo Valdés.</p>		
<p>ACCIÓN 5. Revelar la necesidad de los habitantes del barrio Campo Valdés por aportar al cambio social a través de sus propósitos comunicativos en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 1. dialogar con los habitantes del barrio Campo Valdés sobre su aporte al cambio social a través de sus propósitos comunicativos en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 2. Establecer una comunicación constante con la</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	



<p>comunidad del barrio Campo Valdés para establecer su interés en aportar al Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 3. sintetizar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física a partir del instrumento de recolección de información</p>		
<p>ACCIÓN 6. Indagar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión para el cambio social.</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>



<p>TAREA 1. Distinguir en el instrumento de recolección de información los diferentes propósitos comunicativos de los habitantes del barrio campo Valdés.</p> <p>TAREA 2. Indagar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión para el cambio social.</p> <p>TAREA 3. Cualificar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés que llevan al cambio social.</p>		
<p>ACCIÓN 7. Observar que los propósitos comunicativos de</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>

<p>los habitantes del barrio Campo Valdés deriven al cambio social.</p> <p>TAREA 1. Comparar la teoría sobre el cambio social y la percepción de cambio social que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés.</p> <p>TAREA 2. Examinar la información que publica el Periódico La Pupila.</p> <p>TAREA 3. Determinar los propósitos comunicativos de la comunidad en el Periódico La Pupila.</p>		
<p>ACCIÓN 8. Determinar los propósitos comunicativos de la comunidad en el Periódico La Pupila.</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>



<p>TAREA 1. Determinar los propósitos comunicativos de la comunidad en el Periódico La Pupila.</p> <p>TAREA 2. Examinar el marco teórico para ver los conceptos de Comunicación para el cambio social antes planteados.</p> <p>TAREA 3. Enlazar los propósitos comunicativos de las audiencias de Campo Valdés del periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y su información con ayuda del instrumento de recolección de información.</p>		
<p>ACCIÓN 9. Encontrar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>

<p>Campo Valdés que se vinculen al cambio social.</p> <p>TAREA 1. Solicitar a los participantes del instrumento de recolección de información que vinculen más personas a participar.</p> <p>TAREA 2. Encontrar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés que se vinculen al cambio social.</p> <p>TAREA 3. Verificar los resultados del instrumento de recolección de información.</p>		
<p>OBJETIVO 2. Caracterizar la recepción del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, entre los habitantes del barrio Campo Valdés desde la visión de la comunicación participativa.</p>		

<p>ACCIÓN 10. Identificar la percepción de las audiencias del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 1. Ver cómo es recibido el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física. (Negativa o positiva).</p> <p>TAREA 2. Según la especificidad de la audiencia del barrio Campo Valdés, observar las barreras comunicacionales que pueden dañar la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p>	No hubo gasto, fue virtual.	\$0
---	-----------------------------	-----

<p>TAREA 3. Utilizar un instrumento de recolección de información para medir los alcances del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en los habitantes del barrio Campo Valdés que son audiencia.</p>		
<p>ACCIÓN 11. Categorizar las diferentes necesidades que tienen las personas que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el barrio Campo Valdés.</p> <p>TAREA 1. Utilizar un instrumento de recolección de información en el barrio Campo Valdés a la audiencia que consume el Periódico La</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>



<p>Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 2. Conocer los diversos tipos de necesidades a través del instrumento de recolección de información.</p> <p>TAREA 3. Examinar los diferentes oficios y labores que realizan los habitantes del barrio Campo Valdés que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p>		
<p>ACCIÓN 12. Determinar la capacidad de comprensión de las audiencias de la información que brinda el Periódico La Pupila, en sus</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>

versiones virtual y física con base a sus necesidades.

TAREA 1. Utilizar un instrumento de recolección de información que permita verificar la capacidad de comprensión de la información que brinda el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en los habitantes del barrio Campo Valdés.

TAREA 2. Utilizar un instrumento de recolección de información para los habitantes del barrio Campo Valdés que permita adquirir información sobre las necesidades de las personas



<p>que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 3. Colocar en el instrumento de recolección de información preguntas sociodemográficas.</p>		
<p>ACCIÓN 13. Dar a conocer los diferentes públicos que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el barrio Campo Valdés, teniendo en cuenta edad y género.</p> <p>TAREA 1. Reconocer de acuerdo al instrumento de recolección de información,</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>



una medida de 1 a 10 que tanto consumen los habitantes del barrio Campo Valdés el periódico La Pupila en sus versiones virtual o física.

TAREA 2. Luego de la tabulación del instrumento de recolección de información, identificar las edades y géneros que más consumen el periódico La Pupila.

TAREA 3. identificar de este recolector de información las ocupaciones de los habitantes del barrio Campo Valdés que más consumen el periódico en su versión física o virtual.



<p>ACCIÓN 14. Reconocer las audiencias del periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el barrio Campo Valdés como actores de cambio social.</p> <p>TAREA 1. A través del instrumento de recolección de información reconocer si la audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, los habitantes del barrio Campo Valdés buscan el cambio social.</p> <p>TAREA 2. Averiguar los intereses de las personas que consumen el Periódico La Pupila, a través del</p>	No hubo gasto, fue virtual.	\$0
---	-----------------------------	-----

<p>instrumento de recolección de información.</p> <p>TAREA 3. Examinar la pertinencia de la información del Periódico La Pupila, a través de la observación no participante.</p>		
<p>ACCIÓN 15. Identificar las audiencias de Campo Valdés en su forma de percibir el periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física según sus características.</p> <p>TAREA 1. Evidenciar si la percepción de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila en sus versiones física o virtual es: muy buena/buena/indiferente/mala/</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>

muy mala, a través del instrumento de recolección de información.

TAREA 2. hallar los motivos de recepción con ayuda del instrumento de recolección de información, según el rasgo de la persona residente del barrio Campo Valdés que es audiencia en el periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

TAREA 3. Aplicar un instrumento de recolección de información al director de La Pupila, sobre lo que pretende el medio comunicar a sus audiencias del barrio Campo Valdés, por medio de el periódico en sus versiones



<p>virtual y física.</p>		
<p>ACCIÓN 16. Determinar las cualidades de la población que se presenta como audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 1. Identificar con el instrumento de recolección de información el rango de edad, género y ocupación de los habitantes del barrio Campo Valdés que son los que más consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p>	<p>Escaneo de sondeo, \$500 por cara del papel.</p>	<p>100 sondeos de 6 caras son 300.000</p>



<p>TAREA 2. Comparar las especificidades con la tabulación del instrumento de recolección, los habitantes del barrio Campo Valdés que consumen el periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 3. Contrastar los resultados de los habitantes que más consumen según su rango de edad y los que no son habitualmente consumidores o nunca han consumido el periódico La Pupila en sus versiones virtual y física.</p>		
<p>ACCIÓN 17. Identificar los rasgos que tienen los</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>

habitantes del barrio Campo Valdés.

TAREA 1. La herramienta sondeo servirá de base para realizar el análisis de los rasgos que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés.

TAREA 2. A través de estadísticas arrojadas en el sondeo.

TAREA 3. Investigar a través del instrumento de recolección de información si los habitantes del barrio Campo Valdés participan activamente en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.



<p>ACCIÓN 18. Determinar las diferencias de edad y género entre los tipos de personas que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y su relación con el interés por cierto tipo de información.</p> <p>TAREA 1. Organizar estructuradamente los diferentes públicos que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y hacen parte del barrio Campo Valdés.</p> <p>TAREA 2. Comparar las diferencias de edad y género entre los diferentes públicos que consumen el Periódico La Pupila por medio de la</p>	No hubo gasto, fue virtual.	\$0
---	-----------------------------	-----

<p>tabulación, en sus versiones virtual y física y residen en el barrio Campo Valdés.</p> <p>TAREA 3. Registrar hallazgos sobre las diferencias de edad y de género de los diferentes públicos que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física que residen en el barrio Campo Valdés.</p>		
<p>OBJETIVO 3. Identificar los hábitos de lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés con el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social.</p>		
<p>ACCIÓN 19. Analizar los hábitos de lectura en las audiencias del barrio Campo</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>

<p>Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 1. Observar las redes sociales de La Pupila.</p> <p>TAREA 2. Determinar a partir del instrumento de recolección de información el consumo del medio La Pupila por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés.</p> <p>TAREA 3. Identificar a través de un instrumento de recolección de información la cantidad de personas que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, participantes de</p>		
---	--	--



este instrumento de recolección de información.		
<p>ACCIÓN 20. Identificar si las personas del barrio Campo Valdés leen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 1. Realizar un instrumento de recolección de información en el barrio Campo Valdés para determinar si las personas leen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 2. Realizar un instrumento de recolección de información en el barrio Campo Valdés para determinar si las personas prefieren el Periódico en su</p>	No hubo gasto, fue virtual.	\$0

<p>versión virtual o física.</p> <p>TAREA 3. Preguntar en el instrumento de recolección de la información, con una calificación del 1 al 10 qué tanto leen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p>		
<p>ACCIÓN 21. Relacionar el gusto por la lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés y la lectura del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 1. Interpretar a través de un instrumento de recolección de información la relación entre el gusto por la lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés y la</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>

<p>lectura del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 2. Seleccionar participantes que tengan gusto por la lectura y asociarlo con el conocimiento que tienen sobre el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p> <p>TAREA 3. Hablar con el director de La Pupila, la relación que existe entre el gusto por la lectura y el consumo del medio por parte de los habitantes.</p>		
<p>ACCIÓN 22. Diagnosticar la importancia que tiene el</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>

Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el barrio Campo Valdés.

TAREA 1. examinar la relación entre los hábitos de consumo de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y el cambio social.

TAREA 2. Realizar un instrumento de recolección de información en el barrio Campo Valdés que permita analizar el reconocimiento del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física para los habitantes y su incidencia en el cambio social.



<p>TAREA 3. Registrar datos a partir del instrumento de recolección de información que ayuden a identificar los hábitos de consumo de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física y la importancia del medio para estos.</p>		
<p>ACCIÓN 23. Determinar si el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física incide en el cambio social del barrio Campo Valdés.</p> <p>TAREA 1. Realizar un instrumento de recolección de información en los habitantes del barrio Campo Valdés en el que se pregunte sobre la</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>

percepción del mejoramiento del barrio gracias al Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

TAREA 2. Establecer con ayuda de la tabulación, la relación que existe entre el cambio social de la comunidad y la información que brinda el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.

TAREA 3. A través del instrumento de recolección de información determinar la incidencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en la transformación del barrio Campo Valdés y de sus



habitantes.		
<p>ACCIÓN 24. Establecer cómo a través de la información proporcionada por el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, se construye el cambio social en el barrio Campo Valdés.</p> <p>TAREA 1. Descubrir a través de una entrevista con el director de la Pupila, la manera en cómo el Periódico, en sus versiones virtual y física se da a conocer en el barrio Campo Valdés y su contribución al cambio social.</p>	No hubo gasto, fue virtual.	\$0

<p>TAREA 2. Averiguar el modo en que el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física se distribuye en el barrio Campo Valdés y su incidencia en el cambio social.</p> <p>TAREA 3. Determinar a través del instrumento de recolección de información la percepción que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés sobre el cambio social en el barrio que genera el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física.</p>		
<p>ACCIÓN 25. Examinar los intereses de los habitantes del</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>

<p>barrio Campo Valdés en el consumo de medios.</p> <p>TAREA 1. Realizar instrumento de recolección de información que permita identificar intereses de los habitantes del barrio Campo Valdés al momento de consumir el Periódico La Pupila.</p> <p>TAREA 2. identificar con ayuda de la tabulación de datos si el consumo del Periódico La Pupila contribuye al cambio social.</p> <p>TAREA 3. Contrastar con el consumo del Periódico La Pupila, en sus versiones</p>		
--	--	--



<p>virtual y física y otros medios de comunicación mencionados en el instrumento de recolección de información.</p>		
<p>ACCIÓN 26. Comprobar el reconocimiento del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física a diferencia de otros medios en la audiencia del barrio Campo Valdés.</p> <p>TAREA 1. Usar instrumentos de recolección de información a los habitantes del barrio Campo Valdés sobre el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el que se pueda identificar un</p>	<p>No hubo gasto, fue virtual.</p>	<p>\$0</p>



contraste con otros medios.

TAREA 2. Usar instrumento de recolección de información a la audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física para identificar si su hábito de consumo hace parte del cambio social.

TAREA 3. -Usar Instrumento de recolección de información a la audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física sobre cómo es su percepción acerca de la información del periódico en el que aporte al cambio social.



<p>ACCIÓN 27. Identificar la razón de consumo del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés.</p> <p>TAREA 1. Determinar con el instrumento de recolección de información, si el hábito de consumo de la audiencia de Campo Valdés atribuye al cambio social en el barrio.</p> <p>TAREA 2. Usar instrumento de recolección de información a los habitantes del barrio Campo Valdés sobre sus intereses con respecto a la información que brinda el Periódico La Pupila.</p>	No hubo gasto, fue virtual.	\$0
---	-----------------------------	-----

TAREA 3. Verificar con la tabulación si esos intereses se atribuyen al cambio social.		
Viáticos, alimentación y equipos electrónicos.	No hubo gasto.	\$0
TOTAL		\$3.769.000

[Ver anexo: matriz categorial](#)



4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS Y TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS PARA EL ANÁLISIS

Para la organización de datos cualitativos, primero se decidió realizar un panel de expertos, este ayudaría a responder a los tres objetivos específicos que colaboraron al objetivo general de la investigación. Inicialmente se consiguieron a tres expertos idóneos en el tema, y que eran punto de partida para realizar una investigación completa: el Director del Periódico La Pupila, una experta en comunicación alternativa y periodismo, y al Líder social del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín. La misión inicial fue definir quienes serían los expertos y cómo se les haría la entrevista. Primero se entrevistó al Director del periódico, para esto se tuvo primero un acercamiento inicial, donde se tuvo una conversación, seguido de la concertación de la entrevista virtual. Luego los investigadores conversaron con el líder social de la comuna, un hombre muy conocido por la mayoría de los habitantes del barrio, la entrevista se realizó de manera presencial, y por último se contactó con la experta en periodismo y comunicación alternativa, ella es María Josefa Restrepo, docente de la Universidad Católica Luis Amigó, quien se prestó a colaborar con la investigación desde sus conocimientos y experiencia, la entrevista se hizo de manera virtual.

Luego de tener las entrevistas en audio y video, se hizo una transcripción de cada una de las entrevistas, luego se prosiguió con el análisis descriptivo, esto es que de manera general y formal se realizan unas definiciones de cada pregunta con base a las respuestas que dieron los expertos y teniendo en cuenta las categorías abordadas para la concertación de los objetivos, seguido del análisis categorial, el cual se realiza a partir de una discusión que surge de lo que dicen los expertos y de lo que dicen los teóricos expuestos tanto en el marco teórico como en la matriz categorial, con esta discusión se realizan las conclusiones y las recomendaciones.



Lo mismo ocurre en el instrumento del sondeo, para la tabulación de los datos cualitativos fue necesario primero la tabulación, a partir de esto se hizo un análisis descriptivo de cada una de las preguntas, acompañadas por gráficas, y a partir de esto se hizo el análisis categorial del sondeo, en donde se pusieron los resultados arrojados en el sondeo y lo que decían los teóricos. A partir de este punto, se hizo una discusión en cada una de las preguntas y de ahí se hicieron las conclusiones y las recomendaciones para cada pregunta que abordaba las categorías que tenía cada objetivo.

Para la tabulación de de datos cuantitativos, se realizó el instrumento sondeo, donde se entrevistaron a 100 personas habitantes del barrio Campo Valdés con el fin de soportar los objetivos específicos del trabajo de investigación. Es entonces, donde el instrumento se realizó de forma física, donde los investigadores leerían las preguntas y la batería de respuestas y solamente el entrevistado daría la opción por la que se inclinó.

Antes de ello, se realizó una cláusula de confidencialidad donde se le proporciona a los entrevistados que la información que brindan es meramente para usos académicos y que con decir su nombre para escribirlo en el papel aceptan proveer la información. Cabe resaltar que el sondeo solamente se le hizo a personas mayores de edad, a ninguna persona menor de 18 años.

Cláusula de confidencialidad:

Saludo y cláusula de confidencialidad



Cordial saludo, mi nombre es _____ somos estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó y estamos realizando una investigación para la facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, cuyo objeto es analizar la recepción que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés, del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física. Por ello, solicitamos su colaboración con algunas respuestas a preguntas que queremos formularle.

Para participar en el sondeo usted debe garantizar que es habitante del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín; al colaborarnos con la información que solicita el formulario, usted brinda su consentimiento para utilizarla en el desarrollo de esta investigación con fines exclusivamente académicos. Y nosotros le garantizamos a usted, la absoluta y completa confidencialidad de sus respuestas individuales.

Por favor para comenzar, dígame su nombre:

Para iniciar el sondeo, se hizo indagación a los entrevistados primero con preguntas sociodemográficas para luego describir quiénes fueron los que participaron en el sondeo. A partir de la pregunta número 5 comienzan las preguntas fundamentadas hacia el proyecto de investigación. Es entonces donde también comienzan las preguntas filtro, donde según su respuesta deriva a qué pregunta continúa.

Se hizo división de formularios para que cada investigador entrevistara a 50 personas, con el propósito de optimizar el tiempo entendiendo que las entrevistas se realizaron en un día, los entrevistados son personas encontradas en el momento de desplazarse por el barrio Campo Valdés. Posteriormente se anexaron los datos en la herramienta excel, para tabular y sacar el porcentaje de cada una de las preguntas. Recopilados los datos se dio paso a la descripción del sondeo, donde se explica en palabras los datos arrojados por el sondeo.

Con esta descripción se realizó el análisis categorial del sondeo. En este análisis se identificó a qué categoría pertenece cada una de las preguntas y observar lo que mencionan los teóricos de esas categorías de investigación acerca del tema expuesto. Es entonces, donde se contrastó la información que arrojó la descripción del sondeo con lo que dicen los autores. Siendo este crucial para identificar la congruencia entre las dos perspectivas. [Ver anexo: sondeos escaneados.](#)

La primera pregunta, fue la número 0 (Género), este se número se debe a que era respondida por la intuición del investigador para evitar malentendidos donde los entrevistados se sientan faltados al respeto por este tipo de pregunta. La batería de preguntas es: a. Femenino - b. Masculino.

Luego está la primera pregunta, De acuerdo con los rangos de edad que le voy a leer a continuación, por favor dígame en cuál rango ubica la suya. La cuál tiene la siguiente batería de preguntas: a. 18 a 25 años - b. 26 a 35 años - c. 36 a 45 años - 46 a 55 años - d. 56 a 65 años - e. Mayor de 65 años.

En la pregunta dos, por favor dígame cuál es su estado civil actual se utilizó la siguiente batería de respuestas: a. Soltero (a) - b. Casado (a) - c. Viudo (a) - d. Divorciado (a) - Unión libre.

En la pregunta tres, 3. Por favor dígame su grado de escolaridad, teniendo en cuenta el último estudio realizado de forma completa. Se utilizó la siguiente batería de respuestas: a. Primaria - b. Bachillerato - c. Técnico - d. Tecnólogo - e. Profesional - f. Posgrado - g. Ninguna de las anteriores.

En la pregunta cuatro y última perteneciente a la categoría sociodemográfica tiene la siguiente batería de respuestas: a. Empleado - b. Estudiante - c. Independiente - d. Desempleado.

A partir de la pregunta cinco, se comienza a abordar el proyecto de investigación, con pretensión de responder a los objetivos específicos conformados por la investigación. La pregunta es . Por favor dígame si ha leído usted el periódico La Pupila, (*si dice que no, ir a la pregunta #13*). Siendo esta la primera pregunta filtro, acá continuarán de manera secuencial el sondeo los que afirman haber leído el periódico, mientras los que no deben saltarse a la pregunta 13. La batería de respuestas son a. Sí - b. No. Donde sus categorías a responder son: la categoría de tercer nivel Recepción del objetivo 2, la categoría de segundo nivel Propósitos comunicativos del objetivo 1, la categoría de primer nivel Comunicación alternativa del objetivo 2.

A partir de la pregunta seis, solo las personas que afirmaron responder que sí han leído el periódico La Pupila responden esta pregunta. Por favor dígame ¿Qué le interesa a usted del Periódico La Pupila? (*leer despacio e ir señalando*). Donde su batería de respuestas son: a. Arte y entretenimiento - b. Negocio - c. Educación - d. Familia y crianza de los hijos - e. Comida y bebida - f. salud y estado físico - g. Aficiones h. Hogar & Jardín - i. Mascotas - j. Religión y espiritualidad - k. Ciencias - l. Sociedad - m. Deportes n. Estilo de moda - o. Tecnología y Computación - p. Viaje - q. Vehículos. Donde se usaron categorías como: la categoría de segundo nivel Propósitos comunicativos del objetivo 1 y la categoría de primer nivel Comunicación comunitaria del objetivo 1.

En la pregunta siete, Por favor dígame, ¿Por cuál medio consume el Periódico La Pupila? se utilizó la siguiente batería de respuestas: a. Físico - b. Digital - c. Ambas. Donde se usó la categoría de primer nivel Comunicación comunitaria del objetivo 1.

En la pregunta ocho, por favor dígame... ¿Qué tan importante es que la información que brinda el Periódico La Pupila contribuya al cambio social en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín? Donde se usó la siguiente batería de respuestas: a. Nada importante - b. Poco importante - c. Muy importante y por último (no sabe o no respondió). Donde se usaron las siguientes categorías: la categoría de primer nivel Propósitos comunicativos del objetivo 1 y la categoría principal Comunicación para el cambio social de objetivo 1.

En la pregunta nueve, Por favor dígame si ¿Ha participado en el periódico La Pupila? (*En caso de ser negativa la respuesta pasar a la pregunta #13*), siendo otra pregunta filtro, en la que si el entrevistado opta porque no participó pasa a la pregunta 13, mientras que el menciona sí haberlo hecho continúa el formulario sin filtro. Las opciones de respuestas son: a. Sí - b. No. Donde se abordaron las siguientes categorías: la categoría de tercer nivel periodismo participativo del objetivo 1 y la categoría de tercer nivel periodismo comunitario de los objetivos 1 y 3.

En la pregunta 10, ¿cómo ha participado en el periódico de La Pupila? (leer despacio y señalar), se usó las siguientes opciones de respuesta: a. Producción - b. Escritura - c. Económicamente - d. Socialmente - e. Logística. Donde se abordó categoría de tercer nivel Periodismo participativo del objetivo 1.



En la pregunta 11, ¿Por qué ha participado en el Periódico La Pupila? se usaron las siguientes opciones de respuesta: a. Incentivos económicos - b. Aportar temáticas para el desarrollo de la comunidad - c. Aporte en el diseño del periódico - d. Repartir el periódico (Logística) - e. Contribuir a la transformación del barrio Campo Valdés. Donde se usaron las siguientes categorías: la categoría de tercer nivel Periodismo participativo del objetivo 1 y la categoría de tercer nivel Periodismo comunitario, objetivo 1 y 3. La pregunta 12, otra de las preguntas filtro es *(Si en la pregunta 10 no se participó en escritura, no es necesario leer la pregunta, solo responder ninguna de las anteriores)* ¿Con qué temáticas ha participado en el Periódico La Pupila? *(puede señalar varias)*. Donde los que no participaron en escritura en la pregunta 10 se omitieron de esta pregunta, la cual tiene como opciones de respuesta las siguientes: a. Arte y entretenimiento - b. Negocio - c. Educación -d. Familia y crianza de los hijos - e. Comida y bebida - f. salud y estado físico - g. Aficiones - h. Hogar & Jardín - i. Mascotas - j. Religión y espiritualidad - k.Ciencias - l. Sociedad - m. Deportes - n. Estilo de moda - o. Tecnología y Computación - p. Viaje - q. Vehículos - r. ninguna de las anteriores. Donde se abordaron las siguientes categorías: la categoría de tercer nivel periodismo participativo del objetivo 1, la categoría de tercer nivel periodismo comunitario de los objetivos 1 y 3, las categorías de primer nivel comunicación participativa y comunitaria del objetivo 1 y la categoría de segundo nivel Propósitos comunicativos, objetivo 1.

A partir de la pregunta 13, los 100 entrevistados intervienen en el sondeo, donde la pregunta es: por favor dígame entonces ¿Qué lo motivó o motivaría a usted a participar en el Periódico La Pupila? (leer despacio y señalar), donde sus opciones de respuesta son: a. Proponer temas de interés social - b. transformar el barrio Campo Valdés - c. resolver las necesidades de la comunidad - d. recibir incentivos económicos - e. repartir el periódico en el barrio - f. participar en el diseño del Periódico La Pupila. Donde se abordaron las siguientes categorías: la categoría de tercer nivel periodismo participativo del objetivo 1, la categoría de tercer nivel periodismo comunitario de los objetivos 1 y 3 y la categorías de primer nivel comunicación participativa y comunitaria del objetivo 1.

En la pregunta 14, ¿Qué significado tiene para usted que exista en el barrio Campo Valdés un medio como La Pupila Comunicaciones? Donde tiene las siguientes opciones de respuesta: a. Permite la participación - b. Hace visible a la comunidad - c. Visibiliza las problemáticas sociales - d. Es instrumento de transformación. Donde se pensó desde las siguientes categorías de investigación: la categoría de primer nivel comunicación para el desarrollo del objetivo 2 y la categoría de tercer nivel recepción del objetivo 2.

En la pregunta 15, ¿Qué importancia tiene para usted recibir el periódico La Pupila en su versión virtual o física? Se dieron las siguientes opciones de respuesta: a. Importante - b. No tan importante - c. Sin importancia, donde se abordaron las siguientes categorías: la categoría de tercer nivel Recepción del objetivo 2 y la categoría de primer nivel Comunicación para el desarrollo, objetivo 2.

La pregunta 16, ¿Qué sabe usted del Periódico La Pupila? Se dieron las siguientes opciones de respuesta: a. Es un medio del barrio Campo Valdés - b. Es un medio diferente a los medios masivos de comunicación - c. Es un medio que sirve a la comunidad - d. Busca visibilizar la comuna 4, por lo tanto, al barrio Campo Valdés. Donde se abordó la categoría de tercer nivel Recepción del objetivo 2.

En la pregunta 17, ¿Cuáles son los temas que cree usted que deben de abordarse para desarrollar el periódico? Por favor, responder máximo tres (opciones). Donde solo podían responder tres de las opciones a continuación: a. Temáticas de la vida diaria - b. temas de paz - c. temas de actualidad - d. Temas de innovación - e. Pasatiempos - f. Sección de datos curiosos - g. Temáticas de historia - h. Temáticas de economía - i. Visibilizar habitantes de la comuna 4 a través de perfiles, crónicas, y reportajes - j. Temáticas sociales - k. Temáticas políticas. En la que se abordó desde la categoría de primer nivel Comunicación comunitaria del objetivo 1.

En la pregunta 18, Por favor dígame... ¿Qué se entiende por participación? Según las palabras que le voy a nombrar, por favor dígame si está cerca a la palabra participación, siendo el número 5 la más cercana a su significado y el número 1 el más lejano. (Marque con una x la cercanía que tiene la palabra Participación con otra, siendo el número 5 la más cercana a su significado y el número 1 el más lejano a su definición. Responder todas las opciones presentadas. Donde su correlación es entre a. Participación y Solidaridad - b. Participación y Colaboración - c. Participación y Confianza - d. Participación y Responsabilidad, donde se abordaron las siguientes categorías: la categoría de tercer nivel Periodismo participativo del objetivo 1 y la categoría de segundo nivel Periodismo alternativo del objetivo 2.

Gráfica A - Participación y Solidaridad

Gráfica B - Participación y Colaboración

Gráfica C - Participación y Confianza

Gráfica D - Participación y Responsabilidad

En la pregunta 19, similar a la anterior dice que, ¿Por favor dígame... ¿Qué entiende por Periodismo? Según las palabras que le voy a nombrar, por favor dígame si está cerca a la palabra Periodismo, siendo el número 5 la más cercana a su significado y el número 1 el más lejano a su definición. (Tachar con una x la cercanía que tiene la palabra Periodismo con otra, siendo el número 5 la más cercana a su significado y el número 1 el más lejano a su definición). Responder todas las opciones presentadas. Todas las opciones presentadas. Donde las correlaciones de respuestas son las siguientes: a. Periodismo e Informar - b. Periodismo y Difusión - c. Periodismo y Comunicación - d. Periodismo e Investigación. Donde se usaron las siguientes categorías: la categoría de primer nivel Comunicación alternativa del objetivo 2, la categoría de primer nivel en el objetivo 1 y categoría principal del objetivo 2, Comunicación participativa, objetivo. Y por último, la categoría de segundo nivel Periodismo alternativo del objetivo 2.

Gráfico A - Periodismo e Informar

Gráfico B - Periodismo y Difusión

Gráfico C - Periodismo y Comunicación

Gráfico D - Periodismo e Investigación

En la pregunta 20, ¿Cómo es la comunicación en el barrio Campo Valdés? Se dieron las siguientes opciones de respuesta: a. Comunitaria: construye y comparte la voz de las personas del barrio, haciéndolas visibles - b. argumentada: es cuando se quiere convencer a otra persona sobre algún suceso, este usa datos, opiniones, pruebas, entre otros... - c. dialógica: es cuando las personas mantienen un diálogo. Donde se abordó la categoría de primer nivel Comunicación comunitaria del objetivo 1.



En la pregunta 21, ¿De qué temas habla con frecuencia usted con sus vecinos sobre el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín? (leer despacio e ir señalando), donde se dan las siguientes opciones de respuesta: a. el clima - b. la Junta Administradora Local (JAL) - c. Situación económica de los habitantes - d. proyectos en la Comuna 4 de Medellín - e. Sobre centros educativos - f. La seguridad del barrio - g. Sobre la juventud - h. La seguridad vial - i. La salud de los habitantes - j. Eventos de la casa cural de la Parroquia El Calvario - k. Sobre las propiedades patrimoniales del barrio Campo Valdés - l. Oportunidades educativas de la comunidad - m. Oportunidades laborales de la comunidad - n. Sobre decisiones tomadas por una entidad pública - o. Rumores. Donde se abordaron las siguientes categorías de investigación: la categoría de primer nivel Comunicación comunitaria del objetivo 1, la categoría de primer nivel del objetivo 1 y principal del objetivo 2, Comunicación participativa.

En la pregunta 22, ¿Qué interés cree usted que tiene para la comunidad las situaciones que ocurren en el barrio Campo Valdés, para que aparezcan en un medio local como La Pupila? Donde se presentaron las siguientes opciones de pregunta: a. Mucho interés - b. Poco interés - c. Nada de interés. Donde se abordaron las siguientes categorías: la categoría de primer nivel del objetivo 1 y principal del objetivo 2, Comunicación participativa y la categoría de primer nivel Comunicación comunitaria del objetivo 1.

En la pregunta 23, ¿Cuáles situaciones cree usted que ocurren en el barrio Campo Valdés que deban publicarse en el Periódico La Pupila? (*Leer despacio y señalar*). En la que se dieron las siguientes opciones de respuesta: a. La situación de desempleo en el barrio Campo Valdés - b. El comercio informal - c. La infraestructura de las vías en Campo Valdés - d. La seguridad vial - e. Los aportes innovadores de los jóvenes en sus instituciones educativas - f. la educación de los jóvenes - g. el cuidado del medio ambiente - h. la protección de los animales - i. la atención de los adultos mayores - j. el ejercicio y los adecuados hábitos alimenticios. En esta pregunta se abordaron las siguientes categorías: la categoría de primer nivel Comunicación para el desarrollo, la categoría principal Comunicación para el cambio social para los objetivos 1 y 3.

En la pregunta 24, Por favor dígame, ¿Qué tan importante es la comunicación para el desarrollo del barrio Campo Valdés? Donde se llevaron a cabo las siguientes opciones de respuesta: a. Nada importante - b. Poco importante - c. Muy importante. Esta pregunta fue abordada por las siguientes categorías: la categoría principal Comunicación para el cambio social para los objetivos 1 y 3 y la categoría de primer nivel Comunicación para el desarrollo.

En la pregunta 25, La comunicación comunitaria permite el desarrollo social. Por favor dígame de las razones que le voy a leer a continuación, ¿Cuál sería la razón más cercana que fundamenta el desarrollo social del barrio Campo Valdés? Donde se les dio a los entrevistados las siguientes opciones de respuesta: a. La comunidad se conoce mejor y se identifican los problemas comunes - b. Se dan a conocer problemáticas que afectan a la comunidad - c. Permite que la comunidad se exprese - d. Fortalece las relaciones entre las personas de la comuna. Donde se abordó la categoría de primer nivel Comunicación Alternativa del objetivo 2.



En la pregunta 26, Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la afirmación que le voy a leer a continuación: la Comunicación para el desarrollo genera que las personas tomen conciencia sobre las situaciones que afectan el crecimiento de una comunidad y es allí, donde la comunicación ayuda a transformar la conducta de las personas. Es aquí donde se ofrecieron las siguientes alternativas de respuestas: a. Muy de acuerdo - b. De acuerdo - c. En desacuerdo - d. Muy en desacuerdo. Donde se abordaron las siguientes categorías de investigación: la categoría de primer nivel Comunicación para el desarrollo del objetivo 2, la categoría principal Comunicación para el cambio social para los objetivos 1 y 3, y la categoría de primer nivel Comunicación alternativa del objetivo 2.

En la última pregunta del sondeo, la número 27 dice que, ¿Por favor dígame qué opción considera más acertada para identificar un medio alternativo? en la que se dieron las siguientes alternativas de respuesta: a. Son los medios de comunicación de la comunidad - b. propone lo alterno a los medios de comunicación tradicionales (los más utilizados) - c. Nace de aquellos individuos que quieren comentar su entorno. Donde se abordó desde las siguientes categorías: la categoría de segundo nivel Periodismo alternativo del objetivo 2, la categoría de primer nivel Comunicación alternativa del objetivo 2 y la categoría de primer nivel Comunicación comunitaria del objetivo 3.

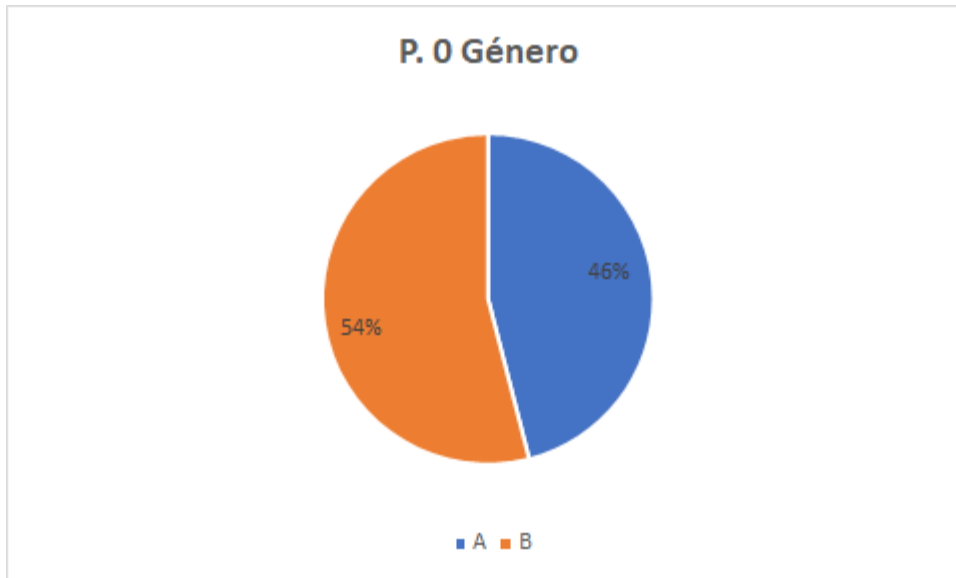
4.2 ANÁLISIS DESCRIPTIVO Y CATEGORIAL

4.2.1 Análisis descriptivo

En el sondeo se hicieron 27 preguntas, además de la pregunta 0. En este instrumento se abordaron los tres objetivos específicos del proceso de investigación.

En la pregunta 0, se pudo hallar que el 46% de los entrevistados pertenecen al género femenino, mientras que el 54% al género masculino. Véase en la gráfica:





De la pregunta 1 sobre el rango de edad de las personas entrevistadas, se observa que el 17% de las personas entrevistadas se encuentran entre los 18 a los 25 años de edad, que el 21% de las personas entrevistadas se encuentran entre los 26 a los 35 años de edad, el 6% de las personas entrevistadas se encuentran entre los 36 a los 45 años de edad, el 36% de las personas entrevistadas se encuentran entre los 46 a 55 años de edad, el 15% de las personas entrevistadas se encuentran entre los 56 a 65 años de edad y el 5% de las personas entrevistadas son mayores de 65 años de edad. Véase en la gráfica:

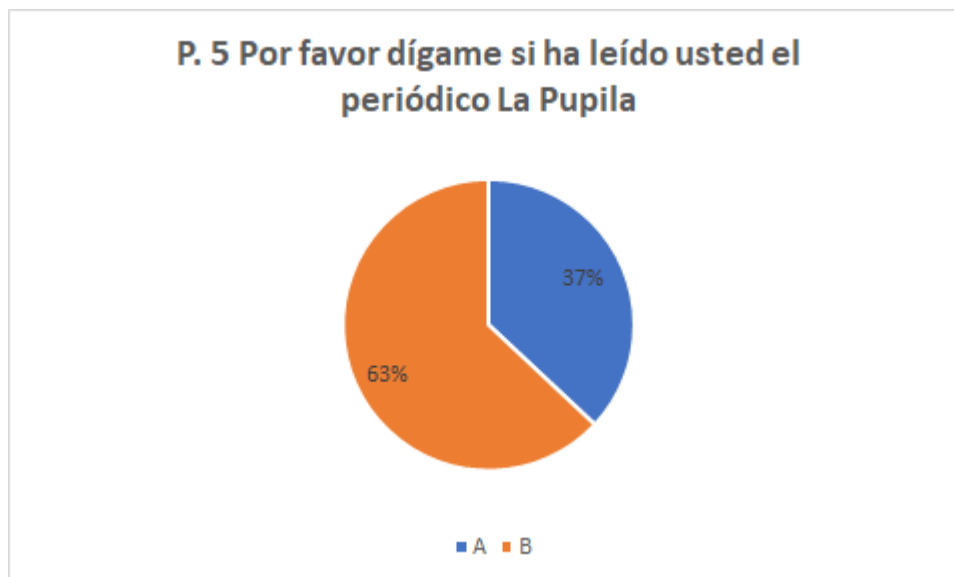
De la pregunta 2 sobre el estado civil actual de las personas entrevistadas, se observa que el 54% de las personas entrevistadas son solteras, el 25% de las personas entrevistadas son casadas, el 5% de las personas entrevistadas son viudas, el 8% de las personas entrevistadas están divorciadas y el 8% de las entrevistadas están en unión libre.

De la pregunta 3 sobre el grado de escolaridad, teniendo en cuenta el último estudio realizado de forma completa, se evidencia que el 4% de las personas entrevistadas cursaron primaria de forma completa, el 42% de las personas entrevistadas cursaron bachillerato de forma completa, el 26% de las personas entrevistadas cursaron una técnica de forma completa, el 13% de las personas entrevistadas cursaron una tecnología

de forma completa, el 14% de las personas entrevistadas cursaron una carrera profesional de forma completa y que el 1% de las personas entrevistadas cursaron un posgrado de forma completa. De las personas entrevistadas no hubo ninguna que no tuviera algún tipo de formación académica.

De la pregunta 4 sobre la ocupación actual de las personas entrevistadas, se evidencia que el 40% de las personas entrevistadas se encuentran empleadas, el 8% de las personas entrevistadas se encuentran estudiando, el 32% de las personas entrevistadas son independientes y el 20% de las entrevistadas se encuentran desempleadas.

De la pregunta 5 sobre si las personas entrevistadas han leído o no el periódico La Pupila, se evidencia que el 37% de las personas entrevistadas sí han leído el Periódico La Pupila, mientras que el 63% de las personas entrevistadas no han leído el Periódico La Pupila.



Es aquí donde los teóricos mencionan que la participación tiene que ver con que los sujetos de determinada comunidad pasen de ser meros espectadores a ser constructores de su bienestar. (Tojeiro Marrero, 2016). La participación tiene que ver con la iniciativa de las personas de la comunidad, más allá de los medios tradicionales, se instauran

acciones comunicativas. Londoño y Cardona (2015). (Fasano, Roquel. Patricia e Irene 2016), mencionan que los procesos comunicativos de los grupos populares son muestra a la comunicación comunitaria y cuentan con el objetivo de mostrar la voz de las personas que no se apropian del derecho a la comunicación. (Calderón, Durán, Solano y Molina 2015) Señalan que este modelo necesita de la reciprocidad por parte de la comunidad para que haya activación social. La recepción se entiende como la naciente de la crítica cultural, lo que se convierte un aspecto en el que las audiencias mantienen una recepción activa hacia los medios de comunicación, según María Corominas (2001) es necesario que el sujeto sea activo, esto es uno de los puntos centrales de los estudios que se han hecho de la recepción, es la capacidad de intervención por parte de las personas. Entendiendo esto, Para generar cambio social en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín con ayuda de un medio alternativo como el Periódico La Pupila, es incongruente los resultados que se muestran en el sondeo y lo que dicen los teóricos, pues es notorio que más del 60% de personas entrevistadas no han leído el periódico, lo que dificulta que la información llegue a las personas del barrio, y por ende que haya una buena comunicación en el barrio Campo Valdés. Además, es importante resaltar que la participación de las personas en un medio alternativo es fundamental, y solo el 37% de las personas han leído el periódico, por eso las personas no son ni siquiera espectadores, mucho menos serán constructores de su realidad social. Es necesario que las personas de la comunidad sean sujetos activos, y tengan esa capacidad de intervención y participación, si no existe interés es difícil que la comunicación llegue a las personas y se apropien de este medio.

En la pregunta 6 Este ejercicio se realizó con 37 personas donde El 27% de las 37 personas que afirmaron leer el periódico La Pupila les interesa la temática Arte y Entretenimiento, al 21% los negocios, al 28% educación, el 21% Familia y crianza de los hijos, el 19% Comida y bebida, el 25% Salud y estado físico, el 20% aficiones, el 16% Hogar y jardín, el 17% mascotas, el 20% Religión y espiritualidad, el 17%

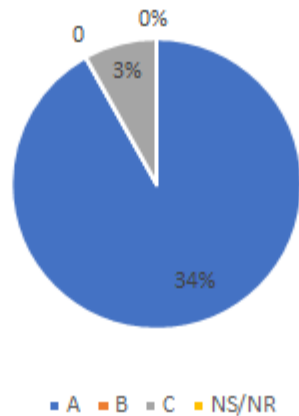
ciencias, el 24% sociedad, el 23% Deportes, el 15% Estilo y moda, el 21% Tecnología y computación, el 22% viaje y el 17% vehículos.

Las comunidades son importantes en la conformación de los propósitos comunicativos, entendiendo que cada una de las comunidades tiene una intencionalidad comunicativa en su contexto, donde se plasma en los textos de propósitos comunicativos. (Zamora y Vanegas, 2012). Por otro lado, se le llama comunicación comunitaria a la realización comunicativa de lo individual a comunidades populares donde pretende modificar el poder hegemónico, al acrecentar la voz de los que normalmente no cuentan con la opción de optar por su derecho a la comunicación. (Fasano, Roquel, Patricia e Irene, 2016). Es allí, donde los medios comunitarios a pesar de sus situaciones y diferencias a nivel interno, se interpone en la creación de narrativas para la cotidianidad, desde una responsabilidad ecológica, equitativa y ética. (Cicilia, et, 2019). El surgimiento de los innovadores formatos de comunicación, mayormente las redes sociales y digitales que apoyan a la transmisión de información por voz a voz. (Sarmiento Guede y Rodríguez Terceño, 2018).

Cuando los autores manifiestan que las comunidades son importantes para la conformación de los propósitos comunicativos son acertados con las respuestas del sondeo a las 37 personas, donde cada una de ellas muestra unas intencionalidades comunicativas escogiendo temáticas que les interese. Es aquí donde los autores mencionan la responsabilidad de vociferar a las comunidades que probablemente se encuentren lejos de hacerlo por su propia cuenta, en el que se proporcionen principios éticos, equitativos y ecológicos.

De la pregunta 7 sobre el medio por el cual las personas entrevistadas consumen el periódico, se evidencia que el 34% de las 37 personas que afirmaron leer el periódico La Pupila, han consumido el Periódico La Pupila por medio físico, el 3% de las 37 personas que afirmaron leer el periódico La Pupila, han consumido el Periódico La Pupila por medio físico y digital, y el 63% de las personas entrevistadas no han consumido el Periódico La Pupila por ningún medio.

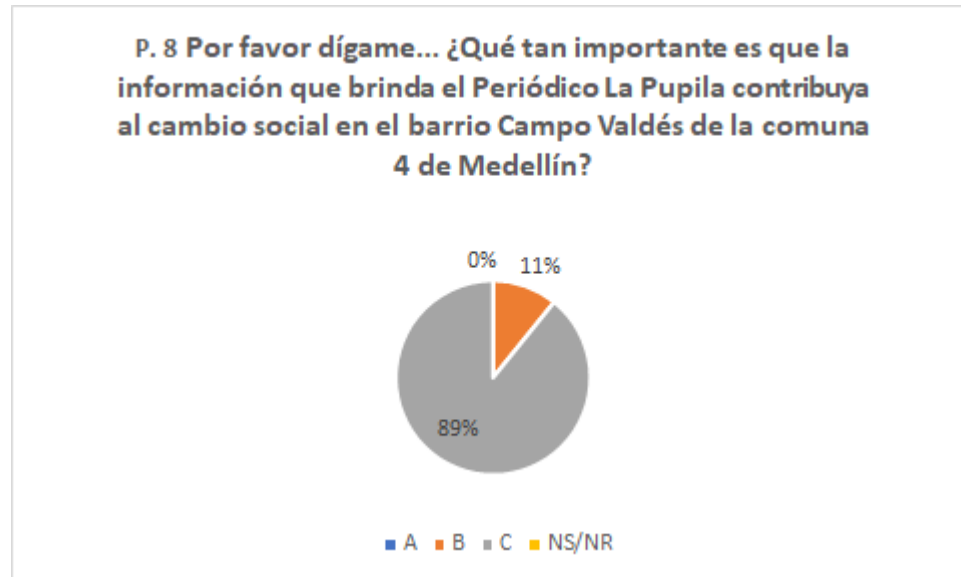
P. 7 Por favor dígame, ¿Por cuál medio consume el Periódico La Pupila?



Martínez y Sosa (2016), señalan que para llevar a la sociedad a la sostenibilidad se debe incitar a la igualdad social, la información educa en la medida en que incita a la participación ciudadana. De la comunicación se desglosan otros tipos importantes de comunicación, tales como la comunicación participativa, comunicación alternativa, comunicación comunitaria, y comunicación para el desarrollo. Fasano, Roquel. Patricia e Irene (2016) manifiestan que las prácticas de comunicación que se dan con los grupos populares, hacen referencia a la comunicación comunitaria y que además buscan resaltar la expresión de quienes no ejercen el derecho que tienen a la comunicación.

Según los resultados del sondeo y lo que dicen los autores no es fluida la comunicación en el barrio Campo Valdés, son pocas las personas que han leído el Periódico La Pupila y la mayoría de personas que lo han leído manifiestan haberlo hecho por medio físico, solo el 3% de las 37 personas que lo leyeron manifiestan haberlo hecho por medio físico y digital también. Es necesario que las personas participen, se enteren de lo que pasa en el barrio, debe haber una comunicación participativa e incluyente, eso es lo que resalta de la comunicación comunitaria, que es la que le da voz a quienes no ejercen la comunicación como carrera.

Este ejercicio se realizó con 37 personas donde a ninguna de las personas entrevistadas que afirman leer el periódico La Pupila les pareció Nada Importante la información que brinda el Periódico La Pupila contribuya al cambio social en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín, mientras que al 4% les pareció Poco importante y el 33% afirmaron que es Muy Importante. El 63% de las personas entrevistadas que no leyeron el periódico La Pupila no participaron de esta pregunta.

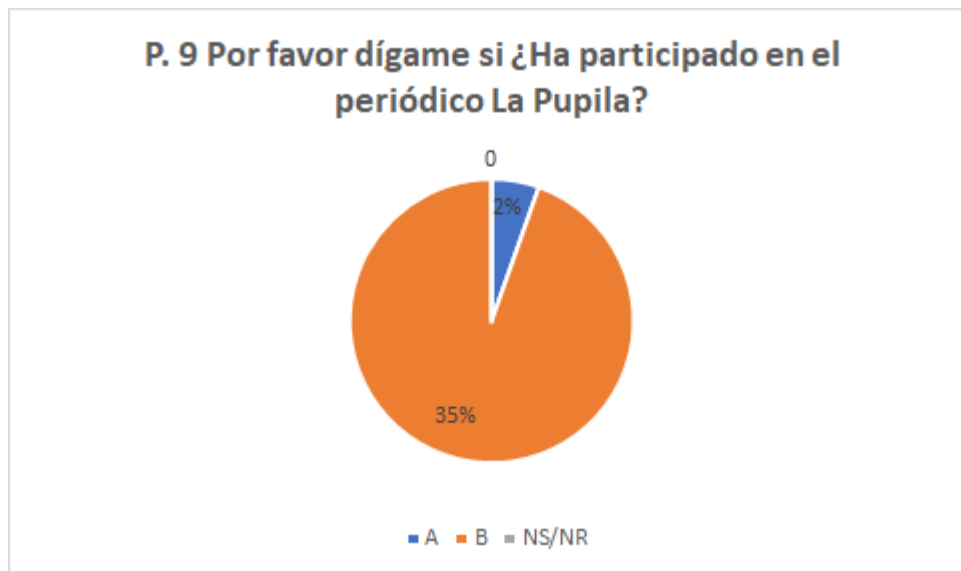


Lo esencial de este modelo del cambio social es la relación mutua es construir la realidad social y el accionar social. (Mendivil Calderón, Racedo Durán, et, 2015). Donde concuerdan Calderón, Durán, Solano y Molina (2015) con que haya afinidad entre construcción y accionar social. Por otro lado, Martínez y Sosa (2016) mencionan que para que una sociedad sea sostenible se debe emancipar la igualdad social, hay pedagogía por parte de la información a medida que hay participación ciudadana. Acá es donde según los propósitos comunicativos son esenciales para saber las intencionalidades comunicativas por parte de los habitantes. (Zamora y Vanegas, 2012).

Es congruente lo que mencionan los autores sobre la reciprocidad de la construcción social y la activación social, donde en el sondeo la respuesta predominante en resultados Muy Importante (que las personas

del barrio Campo Valdés lean el periódico La Pupila) denotan una intencionalidad de querer leer lo que se publica en el periódico como construcción social, en la que los habitantes procedan a la activación social. Sin embargo, esto es solo lo que piensa el 37% de las personas que participaron. Siendo más de la mitad la que no participó se puede entender ese accionar o activación social no correspondida.

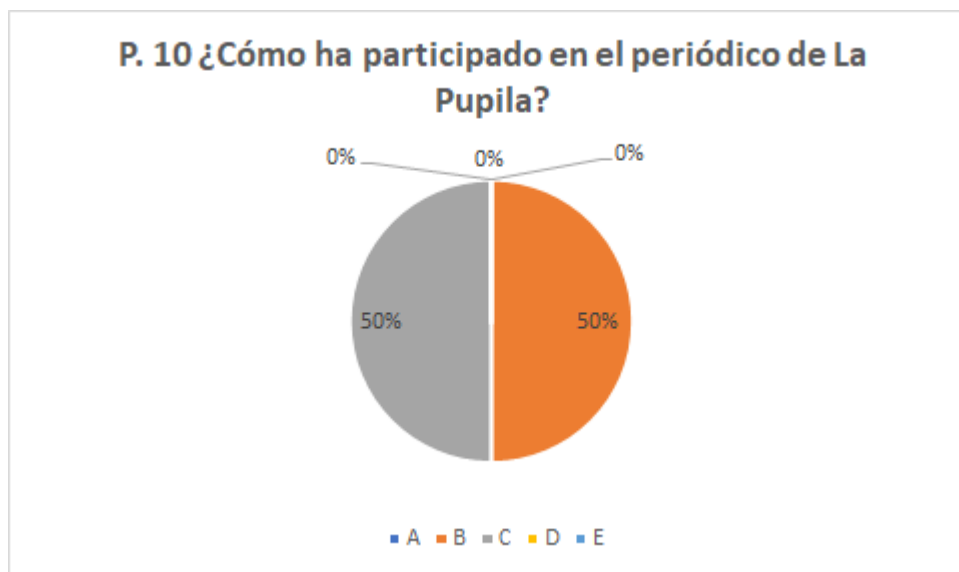
De la pregunta 9 sobre si las personas que han leído el Periódico La Pupila, han participado, se evidencia que el 2% de las 37 personas que afirmaron leer el periódico La Pupila ha participado del periódico, el 35% de las 37 personas que afirmaron leer el periódico La Pupila no han participado del periódico y que el 63% de las personas entrevistadas no han participado del periódico.



(Tojeiro Marrero, 2016) menciona que la participación es el inicio de que se creen relaciones sociales para liberar y expresarse, donde los grupos sociales pasen de ser receptores pasivos a generadores de su bienaventuranza. La comunicación participativa permite que los espectadores pasen a ser constructores de la realidad. (Toreiro, 2016). El ciudadano puede ser un reportero que tiene algo que comunicar. (Requejo, 2007).

La participación de las personas de la comunidad es importante para los medios alternativos, como mencionan los teóricos, con la participación las personas pueden expresarse y pasan a ser constructores de su realidad, todos tienen algo que comunicar y por eso pueden ser reporteros de lo que acontece en la comunidad. La mayoría de las personas entrevistadas no han participado del periódico La Pupila, no existe un grado alto de interés por participar en el periódico La Pupila, solo se evidencia que dos de las 100 personas entrevistadas lo hicieron.

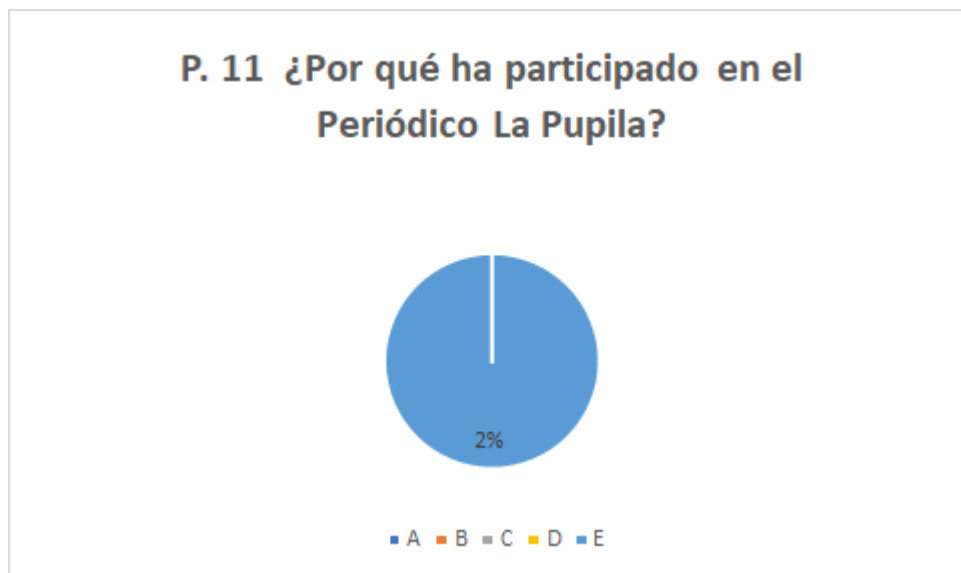
Esta pregunta 10 se realizó con 2 personas que afirmaron haber participado en el periódico La Pupila, donde una de las personas entrevistadas participó en la escritura del periódico La Pupila. La otra persona participó económicamente en el periódico La Pupila y finalmente, el resto de las personas no participó en el periódico La Pupila.



Los autores mencionan que dentro del periodismo participativo se realizan diálogos que todas las personas puedan escuchar. Lo principal de este es que cada habitante tiene la posibilidad de ser reportero, algo que tenga por decir y que haga el ejercicio de decírselo a otras personas. (Lamuedra, 2011). Por otro lado, la comunicación comunitaria es el principio para crear relaciones sociales con intención de expresarse, donde los sujetos pasan de ser solo espectadores a también creadores de su mejoramiento. (Tojeiro, 2016). Según (Londoño y

Cardona, 2015) al día de hoy la participación ha traspasado los límites y no va solo a los medios tradicionales, sino que también hay acciones comunicativas por parte de las comunidades las cuales se transforman en tendencia. Es por eso que los autores encuentran la participación como un factor simpatizante a la creación de su bienestar, donde cada persona tiene la posibilidad de decirle a otras personas lo que tiene por decir, sin embargo, en el sondeo se evidencia una muy baja participación, donde solamente dos personas de las 100 entrevistadas fueron o son partícipes en el periódico La Pupila. Hay razón cuando una de las personas participó en la escritura, pero la otra lo hizo económicamente, donde prefiere que otra voz lo represente.

De la pregunta 11 sobre por qué ha participado en el Periódico La Pupila, se evidencia que el 2% de las personas entrevistadas que afirmaron participar en el periódico La Pupila han participado para contribuir a la transformación del barrio Campo Valdés.



Navarro Díaz (2016) habla de conceptos de ciudadanía expresada en problemas de desigualdad, indigencia, exclusión, discriminación, pobreza, baja escolaridad, delincuencia, mafias, crimen organizado y conflicto armado. En abordar las bases conceptuales de la comunicación para el cambio social esto enfocado en la ciudad de Medellín podría

lograr realizar ese cambio social y cambiar el imaginario de las personas tanto de otras partes como de los habitantes de la misma ciudad. Lamuedra (2011) La tarea del periodismo alternativo es crear espacios y conectarlos.

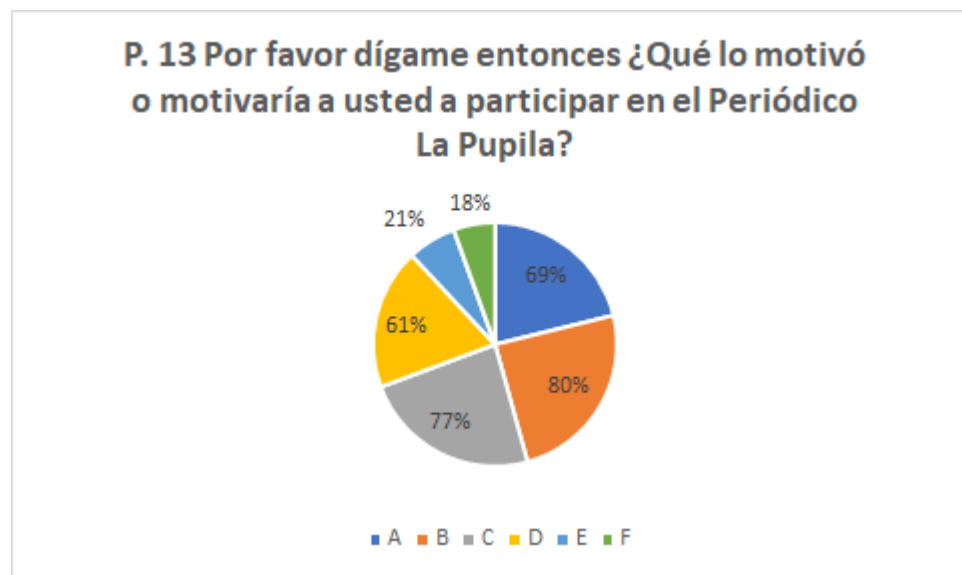
Las personas entrevistadas que participaron en el Periódico La Pupila manifiestan que lo han hecho porque quieren contribuir a la transformación del barrio Campo Valdés, es congruente lo que dicen los teóricos y el resultado del sondeo, pues cuando las personas participan están contribuyendo al cambio social de su barrio, están involucrándose en las problemáticas y demostrando su interés en participar y crear espacios que propicien cambios positivos en la comunidad.

De la pregunta 12 sobre con qué temáticas ha participado en el Periódico La Pupila, la persona que dijo participar en la escritura afirmó haberlo hecho en las temáticas Arte y entretenimiento, Educación, Familia y crianza de los hijos, Salud y estado físico, Sociedad, Deportes, Vehículos y la persona que participó económicamente en el Periódico LA Pupila afirma que en ninguna de las anteriores temáticas participó.

Desde los teóricos se menciona que la participación tiene como concepto la repartición igualitaria en lo económico y político. (Malikhao, 2007). Por otro lado, es el principio para relaciones de personas emancipadoras donde las mismas comunidades dejan de ser solo espectadores a ser hacedores de su bienestar. (Tojerio, 2016). En el presente la participación va más lejos que los medios tradicionales donde se han colocado acciones comunicativas en las que los ciudadanos son generadores de tendencias. (Londoño, Vélez y Cardona, 2015). Por otro lado, en el periodismo participativo el diálogo se realiza para que todas las personas lo puedan ver; en esto, lo primordial es que cada sujeto sea reportero que tenga algo por decir y lo comunique. (Roquejo, 2007). Sin embargo, no hay correlación entre esas comunidades participantes, pues los autores afirman que es el principio para las relaciones emancipadoras, pero solamente de 100 personas que respondieron el sondeo, una solamente participó en la pregunta. Siendo ese reporterismo participativo

por parte de la comunidad ausente. Es así donde esa participación no se apropia en los habitantes del barrio Campo Valdés, o al menos en el acercamiento que se hizo en el sondeo con las 100 personas.

De la pregunta 13 sobre qué lo motivó o motivaría a participar en el Periódico La Pupila, se manifiesta que el 69% de las personas entrevistadas los motivó o motivaría proponer temas de interés social para participar en el periódico La Pupila, el 80% Transformar el barrio, el 77% las necesidades de la comunidad, el 61% recibir incentivos económicos, el 21% repartir el periódico La Pupila y el 18% participar en el diseño del periódico La Pupila.



Los autores mencionan que la comunicación es importante para la sociedad, esta, debe sufrir una metamorfosis hacia lo contemporáneo según Orué (2019), esto significa en gran medida que la comunicación debe acoplarse a los cambios actuales de las nuevas formas de comunicar. Para Zamora & Venegas (2012), las comunidades son las que determinan los propósitos comunicativos, esto dependiendo de la intencionalidad que tengan y la necesidad de plasmarlo. Chaverra y Bolívar (2016) La rapidez y los diferentes modos de comunicación que colaboran con la suma de recursos alternativos como los videos, los gráficos, los sonidos a lo que tradicionalmente son los escritos impresos. Krohling Peruzzo, c. m.,

Chaparro Escudero, m., Torrico Villanueva, e.r. (2019). Manifiestan que, los medios alternativos o comunitarios pese a las circunstancias intervienen en la construcción de cambios beneficiosos para las comunidades. Es por eso donde la comunicación es importante para la sociedad, la mayoría de personas se motivarían a transformar el barrio Campo Valdés, el 77% se motivarían a participar para resolver las necesidades de la comunidad, un 69% se motivarían a proponer temas de interés social, el 61% se motivarían si reciben incentivos económicos, el 21% se motivarían a repartir el periódico en el barrio y el 18% se motivarían a participar en el diseño del periódico, las comunidades son las que determinan los propósitos comunicativos, esto dependiendo de la intencionalidad que tengan y la necesidad de plasmarlo, el Periódico La Pupila debe buscar las maneras de atraer a las personas del barrio a participar en el medio, son pocas las personas entrevistadas que se interesan por repartir el Periódico La Pupila en el barrio y/o participar en el diseño, los medios alternativos con su información y su diseño, la forma en que comunican, atraen a las personas a leerlo y también a participar.

De la pregunta 14 sobre el significado que tiene para las personas entrevistadas que exista en el barrio Campo Valdés un medio como La Pupila Comunicaciones, se evidencia que para el 21% de las personas entrevistadas el significado que tiene de que exista en el barrio Campo Valdés un medio como La Pupila Comunicaciones es que permite la participación, para el 25% de las personas entrevistadas el significado que tiene de que exista en el barrio Campo Valdés un medio como La Pupila Comunicaciones hace visible a la comunidad, para el 37% de las personas entrevistadas el significado que tiene de que exista en el barrio Campo Valdés un medio como La Pupila Comunicaciones es que visibiliza las problemáticas sociales, para el 23% de las personas entrevistadas el significado que tiene de que exista en el barrio Campo Valdés un medio como La Pupila Comunicaciones es que es instrumento de transformación.

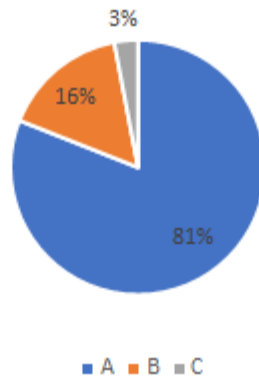
Los teóricos mencionan que el diálogo en el periodismo participativo se hace para que todos los ciudadanos lo puedan recibir, haciendo a la

persona reportera, donde pueda comunicar lo que tiene que decir. (Roquejo, 2007). La participación va en la partición igual de lo económico y lo político, lo cual disminuye el privilegio de algunos grupos. (Jan y Malikhao, 2007). Según (Tojeiro, 2016), la comunicación participativa es el principio de la creación de relaciones, donde el individuo no es un mero espectador, sino un constructor del progreso. En el presente la participación ha sido protagonista no solamente en los medios tradicionales, sino que también se han consolidado acciones comunicativas donde la comunidades son creadoras de visibilizarse. (Londoño y Cardona, 2015). La comunicación comunitaria es la ejecución de la comunicación que tienen las comunidades populares que intentan modificar la hegemonía e incrementar lo que tiene por decir las personas que normalmente no practican su derecho a comunicarse. (Fasano, Roquel, 2016).

Del significado de que exista en el barrio Campo Valdés un medio como La Pupila Comunicaciones infiere para la mayoría de personas que visibiliza los problemas sociales, con un 37% de respuestas. Lo que específicamente no hablan los autores, ya que su principal mención es que es la misma comunidad la que ejerce ese acto comunicativo para ilustrar sus necesidades. Con esto, los autores están más inclinados a otras respuestas tales como: que el medio permite la participación con 21% de respuestas, otra es que hace visible a la comunidad con un 25% de respuestas. Los autores denominan que las mismas comunidades son las emancipadoras y mantienen esa búsqueda del bienestar, lo que tiene correlación en que el medio solo es un instrumento de transformación (23%), donde la comunidad es el que lo usa.

De la pregunta 15 sobre la importancia que tiene recibir el periódico La Pupila en su versión virtual o física, se evidencia que para el 81% de las personas entrevistadas es importante recibir el periódico La Pupila en su versión virtual o física, para el 16% de las personas entrevistadas no es tan importante recibir el periódico La Pupila en su versión virtual o física, y que para el 3% de las personas entrevistadas manifiestan que no es importante recibir el periódico La Pupila en su versión virtual o física.

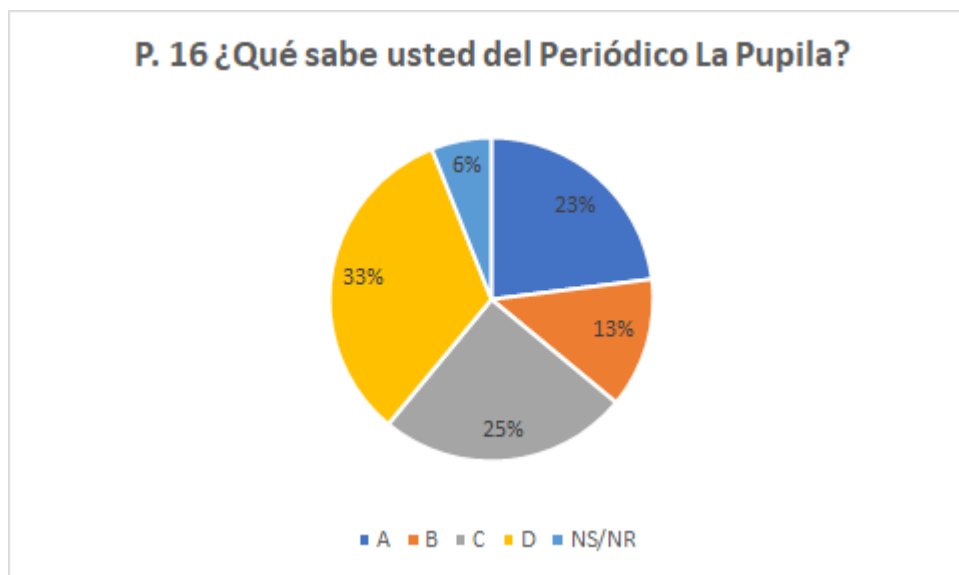
P. 15 ¿Qué importancia tiene para usted recibir el periódico La Pupila en su versión virtual o física?



Para los autores Martínez y Sosa (2016), señalan que para llevar a la sociedad a la sostenibilidad se debe incitar a la igualdad social, la información educa en la medida en que incita a la participación ciudadana. De la comunicación se desglosan otros tipos importantes de comunicación, tales como la comunicación participativa, comunicación alternativa, comunicación comunitaria, y comunicación para el desarrollo. (Tamayo, Rincón. Unai y Virginia 2017) mencionan que la comunicación para el desarrollo es muy importante para generar conciencia y reflexión en las personas, además que aborda temáticas que afectan, tales como la igualdad, la inmigración, entre otros. La recepción se entiende como la naciente de la crítica cultural, lo que se convierte un aspecto en el que las audiencias mantienen una recepción activa hacia los medios de comunicación, según María Corominas (2001) es necesario que el sujeto sea activo, esto es uno de los puntos centrales de los estudios que se han hecho de la recepción, es la capacidad de intervención por parte de las personas. Es entonces, donde es congruente el resultado que arroja el sondeo y lo que dicen los teóricos, pues se habla de que la información educa cuando incita a la participación y que de la comunicación nacen o se desglosan otros tipos de comunicación, entre esas la comunicación para el desarrollo. Según los resultados que arroja el sondeo, más del 80% de las personas entrevistadas manifiesta que es importante recibir el periódico porque les permite informarse y conocer más sobre su

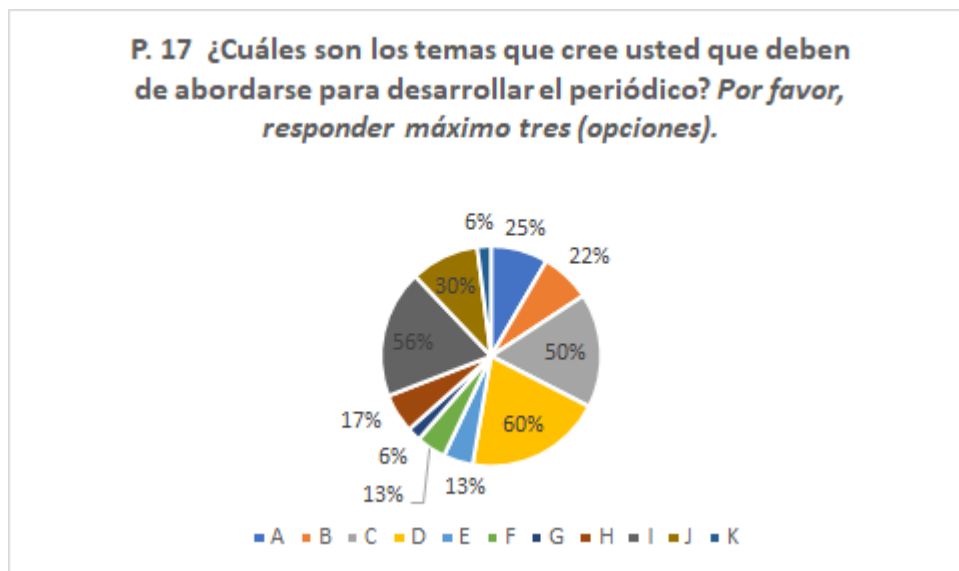
comunidad. La comunicación genera desarrollo, nos hace reflexionar y crear conciencia sobre los hechos que ocurren, la recepción de la información es necesaria para que las personas conozcan lo que ocurre y sean constructoras de su realidad social.

En la pregunta 16 El 23% de las personas entrevistadas dicen saber que el periódico La Pupila es un medio del barrio Campo Valdés, el 13% dice que es un medio diferente a los medios masivos de comunicación, el 25% dice que es un medio que sirve a la comunidad, el 33% dice que busca visibilizar la comuna 4, por lo tanto, al barrio Campo Valdés y por último el 6% de las personas entrevistadas no sabían o prefirieron no responder.



Es entonces donde uno de los enfoques específicos de la teoría de la recepción es lo que se le concede a la audiencia, su accionar distintivo con su conexión con los medios. (Corominas, 2001). Es por eso donde la recepción según los autores es lo que se le confiere a su audiencia, por lo que mantiene una lógica con los entrevistados en los que para la mayoría de (33%) es que busca visibilizar a la comuna 4 de Medellín, no obstante el barrio Campo Valdés. Tiene correlación el papel que le da la recepción a su audiencia según los autores ya que el 25% menciona que el medio sirve a la comunidad.

De la pregunta 17 sobre los tres temas que las personas entrevistadas creen que deben de abordarse para desarrollar el periódico La Pupila destacan: temas de innovación con un 60% de las personas entrevistadas, visibilizar habitantes de la comuna 4 a través de perfiles, crónicas y reportajes con un 56% de las personas entrevistadas y temas de actualidad con un 50% de las personas entrevistadas. Seguido de temáticas sociales con un 30% de las personas entrevistadas y temáticas de la vida diaria con un 25%. de las personas entrevistadas.



Por otro lado, los autores (Fasano, Roquel. Patricia e Irene 2016) mencionan que los procesos comunicativos de los grupos populares son muestra a la comunicación comunitaria y cuentan con el objetivo de mostrar la voz de las personas que no se apropiaron del derecho a la comunicación. (Calderón, Durán, Solano y Molina 2015) Señalan que este modelo necesita de la reciprocidad por parte de la comunidad para que haya activación social. Krohling Peruzzo, c. m., Chaparro Escudero, m., Torrico Villanueva, e.r. (2019), mencionan que los medios alternativos responden a los principios de ética, ecología y equidad. Las comunidades son fundamentales en dar forma a los propósitos comunicativos, donde todas estas tendrán intencionalidades comunicativas diferentes desde sus territorios importantes para constatar en los textos de dichos propósitos. Zamora &

Venegas, (2012). Es así, donde los medios alternativos cuentan con la comunidad como su público objetivo y son ellos quienes le dan forma y determinan las intenciones comunicativas de los medios, los cuales comunican de manera diferente teniendo en cuenta el territorio, el grupo poblacional al que se dirigen. Los tres temas que destacan entre las personas entrevistadas, y que ellos creen que debe abordarse para desarrollar el Periódico La Pupila son los temas de innovación, seguido por la visibilización de los habitantes de la comuna 4 a través de perfiles, crónicas y reportajes y por último los temas de actualidad, los procesos comunicativos de las personas de la comunidad son los que hacen que la comunicación sea comunitaria y su objetivo es dar a conocer lo que opinan las personas de la comunidad, para que los medios alternativos funcionen necesitan de la participación de las personas de la comunidad para que haya activación social.

La pregunta 18 ejercicio se realizó con 100 personas donde se pidió la correlación de la palabra participación, en la que para el 4% la palabra participación y solidaridad no tiene nada de relación, para el 6% poca relación, para el 16% más o menos, para el 25% tienen relación y 53% con mucha relación. Por otro lado, la relación que tiene la palabra participación y colaboración para el 1% es nada, para el 5% poca relación, para el 13% más o menos, para el 25% tiene relación y para el 59% tiene mucha relación. Acto seguido, la relación de las palabras participación y confianza para el 7% es nada, para el 6% tiene poca relación, para el 22% más o menos, para otro 22% tiene relación y para el 41% tiene mucha relación. Finalmente, la relación de las palabras participación y responsabilidad para el 4% no tiene nada de relación, para el 5% poca relación, para el 6% más o menos, para el 21% tiene relación y para el 63% tiene mucha relación.

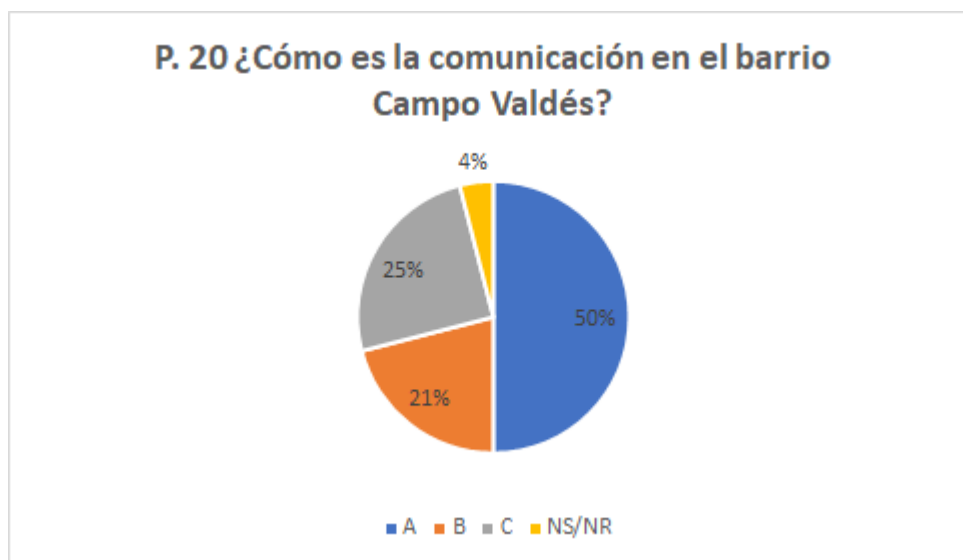
Los autores mencionan que el periodismo participativo son formas de comunicación que se generan para que todas las personas lo puedan escuchar, es decir que permite que las mismas comunidades hagan el papel de reporteros y comuniquen lo que pretenden decir. (Requejo, 2007). La labor de este periodismo popular es crear espacios públicos en estos contextos virtuales para hilarlos con la realidad. (Lamuedra, 2011).

Los medios comunitarios, a pesar de su situación interna, crean narrativas de la cotidianidad, desde la parte ética, equitativa y ecológica. (Krohling, et, 2019). Por eso, la correlación entre las palabras participación y solidaridad, participación y colaboración, participación y confianza y finalmente participación y responsabilidad es alta, con más de la mitad de resultados en que tiene relación y mucha relación. Es aquí donde las comparaciones no son similares con los autores, ya que ellos indican que la participación radica más que todo en la creación de narrativas de lo cotidiano, como lo ético, equitativo y ecológico.

De la pregunta 19 sobre qué entiende por periodismo, se evidencia que para el 86% de las personas entrevistadas, periodismo e informar se relacionan mucho, para el 11% de las personas entrevistadas, periodismo e informar se relacionan y para el 7% de las personas entrevistadas, periodismo e informar más o menos se relacionan, y no hay nadie que diga que periodismo e informar no se relacionan. Para el 1% de las personas entrevistadas, periodismo y difusión no se relacionan en nada, para el 1% de las personas entrevistadas, periodismo y difusión no se relacionan, para el 7% de las personas entrevistadas, periodismo y difusión más o menos se relacionan, para el 23% de las personas entrevistadas, periodismo y difusión se relacionan, mientras que para el 68% de las personas entrevistadas periodismo y difusión se relacionan mucho. Para el 84% de las personas entrevistadas, periodismo y comunicación se relacionan mucho, para el 14% de las personas entrevistadas, periodismo y comunicación se relacionan, para el 6% de las personas entrevistadas, periodismo y comunicación más o menos se relacionan y no hay nadie que diga que no se relacionan. Para el 84% de las personas entrevistadas, periodismo e investigación se relacionan mucho, para el 13% de las personas entrevistadas, periodismo e investigación se relacionan, para el 3% de las personas entrevistadas, periodismo e investigación más o menos se relacionan y no hay nadie que diga que periodismo e investigación no se relacionan.

Es entonces, donde los autores abordan la temática donde Requejo Alemán, J. L. (2007), dice que el periodismo participativo está hecho para que todos lo entiendan, cada persona de la comunidad es un reportero que debe tener algo que comunicar y que debe intentar comunicarlo a otras personas. Borges, Bahareh, et. (2018) mencionan que el periodismo debe ser libre, pluralista e independiente y además debe generar espacios de participación. Las investigaciones de Martínez y Sosa (2016), por ejemplo, indican que la educación y la capacitación son claves para llevar a la sociedad hacia la sostenibilidad, que toda información se puede realizar con un enfoque educativo, que incite a la movilización, a la recepción ciudadana, luche en contra de la desigualdad social, el desempleo, la pobreza o la falta de oportunidades. La comunicación participativa permite que los espectadores pasen a ser constructores de la realidad. (Toreiro, 2016). El periodismo crea espacios y los conecta con el mundo real. (Lamuedra, 2011). El periodismo permite crear espacios de diálogo para que las personas puedan expresarse y participen. (Borges, 2018). Es por eso donde se refiere a que según los resultados del sondeo, más de la mitad de personas entrevistadas asocian el concepto de periodismo con informar, difusión, comunicación e investigación, son congruentes los resultados con lo que dicen los teóricos, pues el periodismo está hecho para que todos lo entiendan, para que la misma comunidad sea reportera de los sucesos que acontecen en el barrio y en la comuna, es necesario generar espacios de participación, por eso como explican Martínez y Sosa es necesario llevar a determinada comunidad a la sostenibilidad, en la medida que este medio alternativo La Pupila eduque a través de sus contenidos y que incite a la movilización, luchando contra las injusticias y mostrando las necesidades que tienen los habitantes del barrio, la falta de oportunidades, entre otros. Es por eso importante que la comunidad conozca el papel del periodismo y se exprese para construir el barrio que desean.

De la pregunta 20 sobre cómo es la comunicación en el barrio Campo Valdés, se evidencia que el 50% de las personas entrevistadas manifiestan que la comunicación en el barrio Campo Valdés es comunitaria, el 21% de las personas entrevistadas manifiestan que la comunicación en el barrio Campo Valdés es argumentada, el 25% de las personas entrevistadas manifiestan que la comunicación en el barrio Campo Valdés es dialógica, y el 4% de las personas entrevistadas manifiestan que en el barrio Campo Valdés no hay comunicación.





A partir de los teóricos se da cuenta de que la comunicación ha sido asociada con los medios de comunicación y su labor de informar para el desarrollo de las sociedades y se suele dejar a líderes o personas dedicadas a la transformación a incidir en comunidades hacia una perspectiva positiva. (Botero y Obregón 2011). Los medios comunitarios intervienen en las narrativas para la vida, y uno de sus principios es la ética. (Sarmiento Guede, J. R., & Rodríguez Terceño, J., 2018). La comunicación es importante para la sociedad, esta, debe sufrir una metamorfosis hacia lo contemporáneo según Orué (2019), esto significa en gran medida que la comunicación debe acoplarse a los cambios actuales de las nuevas formas de comunicar. La comunicación participativa permite que los espectadores

pasen a ser constructores de la realidad. (Toreiro, 2016). Es entonces donde es importante reconocer que la labor de la comunicación es informar e incidir en la transformación de las personas hacia una perspectiva positiva, los medios alternativos pueden intervenir para que haya un cambio social, pues uno de sus principales principios es la ética. La comunicación debe acoplarse a las nuevas formas de comunicar y debe permitir la participación. La mitad de las personas entrevistadas manifiesta que la comunicación en el barrio Campo Valdés es comunitaria, seguida por comunicación argumentada, luego dialógica. Un 4% de las personas entrevistadas manifiestan que en el barrio Campo Valdés no hay comunicación.

En la pregunta 21 del sondeo ¿De qué temas habla con frecuencia usted con sus vecinos sobre el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín? Se realizó con 100 personas donde el 69% de los entrevistados habla con frecuencia con sus vecinos del barrio Campo Valdés sobre el clima, el 19% sobre La Junta Administradora Local (JAL), el 79% sobre la situación económica de los habitantes, el 52% sobre proyectos en la Comuna 4 de Medellín, el 61% sobre los centros educativos, el 92% sobre la seguridad del barrio, el 78% sobre la juventud, el 74% sobre la seguridad vial, el 77% sobre la salud de los habitantes, el 22% sobre eventos de la casa cural de la Parroquia El Calvario, el 22% sobre las propiedades patrimoniales del barrio Campo Valdés, el 54% sobre oportunidades educativas de la comunidad, el 68% sobre oportunidades laborales de la comunidad, el 58% sobre decisiones tomadas por una entidad pública y el 71% sobre rumores.



Es entonces, donde la comunicación comunitaria es la realización de la comunicación que tienen los ciudadanos de grupos populares que intentan cambiar la hegemonía y fortalecer lo que tiene por decir las personas que no utilizan el derecho de la comunicación. (Fasano, Roquel, 2016). Los medios comunitarios, a pesar de su situación interna, crean narrativas de la cotidianidad, desde la parte ética, equitativa y ecológica. (Krohling, et, 2019). Es entonces, donde de acuerdo con los temas que abordan las personas el mayor es la seguridad del barrio con un 92%, lo que indica que una problemática social es la más abordada



por los habitantes del barrio Campo Valdés sobre su sector, lo cual indica que los autores mantienen relación cuando mencionan que los habitantes buscan emanciparse pero no tienden a ejercer su derecho de comunicación.

De la pregunta 22 sobre el interés que tiene para la comunidad las situaciones que ocurren en el barrio Campo Valdés, para que aparezcan en un medio local como La Pupila, se evidencia que el 83% de las personas entrevistadas creen que es de mucho interés para la comunidad las situaciones que ocurren en el barrio Campo Valdés, para que aparezcan en un medio local como La Pupila, el 15% de las personas entrevistadas creen que es de poco interés para la comunidad las situaciones que ocurren en el barrio Campo Valdés, para que aparezcan en un medio local como La Pupila, y el 2% de las personas entrevistadas creen que no tiene nada de interés para la comunidad las situaciones que ocurren en el barrio Campo Valdés, para que aparezcan en un medio local como La Pupila.

Desde los autores como Martínez y Sosa (2016), por ejemplo, señalan que para llevar a la sociedad a la sostenibilidad se debe incitar a la igualdad social, la información educa en la medida en que incita a la participación ciudadana. De la comunicación se desglosan otros tipos importantes de comunicación, tales como la comunicación participativa, comunicación alternativa, comunicación comunitaria, y comunicación para el desarrollo. Fasano, Roquel. Patricia e Irene (2016) manifiestan que las prácticas de comunicación que se dan con los grupos populares, hacen referencia a la comunicación comunitaria y que además buscan resaltar la expresión de quienes no ejercen el derecho que tienen a la comunicación. Tamayo, U., & Rincón, V. (2017). Mencionan que la comunicación contribuye al desarrollo humano. Chaverra y Bolívar (2016) La rapidez y los diferentes modos de comunicación que colaboran con la suma de recursos alternativos como los videos, los gráficos, los sonidos a lo que tradicionalmente son los escritos impresos. (Tojeiro Marrero, 2016) dice que la comunicación alternativa es el surgimiento de las relaciones



sociales, siendo emancipadora donde los grupos sociales cambian de ser solo audiencia a ser activos participantes. (Fasano, Roquel. Patricia e Irene 2016) mencionan que los procesos comunicativos de los grupos populares son muestra a la comunicación comunitaria y cuentan con el objetivo de mostrar la voz de las personas que no se apropian del derecho a la comunicación. Por otra parte, es congruente los resultados que arroja esta pregunta y lo que dicen los teóricos, pues es necesario para que la comunicación sea fluida en el barrio Campo Valdés, que las personas se interesen en las situaciones que ocurren en el barrio para que aparezcan en un medio alternativo como lo es La Pupila. La comunicación incita a la igualdad social, educa a las personas y cuando es información que afecta directamente a las personas del barrio, ellos muestran interés en leer el periódico. La comunicación que se da en los barrios hace alusión a la comunicación comunitaria, las prácticas comunicativas con la comunidad, es necesario también que lo que se comunica sea entendible para todas las personas y sea atractivo. La función de los medios alternativos es dar voz a la gente de la comunidad.

En la pregunta 23 sobre ¿Cuáles situaciones cree usted que ocurren en el barrio Campo Valdés que deban publicarse en el Periódico La Pupila? el 93% de las personas creen que la situación de desempleo en el barrio Campo Valdés en el barrio Campo Valdés debe publicarse en el periódico La Pupila, el 73% el comercio informal, el 75% la infraestructura de las vías en el barrio Campo Valdés, el 86% la seguridad vial en el barrio Campo Valdés, el 82% los aportes innovadores de los jóvenes en sus instituciones educativas en el barrio Campo Valdés, el 94% la educación de los jóvenes en el barrio Campo Valdés, el 91% la educación de los jóvenes en el barrio Campo Valdés, el 83% la protección de los animales en el barrio Campo Valdés, el 89% la atención de los adultos mayores en el barrio Campo Valdés y el 77% el ejercicio y los adecuados hábitos alimenticios en el barrio Campo Valdés mencionan las personas entrevistadas que debe publicarse en el periódico La Pupila.

Con base en los autores es un procedimiento difícil, ya que el cambio social va según el territorio en el que se desarrolla, por eso la definición de este modelo no puede plasmarse académicamente. (Pérez, Catao y Franco, 2009). Por otro lado, el interés del cambio social es de lo mutuo que hay para construir la realidad social y activación social. (Calderón, Durán, Solano y Molina, 2015). Por otro lado, (Martínez y Sosa, 2016) mencionan que para llevar a la comunidad a la sostenibilidad se debe intervenir hacia la igualdad, donde la información enseña, acto seguido influye a más participación ciudadana. Mientras que la comunicación para el desarrollo es la forma de construir reflexión sobre las diferentes problemáticas sociales como la desigualdad de géneros, falta de inclusión, entre otras problemáticas. (Tamayo, et, 2017). Es entonces que para (Martínez y Sosa, 2016) la comunicación para el desarrollo distingue la importancia de cuidar el capital social, ambiental y económico, siendo estos necesarios para tener un crecimiento productivo. Por lo que se puede evidenciar que Los autores concuerdan con los resultados de los entrevistados, donde mencionan la necesidad de construir una realidad y activación social, lo que influya en aspectos de igualdad que permitan esa participación por parte de los habitantes. Con los resultados se evidencia el alto porcentaje a las respuestas como: el desempleo (93%), comercio informal (73%), infraestructura vial (75%), aportes innovadores de los jóvenes a sus instituciones (82%), educación de los jóvenes (94%), la protección de los animales (83%), la atención de los adultos mayores (89%) y el ejercicio y adecuados hábitos alimenticios (77%). Donde sus porcentajes son altos y mantienen una intencionalidad comunicativa alta hacia temáticas que pueden entrar en el papel de contribuir al cambio social y desarrollo del barrio Campo Valdés.

En la pregunta 24 del sondeo ¿Qué tan importante es la comunicación para el desarrollo del barrio Campo Valdés? Ninguna de las personas entrevistadas opinan que no es nada importante la comunicación para el desarrollo del barrio Campo Valdés, mientras que para el 3% de los entrevistados es poco importante y el 97% opina que es muy importante la comunicación para el desarrollo del barrio Campo Valdés.

Se puede encontrar desde los autores que Para (Gumucio, 2011) la comunicación para el desarrollo tiene un enfoque en tecnología asertiva, donde pueda ser tomada por el campesino pobre, además, ofrecía procesos de intercambio de saberes e información entre los territorios rurales y expertos profesionales en vez de sólo recibir información sin posibilidades de retroalimentarse. Además, este tipo de comunicación está relacionada con los medios de comunicación y su razón social de informar para el desarrollo de las comunidades e invita a personas líderes o grupos dedicadas a la transformación a influir a comunidades hacia un lado positivo. (Botero y Obregón, 2011). Acá es donde el principal modo en el que se enfoca el cambio social son las relaciones correspondidas entre las comunidades donde se establece la realidad social. Es por eso el resultado por parte de los entrevistados donde el 97% optó por qué la comunicación para el desarrollo es muy importante en el barrio Campo Valdés, en la que mantiene una correlación con los autores donde permite que cualquier persona sin importar el estatus social, nivel educativo o género y raza pueda generar información y conocimiento, donde se incline a un aspecto positivo.

De la pregunta 25 sobre la razón más cercana que fundamenta el desarrollo social del barrio Campo Valdés, se evidencia que para el 24% de las personas entrevistadas, la razón más cercana que fundamenta el desarrollo social del barrio Campo Valdés es que la comunidad se conoce mejor y se identifican los problemas comunes, para el 28% de las personas entrevistadas, la razón más cercana que fundamenta el desarrollo social del barrio Campo Valdés es que se dan a conocer problemáticas que afectan a la comunidad, para el 26% de las personas entrevistadas, la razón más cercana que fundamenta el desarrollo social del barrio Campo Valdés es que permite que la comunidad se exprese, y para el 22% de las personas entrevistadas, la razón más cercana que fundamenta el desarrollo social del barrio Campo Valdés es que fortalece las relaciones entre las personas de la comuna.

Basados en los autores; Gumucio (2011) aborda que la comunicación para el cambio social aparece como un paradigma reformulado y recalca la importancia de los medios al influir en la mente de sus receptores y ayudar a la comunidad. El cambio social no tiene una definición única en el ámbito académico, entendiéndose que deriva dependiendo de su contexto y condiciones. (PÉREZ, CATAÁO, & FRANCO, 2009). (Calderón, Durán, Solano y Molina 2015) mencionan que este modelo necesita que haya una afinidad mutua para la construcción y accionamiento social. Martínez y Sosa (2016), por ejemplo, señalan que para llevar a la sociedad a la sostenibilidad se debe incitar a la igualdad social, la información educa en la medida en que incita a la participación ciudadana. (Fasano, Roquel. Patricia e Irene 2016) señalan que las actividades comunicativas por parte de grupos populares, son referencia a la comunicación comunitaria y que tienen como pretensión visibilizar la voz de las personas que no se apropian del derecho a la comunicación. Tamayo, Rincón (2017) dicen que la comunicación para el desarrollo genera toma de conciencia y reflexión frente a temas que afectan el desarrollo social. Dagron (2011) menciona la necesidad de intercambiar conocimiento e información entre las comunidades y los expertos institucionales. Donde se pudo evidenciar que lo que los teóricos señalan sobre la importancia de la comunicación para el cambio social, tiene que ver con la construcción y la transformación de la comunidad, esto depende del contexto y de las condiciones de las personas que residen en determinada zona geográfica. El resultado en el sondeo es muy similar, los resultados son prácticamente similares, no hay porcentajes que destaquen, por lo que las personas entrevistadas varían en pensar cuál sería esa razón que fundamenta el desarrollo social en el barrio Campo Valdés, como manifiestan los autores, el cambio social no tiene una definición única, depende también del contexto y pensamiento de cada persona, por eso es necesario intercambiar conocimiento e información entre las mismas personas de la comunidad y con las personas que manejan el Periódico La Pupila.

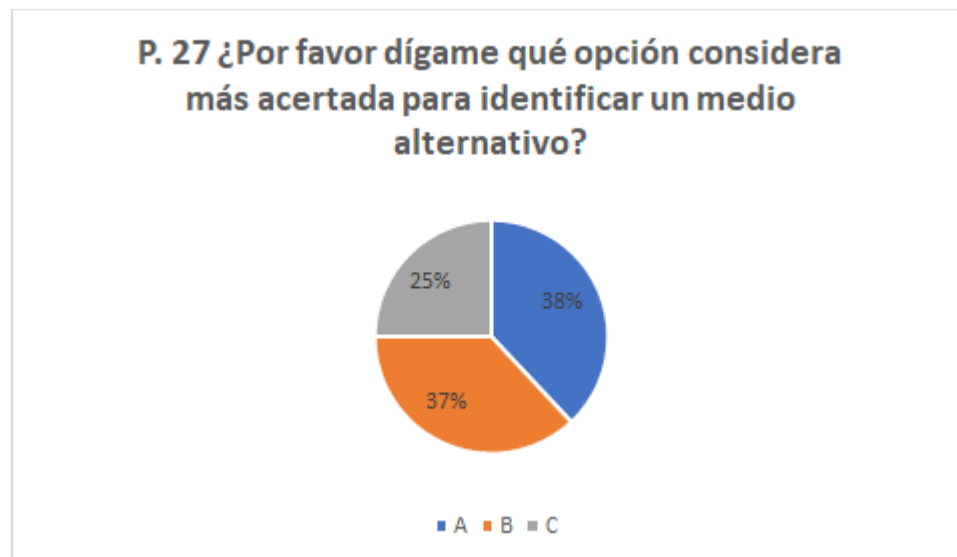
De la pregunta 26 sobre qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la afirmación de que la Comunicación para el desarrollo genera que las

personas tomen conciencia sobre las situaciones que afectan el crecimiento de una comunidad y es allí, donde la comunicación ayuda a transformar la conducta de las personas, se evidencia que el 42% de las personas entrevistadas está muy de acuerdo con la afirmación, el 58% de las personas entrevistadas está de acuerdo con la afirmación y que ninguna de las personas entrevistadas está en desacuerdo ni muy en desacuerdo con la afirmación.

Desde la perspectiva de los autores, el cambio social es un modelo complejo donde depende de la situación del territorio y en la situación cultural donde se desarrolla, es por esto, que no puede plasmarse en los libros académicos. (Pérez, Catao y Franco, 2009). Lo principal de esto son las relaciones mutuas que dan a la construcción de la realidad y activación social. (Calderón, et, 2015). Es entonces donde (Martínez y Sosa, 2016) afirman que para llevar a la ciudadanía a la sostenibilidad a la igualdad para enseñar con la información que influye a la participación ciudadana. La comunicación para el desarrollo distingue el cuidado del capital social, ambiental y económico, donde se hace el desarrollo de productividad. Donde se puede analizar que, el 58% de las personas entrevistadas optaron por estar de acuerdo en que la comunicación para el desarrollo genera que las personas tomen conciencia sobre las situaciones que afectan el crecimiento de una comunidad y es allí, donde la comunicación ayuda a transformar la conducta de las personas. Mientras que el 42% mencionaron estar muy de acuerdo con la afirmación. Lo que tiene correlación con lo que mencionan los autores, donde se requiere de reciprocidad por parte de la comunidad para generar esa construcción y activación social, es entonces, donde se modifican las conductas y se interviene en la conciencia de las comunidades.

De la pregunta 27 sobre qué opción considera más acertada para identificar un medio alternativo, se evidencia que el 38% de las personas entrevistadas considera que un medio alternativo son los medios de comunicación de la comunidad, el 37% de las personas entrevistadas considera que un medio alternativo propone lo alterno a los medios de comunicación tradicionales y que el 25% de las personas entrevistadas

considera que un medio alternativo nace de aquellos individuos que quieren comentar su entorno.



Donde autores como (Fasano, Roquel. Patricia e Irene 2016) señalan que las actividades comunicativas por parte de grupos populares, son referencia a la comunicación comunitaria y que tienen como pretensión visibilizar la voz de las personas que no se apropian del derecho a la comunicación. KAPLÚN (2019) dice que lo alternativo surge para contraponerse al poder dominante, hace parte de la comunicación popular, transmitiendo ideas que para ellos son “correctas”. La labor del periodismo alternativo es establecer ámbitos públicos los métodos virtuales y alinearlos a la realidad. Lamuedra (2011). Es así donde se puede entender que es congruente el resultado del sondeo y lo que dicen los teóricos, pues la mayoría de las personas entrevistadas manifiestan que los medios alternativos son los medios de comunicación de la comunidad y que además son alternos a los medios de comunicación tradicionales. Las actividades comunicativas que se dan en las comunas hacen parte de la comunicación comunitaria, y es necesario escuchar la voz de las personas de la comunidad para que se puedan transmitir ideas que a través del periodismo comunitario son posibles de transmitir, diferente a lo que ocurre en los medios de comunicación tradicionales. [Ver anexo](#)

4.2.2 Análisis categorial

4.2.2.1 Análisis categorial panel de expertos, preguntas generales

¿Qué es el cambio social?

Según los expertos, se define el cambio social como la transformación de las comunidades mediante los valores, el ámbito educativo, los principios, y de toda la riqueza histórica y cultural del territorio. Además, se da en las micro sociedades y sociedades. La constante que se presenta en el mundo actual es el cambio, y el cambio social es permanente. La única manera de avanzar es relacionarnos con los demás. Si se quiere entrar a analizar el cambio social se debe comenzar con el reconocimiento de su contexto, como el país, o mundo en el que se vive. Es decir, que se debe entrar en temas de desigualdad como lo vive Colombia, o de las estructuras económicas, políticas, sociales y culturales. Por lo que su finalidad es entrar a mejorar la calidad de vida de las personas y no solamente vivir en una constante supervivencia.

Los teóricos dicen que el cambio social no tiene una definición única en el ámbito académico, entendiéndolo que deriva dependiendo de su contexto y condiciones. (PÉREZ, CATAÁO, & FRANCO, 2009). Aunque, (Calderón, Durán, Solano y Molina 2015) mencionan que este modelo necesita que haya una afinidad mutua para la construcción y accionamiento social. (Martínez y Sosa 2016), por ejemplo, señalan que para llevar a la sociedad a la sostenibilidad se debe incitar a la igualdad social, la información educa en la medida en que incita a la participación ciudadana. Gumucio (2011) aborda que la comunicación para el cambio social aparece como un paradigma reformulado y recalca la importancia de los medios al influir en la mente de sus receptores y ayudar a la comunidad.

Se puede decir entonces que los expertos y los autores coinciden en que el cambio social incita a la igualdad social, en el caso de los expertos, mediante los valores, la educación y los principios. Debe haber afinidad entre las personas, ya que como expresan los expertos se da en las

micro sociedades y en las sociedades y como lo manifiestan los autores debe haber este relacionamiento para construir y acondicionar socialmente.

¿Qué es la comunicación?

Para los expertos la comunicación es llevar información, se trata de transmitir mensajes que cada persona tiene a otros, por ejemplo, los líderes a los ciudadanos. Es también una conversación entre dos o más individuos, el receptor de la información puede ser emisor de la misma; es un proceso social, una conversación en la que se puede hablar de diversos aspectos, no solo se comunica a través del sonido, se puede comunicar a través de las imágenes y los gestos; es un acto en el cual podemos ser libres de expresarnos, generar pensamientos e ideas. Pero la comunicación no es solo informar, sino también conlleva una intención, así que cuando el emisor quiere comunicar para que su receptor comprenda se debe tener en cuenta qué códigos y que referentes simbólicos son necesarios para el proceso comunicativo.

El teórico Gumucio (2011) explica que la comunicación es un proceso difícil que depende de la situación cultural en la que se desarrolla y que por tal razón no debe definirse solo por lo académico. Martínez y Sosa (2016), por ejemplo, señalan que para llevar a la sociedad a la sostenibilidad se debe incitar a la igualdad social, la información educa en la medida en que incita a la participación ciudadana. De la comunicación se desglosan otros tipos importantes de comunicación, tales como la comunicación participativa, comunicación alternativa, comunicación comunitaria, y comunicación para el desarrollo. Fasano, Roquel. Patricia e Irene (2016) manifiestan que las prácticas de comunicación que se dan con los grupos populares, hacen referencia a la comunicación comunitaria y que además buscan resaltar la expresión de quienes no ejercen el derecho que tienen a la comunicación. (Tamayo, Rincón. Unai y Virginia 2017) mencionan que la comunicación para el desarrollo es muy importante para generar conciencia y reflexión en las personas,

además que aborda temáticas que afectan, tales como la igualdad, la inmigración, entre otros.

La comunicación tiene que ver con la modificación de la conducta y la transmisión de información. (Marta Sánchez-Saus Laserna, 2018). La comunicación para el desarrollo debe ser entendida como la transferencia de información entre diferentes personas, no algo unidireccional (Alfonso Dagron, 2011).

Se puede decir entonces teniendo en cuenta lo que estos dicen que la comunicación no es definible pero se menciona que es un proceso que va acorde a su contexto, allí es donde la comunicación mantiene una intencionalidad del mensaje. La comunicación genera ideas, cambios de percepción, de conducta y de poder expresarse libremente. Aunque, para los expertos la comunicación se basa en informar, es decir, unidireccional, mientras que Gumucio (2011) hace énfasis en que es entre diferentes personas.

¿Qué es participación?

Para los expertos, la participación es la integración de las personas con la comunidad, y enterarse de los problemas que tienen, tener contexto del territorio y tiene que ver con la integración de la comunidad en los temas que afectan al barrio, en el caso de los medios alternativos de comunicación, las personas brindan la pauta para que el medio pueda enfocar un tema. Las personas son la primera fuente de información, la participación es la construcción conjunta, un relacionamiento. Para llegar al ámbito participativo es necesario saber qué discurso, elementos pedagógicos, o cual es la intencionalidad comunicativa para que las comunidades participen. Es así como se busca cumplir esos objetivos propuestos para que las personas participen y transformen sus vidas. De esas experiencias participativas surgen cambios positivos dentro de las comunidades.

Los teóricos dicen que la participación es dar en equidad los diferentes sectores económicos y políticos, lo que permite evitar más privilegios a

unos grupos que a otros. *Servaes, Malikhao. Jan y Patchanee (2007)*. Por lo que, según (Tojeiro Marrero, 2016) menciona que es el inicio de que se creen relaciones sociales para liberar y expresarse, donde los grupos sociales pasen de ser receptores pasivos a generadores de su bienaventuranza.

Es congruente cuando se habla de que la participación es la creadora de relacionamientos sociales con el fin de mantener o generar su propio bienestar. De la participación surgen cambios positivos y transformación, aunque, para los expertos se puede comprender en un contexto más general, mientras que los autores se refieren a la participación como una rival de la hegemonía de los grupos social y económicamente más privilegiados.

¿Qué es un medio alternativo?

Para los expertos un medio alternativo es el que surge en cada una de las comunidades, además conoce sus problemáticas. Es el que recopila la información que hay en el territorio, los encargados de liderar un medio alternativo deben salir a buscar la información, estos medios tienen una función esencial y es responder a los intereses de la comunidad. Cabe destacar que en la historia este tipo de medios no se encontraban impregnados en la comunidad, por lo que antes cualquier tipo de medio de comunicación solo buscaba informar acontecimientos, pero carente de todo proceso social como lo es el alterno, por lo que fue allí donde se comenzó a identificar que la comunicación no solamente estaba sujeta a informar, sino que también a otros procesos comunicativos, como lo era la comunicación y educación popular, donde algunos teóricos como Paulo Freire son pioneros de la formación puede ser realizada por procesos comunicativos, dependiendo de su contexto, en algunos casos desde la radio, prensa, luego en algunos programas de televisión, con el objetivo de comunicar y educar a las comunidades.

KAPLÚN (2019) dice que lo alternativo surge para contraponerse al poder dominante, hace parte de la comunicación popular, transmitiendo ideas que para ellos son “correctas”. Para Zamora & Venegas (2012), las comunidades son las que determinan los propósitos comunicativos, esto dependiendo de la intencionalidad que tengan y la necesidad de plasmarlo. En el caso del periodismo alternativo, es crear espacios y conectarlos. (Lamuedra, 2011). La comunicación es importante para la sociedad, esta, debe sufrir una metamorfosis hacia lo contemporáneo según Orué (2019), esto significa en gran medida que la comunicación debe acoplarse a los cambios actuales de las nuevas formas de comunicar.

Tienen que ver las definiciones tanto de los autores como de los expertos, ya que son las comunidades las que determinan lo que quieren comunicar, son ellos los que conocen sus necesidades, las personas de la comunidad deben salir a buscar la información, y es que como se plasma, el periodismo alternativo crea espacios y los conecta, por eso es que el periodismo alternativo conecta a las personas, y responde por los intereses de su barrio, no solo se busca informar sino también transmitir ideas, también es congruente cuando expresan que los medios alternativos surgen para contraponerse a los medios tradicionales que solo se sujetan a informar y carecen de cualquier proceso social.

¿Cree usted que la comunicación puede generar cambio social en una comunidad? y ¿Por qué?

Los expertos dicen que es importante que la comunicación genere cambio social en la comunidad, ya que si no hay comunicación y no se conocen las problemáticas del lugar en donde se habita no se puede tener un cambio real, por eso la comunicación es la que permite que las personas puedan estar enteradas de lo que sucede en su comunidad. La comunicación moviliza personas, lo que ha permitido que los cambios sociales que se han dado en la historia hayan sido a causa de este factor. En la comunicación, el poder del convencimiento juega un papel importante, por eso la comunicación incide socialmente y genera

cambios. La comunicación puede cambiar actitudes, conciencias o de contexto, esto depende del territorio en el que se encuentre situado y sus necesidades. Con base a esa formación se referencian temáticas, procesos comunicativos en los que la comunidad se sienta partícipe.

El teórico Gumucio (2011) se refiere a que la comunicación para el cambio social se muestra como un paradigma transformado y hace énfasis en el valor que tienen los medios alternativos al influir y ayudar a su comunidad. (Martínez y Sosa 2016) por otro lado, abordan que para una sociedad sostenible se debe invitar a que haya igualdad social el papel educativo que tiene la información para lograr la participación ciudadana. (Fasano, Roquel. Patricia e Irene 2016) señalan que las actividades comunicativas por parte de grupos populares, son referencia a la comunicación comunitaria y que tienen como pretensión visibilizar la voz de las personas que no se apropian del derecho a la comunicación.

Se puede decir entonces que los medios alternativos de comunicación buscan la posibilidad de que el contexto esté en pro de generar cambios sociales, donde los teóricos explican la importancia de que la influencia que tienen los medios de comunicación alternativos en su comunidad pueden mejorar sus condiciones de vida, argumentado también desde los expertos, quienes sostienen que este tipo de comunicación es capaz de cambiar actitudes y comportamientos de su audiencia. Es allí donde entra la comunicación conjunta con la educación, la cual permite la asociación de personas a su contexto, donde se dé a conocer las necesidades de las personas y cómo mitigarlas. Aunque, los teóricos hacen referencia a una audiencia más activa, es decir, participativa, mientras que los expertos se refieren a una comunidad conocedora de su territorio pero no inclinada a ser emancipadora o ilustradora de su propia voz.

¿Cree usted que los medios de comunicación alternativos son necesarios para la comunidad?

Los expertos dicen que los medios de comunicación alternativos son necesarios, ya que son los que permiten que en cada una de las comunidades se identifiquen las necesidades.

Años atrás la tecnología era más análoga, por lo que la comunicación de los receptores era más pasiva. Contraste a la comunicación actual, donde los diferentes medios digitales permiten una comunicación más activa e integra audiencias para incidir en las mismas. Los episodios como la pandemia impulsaron algunos medios de comunicación alternativos a raíz de la digitalización. Con base a esto, la comunicación alternativa se torna propositiva para la comunidad, lo que le da la posibilidad de expresarse y trabajar sus problemáticas.

Sarmiento Guede, J. R., & Rodríguez Terceño, J. (2018) Afirman que el auge de las nuevas formas de comunicarse, especialmente a través de las plataformas digitales hacen que la información también fluya de boca en boca. Es necesario sobre todo que en los medios alternativos, los sujetos pasen a ser constructores de su bienestar y no meros espectadores. (Tojeiro Marrero,2016). Tamayo, U., & Rincón, V. (2017). Mencionan que la comunicación contribuye al desarrollo humano. Chaverra y Bolívar (2016) La rapidez y los diferentes modos de comunicación que colaboran con la suma de recursos alternativos como los videos, los gráficos, los sonidos a lo que tradicionalmente son los escritos impresos. Krohling Peruzzo, c. m., Chaparro Escudero, m., Torrico Villanueva, e. r. (2019). Manifiestan que, los medios alternativos o comunitarios pese a las circunstancias intervienen en la construcción de cambios beneficiosos para las comunidades.

Es congruente lo que dicen los autores y la opinión de los expertos, ambos señalan que el auge de las nuevas tecnologías hace que la información sea más inmediata, la comunicación hoy en día es más activa y muchos de los medios alternativos que hoy se conocen son a causa de esa digitalización, elementos como videos, gráficos y sonido hacen más atractiva y fácil la forma de comunicar y llegar al receptor. La comunicación alternativa permite que las comunidades se expresen y

construyan su bienestar, por eso debe haber participación y que las personas del barrio no solo sean espectadores.

¿Cuáles son las razones para que las personas de una comunidad conozcan los medios de comunicación de su comuna y participen en ellos?

Los expertos expresan que existen diversas razones para que las personas conozcan los medios de su comunidad, por una parte no conocen sus beneficios, los derechos y deberes que tienen, no reconocen sus necesidades y lo que necesitan realmente en su comunidad, con ayuda de estos medios las personas pueden informarse. También, la información recopilada del medio alternativo proviene de la misma comunidad, el mismo medio encuentra la información, sin importar el medio siempre tendrá esa finalidad. La diferencia es que los medios alternativos comparten información más específica, más centrada en las personas, más enfocada en un territorio y los que viven en él y principalmente enfocada en las necesidades principales.

Existen organizaciones sociales que le dan importancia al tema de la comunicación que fortalece las dinámicas económicas, políticas y sociales de una comunidad o de aquellos que también simplemente son agrupaciones o son grupos que su tema específico es la comunicación. Tenemos una comunidad que, dependiendo del contexto, no hay una conciencia total de esa importancia de los medios de comunicación, casi que a quienes lideran estos procesos les toca un doble trabajo, mostrando a la comunidad la importancia de estos medios, lo logran a través del trabajo que realizan, de la forma como logran que su comunidad participe y de las temáticas concretas que empiezan a trabajar. Cuando estos medios de comunicación ganan reconocimiento por la comunidad, la comunidad los busca cuando tienen información, es decir, cuando ellos ven y reconocen en estas expresiones de comunicación su validez. Es importante incluso que la comunidad los reconozca, que sepa que existen y que los busquen, pero es un proceso que se logra con la constancia y la resistencia de lo que implican los medios alternativos, va en esa resistencia y en esa constancia de quienes lideran estos procesos, ya que conscientes del papel que ellos juegan en esas dinámicas. También,

hay que buscar esas formas de llegar a los diferentes sectores poblacionales de una comunidad y lograr que ellos se sientan representados.

(Tojeiro Marrero, 2016) dice que la comunicación alternativa es el surgimiento de las relaciones sociales, siendo emancipadora donde los grupos sociales cambian de ser solo audiencia a ser activos participantes. (Fasano, Roquel. Patricia e Irene 2016) mencionan que los procesos comunicativos de los grupos populares son muestra a la comunicación comunitaria y cuentan con el objetivo de mostrar la voz de las personas que no se apropian del derecho a la comunicación. (Calderón, Durán, Solano y Molina 2015) Señalan que este modelo necesita de la reciprocidad por parte de la comunidad para que haya activación social.

Los expertos y teóricos concuerdan en que los medios de comunicación alternativos sirven para crear visibilización de la comunidad donde fortalece las dinámicas sociales, económicas y políticas del territorio, seguido de que la participación de los habitantes hacia el medio alternativo es recíproco. Las razones por las que los habitantes deben conocer y participar en un medio de comunicación de su territorio. Sin embargo, no concuerdan en que la participación es fruto de ese fortalecimiento social, económico y político, en otras palabras, el medio es el mayor hacedor de esa transformación, mientras que para los teóricos es de suma importancia la reciprocidad por parte de la comunidad.

¿Cuál es la intervención de un medio alternativo para el desarrollo de una comunidad?

Los expertos dicen que los medios alternativos son importantes para dar a conocer los proyectos que se llevan a cabo dentro de una comunidad y que además les beneficia. Además, el ciudadano al mantenerse informado, tiende a mejorar la capacidad de tomar decisiones para su desarrollo social, cultural, económico y político. De ahí la relevancia de que las personas se apropien de los medios de su territorio. Sin embargo, es mejor que las personas acudan a varios medios de

comunicación para conocer diferentes perspectivas, un periódico tiene secciones para la gran mayoría de personas, donde su tipo de información es de diferentes temáticas. El discurso de un periódico está compuesto para que todas las personas se sientan interesadas en el mismo, dependiendo del interés de cada uno. Los medios alternativos inciden en el desarrollo de una comunidad, su intervención se manifiesta cuando se habla de medios de comunicación articulados, de esa unidad de dinámicas sociales, económicas y políticas, cuando se permite que algunas organizaciones puedan atender algunos casos concretos y mirar soluciones también para las comunidades, no se soluciona todo pero por lo menos se incide en algunos ejes específicos, es decir, es la acción entre la movilización y el papel de la comunicación como articulador, como generador de procesos pedagógicos que puedan entender y mirar otras posibilidades de acción y trabajo conjunto. Los medios alternativos logran mirar un tema particular en el contexto y saber cuáles son las necesidades concretas que se tienen. Los medios intervienen cuando permiten ver a las personas los problemas que tienen, cuando hacen que las personas de la comunidad se articulen, logran llevar un mensaje diferente que incide en algunos temas específicos.

Krohling Peruzzo, c. m., Chaparro Escudero, m., Torrico Villanueva, e. r. (2019), mencionan que los medios alternativos responden a los principios de ética, ecología y equidad. Requejo Alemán, J. L. (2007), dice que el periodismo participativo está hecho para que todos lo entiendan, cada persona de la comunidad es un reportero que debe tener algo que comunicar y que debe intentar comunicarlo a otras personas. Borges, Bahareh, et. (2018) mencionan que el periodismo debe ser libre, pluralista e independiente y además debe generar espacios de participación. Para la mejora comunitaria se debe establecer la relación asertiva y definida, fomentando los diferentes cambios que pretende la comunicación para el desarrollo; como lo interpreta Orué (2019) son las relaciones las que principalmente consisten la comunicación para el desarrollo, dejando en un segundo plano el transmitir el mensaje. Sarmiento Guede, J. R., & Rodríguez Terceño, J. (2018) Afirman que el auge de las nuevas formas de comunicarse, especialmente a través de las plataformas digitales hacen que la información también fluya de boca en boca.

Tanto los autores como los expertos coinciden en que los medios alternativos son importantes para la comunidad. El periodismo participativo como es lo que se comunica a la comunidad debe ser hecho para que todos puedan oírlo, los medios alternativos permiten que las personas se informen y se eduquen, esto responde a principios como ética, ecología y equidad. Los medios alternativos son generadores de procesos, permiten entender la mirada de la comunidad, establece una relación con la comunidad, permitiendo que esta se exprese de manera libre e independiente, esto a través de la comunicación asertiva.

¿Cómo se evidencia que la comunicación incide en el desarrollo de la comunidad?

Los expertos mencionan que se evidencia que la comunicación incide en el desarrollo de la comunidad cuando empiezan a generarse cambios, por ejemplo, si se visibiliza que las personas empiezan a reciclar después de que se habla del cuidado del medio ambiente, se hace notorio principalmente con las acciones y las actitudes de las personas. Cuando en una comunidad las personas empiezan a enterarse de los subsidios, de las votaciones, del presupuesto participativo. Los medios alternativos y comunitarios tienen su origen, ellos surgieron también como esa necesidad de emancipación, de buscar otras formas y de hacerse sentir; en ese sentido los medios de comunicación alternativos en su mayoría, no trabajan solos y es parte indispensable de trabajar en red, trabajar con otros y poder incidir en políticas. Generalmente, no se trabaja comunicación simplemente por informar, la comunicación siempre está articulada y tiene alguna intencionalidad, tiene un tema específico, tiene un tema especial, entonces en ese sentido se busca mucho la articulación con la comunidad para poder incidir. Se hace un trabajo conjunto y de incidencia política donde se habla de los medios de comunicación articulados a esa unidad de dinámicas sociales, económicas y políticas, de la interacción, que determinadas organizaciones puedan mirar soluciones para las comunidades, no todo se soluciona pero por lo menos se incide en algunos ejes específicos y como esos hay diversos ejemplos, la acción entre la movilización y el

papel de la comunicación como articulador, como generador de procesos pedagógicos que puedan entender y mirar otras posibilidades de acción y trabajo conjunto.

(Martínez Beleño y Sosa Gómez 2016) afirman que la comunicación para el desarrollo es consciente del cuidado del sector económico y ambiental de la comunidad, ya que con esto se hace imprescindible para un desarrollo eficiente. Por lo que la comunicación para el desarrollo se limita a dar información y con ella cambiar comportamientos. Sánchez-Saus (2018). Por otro lado, la comunicación ha sido asociada con los medios de comunicación y su labor de informar para el desarrollo de las sociedades y dejase a líderes o personas dedicadas a la transformación a incidir en comunidades hacia una perspectiva positiva. (Botero y Obregón 2011).

Tanto autores como expertos coinciden en que los medios alternativos están asociados a que gracias a su información se permita incidir en el desarrollo de las mismas comunidades. El fin de la comunicación para expertos y autores es que los medios generen con su información concientización. Coinciden que es el principio del desarrollo. Es relevante el reconocimiento de los sectores sociales y económicos de la comunidad por parte de los medios para acrecentar de manera significativa el desarrollo.

¿Cómo se evidencia que los medios de comunicación alternativos inciden en el desarrollo de la comunidad?

Los expertos dicen que se evidencia que los medios de comunicación alternativos inciden en el desarrollo de la comunidad cuando las personas comienzan a ver con claridad los sucesos que ocurren en determinado territorio. Los medios de comunicación alternativos son los que recopilan la información, se evidencia su incidencia cuando responden a los intereses de la comunidad, a medida que se toman decisiones, los medios tienen mejores posibilidades de desarrollo en todos los campos de la vida, desde lo social, lo educativo, lo cultural, lo deportivo y en la salud. Entonces, es cuando sale a relucir el papel que tienen los medios y la importancia de que las personas de determinado territorio se

apropien de esos medios porque son ellos la fuente de información que necesitan. Se evidencia cuando los medios de comunicación inciden colectivamente en la comunidad, cuando las entidades u organizaciones intervienen en las comunidades, cuando se realizan planes de comunicación y desde la movilización se incide en esas acciones comunicativas. La interacción es la que genera esos procesos comunicativos que logran que se entienda y se miren posibilidades de actuar de manera conjunta.

Requejo Alemán, J. L. (2007), dice que el periodismo participativo está hecho para que todos lo entiendan, cada persona de la comunidad es un reportero que debe tener algo que comunicar y que debe intentar comunicarlo a otras personas. Borges, Bahareh, et. (2018) mencionan que el periodismo debe ser libre, pluralista e independiente y además debe generar espacios de participación. KAPLÚN(2019) menciona que lo alternativo se reveló contra el poder dominante y es allí donde surgió la comunicación popular. Zamora & Venegas (2012), manifiestan que las comunidades son determinantes para establecer los propósitos comunicativos. Krohling Peruzzo, c. m., Chaparro Escudero, m., Torrico Villanueva, e. r. (2019), mencionan que los medios alternativos responden a los principios de ética, ecología y equidad. Borges, Bahareh, et. (2018) mencionan que el periodismo debe ser libre, pluralista e independiente y además debe generar espacios de participación. Es necesario sobre todo que en los medios alternativos, los sujetos pasen a ser constructores de su bienestar y no meros espectadores. (Tojeiro Marrero,2016). Tamayo, U., & Rincón, V. (2017). Mencionan que la comunicación contribuye al desarrollo humano. Fasano, Roquel. Patricia e Irene (2016) mencionan que los procesos comunicativos de los grupos populares son muestra a la comunicación comunitaria y cuentan con el objetivo de mostrar la voz de las personas que no se apropian del derecho a la comunicación.

Es consecuente lo que dicen tanto los autores como los expertos, es importante que las personas de la comunidad no se queden como meros espectadores sino que se apropien de su territorio, vean con claridad los sucesos que ocurren en el barrio y esto a su vez les permita tomar decisiones. También es congruente cuando se menciona que los medios

de comunicación alternativos responden a las necesidades de la comunidad, como explican los expertos, estos medios surgen para contraponerse al poder dominante y hace del periodismo un periodismo más libre, pluralista e independiente. Es necesario que los medios alternativos propicien espacios de participación, las comunidades son determinantes para que los medios alternativos establezcan sus propósitos comunicativos y respondan a la comunidad, siendo constructores de su bienestar. La intención entonces de los medios alternativos es dar voz a la comunidad para que se apropien de su derecho a la comunicación. [Ver anexo.](#)

4.2.2.2 Análisis categorial panel de expertos, preguntas individuales

Experta en periodismo y comunicación alternativa, María Josefa Restrepo Brand

¿Cómo se forman los comunicadores sociales para estar en estos medios alternativos y generar, digamos, incidir en esta comunidad?

María Josefa dice que en los medios alternativos han tenido tanto énfasis en la comunicación que dentro de estos se pueden encontrar profesionales o a punto de ser profesionales en la comunicación. Por lo que las organizaciones sociales han sido fundamentales en la formación de comunicadores enfocados en medios alternativos. Las organizaciones sociales siempre buscan fundamentar la comunicación no solo por sus comunicadores, sino también desde la parte administrativa donde se busca incidir en sectores con planes de desarrollo en las que surgen escuelas para la comunidad que formen e induzcan al liderazgo y conceptos en comunicación, por ejemplo, escuelas como Comunicación Popular la cual estuvo en función para la comunidad durante siete años, esta escuela consistía en tres niveles, donde el primero eran conceptos básicos de comunicación donde se explicaba radio, prensa, televisión. El segundo la persona escogía cuál le llamaba más la atención y asistía a ese donde en el último nivel se practicaba y se producía. Esta experiencia llevó a que niños, jóvenes, amas de casa quisieran asistir a una carrera profesional en comunicación.

La participación es dar en equidad los diferentes sectores económicos y políticos, lo que permite evitar más privilegios a unos grupos que a otros. Servaes, Malikha. Jan y Patchanee (2007). Según (Tojeiro Marrero, 2016) menciona que es el inicio de que se creen relaciones sociales para liberar y expresarse, donde los grupos sociales pasen de ser receptores pasivos a generadores de su bienaventuranza. Para Zamora & Venegas (2012), las comunidades son las que determinan los propósitos comunicativos, esto dependiendo de la intencionalidad que tengan y la necesidad de plasmarlo. En el caso del periodismo alternativo, es crear espacios y conectarlos. (Lamuedra, 2011). La comunicación es importante para la sociedad, esta, debe sufrir una metamorfosis hacia lo contemporáneo según Orué (2019), esto significa en gran medida que la comunicación debe acoplarse a los cambios actuales de las nuevas formas de comunicar. La comunicación participativa permite que los espectadores pasen a ser constructores de la realidad. (Toreiro, 2016).

Al ser la comunicación el énfasis de los medios alternativos, siempre están en busca de profesionales de la comunicación o personas que estén a punto de serlo. Es congruente lo que menciona la experta en periodismo y los autores, pues la participación permite que se creen relaciones y las personas se sientan libres de expresarse, lo que motiva a que las personas que conocen los medios alternativos se interesen en estudiar una carrera como la comunicación. Es necesario que las personas que quieran generar cambios en la comunidad participen de los medios de su comuna para que sean constructores de la realidad y determinen sus propósitos comunicativos.

¿Cómo cree usted que contribuyen esos procesos comunicativos, como esos propósitos como tal de los habitantes al cambio social?

Según la experta, la idea de llegar a una comunidad es conocerla, entender su contexto, vincularse y articularse, definir el objetivo de lo que se quiere hacer con la comunidad para generar procesos participativos, pues al desarrollar un discurso, contenidos y producción se hacen con las personas de la comunidad. Allí es donde un medio alternativo se convierte en la memoria del patrimonio de su territorio, además de

mostrar cómo se vivió anteriormente, registros audiovisuales o escritos de la reivindicación del territorio y su transformación. Cuando se incide en el cambio no precisamente se va a ver efectivo de inmediato, sino que es un proceso que en el momento menos esperado se puede notar, los cambios se van viendo en el tiempo, como personas que asistieron hace 10 años a una corporación con esos fines comunicativos que gracias a eso generaron cambios de perspectiva, pensamiento actualmente a ellos. O niños que recibieron de los aprendizajes en comunicación o didácticas sociales que fueron incididos y al día de hoy ese proceso les generó un cambio. Así que, el cambio social es un proceso lento, pero ha demostrado tener efectividad desde lo individual y lo colectivo.

Las comunidades son relevantes en la forma de los propósitos comunicativos, donde cada comunidad presenta una intención comunicativa diferente según su contexto social. Para colocarse en la agenda de sus propósitos comunicativos. Zamora y Venegas (2012), entender los propósitos comunicativos y deben ser reconocidas desde su contexto sociodemográfico y sociocultural.

La experta y el autor concuerdan con que el contexto debe ser conocido por las personas que pretenden intervenir. Es ahí, donde deben conocer las intencionalidades comunicativas de los habitantes de un territorio. Es con estas bases y siendo conocedor total de los intereses y necesidades de la comunidad que se comienzan los procesos comunicativos, discursos y contenidos.

¿Qué podría recomendarle usted a una persona que esté en el camino de estar en un medio alternativo para que puedan abordar estos temas del cambio social en una comunidad que puedan finalmente a partir de su medio compartir en una comunidad?

María Josefa expresa que lo primero es ver el contexto en el que se está, para identificar cuáles son sus necesidades y tener claro los objetivos que se van a tener para vincular el proceso comunicativo con la comunidad. Segundo: trabajar en red, buscar aliados que permitan ayudar al desarrollo de las temáticas sin aislarse de los otros medios

alternativos articulando sus audiencias en esos objetivos y temáticas y por último trabajo exhaustivo en la producción de productos comunicativos, fijándose desde sus contenidos y también a su estética.

La labor del periodismo alternativo es establecer ámbitos públicos los métodos virtuales y alinearlos a la realidad. Lamuedra (2011). Donde (Calderón, Durán, Solano y Molina 2015) afirman que debe existir reciprocidad entre los medios y las comunidades para crear acción social. Así que, para que haya un cambio social tiene que haber de parte y parte para poder generar esos procesos de activación social en las comunidades. Calderón, Durán, Solano y Molina, (2015).

La experta hace énfasis en que el medio debe mantener conexión con otros medios, no aislarse de ellos. Mientras que para los autores para que pueda existir ese cambio social en la comunidad debe haber articulación entre los mismos, donde se hace imprescindible este vínculo para generar activación social. [Ver anexo.](#)

Director del periódico La Pupila, Giovanni Figueroa

¿Usted cómo contempla el recibo del periódico por parte de la comunidad?

Giovanni Figueroa expresa que la experiencia ha sido satisfactoria; La Pupila surgió como un periódico, pero ahora ya tiene más medios de difusión para su comunidad, como lo es la parte digital. Todo esto se debe a que el cambio social incita a que se mantenga una transformación constante de todo, por lo que el medio debía adecuarse a aquellos cambios. Las personas valoran el contenido que se ofrece en La Pupila, siempre va haber personas que también no les guste o no tienen el interés por el medio, sin embargo, en general las personas preguntan cuándo se repartirá el periódico nuevamente, debido a que desde junio del año 2020 no se publica una edición por la situación pandémica. Se podría inferir que si las audiencias solicitan la publicación del periódico nuevamente es porque el recibo es satisfactorio.

Según los teóricos, la recepción se entiende como la naciente de la crítica cultural, lo que se convierte un aspecto en el que las audiencias mantienen una recepción activa hacia los medios de comunicación, según María

Corominas (2001) es necesario que el sujeto sea activo, esto es uno de los puntos centrales de los estudios que se han hecho de la recepción, es la capacidad de intervención por parte de las personas.

La recepción es el punto de partida, las personas participan cuando les interesa lo que leen, es congruente lo que menciona el Director de La Pupila y la autora, pues para que haya una buena recepción del medio es necesario que las personas estén interesadas en leerlo.

¿Ustedes cómo realizan la programación del periódico?

Giovanni Figueroa, manifiesta que los dos componentes de los contenidos son dos: la voz de las personas que quieren que se aborde temáticas sobre problemáticas sociales en el territorio, tales como la alimentación en escuelas, infraestructura en las vías del sector, seguridad del territorio u otros aspectos para atender. Las mismas personas son las que ofrecen la información, gracias a esa colaboración el medio se dirige a cubrir acontecimientos. Otro componente es enfocarse en la búsqueda de información y acompañamiento a la comunidad, dado que la información que se provee es más individualizada y especializada en un sector geográfico y social específico.

Según (LONDOÑO PINEDA, VÉLEZ ROJAS & CARDONA CANO 2015), en la actualidad la participación ha ido más allá de los medios tradicionales donde se ha instaurado acciones comunicativas donde las comunidades son creadoras de tendencias.

Ambos infieren que son las mismas comunidades las protagonistas de estos accionares comunicativos y por consiguiente creadores de ese producto de comunicación. Por otro lado, los medios también son cosechadores de esos procesos comunicativos que colocan en la atmósfera de las personas a otras.

¿Y ustedes cómo convocan a en el periódico a las personas para que ellas puedan dar como sus propósitos comunicativos, es decir, lo que ellos quieren que se aborde en el periódico?

Se hacen convocatorias por las redes de los periódicos, base de datos de las personas que han participado anteriormente y antes de la pandemia se colocó avisos físicos en zonas de frecuentación social como la iglesia, la biblioteca, entre otros. Se coloca día y hora del comité editorial.

Para los teóricos, las comunidades son fundamentales en dar forma a los propósitos comunicativos, donde todas estas tendrán intencionalidades comunicativas diferentes desde sus territorios importantes para constatar en los textos de dichos propósitos. Zamora & Venegas, (2012).

El teórico explica el por qué es necesario y el experto el cómo se lleva a cabo los propósitos comunicativos. Es evidente que es necesaria la recopilación de propósitos comunicativos por parte de los habitantes.

¿Usted podría hacerme una descripción de la audiencia que lee el periódico donde sus versiones sean virtuales o físicas?

La variedad de personas es amplia, sin embargo, la gran mayoría son personas mayores entendiendo que el medio inició de forma física con el periódico, pero al añadirse el factor digital la audiencia se acrecentó en el rango de 20 a 35 años. El periódico ha incluido temáticas para todas las edades, desde adultos mayores hasta niños como era La Pupilita o los jóvenes adolescentes con Los Pupilosos, es decir, que el principal enfoque del medio es la zona nororiental, comunas 4, 3 o hasta 2.

El teórico (Corminas, 2001) afirma que uno de los principales estudios de la recepción es el funcionamiento activo por parte de la audiencia. La intención de actuación que se le distingue es su cercanía con los medios de comunicación.

Ambos componen la recepción como parte activa de sus audiencias, donde los medios son los articuladores de la receptividad en su territorio. Los medios de comunicación.

Si yo quiero acceder al periódico de La Pupila digital ¿Cómo lo haría?

El medio se puede encontrar en las redes como instagram, twitter, facebook y la plataforma digital como www.lapupila.co, o en Youtube como La Pupila Tv. El periódico saldrá físico a partir del mes de septiembre, donde también habrá edición en octubre y noviembre. [Ver anexo.](#)

Líder social, Osvaldo Antonio Ramírez Serna

¿Cuál es la función de los líderes sociales de los barrios?

Osvaldo expresa que los líderes sociales son los voceros del pueblo, son los representantes en cada una de las comunidades, comunican a la alcaldía, a los consejos, entre otras entidades el pensamiento de las personas de su territorio, son un medio de comunicación para su comunidad.

La comunicación participativa permite que los espectadores pasen a ser constructores de la realidad. (Toreiro, 2016). Lo participativo tiene que ver con la repartición equitativa tanto del poder económico como político. (Jan y Patchanee.Servaes, Malikhao, 2007). La comunicación para el desarrollo debe ser entendida como la transferencia de información entre diferentes personas, no algo unidireccional (Alfonso Dagron, 2011).

Es congruente la opinión del líder social con la de los autores, los líderes sociales tienen un papel activo dentro de la comunidad, pasan a ser espectadores de lo que sucede en el barrio a ser constructores de la realidad. Los líderes sociales tienen un papel participativo en la comunidad, aportan desde su rol de voceros al desarrollo de la comunidad, y son los que hablan por ellos.

¿Cuál es el papel más difícil que desempeña un líder social?

Osvaldo Antonio Ramírez dice que el papel más difícil que desempeñan los líderes sociales es no poder ayudar a todos, se tienen unos límites y por ende se ponen en boca de las personas, si los ayuda es muy bueno pero si no los ayuda es malo, y hay situaciones que no dependen de ellos.

Gumucio (2011) explica que la comunicación es un proceso difícil que depende de la situación cultural en la que se desarrolla y que por tal razón no debe definirse solo por lo académico. Tamayo, Rincón. Unai y Virginia (2017) mencionan que la comunicación para el desarrollo es muy importante para generar conciencia, y reflexión frente a las situaciones que afectan al desarrollo humano, como la igualdad, la exclusión, la inmigración, entre otras. Las investigaciones de Martínez y Sosa (2016), por ejemplo, indican que la educación y la capacitación son claves para llevar a la sociedad hacia la sostenibilidad, que toda información se puede realizar con un enfoque educativo, que incite a la movilización, a la recepción ciudadana, luche en contra de la desigualdad social, el desempleo, la pobreza o la falta de oportunidades. La comunicación participativa permite que los espectadores pasen a ser constructores de la realidad. (Toreiro, 2016).

El papel de los líderes sociales no es nada fácil, por una parte si las cosas salen de la mejor manera es un buen líder para la comunidad, por otra parte si salen mal no lo es. Por eso, como lo explica Gumucio el papel de la comunicación no es nada fácil, depende mucho de la situación cultural y del entorno específico en el que se desarrolla. Es necesario por eso la comunicación para el desarrollo, para generar conciencia y reflexión frente a estos sucesos y no buscar culpables cuando las cosas no salen de la mejor manera. Es congruente lo que dice el líder sobre que hay situaciones que no dependen de ellos, por eso es que se debe incitar a la educación y a la capacitación para que las personas se eduquen y conozcan lo que realmente sucede y luchan juntos, participativamente siendo constructores de su realidad.

¿Cuál es la percepción sobre los medios alternativos que existen en las comunidades?

El Líder social manifiesta que hace falta que los medios alternativos se hagan conocer de su comunidad, aunque son buenos.

Para Zamora & Venegas (2012), las comunidades son las que determinan los propósitos comunicativos, esto dependiendo de la

intencionalidad que tengan y la necesidad de plasmarlo. En el caso del periodismo alternativo, es crear espacios y conectarlos. (Lamuedra, 2011). La comunicación es importante para la sociedad, esta, debe sufrir una metamorfosis hacia lo contemporáneo según Orué (2019), esto significa en gran medida que la comunicación debe acoplarse a los cambios actuales de las nuevas formas de comunicar. KAPLÚN (2019) dice que lo alternativo surge para contraponerse al poder dominante, hace parte de la comunicación popular, transmitiendo ideas que para ellos son “correctas”.

Existe una incongruencia entre el Líder Social y los autores, y es que por una parte los autores señalan la importancia de que los medios alternativos son necesarios para las comunidades y que son ellas las que determinan los propósitos comunicativos, y que su función principal como medio es crear espacios y conectarlos, por otra parte el líder menciona que falta presencia por parte de los medios alternativos en el barrio, que se deben hacer conocer de la comunidad porque son necesarios y muchas personas no saben de su existencia.

¿Cómo participan los líderes sociales en los medios comunitarios?

El Líder social manifiesta que los líderes sociales participan en los medios cuando los conocen, ubican dónde están y sus objetivos comunicativos con la comunidad.

según (Tojeiro Marrero, 2016) participación es el inicio de que se creen relaciones sociales para liberar y expresarse, donde los grupos sociales pasen de ser receptores pasivos a generadores de su bienaventuranza. Navarro Díaz (2016)

habla de conceptos de ciudadanía expresada en problemas de desigualdad, indigencia, exclusión, discriminación, pobreza, baja escolaridad, delincuencia, mafias, crimen organizado y conflicto armado.

En abordar las bases conceptuales de la comunicación para el cambio social esto enfocado en la ciudad de Medellín podría lograr realizar ese cambio social y cambiar el imaginario de las personas tanto de otras partes como de los habitantes de la misma ciudad. La participación es dar en equidad los diferentes sectores económicos y políticos, lo que

permite evitar más privilegios a unos grupos que a otros. Servaes, Malikhao. Jan y Patchanee (2007). La comunicación participativa permite que los espectadores pasen a ser constructores de la realidad. (Toreiro, 2016).

La participación de los líderes sociales en los medios alternativos inicia cuando conocen los medios de la comunidad y saben cuáles son sus objetivos comunicativos con la comunidad. Es congruente lo que dicen los autores y lo que menciona el líder social, pues participación es liberarse y expresarse, es crear relaciones sociales, es pasar de ser sujetos pasivos a ser sujetos activos, todo esto contribuye a generar cambio social y cambiar los imaginarios de las personas del barrio y empezar a reconocer las propias necesidades para buscar soluciones conjuntas.

¿Qué tan importante es la comunicación en el barrio campo Valdés para lograr un cambio social?

El líder social expresa que la comunicación en el barrio Campo Valdés es muy importante, ya que si las personas tienen conocimiento de su territorio y están bien informados se puede integrar a las personas de la comunidad y se liberan prejuicios.

Los teóricos (Calderón, Durán, Solano y Molina 2015) mencionan que este modelo necesita que haya una afinidad mutua para la construcción y accionamiento social. El cambio social no tiene una definición única en el ámbito académico, entendiendo que deriva dependiendo de su contexto y condiciones. (PÉREZ, CATAÁO, & FRANCO, 2009). Gumucio (2011) aborda que la comunicación para el cambio social aparece como un paradigma reformulado y recalca la importancia de los medios al influir en la mente de sus receptores y ayudar a la comunidad. (Martínez y Sosa 2016), por ejemplo, señalan que para llevar a la sociedad a la sostenibilidad se debe incitar a la igualdad social, la información educa en la medida en que incita a la participación ciudadana.

Es congruente lo que menciona el experto y lo que mencionan los autores, pues para lograr un cambio social es necesaria la construcción

colectiva, y la afinidad mutua entre las personas de la comunidad. El cambio social se da dependiendo del contexto en que se encuentren las personas, el papel de los medios alternativos es importante porque influyen en la mente de las personas y ayudan a la comunidad desde su rol comunicativo.

¿En qué se desempeña un líder social? ¿En qué consiste su cargo?

Oswaldo Antonio Ramírez Serna es cofundador de dos acciones comunales, que son la Piñuela y la Maquinita, siempre ha trabajado por la niñez, por la juventud, por sacar adelante cada una de las comunidades a través de valores y principios. La juventud está pasando por cambios que no son de ahora, vienen de tiempo atrás. Es representante de dos editoriales: Asesoría y Suministro Napoleón S.A.S y Nueva Generación Educativa, en donde trabaja en la gran mayoría de los colegios oficiales con los talleres de ética y valores, y ahora junto a su equipo está a punto de lanzar “Contra cara una vida estética” un producto impactante sobre lo que pasa en cada una de las ciudades, Oswaldo está abordando temas como el embarazo adolescente, el acoso sexual, el bullying y el súper bullying, las sustancias psicoactivas en la instituciones y el suicidio que está en su cúspide pero que nadie habla del tema.

Según los teóricos, lo participativo tiene que ver con la repartición equitativa tanto del poder económico como político. (Jan y Patchanee.Servaes, Malikhao, 2007). La comunicación participativa permite que los espectadores pasen a ser constructores de la realidad. (Toreiro, 2016). La participación es dar en equidad los diferentes sectores económicos y políticos, lo que permite evitar más privilegios a unos grupos que a otros. Servaes, Malikhao. Jan y Patchanee (2007).

Es congruente lo que dicen los autores, por una parte la comunicación participativa es cuando las personas se vuelven sujetos activos y son constructores de la realidad, en este caso el Líder Social ha hecho cosas por la comunidad, y trabaja por el desarrollo del barrio. Por otra parte, participar es intervenir en los sucesos que ocurren, Oswaldo, el líder

social aborda temas importantes para la comunidad y se interesa por la juventud.

[Ver anexo.](#)

4.2.2.3 Análisis categorial por instrumentos

Comunicación para el cambio social

La categoría Comunicación para el cambio social son respondidas por los instrumentos panel de expertos y sondeo. Por lo tanto, por parte del sondeo se pudo evidenciar la reciprocidad por la activación social y construcción social, sin embargo, solo el 37% habitantes del barrio Campo Valdés entrevistados participaron en esta sección del sondeo, por otro lado, el panel de expertos muestra que el cambio social se ve desde esa perspectiva recíproca entre las comunidades, es allí, donde no se coincide del todo, pues en el panel se expresa la importancia que da que sea mutuo, pero para los entrevistados del sondeo, se conformó solo con que un 37% de 100 personas les pareció muy importante la información del periódico La Pupila la cual es objeto del cambio social. Por otra parte, en el panel de expertos se indagó si la comunicación puede generar cambio social, es ahí donde se menciona que los medios alternativos son impulsores de crear esos cambios sociales en los territorios, mejorar aspectos como la calidad de vida, educación y entre otros, puesta desde la misma reciprocidad de las comunidades. Es allí, donde la experta de periodismo alternativo menciona lo fundamental de que un medio alternativo sea funcional y conectado con otros, o el líder social que afirma la importancia de la colectividad para la construcción social, sin embargo, con las comunidades no se ve reflejada la conexión con el periódico La Pupila, donde el 37% de las personas entrevistadas del barrio Campo Valdés han leído al menos una vez el periódico La Pupila, mientras que el otro 63% no lo ha visto o no lo conoce.

Comunicación participativa

Tanto el sondeo como el panel de expertos son instrumentos que permitieron responder a la categoría de comunicación participativa, por una parte la opinión de los expertos y lo que decían los teóricos

enriqueció el trabajo, con el panel de expertos se dio a conocer que para que haya comunicación participativa es necesario que las personas de la comunidad sean sujetos activos, que se apropien del barrio y de los medios alternativos para juntos construir una realidad, por otra parte el sondeo permitió conocer sobre la participación de las personas en este tipo de medios, evidenciando que más del 60% de las personas entrevistadas no han leído el periódico, lo que dificulta que la información llegue a las personas del barrio, y por ende que haya una buena comunicación en el barrio Campo Valdés.

La mayoría de las personas entrevistadas no han participado del periódico La Pupila, no existe un grado alto de interés por participar en el periódico La Pupila, solo se evidencia que dos de las 100 personas entrevistadas lo hicieron. Con el panel de expertos se pudo observar que la participación es importante para que los habitantes tengan bienestar, donde cada persona tiene la posibilidad de decirle a otras personas lo que tiene por decir, donde son reporteros de su realidad y se apropian de su territorio. Con el sondeo se pudo observar que las personas que han participado lo han hecho porque quieren ayudar a la transformación del barrio, se observa que la comunicación es importante para los habitantes, la mayoría de personas se motivarían a transformar el barrio Campo Valdés, el 77% se motivarían a participar para resolver las necesidades de la comunidad, un 69% se motivarían a proponer temas de interés social, el 61% se motivarían si reciben incentivos económicos, el 21% se motivarían a repartir el periódico en el barrio y el 18% se motivarían a participar en el diseño del periódico, se puede ver que con el sondeo se descubrió que la mayoría de personas asocian determinados valores con la palabra participación, sobre todo la asocian con responsabilidad.

El tema de la seguridad es el que más preocupa a los habitantes del barrio y es uno de los resultados con mayor porcentaje de los temas que las personas hablan con sus vecinos, para los expertos, la participación genera cambios positivos y transformación, además de que los medios de comunicación alternativos sirven para crear visibilización de la comunidad donde fortalece las dinámicas sociales, económicas y

políticas del territorio, con el panel de expertos se pudo observar también que no solo la comunidad participa, los líderes sociales tienen un papel activo, las entidades, los comunicadores. Es necesario que las personas que quieran generar cambios en la comunidad participen de los medios de su comuna para que sean constructores de la realidad y determinen sus propósitos comunicativos, cada persona de la comunidad como el medio La Pupila deben de poner de su parte para que juntos puedan generar cambios importantes.

Comunicación comunitaria

La categoría comunicación comunitaria respondida por los instrumentos panel de expertos y sondeo hizo ver que solo el 37% de las 100 personas entrevistadas sobre los intereses que tiene sobre el periódico La Pupila, lo que el otro 63% contradice a lo que menciona el panel de expertos sobre la capacidad que tiene el medio en vociferar los diferentes temas acerca de la comunidad. La comunicación no es fluida en el barrio Campo Valdés a consideración de los entrevistados del sondeo, incluso de ese 37% solo tres personas habían leído el periódico en sus versiones digital y física lo que contradice lo que se menciona en el panel de expertos sobre la implementación de las nuevas tecnologías que generar mayor reconocimiento, es ahí donde no concuerda.

El 77% de las personas entrevistadas mostraron interés en que participarían con el fin de resolver las necesidades de la comunidad, con esto, hay concordancia con lo que se refieren los expertos sobre la emancipación y visibilización que ejerce un medio para su comunidad. Además de que el significado que tiene la mayoría de los habitantes entrevistados del barrio Campo Valdés es la visibilización de los problemas sociales, manteniendo la concordancia. Una de esas problemáticas sociales que definen los habitantes del barrio Campo Valdés entrevistados como tema de discusión entre si mismos es la seguridad del barrio, en la que mantiene la congruencia con la resolución de problemáticas que se menciona en el panel de expertos.

Comunicación para el desarrollo

Con el sondeo y el panel de expertos fue posible responder a la categoría de comunicación para el desarrollo, por una parte se pudo observar que para las personas entrevistadas el Periódico La Pupila visibiliza los problemas sociales, algo que difiere con los teóricos que opinan que son las comunidades las que visibilizan esas realidades, pero este punto tiene que ver con la falta de participación de los habitantes del barrio, muchas veces a causa del desconocimiento del medio. Según los resultados que arroja el sondeo, más del 80% de las personas entrevistadas manifiesta que es importante recibir el periódico porque les permite informarse y conocer más sobre su comunidad. La comunicación genera desarrollo, nos hace reflexionar y crear conciencia sobre los hechos que ocurren, la recepción de la información es necesaria para que las personas conozcan lo que ocurre y sean constructoras de su realidad social, algo que es satisfactorio y que tiene que ver con lo que hablan los teóricos sobre la comunicación para el desarrollo, y es que para crear desarrollo es necesario primero generar conciencia.

Los tres temas que destacan entre las personas entrevistadas, y que ellos creen que debe abordarse para desarrollar el Periódico La Pupila son los temas de innovación, seguido por la visibilización de los habitantes de la comuna 4 a través de perfiles, crónicas y reportajes y por último los temas de actualidad, los procesos comunicativos de las personas de la comunidad son los que hacen que la comunicación sea comunitaria, se evidencia que hay un interés en el barrio por el desarrollo, pues el 97% de las personas entrevistadas manifiesta que la comunicación para generar desarrollo es muy importante, las personas creen que si es posible que la comunicación genere conciencia y con ello el desarrollo de la comunidad, en el panel de expertos se puede observar que se habla de que la comunicación fortalece las dinámicas sociales, económicas y políticas del territorio; los medios alternativos son generadores de procesos, permiten entender la mirada de la comunidad, establece una relación con la comunidad, permitiendo que esta se exprese de manera libre e independiente, esto a través de la comunicación asertiva, la

comunicación para el desarrollo es importante pero debe permitir que todas las personas participen y entiendan de lo que se está hablando.

Es la información, lo que mencionan los expertos que incide en el desarrollo de las mismas comunidades, la importancia de los medios alternativos es que permiten concientizar a las personas y mostrarles su realidad, el desarrollo que permite la comunicación puede verse cuando las personas comienzan a apropiarse de tu territorio, a participar, a querer transformar el barrio, a generar acciones que busquen cambios positivos en la comunidad, sobre todo a tomar decisiones. La intención de los medios alternativos es dar voz a la comunidad para que se apropien de su derecho a la comunicación.

Propósitos comunicativos

En la categoría de los propósitos comunicativos se observa congruencia cuando en el instrumento sondeo se evidencia que las personas entrevistadas del barrio Campo Valdés asumieron temáticas del periódico La Pupila que les interese, es aquí donde se miden esas intencionalidades comunicativas de la comunidad como lo conceptualiza el panel de expertos, es ahí donde se mantiene la misma línea cuando de propósitos comunicativos se habla.

Por otro lado, la experta en periodismo menciona la importancia de no ser meramente espectadores sino también creadores de su propia información y bienestar y en el sondeo se hizo presente la intencionalidad comunicativa, sin embargo, carece de activación social. En concreto cada individuo presenta una intencionalidad comunicativa totalmente diferente, es aquí donde va acorde a su contexto tanto social como económico.

Comunicación alternativa

Con el sondeo y el panel de expertos fue posible responder a la categoría de comunicación alternativa, por una parte con el sondeo, se evidencia que la comunicación no es fluida en el barrio Campo Valdés, ya que existe una carencia de información de lo que sucede en la comuna, debido a una falta de conocimiento de la existencia de los medios alternativos que tienen los habitantes, por otra parte es porque el periódico hace un tiempo dejó de ser repartido de manera física y se estuvo trabajando con el periódico digital, lo que para muchas personas es una dificultad o les resulta engorroso tener que ver el periódico desde estas plataformas digitales. Es también notorio que el periódico necesita un poco más de presencia en la comunidad, es un medio importante y que además tiene contenido informativo, pero le falta hacerse conocer por las personas de la comunidad para tener una mayor recepción. La participación de las personas en el Periódico La Pupila es casi nula, más de la mitad de personas entrevistadas asocian el concepto de periodismo con informar, difusión, comunicación e investigación.

La mitad de las personas entrevistadas manifiesta que la comunicación en el barrio Campo Valdés es comunitaria, seguida por comunicación argumentada, luego dialógica. Con el panel de expertos pudo ser posible comprender que la comunicación es importante para lograr un cambio social, es necesaria la construcción colectiva y la afinidad entre las personas de la comunidad. Las personas como menciona el Director de la Pupila, participan cuando les interesa lo que publica un medio alternativo, pero sobre todo tiene que conocerlo, ya que los medios de comunicación alternativos responden a las necesidades de la comunidad; es la información la que permite incidir en el desarrollo de la comunidad y la que permite que haya comunicación alternativa, el periodismo participativo como es lo que se comunica a la comunidad debe ser hecho para que todos puedan oírlo, los medios alternativos permiten entonces que las personas se informen y se eduquen, esto responde a principios como ética, ecología y equidad.

Periodismo participativo

Respondiendo a la categoría de periodismo participativo donde fueron incluidos ambos instrumentos; el sondeo y el panel de expertos. Por una parte, en el sondeo se evidencia que la participación de los 100 habitantes solamente dos personas participaron en el periódico La Pupila, donde únicamente un entrevistado participó en la escritura. Sin embargo, la mayoría de las personas entrevistadas del barrio Campo Valdés afirmaron que participarían en el periódico La Pupila para contribuir a la transformación del barrio, lo que permite distinguir la necesidad de que por medio de la participación haya una construcción y activación social. Esto hace congruente con lo que se dice en el panel de expertos, donde mencionan que la participación y el relacionamiento conlleva la emancipación de las comunidades lo cual se convierte en la transformación del territorio. Sin embargo, la incongruencia está cuando la participación es baja, donde solo dos personas son inmersas a esa activación y construcción social por lo menos en el periódico La Pupila, lo que dificulta que se evidencie el periodismo participativo.

Entrando en un entorno más de espectador pasivo es evidente que las personas del barrio Campo Valdés buscan esa transformación, es entonces la educación un factor importante para dicha transformación, donde en el panel de expertos se menciona que los medios alternativos permiten informar y educar a la comunidad. Además, esta participación puede influir en que las personas que son partícipes o tengan relación con un medio alternativo pretendan incrementar su formación en carreras profesionales o cursos afines a comunicación y periodismo, lo que genera para las comunidades ese vínculo con la educación.

Periodismo alternativo

El panel de expertos y el sondeo permitieron responder a la categoría de periodismo alternativo, ya que por una parte el periodismo alternativo es lo que se comunica a la comunidad y debe hacerse para que todos puedan entenderlo, los medios alternativos permiten que las personas se informen y se eduquen, para eso los medios deben de contar con

transparencia. Las personas entrevistadas asocian el periodismo con la investigación, es necesario generar espacios de movilización que inciten a la participación de las personas en este tipo de medios. Las personas tienen conocimiento sobre los medios tradicionales, por eso consideran que los medios alternativos proponen lo alterno a este tipo de medios, el periodismo alternativo permite visibilizar lo que ocurre en la comunidad, así se pudo observar con el panel de expertos ya que con los medios alternativos es posible que las personas conozcan más sobre su barrio y sus habitantes.

Recepción

Para responder la categoría Recepción se usaron los instrumentos sondeo y panel de expertos, lo que por una parte el sondeo hace evidente que la recepción que tiene la población del barrio Campo Valdés al periódico es menos de la mitad, o al menos el 63% de las personas entrevistadas que residen en el barrio mencionan no leer o haber leído el periódico La Pupila, siendo incongruente específicamente con el experto del panel quien afirma que el recibo de las personas es bueno, donde es consumido por gran parte de la población del barrio Campo Valdés.

Tienen correlación los entrevistados en el sondeo y el panel de expertos cuando el significado que tiene que exista un medio como La Pupila Comunicaciones es que visibiliza los problemas sociales del barrio Campo Valdés. Además de que para el 80% de las personas es importante recibir el periódico La Pupila, siendo la mayoría de personas entrevistadas (25%) las que mencionan que el periódico tiene como funcionalidad hacer visible a la comunidad. Por otro lado, el experto del panel el director de La Pupila hace énfasis en que a la comunidad le gusta lo que lee. Sin embargo, el experto hace énfasis en que la audiencia es muy variada y activa, pero en el instrumento sondeo sólo el 37% de 100 personas ha leído el periódico. [Ver anexo.](#)

4.2.2.4 Análisis categorial por objetivos

Objetivo 1: Indagar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social

Este objetivo si se cumplió, con ayuda del sondeo se pudo indagar en los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, ya que se pudo evidenciar lo que motivaría a las personas a participar, si participan o no del periódico, los temas que les preocupa, abordando categorías como la comunicación para el cambio social, si es posible o no transformar el barrio a través de la comunicación, cómo es la comunicación en el barrio y a partir de eso mirar el enfoque que debe tener el periódico para generar mayor interés entre las personas de la comuna; por otra parte con la entrevista al Líder Social fue posible determinar los propósitos comunicativos, ya que el Líder es habitante del barrio y tiene un papel fundamental en la comunidad, desde su rol como Líder es necesario determinar lo que él quiere lograr con la comunidad para que a través de la comunicación sea posible generar cambios benéficos en el barrio Campo Valdés. Todas las categorías mencionadas fueron utilizadas para responder al primer objetivo específico.

A partir de la meta 1 de este objetivo: conocer las propuestas de interés social de los habitantes del barrio Campo Valdés de la Comuna 4 de Medellín en el Periódico La Pupila, se pudo cumplir esta meta ya que fue posible con el sondeo conocer las propuestas y los intereses de las personas de la comunidad, observar la importancia que tiene para los habitantes la información que brinda el Periódico La Pupila, y lo que para los habitantes permite un medio alternativo, como por ejemplo permitir la participación, hacer visible a la comunidad, visibilizar las problemáticas sociales, o ser instrumento de transformación.

La meta 2 de este objetivo: Identificar el cambio social en el barrio Campo Valdés a partir de los propósitos comunicativos de los habitantes en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, fue más

compleja de cumplir, aunque se pudo evidenciar que si es posible conseguir un cambio social con la comunicación, ya que a partir de los propósitos comunicativos de los habitantes es viable lograr el cambio social, esto conociendo los intereses de los habitantes, el medio por el que consumen el periódico, la importancia que tiene para ellos que la información que brinda el Periódico La Pupila contribuya al cambio social en el barrio, lo que les motivaría a participar en el medio, los temas que creen que deberían abordarse en el periódico, los temas que hablan con frecuencia y las situaciones que deberían publicarse.

La meta 3 de este objetivo es verificar la distinción del cambio social por los habitantes del barrio Campo Valdés que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, esta meta si se logró ya que por una parte con el sondeo se pudo comprobar que más de la mitad de las personas entrevistadas no habían leído el periódico, lo que dificulta que la información llegue a las personas y que se pueda generar cambios a partir de la comunicación, por otro lado la mayoría de personas ratifican la importancia de la comunicación para lograr un cambio social en la comunidad y con ayuda del panel de expertos fue posible ver que cuando hay cambio social es notorio en la comunidad, porque las personas comienzan a ser escuchadas, se ven cambios positivos, se moviliza a las personas, esto a través de la participación, y de la dinámica social.

El objetivo general analizar la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, se pudo evidenciar lo que se consume por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés se cumple ya que con los propósitos comunicativos se permite saber las intencionalidades comunicativas de la comunidad del barrio Campo Valdés, donde se hizo a conocer en el sondeo, donde los habitantes señalan el significado que tiene el hecho de que exista el periódico La Pupila en Campo Valdés, además de sugerir diferentes temáticas que son de interés para la comunidad. Todo esto reforzado de las metas

propuestas, las cuales fueron fundamentales para hilar el objetivo específico con el general.

Objetivo 2: Caracterizar la recepción del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, entre los habitantes del barrio Campo Valdés, desde la visión de la comunicación participativa

El objetivo se cumplió ya que se indagó la comunicación participativa en los habitantes entrevistados del barrio Campo Valdés, donde se dio a conocer que el 98% de las personas participantes de este instrumento no participaron o participan en el periódico La Pupila. Seguidamente, solo una persona fue partícipe en la escritura. Por otro lado, se pudo evidenciar que el 37% de las personas entrevistadas han leído o leen el periódico, donde el 34% lo lee en su versión física, mientras que el otro 3% rectifica consumirlo por ambas versiones, virtual y física. Esto quiere decir que, la recepción de los habitantes se encuentra favorablemente en el periódico físico. A pesar de la poca participación se pudo evidenciar que el 80% de los habitantes del sondeo confirmaron que participarían en el periódico La Pupila para atribuir a la transformación del barrio. Lo que se reafirma en el panel de expertos, donde la comunicación participativa desde la comunicación alternativa y para el desarrollo es la emancipación de la comunidad y por consiguiente, mantener esa reciprocidad social que permitan esa transformación del barrio que se vio en el sondeo.

Para cumplir con este objetivo específico se tuvieron en cuenta tres metas, donde la primera meta dice, conocer las necesidades socioeconómicas y culturales de los habitantes del barrio Campo Valdés que son audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, esta meta es muy alta ya que conocer todas las necesidades socioeconómicas de los habitantes es un sinfín de datos, sin embargo, en los 100 entrevistados, se pudo observar que dentro de sus elecciones las más pretendidas son: la seguridad del barrio con un 92%, sobre la situación económica de los habitantes con un 79%, sobre la seguridad

vial el 74% y el 77% sobre la salud de los habitantes del barrio Campo Valdés, siendo estas respuestas más altas que eventos o sitios patrimoniales del barrio, lo que puede crear una cercanía a la meta, distinguiendo esas respuestas como necesidades socioeconómicas y culturales.

Por otro lado, la siguiente meta, definir los diferentes públicos que consumen el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el barrio Campo Valdés, se pudo evidenciar que solo el 37% de los entrevistados consumen el periódico, donde el 34% lo consume en su versión física y el 3% en la versión virtual y física. Para el director de La Pupila el público es muy variado, tiene todo tipo de consumidor, sin embargo, la mayoría de los consumidores están a partir de los 30 años. Lo que se pudo tener cercanía a la meta.

La última meta, describir los gustos temáticos de los habitantes del barrio Campo Valdés que son audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física. La cual fue cumplida, donde se indagó específicamente qué temáticas les interesa ver y se pudo observar que el 60% prefieren leer sobre temas de innovación, el 56% visibilizar habitantes de la comuna 4 a través de perfiles, crónicas y reportajes, el 50% temas de actualidad con un 50% de las personas entrevistadas, 30% temáticas sociales y por último con un 25% sobre temáticas de la vida diaria.

En el objetivo general analizar la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, se pudo evidenciar lo que se consume por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés, además de conocer su intencionalidad comunicativa, como temáticas del periódico, temas de conversación entre la misma comunidad y sus necesidades culturales y socioeconómicas. Dentro de esa recepción se puede evidenciar que hay necesidad de emancipación por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés, lo que no hay es activación social.

Objetivo 3: Identificar los hábitos de lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés con el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social

Este objetivo si se cumplió, ya que se pudo identificar los hábitos de lectura de las personas entrevistadas con el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, y cómo los hábitos de lectura influyen desde la visión de la comunicación para el cambio social. Se utilizaron todas las categorías mencionadas para responder a este objetivo, por una parte la comunicación para el desarrollo es necesaria para lograr la comunicación para el cambio social, todo acto comunicativo tiene un proceso que debe llevarse a cabo para generar transformación en una comunidad como lo es el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín. La comunicación en el barrio Campo Valdés por ejemplo, es una comunicación fluida entre algunas personas, pero con los medios es escasa ya que las personas no participan de los medios alternativos ya sea por falta de interés o por desconocimiento. Es necesario que las personas de la comunidad reconozcan la importancia de la comunicación en su barrio, que participen de los medios, pero sobre todo que adopten hábitos de lectura de sus medios alternativos para conocer lo que sucede a su alrededor, se informen adecuadamente y sean sujetos activos de la comunidad. Con base a los resultados del sondeo, se pudo identificar que los hábitos de lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés con el Periódico La Pupila son escasos, ya que más de la mitad de las personas entrevistadas no lo ha leído.

La meta 1: Determinar los hábitos de lectura del medio La Pupila, en sus versiones virtual y física por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés si se cumplió, ya que se pudo determinar si las personas entrevistadas leían o no el Periódico La Pupila, lo que les interesaba leer, y la importancia de la información que brinda.

De la meta 2: Estimar los efectos que tiene el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física en el cambio social del barrio Campo Valdés y de sus habitantes, esta meta se cumplió ya que se pudo evidenciar que

la comunicación es importante para generar cambio social, ya que es la información la que educa a las personas, las permite estar informadas y les da voz para que puedan transformar el barrio al que pertenecen y actuar frente a las situaciones que se presentan.

Con la meta 3: Identificar el consumo del Periódico La Pupila por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés y compararlo con otros medios, fue posible hacerlo ya que se determinó que la mayoría de las personas no leían el medio por desconocimiento o por falta de interés, pero no solo sucedía con La Pupila, la falta de interés era hacia los medios de la comunidad en general, ya que falta también reconocer la importancia de la comunicación y el papel que cumple el periodismo en una comunidad.

En haras cumplimiento, al ser efectivas las metas, el cumplir con el objetivo general también se hace presente. Entendiendo que los hábitos de lectura de la población de Campo Valdés no es la suficiente cercana al periódico La Pupila donde solo el 37% de los entrevistados lo han leído. Aunque, las personas hablan con frecuencia entre sí sobre problemáticas sociales, las cuales pretenden que sean abordadas por La Pupila, es por ello que se distinguen los hábitos de lectura que pretenden los habitantes, además, de la emancipación de la misma comunidad. [Ver anexo.](#)

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1 .La comunicación para el cambio social es incluyente, busca ayudar a la comunidad cuando reconoce las desigualdades y mejora las condiciones de vida de las personas, es permanente. Se fomenta desde la activación social por parte de la comunidad en la que se encuentre, por ejemplo desde la participación, la interacción y el relacionamiento. Todo acto comunicativo tiene que ver con la transmisión de información entre las personas y preferiblemente no debe ser unidireccional, no solo

se comunica a través del sonido; acciones como los gestos, las imágenes y el silencio también comunican. Existen diferentes tipos de comunicación y cada tipo de comunicación conlleva una intención comunicativa, sí es posible influir en la conducta de las personas a través de la información que se transmite y educar cuando se involucra a la participación de la comunidad. Los medios se centran en que el cambio social proviene del desarrollo de temáticas que cumplan objetivos sociales y por consecuencia un trabajo estricto en la producción de productos comunicativos.

2. La participación es generadora de bienestar y equilibrio para las personas, es creadora de emancipación o expresión para las personas más invisibilizadas. Según el contexto del territorio se fomenta la participación, esto teniendo en cuenta los objetivos que se quieren lograr con las personas. La participación permite que las personas de la comunidad sean sujetos activos, que no se limiten solamente a recibir la información sino también a construirla. Participar en un medio también tiene que ver con consumirlo. Los medios alternativos surgen en cada una de las comunidades y se interesan por las problemáticas de la comunidad y por eso las comentan, la información se crea a través de unos propósitos comunicativos, los medios alternos son diferentes a los alternativos porque permiten la participación y responden a los intereses de determinada comunidad, se convierten en la voz de sus habitantes y están en un constante cambio, por eso el Periódico La Pupila debe acoplarse a las formas de comunicar según el contexto. En este caso debe pensar en estrategias comunicativas que involucren al barrio Campo Valdés y a la comuna 4 en general para que las personas conozcan el medio, se interesen en leerlo y participen, esto puede ser con ayuda de los medios digitales, del voz a voz, entre otras. Un medio alternativo se encarga de movilizar y con la información que proporcionan pueden lograr un cambio de actitudes y pensamientos en las personas de manera que invitan a lograr una transformación en la comunidad. Los medios de comunicación alternativos incitan a la transformación social, cultural, educativa y económicamente del contexto en el que se encuentra, para eso es importante tener en cuenta la equidad social.

3. La llegada de las nuevas tecnologías ha permitido que la comunicación sea más atractiva e inmediata, por eso el periódico debe lograr que su medio digital tenga reconocimiento, esto a través de diferentes estrategias de comunicación impactantes para las personas, deben estar activos en las redes sociales para que el público joven los conozca, y para las personas del barrio adultas que no les interesa tanto usar este tipo de medios, con este tipo de público se deben usar estrategias de comunicación diferentes como lo es el voz a voz, y si se tiene en cuenta la forma de repartir el periódico en el barrio debe ser más equitativa y no debe concentrarse sólo en determinados sitios. Es necesario que las personas participen para poder construir cambios en su comunidad, la comunicación y los procesos sociales se realizan de forma colectiva, la comunicación alternativa es propositiva y se basa en la co-creación. Cuando los habitantes de una comunidad conocen y participan en un medio alternativo fortalecen su calidad de vida y mejoran su toma de decisiones. El periodismo alternativo está hecho para que todos puedan entenderlo, es por eso que la comunidad también es reportera de lo que sucede en su comuna o en su territorio, un periodismo libre generador de espacios de participación y que articula a la comunidad.

4. La comunicación debe ser dirigida hacia el desarrollo, cuando las organizaciones inciden en los procesos sociales de la comunidad se ve plasmada la acción de los medios alternativos. Todas las personas de la comunidad, sin distinción alguna tienen algo que comunicar; el periodismo participativo está hecho para que todos puedan entenderlo y es el trabajo en equipo el que genera cambios, las comunidades son determinantes para que los medios alternativos puedan establecer propósitos comunicativos, con estos el medio comienza a generar patrimonio y reconocimiento en el territorio, y a su vez se generan cambios de perspectiva en los habitantes, tanto colectivamente como individualmente.

5. En los medios de comunicación alternativos se pueden encontrar profesionales de comunicación como personas que están a punto de

serlo. Las organizaciones sociales han sido fundamentales en la formación de comunicadores enfocados en medios alternativos, en ocasiones la experiencia de trabajar con medios comunitarios permite que las personas se interesen en estudiar una carrera profesional en comunicación.

6. Los líderes sociales son los voceros del pueblo, los representantes de cada una de las comunidades, tienen un papel activo dentro de la comunidad, pasan de ser espectadores de lo que sucede en la comunidad a ser constructores de la realidad. Buscan condiciones justas para su comunidad y son necesarios para aportar al desarrollo de determinada comunidad.

7. El periódico La Pupila es uno de los medios alternativos más influyentes de Medellín siendo ganador de importantes premios y con una trayectoria de 13 años. Sin embargo, el resultado arrojado por las personas entrevistadas en el sondeo solo el 37% lee o ha leído el periódico. Además, de que la activación social y seguidamente, la construcción social no es visible, esto a que la participación se encontró en solo un 2%. Con esto, las categorías como Periodismo Participativo, Comunitario, no son recíprocas al contexto del barrio Campo Valdés y sus habitantes. La investigación arroja que la recepción de esta comunidad en términos de Comunicación para el Cambio Social y Comunitaria está por debajo de la media (37%), sin embargo, La Pupila al ser un medio independiente y que su contenido informativo es explícitamente para la comuna 4 de Medellín sostiene un positivo reconocimiento por parte de los habitantes del barrio Campo Valdés.

8. Los habitantes del barrio Campo Valdés tienen intención de emancipación social según sus intencionalidades comunicativas, donde participarían en el Periódico La Pupila con fines de transformar el barrio Campo Valdés. Por otro lado, se piensa que la comunicación para el desarrollo en el barrio Campo Valdés es muy importante. Lo que genera la intención de mantener el periódico La Pupila como herramienta de transformación para la comunidad. Es entonces, donde se evidencia una

de las metas trazadas para cumplir los objetivos de esta investigación, *conocer las necesidades socioeconómicas y culturales de los habitantes del barrio Campo Valdés que son audiencia del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física*, donde no solo se determinaron las necesidades de los que son audiencia del periódico La Pupila, sino también de los que en sus hábitos de lectura no está dicho periódico.

5.2 RECOMENDACIONES

5.2.1 El proceso de investigación

1. Se recomienda a los comunicadores en formación tener una experiencia con los medios alternativos para aprender de la dinámica de los medios comunitarios; las personas que quieran estudiar una carrera profesional como lo es la comunicación social pueden experimentar a través de este tipo de medios y contribuir con su comunidad, lo que permite ayudar a que las personas del barrio conozcan los medios que existen en la comunidad y se informen para generar un verdadero cambio social. Es importante no minimizar la labor que hacen los medios alternativos, ya que lo que realizan requiere amor, dedicación y responsabilidad, y no es fácil saber informar de una manera que llegue a todos y que enganche al lector.
2. Se recomienda que el proyecto investigativo siga iniciándose en el quinto semestre de la carrera, es un trabajo que requiere tiempo y dedicación, y no es viable que se haga de manera apresurada en los dos últimos semestres; es una experiencia grata que enriquece a los investigadores, para eso es necesario que el proceso y la investigación se inicien desde antes para que sea un producto satisfactorio tanto para la universidad como para los estudiantes.
3. Se recomienda apropiarse del tema de la investigación, y elegir un tema que al investigador le apasione. No existe nada más satisfactorio en el proceso investigativo que sentirse a gusto con el tema que se elige trabajar, porque de esa manera es cuando al finalizar el trabajo se nota el amor y el empeño que se le puso a la investigación.
4. Se recomienda que el respaldo de asesoría por parte de la Universidad Católica Luis Amigó sea un docente solamente quien

acompañe durante todo el proceso investigativo y no varios docentes ya que pueden existir contradicciones metodológicas entre los mismos y esto solamente retrasa el proceso de investigación.

5. Se recomienda más tiempo de acompañamiento del proceso investigativo, ya que las inquietudes y la realización pueden quedar inconclusas por falta de tiempo. Hacer de la teoría más práctica en cuanto al trabajo investigativo de todos los estudiantes.

6. Se recomienda que haya posibilidad de fusionar variables dentro de la investigación que tienen semejanza con la educación - comunicación, tales como la sociología, la psicología, u otras variables que en conjunto a la comunicación pueden apropiarse de manera más exhaustiva el objeto de investigación.

5.2.2 La metodología de la investigación

1. Desde el área del periodismo comunitario es recomendable conocer a la comunidad que es objeto de estudio, es bueno cuando el investigador o los investigadores pertenecen a esa comunidad para que puedan apropiarse del tema y les sea más sencillo abordar a las personas que residen en dicha comunidad.

2. Los medios de comunicación alternativos a veces son subestimados y no se les da la importancia que merecen, es bueno explorar temas que permitan visibilizar a este tipo de medios y a su vez mirar la incidencia que tienen en determinada comunidad a partir de la información que transmiten y los cambios que pueden generar en las personas.

3. Es necesario abordar una investigación paso por paso, sin adelantar ningún proceso para que nada se quede por fuera. Los medios comunitarios tienen algo en común, y es el interés de comentar el entorno y de informar lo que sucede en determinada comunidad, por eso hay que tener en cuenta en el proceso investigativo tanto al medio, como a los habitantes de la comunidad y no dejar por fuera a los líderes sociales. Para enriquecer la investigación también es necesario contar con la opinión de algunos expertos en el tema, en este caso se contó con el apoyo de María Josefa Restrepo, experta en comunicación alternativa y periodismo.

4. Se recomienda identificar el conocimiento de los habitantes del barrio Campo Valdés sobre los diferentes medios alternativos y comunitarios que existen en dicho territorio, para comprender si hay activación social por parte de la comunidad.
5. Los medios de comunicación alternativos y su intervención a la comunicación para el cambio social son un un objeto de investigación bastante amplio, existen diversas formas de abordarlo, por lo que sus limitaciones son múltiples, así que, a la hora de abordar una investigación sobre este fenómeno es importante tener con claridad la perspectiva que se quiere investigar.
6. Se recomienda utilizar los recursos físicos y no solo virtuales para abordar la investigación, donde es pertinente que el investigador conozca el entorno de los habitantes a los cuáles quiere investigar.

5.2.3 Los resultados

1. Se recomienda que la comunidad de Campo Valdés mantenga vínculo con el medio alternativo de su territorio, como lo es La Pupila Comunicaciones u otro medio concentrado en la activación social de esta comunidad. Esto procede a que de forma conjunta puedan contribuir a la transformación social y resolución de necesidades. Por otro lado, se recomienda que el Periódico La Pupila cuente con procesos de interacción entre las personas de la comunidad, enfocados en la comunicación para el cambio social. El barrio Campo Valdés debe conocer la importancia de la comunicación para generar un cambio social que contribuya a satisfacer las necesidades de la comunidad y genere procesos de transformación visibles y sólidos. Es fundamental que las personas del barrio quieran generar este cambio social y se presten a que se realice, esto a través de la participación y el relacionamiento permanente con los líderes comunitarios y con los medios alternativos de su comuna; para esto, La Pupila debe tener en cuenta la importancia de la información que maneja y la manera indicada de llegar a la audiencia, es necesario que el periódico le brinde la oportunidad de participación a las personas de la comunidad y tenga claros los propósitos comunicativos, no solo se trata de informar sino de

realizar un proceso social que aporte más que solo comunicar algo, sino aportar también al proceso de transformación del barrio, esto a través de la participación y la interacción de cada uno de los habitantes que hacen parte de la comuna 4 de Medellín.

2. Se recomienda que el Periódico La Pupila busque las maneras adecuadas de llegar a la comunidad, esto no solo a través de un medio escrito como la Pupila sino que también debe inmiscuirse en medios digitales que tengan elementos como audios, y videos que permitan que las personas puedan conocer la información de una manera diferente y llamativa. También, es importante que La Pupila escuche a las personas de la comunidad y les permita participar, pero sobre todo es necesario que se hagan conocer ya que son los medios alternativos los constructores del cambio, esto a partir de la identificación de las necesidades de la comunidad. El periódico La Pupila debe ser constante en la búsqueda de posicionamiento y reconocimiento para la comunidad, ya que para poder generar participación en el medio, primero los habitantes deben reconocer el medio y su objetivo de informar y transformar. Allí, ya se invita a la participación y la emancipación por parte de la comunidad, donde se dé a conocer las necesidades, la cultura, los emprendimientos y calidad de vida que hay dentro del barrio Campo Valdés y la comuna 4.

3. El periódico La Pupila tiene su enfoque informativo y visualizador de diferentes temáticas relacionadas con lo económico, social, cultural, político. Sin embargo, debe mantener la intención comunicativa de generar concientización, cambios de conducta, de comportamiento a su audiencia para poder decir que esa comunicación contribuye al desarrollo, para eso es necesario que el periódico La Pupila conozca e indague lo que requiere su comunidad, saber cuáles son esos propósitos comunicativos, entendiendo las causas de ellos y cuál sería su efecto productivo para la comunidad, ya sea individual o colectivamente, para ello también es clave conocer los intereses de los habitantes del barrio y saber cómo llegar de manera adecuada. Es necesario que el periódico abra espacios de diálogo para transformar el barrio, para hacerse oír de las organizaciones y que estas puedan incidir en el desarrollo de Campo Valdés. Los medios alternativos tienen un papel movilizador y es que los temas que aborda el periódico contribuyen a que mejore la toma de

decisiones de las personas de la comunidad y que conozcan sus necesidades, y también lo bueno que tienen.

4. Se recomienda con base a los resultados que el periódico La Pupila extienda sus formas de hacerse visible de tal manera que invite a más personas a la participación en el periódico. Es aquí donde se equipara la activación social de la comunidad. Las formas de hacerlo son las redes sociales, ir a escuelas, lugares de aglomeraciones sociales en el barrio Campo Valdés. Donde ofrezca además de la experiencia de participar en el periódico otros beneficios lúdicos o de interés común para los habitantes de la comunidad.

5. Se recomienda al Periódico La Pupila siempre tener presente a la comunidad para la realización de nuevo contenido, el periodismo alternativo siempre debe tener en cuenta a la comunidad y hacerla partícipe para que juntos puedan aportar al cambio social de la comuna 4 de Medellín. El periodismo también debe acoplarse al lenguaje de la comunidad, teniendo en cuenta que hay personas que tienen diferentes niveles de educación, y que sería apropiado adoptar un lenguaje sencillo, claro y atractivo para las personas de la comunidad.

6. Se recomienda que el Periódico La Pupila a través de sus contenidos le apunte a la educación de los habitantes del barrio Campo Valdés, ya que la información educa. La información genera desarrollo porque permite que las personas se eduquen y tengan criterio, lo que se evidencia a través de la participación de los habitantes.

5.2.4 Sugerencias para futuras investigaciones

1. Con base al tema de los medios alternativos, y la comunicación para el cambio social, se sugiere investigar sobre las causas que hacen que las personas no tengan buenos hábitos de lectura o no se interesen por conocer los medios alternativos de la comunidad, medios que son más cercanos a su comunidad y que opten por quedarse solo con la opinión de los medios masivos de comunicación.

2. Se sugiere investigar sobre las estrategias comunicativas que pueden implementar los medios alternativos para llegar a la comunidad, y sobre todo teniendo en cuenta el tipo de público que tiene discapacidades auditivas y visuales.
3. Se recomienda investigar sobre las necesidades de determinada comunidad, sobre los vacíos comunicativos que existen en los barrios y cómo esto impide que haya cambio social.
4. Se recomienda investigar sobre la labor que realizan los medios de comunicación alternativos, lo que implica tener un medio alternativo y el impacto que tiene para la comunidad.

REFERENCIAS

Calderón C. (2015). El papel de la Comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia 13(1). Retrieved from <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=f6ccd64d-d002-4b55-9bc5-53096f4ba20c%40sessionmgr4006&ISSN=1692-5858>

Martínez Beleño C. A, Sosa Gómez M. S. (2016). Aportaciones y diferencias entre comunicación en salud, comunicación para el desarrollo y para el cambio social. Revista: De Comunicación y Salud. 6. Retrieved from <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=7&sid=4c45466b-3766-4c25a6cae3f30e40f625%40sessionmgr4008&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=asn&AN=120424948&ISSN=2173-1675>

Daniela Rodríguez. (8 de septiembre de 2017). Los 6 Tipos de Observación Científica Principales. Lifeder. Recuperado de <https://www.lifeder.com/tipos-de-observacion-cientifica/>.

Orué Pozzo, A. (2019). Comunicación y desarrollo: un diálogo tenso para superar la modernidad. Revista Eptic Online, 21(1), 95–103. Retrieved from

[http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=135629366&lang=es
&site=ehost-live](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=135629366&lang=es&site=ehost-live)

Krohling Peruzzo, c. m., Chaparro Escudero, m., & Torrico Villanueva, E. R. (2019). Introducción: Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía. *Chasqui* (13901079), (140), 37–46. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140.3994>

Chaverra-Fernández, D. I., & Bolívar Buriticá, W. (2016). Escritura multimodal digital, formas alternativas de comunicación y su incidencia en el aprendizaje de estudiantes de Educación Básica Primaria. *Revista Lasallista de Investigación*, 13(1), 181–187.

Retrieved from

[http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=119193320&lang=es
&site=ehost-live](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=119193320&lang=es&site=ehost-live)

Sarmiento Guede, J. R., & Rodríguez Terceño, J. (2018). La Comunicación De Boca en Boca Electrónica en Los Medios Sociales. Análisis De Sus Antecedentes. *Revista de Comunicación de La SEECI*, 22(45), 129–148.

<https://doi.org/10.15198/seeci.2018.45.129-148>

López Fernández, Juan Guillermo. (2006). Fundamentación teórica, metodológica y operativa de la línea de Investigación en Comunicación-Educación. En: *Textos y Argumentos*. Vol. 8; 38 p.18. ISSN:16921135

Tamayo, U., & Rincón, V. (2017). Comunicación Social Para El Desarrollo Humano. *Revista de Comunicación de La SEECI*, 21(42), 14–24. Retrieved from

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=121900975&lang=es&site=ehost-live>

Orero, E. C., Slipak, D., & Goicovic, I. (2018). Comunicación y movimientos guerrilleros en América Latina: propuestas teórico-metodológicas y perspectivas de investigación. *Izquierdas*, (41), 1–3. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=129839343&lang=es&site=ehost-live>

Navarro Díaz, Luis Ricardo. (2016) Aproximación histórica y conceptual de la comunicación para el cambio social. En: PEÑALOZA, Wilgen. *Entre esferas públicas y ciudadanías (2a ed.): Las teorías de Arent, Habermas y Mofe aplicadas a la comunicación para el cambio social*. Barranquilla: Universidad del Norte, p.121-170

Sampieri, R.H. (2014). *Recolección de datos cuantitativos*. En McGraw-hill / Interamericana editores, S.A. de C.V. (6 Ed.), *Metodología de la investigación* (pp. 199-202). México D.F: McGraw Education.

Alemán, J. L. R. (2007). Una llamada a la responsabilidad de las audiencias en el periodismo participativo. *Palabra Clave*, 10(1), 36–47.

Servaes, J., & Malikhao, P. (2007). Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?. *Revista De Estudios Para El Desarrollo Social De La Comunicación*, (4), 43-60. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671275>

PÉREZ, G. J., CATAÁO, M. M., & FRANCO, F. P. (2009). Comunicar para el cambio social: una comunicación ética y política. Entrevista con Alfonso Gumucio Dagron. *Signo y Pensamiento*, 28(55), 278–290.

KAPLÚN, G. (2019). La comunicación alternativa entre lo digital y lo decolonial. *Chasqui* (13901079), 141, 67–85. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i141.4077>

Tojeiro Marrero, E. (2016). Proyecto educativo cultural La Colmenita. Una mirada desde la comunicación participativa. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 12(1), 126–131.

Lamuedra Graván, M. (2011). Medios de Servicio Público, Periodismos Alternativos y Esfera Pública Deliberativa: hacia un nuevo consenso sobre el rol del periodismo en la era digital. *Chasqui* (13901079), 113, 27–33.

Tamayo, U., & Rincón, V. (2017). Comunicación Social Para El Desarrollo Humano. *Revista de Comunicación de La SEECI*, 21(42), 14–24.

<https://doi.org/10.15198/seeci.2017.42.14-25>

SÁNCHEZ-SAUS LASERNA, M. (2018). Análisis de palabras clave en la comunicación para el desarrollo y el cambio social: el caso de #comunicambio en Twitter. *Culture, Language & Representation / Cultura, Lenguaje y Representación*, 19, 119–139.

<https://doi.org/10.6035/CLR.2018.19.7>

KROHLING PERUZZO, C. M., CHAPARRO ESCUDERO, M., & TORRICO VILLANUEVA, E. R. (2019). Introducción: Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía. *Chasqui* (13901079), 140, 37–46.

<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140.3994>

Mendivil Calderón, C; Racedo Durán, Y.; Meléndez Solano., K.; Rosero Molina, J. (2015). El papel de la Comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. *Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe*, 13 (1), pp. 11-23 DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i1.345>

Alcaldía de Medellín. Plan de Desarrollo Local/Comuna 4/Aranjuez(2014).

Zamora, S., & Venegas, R. (2012). Estructura y propósitos comunicativos en Tesis de Magíster y Licenciatura*. *Scielo*, 27, 6. doi: ISSN 0716-5811

Corominas, M. (2001). Los Estudios de Recepción, (6). Retrieved from <http://cv.udl.cat/cursos/elsmijtjans/t3/docs/estudiosrepcion.pdf>

Gumucio Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo Signo y Pensamiento. *Revistas Científicas Javeriana*, XXX, 10. doi: 0120-4823

Borges Rey, E., Heravi, B., & Uskali, T. (2018). Periodismo de datos iberoamericano: desarrollo, contestación y cambio social. *Presentación. Icono 14*, 16(2), 1–13.
<https://doi.org/10.7195/ri14.v16i2.1221>

Ayala Martín, A. (1996). Periodismo y Democracia. *Chasqui Latinoamericana Se Comunicación*, (6). Retrieved from
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/12925/1/REXTN-Ch56-04-Ayala.pdf>

BOTERO, A. Á., & OBREGÓN, R. (2011). Un análisis crítico de las perspectivas de diálogo en la literatura sobre comunicación para el desarrollo y cambio social: abordajes y desafíos. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 190–205.

LONDOÑO PINEDA, A. A., VÉLEZ ROJAS, O. A., & CARDONA CANO, C. A. (2015). Participación social en medios de comunicación alternativos y redes sociales: Elementos para la acción gubernamental. *Chasqui (13901079)*, 129, 147–164.

Costa, C. (2021). Análisis categorial de información. Retrieved 26 September 2021, from <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/6629?show=full>

Sandoval, C. (2002). Programa DE ESPECIALIZACIÓN EN TEORÍA, Métodos y Técnicas en Investigación Social [Ebook]. Bogotá.

¿Qué es la observación cualitativa? (2021). QuestionPro.
<https://www.questionpro.com/blog/es/observacion-cualitativa/>

8.1 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se realizó un panel de expertos con tres personas y un sondeo a 100 personas.

8.1.1 Formulario del sondeo vacío

I

SONDEO

Formulario N.º _____

Saludo y cláusula de confidencialidad

Cordial saludo, mi nombre es _____, somos estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó y estamos realizando una investigación para la facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, cuyo objeto es analizar la recepción que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés, del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física. Por ello, solicitamos su colaboración con algunas respuestas a preguntas que queremos formularle.

Para participar en el sondeo usted debe garantizar que es habitante del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín; al colaborarnos con la información que solicita el formulario, usted brinda su consentimiento para utilizarla en el desarrollo de esta investigación con fines exclusivamente académicos. Y nosotros le garantizamos a usted, la absoluta y completa confidencialidad de sus respuestas individuales.

Por favor para comenzar, dígame su nombre:

0. Género (*solamente observe y marque*)

- a. Femenino _____
- b. Masculino _____

1. De acuerdo con los rangos de edad que le voy a leer a continuación, por favor dígame en cuál rango ubica la suya.

- a. 18 a 25 años _____
- b. 26 a 35 años _____
- c. 36 a 45 años _____
- d. 46 a 55 años _____
- e. 56 a 65 años _____
- f. Mayor de 65 años _____

2. Por favor dígame cuál es su estado civil actual

- a. Soltero (a) _____
- b. Casado (a) _____
- c. Viudo (a) _____
- d. Divorciado (a) _____
- e. Unión libre _____

3. Por favor dígame su grado de escolaridad, teniendo en cuenta el último estudio realizado de forma completa.

- a. Primaria _____
- b. Bachillerato _____
- c. Técnico _____
- d. Tecnólogo _____
- e. Profesional _____
- f. Posgraduado _____
- g. Ninguna de las anteriores _____

4. Por favor dígame cuál es su ocupación actual

- a. Empleado _____
- b. Estudiante _____
- c. Independiente _____
- d. Desempleado _____

5. Por favor dígame si ha leído usted el periódico La Pupila, (si dice que no, ir a la pregunta #13)

- a. SI _____ b. NO _____

6. Por favor dígame ¿Qué le interesa a usted del Periódico La Pupila? (leer despacio e ir señalando)

- a. Arte y entretenimiento _____
- b. Negocio _____
- c. Educación _____
- d. Familia y crianza de los hijos _____
- e. Comida y bebida _____
- f. salud y estado físico _____
- g. Aficiones _____
- h. Hogar & Jardín _____
- i. Mascotas _____
- j. Religión y espiritualidad _____
- k. Ciencias _____
- l. Sociedad _____
- m. Deportes _____
- n. Estilo de moda _____
- o. Tecnología y Computación _____
- p. Viaje _____
- q. Vehículos _____

7. Por favor dígame, ¿Por cuál medio consume el Periódico La Pupila?

- a. Físico _____ b. Digital _____ c. Ambas _____

8. Por favor dígame... ¿Qué tan importante es que la información que brinda el Periódico La Pupila contribuya al cambio social en el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín?

- a. Nada importante _____ b. Poco importante _____ c. Muy importante _____

9. Por favor dígame si ¿Ha participado en el periódico La Pupila? (En caso de ser negativa la respuesta pasar a la pregunta #13)

SI ___ NO ___

10. ¿Cómo ha participado en el periódico de La Pupila? (leer despacio y señalar)

- a. Producción ___
- b. Escritura ___
- c. Económicamente ___
- d. Socialmente ___
- e. Logística ___

11. ¿Por qué ha participado en el Periódico La Pupila?

- a. Incentivos económicos ___
- b. Aportar temáticas para el desarrollo de la comunidad ___
- c. Aporte en el diseño del periódico ___
- d. Repartir el periódico (Logística) ___
- e. Contribuir a la transformación del barrio Campo Valdés ___

12. (Si en la pregunta 10 no se participó en escritura, no es necesario leer la pregunta, solo responder ninguna de las anteriores) ¿Con qué temáticas ha participado en el Periódico La Pupila? (puede señalar varias)

- a. Arte y entretenimiento ___
- b. Negocio ___
- c. Educación ___
- d. Familia y crianza de los hijos ___
- e. Comida y bebida ___
- f. salud y estado físico ___
- g. Aficiones ___
- h. Hogar & Jardín ___
- i. Mascotas ___
- j. Religión y espiritualidad ___
- k. Ciencias ___
- l. Sociedad ___
- m. Deportes ___
- n. Estilo de moda ___
- o. Tecnología y Computación ___
- p. Viaje ___
- q. Vehículos ___
- r. ninguna de las anteriores ___

13. Por favor dígame entonces ¿Qué lo motivó o motivaría a usted a participar en el Periódico La Pupila? (leer despacio y señalar)

- a. Proponer temas de interés social ___
- b. transformar el barrio Campo Valdés ___
- c. resolver las necesidades de la comunidad ___
- d. recibir incentivos económicos ___

- e. repartir el periódico en el barrio _____
- f. participar en el diseño del Periódico La Pupila _____

14. ¿Qué significado tiene para usted que exista en el barrio Campo Valdés un medio como La Pupila Comunicaciones?

- a. Permite la participación _____
- b. Hace visible a la comunidad _____
- c. Visibiliza las problemáticas sociales _____
- d. Es instrumento de transformación _____

15. ¿Qué importancia tiene para usted recibir el periódico La Pupila en su versión virtual o física?

- a. Importante _____
- b. No tan importante _____
- c. Sin importancia _____

16. ¿Qué sabe usted del Periódico La Pupila?

- a. Es un medio del barrio Campo Valdés _____
- b. Es un medio diferente a los medios masivos de comunicación _____
- c. Es un medio que sirve a la comunidad _____
- d. Busca visibilizar la comuna 4, por lo tanto, al barrio Campo Valdés _____

17. ¿Cuáles son los temas que cree usted que deben de abordarse para desarrollar el periódico? Por favor, responder máximo tres (opciones).

- a. Temáticas de la vida diaria _____
- b. temas de paz _____
- c. temas de actualidad _____
- d. Temas de innovación _____
- e. Pasatiempos _____
- f. Sección de datos curiosos _____
- g. Temáticas de historia _____
- h. Temáticas de economía _____
- i. Visibilizar habitantes de la comuna 4 a través de perfiles, crónicas, y reportajes _____
- j. Temáticas sociales _____
- k. Temáticas políticas _____

18. Por favor dígame... ¿Qué se entiende por participación? Según las palabras que le voy a nombrar, por favor dígame si está cerca a la palabra participación, siendo el número 5 la más cercana a su significado y el número 1 el más lejano. (Marque con una x la cercanía que tiene la palabra Participación con otra, siendo el número 5 la más cercana a su significado y el número 1 el más lejano a su definición. Responder todas las opciones presentadas.

- a. Participación 1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ Solidaridad
- b. Participación 1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ Colaboración
- c. Participación 1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ Confianza
- d. Participación 1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ Responsabilidad

19. ¿Por favor dígame... ¿Qué entiende por Periodismo? Según las palabras que le voy a nombrar, por favor dígame si está cerca a la palabra Periodismo, siendo el número 5 la más cercana a su significado y el número 1 el más lejano a su definición. (Tachar con una x la cercanía que tiene la palabra Periodismo con otra, siendo el número 5 la más cercana a su significado y el número 1 el más lejano a su definición). Responder todas las opciones presentadas. Todas las opciones presentadas.

- a. Periodismo 1 2 3 4 5 Informar
- b. Periodismo 1 2 3 4 5 Difusión
- c. Periodismo 1 2 3 4 5 Comunicación
- d. Periodismo 1 2 3 4 5 Investigación

20. ¿Cómo es la comunicación en el barrio Campo Valdés?

- a. Comunitaria: construye y comparte la voz de las personas del barrio, haciéndolas visibles
- b. argumentada: es cuando se quiere convencer a otra persona sobre algún suceso, este usa datos, opiniones, pruebas, entre otros...
- c. dialógica: es cuando las personas mantienen un diálogo

21. ¿De qué temas habla con frecuencia usted con sus vecinos sobre el barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín? (leer despacio e ir señalando)

- a. el clima
- b. la Junta Administradora Local (JAL)
- c. Situación económica de los habitantes
- d. proyectos en la Comuna 4 de Medellín
- e. Sobre centros educativos
- f. La seguridad del barrio
- g. Sobre la juventud
- h. La seguridad vial
- i. La salud de los habitantes
- j. Eventos de la casa cural de la Parroquia El Calvario
- k. Sobre las propiedades patrimoniales del barrio Campo Valdés
- l. Oportunidades educativas de la comunidad
- m. Oportunidades laborales de la comunidad
- n. Sobre decisiones tomadas por una entidad pública
- o. Rumores

22. ¿Qué interés cree usted que tiene para la comunidad las situaciones que ocurren en el barrio Campo Valdés, para que aparezcan en un medio local como La Pupila?

- a. Mucho interés
- b. Poco interés
- c. Nada de interés

23. ¿Cuáles situaciones cree usted que ocurren en el barrio Campo Valdés que deban publicarse en el Periódico La Pupila? (Leer despacio y señalar).

- a. La situación de desempleo en el barrio Campo Valdés
- b. El comercio informal



- c. La infraestructura de las vías en Campo Valdés _____
- d. La seguridad vial _____
- e. Los aportes innovadores de los jóvenes en sus instituciones educativas _____
- f. la educación de los jóvenes _____
- g. el cuidado del medio ambiente _____
- h. la protección de los animales _____
- i. la atención de los adultos mayores _____
- j. el ejercicio y los adecuados hábitos alimenticios _____

24. Por favor dígame, ¿Qué tan importante es la comunicación para el desarrollo del barrio Campo Valdés?

- a. Nada importante _____
- b. Poco importante _____
- c. Muy importante _____

25. La comunicación comunitaria permite el desarrollo social. Por favor dígame de las razones que le voy a leer a continuación, ¿Cuál sería la razón más cercana que fundamenta el desarrollo social del barrio Campo Valdés?

- a. La comunidad se conoce mejor y se identifican los problemas comunes _____
- b. Se dan a conocer problemáticas que afectan a la comunidad _____
- c. Permite que la comunidad se exprese _____
- d. Fortalece las relaciones entre las personas de la comuna _____

26. Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la afirmación que le voy a leer a continuación: la Comunicación para el desarrollo genera que las personas tomen conciencia sobre las situaciones que afectan el crecimiento de una comunidad y es allí, donde la comunicación ayuda a transformar la conducta de las personas.

- a. Muy de acuerdo _____
- b. De acuerdo _____
- c. En desacuerdo _____
- d. Muy en desacuerdo _____

27. ¿Por favor dígame qué opción considera más acertada para identificar un medio alternativo?

- a. Son los medios de comunicación de la comunidad _____
- b. propone lo alternativo a los medios de comunicación tradicionales (los más utilizados) _____
- c. Nace de aquellos individuos que quieren comentar su entorno _____

Muchas gracias por participar, sus respuestas contribuirán al proyecto investigativo enfocado en el cambio social del barrio Campo Valdés, cuyo objeto le hemos hecho conocer al inicio.

8.1.2 Transcripción entrevista al líder social, Osvaldo Antonio Ramírez (Anexo 17)

Valeria:

Bueno, para comenzar por favor dígame su nombre.

Líder:

Osvaldo Antonio Ramírez Serna.

Valeria:

Por favor dígame... ¿Para usted qué es el cambio social?

Líder:

El cambio social es la transformación de las comunidades a través de la educación, de los valores, de los principios, de todo aquello que nos han enseñado nuestros ancestros.

Valeria:

¿Para usted qué es la comunicación?

Líder:

La comunicación es la transmisión de algo que tenemos, por ejemplo, con los líderes, con los ciudadanos, con la parte ambiental, es llevar una información.

Valeria:

¿Qué es una comunidad?

Líder:

Una comunidad es la cantidad de número de personas que viven alrededor nuestro.

Valeria:

¿Qué es participación?

Líder:

Participación es integrarse uno con la comunidad y empaparse de su gran cantidad de problemas que tiene cada una de ellas.

Valeria:

¿Qué es un medio alternativo?

Líder:

Un medio alternativo es aquel que nace y surge y conoce los problemas de cada una de las comunidades.

Valeria:

Cree usted que la comunicación puede generar cambio social en una comunidad ¿Y por qué?

Líder:

Si, toda comunicación o el estar enterado de cada uno de los problemas que puede vivir una comunidad es importantísimo, si no conocemos, no podemos hacer nada, pero a través de una comunicación podemos estar enterados de lo que podemos hacer con cada una de ellas.

Valeria:

¿Cree usted que los medios de comunicación alternativos son necesarios para la comunidad?

Líder:

Si, muy importantes.



Valeria:

¿Por qué?

Líder:

Porque estamos hablando que los medios alternativos son aquellos que van prácticamente de calle en calle, de ciudad en ciudad y realmente por cada una de las comunidades nos daremos cuenta de sus necesidades más prioritarias.

Valeria:

¿Cuáles cree usted que son las razones para que las personas de una comunidad conozcan los medios de comunicación de su comuna y participen en ellos?

Líder:

Son muchas, empezando porque desafortunadamente las personas no conocen muchos de sus beneficios, de sus necesidades, de decir que lo que necesita cada una de sus comunas y a través de estos medios nos están informando tanto de beneficios como de auxilios etcétera.

Valeria:

¿Y qué permite que las personas participen en ellos, en qué puede ayudar esto?

Líder:



Necesitamos más de conocimiento de cada uno de estos medios alternativos que hay en cada una de las comunidades, porque si no conocemos es muy difícil de llegar hasta allá, hay gente que no conoce nada de lo que es una junta administradora local, inclusive que es una acción comunal, ni conocen donde queda cada una de sus sedes.

Valeria:

¿Cuál es la intervención de un medio alternativo para el desarrollo de una comunidad?

Líder:

Los medios alternativos son importantísimos porque dan a conocer cada uno de los proyectos que puede estar beneficiando a cada una de las comunidades.

Valeria:

¿Cómo se evidencia que la comunicación incide en el desarrollo de la comunidad?

Líder:

A través de muchas de las cosas que pasan en cada una de ellas, por ejemplo, hablando del medio ambiente, del reciclaje, de los subsidios, de la participación de cada uno de los ciudadanos en las votaciones, a través del presupuesto participativo.

Valeria:

¿Y cómo se evidencia que los medios de comunicación alternativos inciden en el desarrollo de la comunidad?

Líder:



Son importantísimos porque dan como una especie de más claridad, de cada una de las cosas que ocurren en cada uno de estos lugares.

Valeria:

¿Cuál es la función de los líderes sociales de los barrios?

Líder:

Los líderes sociales son representantes de cada una de las comunidades y son los que llevan ehh... pues a las comunidades o que llevan a la Alcaldía, los Consejos ehh... prioridades de cada una de ellas. Los líderes son prácticamente los voceros del pueblo, los que hablan más fácil con cada uno de sus concejales porque las ciudades no sería un medio para cada uno de los ciudadanos.

Valeria:

¿Cuál es el papel más difícil que desempeña un líder social?

Líder:

El papel más difícil es no poderle ayudar a cada uno de los integrantes de esa comunidad, uno se pone en un parangón: si ayuda a unas personas hasta donde uno puede es muy bueno y aquellas personas que no puede ayudar es muy malo.

Valeria:

¿Cuál es su percepción sobre los medios alternativos que existen en las comunidades?

Líder:

Han sido buenos, falta un poquito más de presencia.

Valeria:

¿Cómo participan los líderes sociales en los medios comunitarios?

Líder:

Primero que todo, conociéndolos, dónde están y para dónde vamos, sería importante conocer los directores, y llevarlos a cada uno de los barrios o comunidades.

Valeria:

¿Qué tan importante considera usted la comunicación en el barrio campo Valdés para lograr un cambio social?

Líder:

Es muy importante ya que, teniendo conocimiento, podemos integrar más a cada una de las personas y soltarnos más de estos prejuicios que nos acompañan todos los días.

Valeria:

Don Osvaldo ahora cuénteme un poco más... usted como líder social, ¿En qué se ha desempeñado?, cuéntenos sobre su cargo

Líder:

Yo soy Co- fundador de dos acciones comunales, que son la Piñuela y la Maquinita, fui de la Junta Administradora Local 98 /2000, siempre trabajando por la niñez, por la juventud, por sacar adelante cada una de las comunidades a través de valores, principios; hoy en día vemos los cambios que está presentando la juventud, esos cambios no son de ahora, esos cambios vienen desde tiempo atrás. La gente está exponiendo lo que siente y esos cambios los necesitamos. Soy representante de dos editoriales: Asesoría y Suministro Napoleón S.A.S y la otra se llama Nueva Generación Educativa, donde trabajamos en la gran mayoría de los colegios oficiales con los talleres de ética y valores, y ahora estamos a punto de lanzar lo que se llama “Contra cara una vida estética” que es algo impactante sobre lo que pasa en cada una de las ciudades, como es donde estamos abordando temas como el embarazo adolescente, el acoso sexual, el bullying y el súper bullying, estamos hablando de la parte de sustancias psicoactivas en la instituciones y el suicidio que está disparado pero nadie habla de ello.

Valeria:

Don Osvaldo muchas gracias por la entrevista.

Líder:

Listo Valeria es con mucho gusto, aquí estamos atentos a lo que te podamos colaborar, que Dios te bendiga.

8.1.3 Transcripción entrevista a la experta en periodismo y comunicación alternativa, María Josefa Restrepo Brand (Anexo 18)

Juan Vanegas: ¿Para usted qué es el cambio social? Usted como experta...

Josefa Brand: para uno hablar de un cambio social uno tiene que partir de un análisis del contexto del país y de el mundo en el que vivimos.

Entonces hablar del cambio social es hablar de un contexto en un país

donde la desigualdad, los intereses privados, particulares, están en función de unos cuantos. Entonces cuando hablamos de un cambio social también hablamos de un cambio estructural y unas estructuras económicas, políticas y sociales, es un cambio que permita que las personas, que los seres humanos quienes hacen parte de determinado conglomerado puedan sentirse parte y puedan disfrutar como de la vida y tener pues como un buen vivir donde tengan sus condiciones necesarias para la supervivencia y no solo para la supervivencia sino también para vivir como individuos y como comunidad, disfrutando de un bienestar, es decir, el cambio social es algo que tampoco se decreta, el cambio social tampoco está vinculado a muchas esferas o a muchas partes de la vida. Muchas veces hay cambios sociales que pues no se van a lograr a nivel estructural pero que hay que ir cambiando desde las particularidades, los individuos, desde lo que podamos hacer desde lo local, desde lo particular, buscando siempre incidir en generar unos cambios de paradigma, unos cambios sociales, unos cambios de ver la vida y disfrutarla.

Valeria Cossio: Profesora Josefa cuéntenos ¿Para usted qué es la comunicación?

Josefa R: partimos como de un hecho sencillo pues de lo que es comunicar que es la posibilidad de interactuar con el otro, con la otra persona y es un medio por el cual nos damos a conocer, con el cual interactuamos con otras personas, donde la comunicación tiene otros elementos que le hacen posible, no solamente un tema de informar lo que yo quiero, sino que hay una intencionalidad a la que hay que llevar a que la otra persona que está al otro lado de mi mensaje lo pueda comprender y podamos tener también unos códigos y unos referentes en los que se pueden generar y dinamizar la comunicación. Entonces siempre va a estar muy ligada es a esa intención de comunicar y ver como logro que el otro me comprenda y podamos interactuar conjuntamente.

Juan Vanegas: con la respuesta anterior quisiera preguntar ¿cree usted que la comunicación puede generar cambio social en una comunidad y por qué?

Josefa R: cuando hablamos de comunicación en general pues también uno puede mirar desde donde mirar el término de comunicación. Porque tenemos en nuestro contexto una comunicación que contribuye a reforzar toda una ideología dominante donde los medios tradicionales que llamamos yo ya ni los llamo masivos porque yo diría que la comunicación alternativa puede ser y es tan masiva como la comunicación que hemos llamado masiva a los tradicionales, entonces esa comunicación es posible generar desde donde nos paremos, mirar si es posible o no generar también transformación social. Es posible de que yo dependiendo de ese enfoque que le dé a la comunicación, es intencionalidad que yo le estoy dando, entonces son esos elementos que están interviniendo en los procesos de comunicación, o como me veo yo como emisor, pero como está el receptor puede ser emisor en un momento dado, es también como yo desde la comunicación yo puedo generar de actitud, cambios de conciencia, temáticas o de momentos, o de contextos que vivamos dependiendo de que yo trabaje desde mi punto de vista de comunicación y de donde me ubique, puedo generar cambios y puedo generar posibilidades sobre todo de que a través de la comunicación generemos reflexiones frente a determinadas temáticas, la posibilidad de generar procesos de investigación, la posibilidad de permitir la creación también de que las audiencias que están en este proceso de comunicación se sientan partícipes y sean parte activa de todo este proceso.

Valeria C: profesora, ahora nos comentabas sobre la comunicación alternativa, contextualicemos un poco sobre ¿de qué es un medio alternativo y de qué se trata este tipo de comunicación?

Josefa R: cuando hablamos de medios alternativos pues, muchos dirían el concepto de alternativo. Cuando en la década... bueno históricamente se ha hablado de la comunicación; que ha estado articulada de todos los cambios de la sociedad e inicialmente cuando se habló del término de comunicación ni siquiera se hablaba de comunicación sino de la información. Entonces se hablaba de información simplemente y estos medios de comunicación que eran informativos simplemente informaban hechos de cosas que estaban sucediendo pero de ahí para allá no

importaba sino simplemente informar. Pero se genera como todo un proceso ya de mirar que la comunicación viéndolo desde una parte ya más hegemónica ya de los países y de todo pues que ya la desarticulación que había de los países del primer mundo, del tercero entonces las raíces del tercer mundo estaban sometidas a todas las políticas de este tipo de países donde no había ninguna incidencia y la comunicación precisamente entraba a reforzar todo ese sistema hegemónico entonces hay toda una oleada de gestores de mirar posibilidades de cómo la comunicación no podía estar conyugada simplemente a generar esos procesos de re afirmar equis política económica o social de los países que nos dominaban sino como podría ser como generar otros procesos. Es allí donde se encontró otras formas de comunicar, otras formas de también de llevar algunos mensajes y que fueran más los mensajes en los países en los que estábamos, entonces tenemos varios teóricos que nos ilustraron mucho sobre lo que era el tema también de la educación y la comunicación popular, Paulo Freire por ejemplo; fue un pionero de como desde la comunicación podríamos generar procesos de formación que permitieran ser alternos a esa política hegemónica que se veían en esos países. Entonces empieza a mirar otro tipo de comunicación, una comunicación más determinada en una comunidad determinada y buscando unos objetivos entonces se generan procesos de comunicación en su contexto, en algunos momentos fue desde la radio, pero también del medio escrito que también teníamos como en esa época, se generan periódicos, programas radiales y más adelante unos programas de televisión que va mostrando otro tipo de comunicación y de como se manejaban unas temáticas que permitieran generar desde una parte más pedagógica que permitiera comprender las temáticas, la realidad que se está viviendo y de cómo se llega a incidir en unos temas específicos. Pues uno podría mirar experiencias incluso en los mismos barrios que ustedes están trabajando donde se pone un tema en específico o digamos que por el ejemplo el año pasado vivimos el tema de la pandemia de como desde los medios alternativos y comunitarios se miraba desde otros puntos de vista y que las personas participaran y como se lograban contenidos desde sus propios espacios pero que también a pesar de que los medios podían mostrar e informar un poco en este caso la parte

gubernamental frente al tema, ellos también lograban mirar ese tema en el contexto y mirar cuáles eran las necesidades concretas que tenían y tenemos yo creería que una experiencia muy bonita en la zona nororiental que ellos trabajaron mucho no simplemente de cómo lograr del estado simplemente que el estado atendiera esa emergencia y diera por ejemplo, se planteaban algunos subsidios, algunas cosas muy puntuales sino que se planteaban que el problema por ejemplo educativo y de salud era tan profundo que se necesitaban unas propuestas más estructurales y ellos logran elaborar un plan casi que de desarrollo digamos que para que las comunidades se articularan y se exigiera frente a la administración municipal. Es decir, los medios alternativos son posibles y es una forma pues también de llevar un mensaje diferente que inciden en algunos temas específicos, pero claro, hay muchas definiciones también de lo que son los medios alternativos, algunos dicen que son medios comunitarios, también otros dicen que son medios ciudadanos, que son medios independientes y yo diría que me parece que como los denominemos sería más mirar cómo es el enfoque de hacia donde se está orientando este tipo de comunicación.

Juan Vanegas: excelente Josefa, desde ese ámbito de participación y de conocimiento de que las personas participen en los medios entonces ¿Cuáles cree usted que son las razones para que las personas de una comunidad conozcan el periódico por ejemplo de su barrio y que también participen, cuáles cree usted que son las razones para que esto pase?

Josefa R: aquí yo diría que hay mucha tela que cortar, en qué sentido, lo primero es que se parte un poco más de la conciencia del que organizan alrededor de esas organizaciones sociales que le dan importancia al tema de la comunicación que fortalece las dinámicas económicas, políticas y sociales de una comunidad o de aquellos que también simplemente son agrupaciones o son grupos que su tema específico es la comunicación, entonces de qué se parte primero? La intención que tiene ese grupo que se aglutina frente a ese objetivo, tenemos una comunidad que yo diría, dependiendo del contexto también ciudad, del país, internacional donde si bien hay unas condiciones generales, económicas de unas

comunidades de unas necesidades políticas de algunas comunidades específicas no hay una conciencia total de esa importancia de los medios de comunicación, casi que a quienes lideran esos procesos les toca un doble trabajo, como ir mostrando a la comunidad la importancia de estos medios ¿Cómo lo logran? Lo logran a través del trabajo que realizan, de la forma como logran que su comunidad participe y de las temáticas concretas que empiecen a trabajar. Lo bueno es que cuando estos medios de comunicación ganan reconocimiento por la comunidad, la comunidad los busca, ¿para qué? Cuando a veces necesitan, cuando tienen información, es decir, cuando ellos ven y reconocen en estas expresiones de comunicación su validez, yo diría hay en algunos barrios o en algunas historias de todos los medios de comunicación alternativos, cuando por ejemplo, nosotros trabajábamos en una corporación cultural en el barrio Kennedy en la década del 80, 90, 2000 y una corporación que tenía una dinámica pues infantil, juvenil, teníamos procesos de comunicación, se trabajaba el tema de desarrollo, muchos temas, muchas cosas, había muchas actividades culturales que movía y uno iba, pues cualquier persona podría decir, unas dos, a veces hasta cuatro y cinco cuadras a preguntar si conocían la corporación y no la conocían. Resulta que se habían generado muchas actividades pero no siempre les llega a todo el mundo, entonces usted puede tener una comunidad donde hace muchas actividades pero hay gente que ni se da cuenta, o si de pronto dice, ¿vos conoces esos muchachos que hacen esas recreaciones en las cuadras? Ahí sí conocen pero muchas veces con el nombre en la institución ni siquiera lo conocen. Entonces yo diría que sí, es importante incluso que la comunidad los reconozca, que sepa que existen y que los busquen, pero la verdad eso es un proceso que logra con la constancia y la resistencia de lo que implican los medios alternativos, mucho yo diría... va en esa resistencia y en esa constancia de quienes lideran esos procesos y de que ya son conscientes del papel que ellos juegan en esas dinámicas, pero el trabajo doble a parte de que se hace y se hace un trabajo también hay que buscar esas formas de llegar a los diferentes sectores poblacionales de una comunidad y lograr que ellos se sientan representados.

Valeria C: profesora, de acuerdo a su experiencia ¿Cómo se evidencia que lo que comunican estos medios alternativos inciden en el desarrollo de la comunidad?

Josefa R: ¿cómo se evidencia? Yo diría que... pues en su trayectoria, los medios alternativos y comunitarios tienen su origen, ellos surgieron también como esa necesidad de emancipación, un poco de lo que les comentaba de la historia anterior de emanciparse de buscarse otras formas y de hacerse sentir... en ese sentido los medios de comunicación alternativos en su mayoría, pues yo diría que en su mayoría no trabajan solos y es parte indispensable es trabajar en red, trabajar con otros y poder incidir en políticas. Ejemplo, generalmente no se trabaja comunicación simplemente por informar, la comunicación siempre está articulada y tiene alguna intencionalidad, tiene un tema específico, tiene un tema especial, entonces en ese sentido se busca mucho la articulación con nosotros para poder incidir. Ejemplo, cuando en la zona noroccidental el tema se tenía pero esa es una de las cosas dentro de los procesos de comunicación y más alternativos es muy importante que entre todos se busquen un eje que los nucleen, o sea que puede nuclear todas esas iniciativas barriales o locales que existen, qué los puede nuclear para que incidan colectivamente en determinadas problemáticas, en determinados temas, porque esa es como la idea. Entonces hubo experiencias en la zona noroccidental donde se trabajó el tema de la educación, entonces no habían colegios en la década de los 80, no habían colegios en esa zona, colegios oficiales, habían muchos privados pero no habían oficiales. Las escuelas se estaban cayendo porque no había mantenimiento, el problema de los cupos para los niños, los padres de familia tenían que mandar a los estudiantes a otros barrios y otras ciudades porque no habían, entonces, ¿qué hicieron todas las organizaciones sociales? Se unieron precisamente a solicitar una mirada en ese entonces no era el municipio de Medellín, sino que era el departamento de Antioquia el que atendía los temas de educación, se juntan esas organizaciones, se hacen unos planes de comunicación de todos y se incide desde la movilización y de todas esas acciones comunicativas a que la administración municipal pudiera mirar y atender esas necesidades. Entonces hay muchas experiencias donde hemos podido incidir en determinadas problemáticas. Otro ejemplo lo tenemos en la década del

2000, más o menos en el 2005 la red de organizaciones comunitarias de Medellín agrupada alrededor de 25 o 27 organizaciones sociales y comunitarias de todo Medellín, ¿cuál era el tema central, o sea cuál era esa agenda que movía esas organizaciones y todos esos procesos de comunicación? Era la desconexión de todos esos servicios públicos. Teníamos alrededor de 30, 50 mil familias desconectadas de los servicios públicos y uno diría que en el 2005, una ciudad que todavía se hablaba pues del desarrollo, del avance tecnológico de la ciudad más innovadora y resulta que nosotros encontramos en los barrios niños que estaban estudiando con velas porque no tenían servicios públicos, encontramos señoras en sus casas cocinando con leña dentro de las casas, no tenían forma de pagar los servicios públicos. Se hizo un trabajo muy conjunto y de incidencia política donde yo siempre hablo de los medios de comunicación articulados a esa unidad de dinámicas sociales, económicas y políticas... entonces se hizo toda una interacción, pues se hizo que en empresas públicas pudieran atender algunos casos concretos y mirar soluciones también para las comunidades, no se soluciona todo pero por lo menos se inciden en algunos ejes específicos y como esos hay muchísimos ejemplos, es decir, es la acción entre la movilización y el papel de la comunicación como articulador, como generador de procesos pedagógicos que puedan entender y mirar otras posibilidades de acción y trabajo conjunto.

Juan V: te quería preguntar con base a eso que nos estabas diciendo de lo que se incide en la comunidad, entonces ¿Cómo se forman los comunicadores sociales para estar en estos medios alternativos y generar, digamos incidir en esta comunidad?

Josefa R: Marcos Vega, compañero docente de la universidad (pues yo no sé si ustedes saben yo ya no estoy en la universidad, ya no soy docente de la universidad desde este año, para que si van a poner en créditos... fue docente de la Luis Amigó). Marcos Vega y yo, bueno nosotros nos conocimos en la universidad de Antioquia que nosotros hicimos el magíster en educación y allí nosotros hicimos un trabajo porque la corporación Educativa y Cultural Simón Bolívar del barrio Kennedy tuvo una escuela de comunicación entonces nosotros lo que

hicimos fue mirar un poquito el componente de comunicación y de periodismo que tenía esa escuela de comunicación con los estudiantes y allí analizamos un poco eso que ustedes plantean, es decir, cómo es la sensibilidad de los jóvenes y de los que estudian comunicación para trabajar en esta esencia de la comunicación alternativa u otro tipo de comunicación, entonces encontrábamos que realmente las universidades excepto pues digamos, nosotros mirábamos programas de comunicación, valoramos por ejemplo la universidad Minuto de Dios y valoramos elementos concretos y el pênsum de algunas de las áreas de la universidad Luis Amigó. Que algunos componentes que uno diría es la posibilidad de acercamiento, entonces ¿Qué encontrábamos nosotros en ese trabajo? Encontrábamos que por ejemplo en las mismas comunidades se ha ido trabajado y se le ha dado tanto énfasis en la comunicación que usted se encuentra en estos medios alternativos personas profesionales o personas que se han ido perfeccionando y calificando en este tema de la comunicación alternativa, entonces estas organizaciones sociales han sido como unas escuelas y las organizaciones sociales también que le han dado énfasis a la comunicación porque también tengo organizaciones sociales que no valoran el proceso de comunicación, no porque no tengan comunicador, sino porque en sus procesos administrativos y de desarrollo de proyectos no tienen ese componente de comunicación entonces nosotros valorábamos por ejemplo, la corporación Simón Bolívar, allí teníamos desde los primeros trabajos desde la década de los 80 siempre se trabajó la comunicación articulada en los procesos a esas dinámicas culturales y sociales y políticas las cuales estaban articuladas, entonces siempre teníamos un componente de comunicación. Tanto que teníamos un proceso que se llamaba Plan de Desarrollo Sonán, de ahí de la zona noroccidental de Medellín que en la década del 80 y del 90 pues nosotros no estábamos divididos en comunas sino en zonas, entonces nosotros no éramos la comuna 5, 6 y 7 sino la zona noroccidental, entonces nosotros teníamos un proceso de planes de desarrollo de cómo incidir, nosotros siempre estábamos buscando el trabajo colectivo, cómo articularnos para incidir en el desarrollo local, sino para incidir al desarrollo municipal. Entonces allí surgió la necesidad de la formación para generar líderes populares comunicación y allí surgió

la escuela de comunicación popular y fue una escuela de comunicación popular que les cuento que fue una experiencia, lástima que no se siguió con la experiencia, pero fue una experiencia que duró unos siete años, ahí teníamos por ejemplo varios niveles, teníamos tres niveles, según el nivel del estudiante y estudiaban amas de casa, niños, adultos, jóvenes, o sea era muy integral. En las primeras eran pues las sensibilizaciones en todas las partes de comunicación, en la segunda se empezaba a especializar un poquito... que a usted le gustó radio, prensa, televisión, fotografía o digital entonces se empezaba a especializar y en el tercero era aprender prácticas obvio sobre eso. Veíamos por ejemplo que había organización como convivamos que eran de la zona nororiental que también genera procesos de formación en comunicación, la Corporación Picacho con Futuro que es de la zona nororiental, la corporación Mi Comuna también en la zona nororiental y también ciudad comuna también en la zona nororiental en Campo Valdés. Resulta que encontrábamos que esa parte, o sea esa sensibilización a esos jóvenes que se articulaban a esos procesos sociales y comunicación, se incidió mucho en ellos en que su mayoría se fueron a estudiar comunicación a las universidades, o sea fue la primera sensibilización para que ellos definieran el campo de la comunicación y hoy en día uno puede decir: "son comunicadores" que donde se están, igual tienen ese sello de buscar otro tipo de comunicación, de la articulación. Los cursos de la universidad yo diría que la posibilidad que hemos tenido con el curso de periodismo y medios alternativos cuando yo estuve en la universidad y dicté y tuve una orientación pero no sé si todos lo hacen desde el primer semestre en ese curso comunicación, educación y cultura también va ahí un acercamiento y también de los cursos del componente de periodismo, hemos tratado de acercarlos un poco también a ese trabajo local, a ese trabajo de contar las historias desde lo local, de dar una mirada diferente, pues es decir, yo pienso que algunas de las universidades nos damos la pela en eso, pero en su mayoría todavía es muy tierna esa posibilidad porque a veces hay que lograr un poquito más de esos cursos de por ejemplo del campo del periodismo de comunicación y que se puedan articular también las comunidades a que hagan parte también de como esos procesos de comunicación que se generan en los barrios.

Entonces yo diría, hay algunos cursos que nosotros participamos también con el tema de periodismo alternativo que se estaba haciendo en la universidad en un encuentro de periodismo de la red de periodismo universitaria donde encontrábamos también algunos trabajos muy interesantes, yo pienso que hay una apertura, hay un reconocimiento a la validez de esos trabajos y encontramos yo creo que ya en los mismos trabajos comunitarios profesionales de la comunicación

Valeria C: en el periodismo alternativo se habla mucho de participación y ahora nos mencionabas sobre los procesos de comunicación, ¿cómo cree usted que contribuyen esos procesos comunicativos, como esos propósitos como tal de los habitantes al cambio social?

Josefa R: ¿Los propósitos participativos? Veamos si sí le entendí la pregunta... yo diría, bueno... una de las herramientas que tiene la comunicación es generar procesos de comunicación desde diferentes momentos del proceso de comunicación, yo por ejemplo, y yo creo que ustedes lo vieron en el proceso que ustedes también desarrollaron en las prácticas en la comunidades como la idea no es llegar simplemente con ¡ve, yo quiero hacer esto y listo! Sino que se necesita indagar un poquito sobre el contexto, entonces si yo estoy haciendo una comunicación, pero yo tengo claro cuál es el contexto, cuál es mi objetivo, como me articulo, como estoy, desde ese punto de vista yo estoy generando procesos de participación, estoy generando a través de mi discurso o mi desarrollo de contenidos que no los voy a desarrollar solo sino que voy a integrar muchas personas de esas comunidades o de quienes estén participando, para quienes va dirigido todo ese proceso de comunicación, pues yo esos elementos pedagógicos que estoy trabajando yo también puedo ir generando conciencia e ir cambiando también algunos paradigmas o ir generando algunas formas, puede uno ir generando procesos y a través de la continuidad, pues uno va generando otras formas de ver la vida también y al yo generar que me cambien y que me transformen un poco lo que yo estoy viviendo hacia como mejorar no solamente en lo individual sino ponerse en que los medios alternativos están articulados a unas comunidades específicas y

a unos objetivos específicos, entonces también se va incidiendo en esos objetivos y va poco a poco lograr otras condiciones. Les cuento por ejemplo otra experiencia nosotros con la escuela de comunicación les cuento que hubo mucha producción audiovisual aproximadamente hace unos tres o cinco años estoy muy dedicada a la recuperación de patrimonio desde lo audiovisual ¿y lo audiovisual es qué? Que en la zona noroccidental en muchas organizaciones de la ciudad tenemos registros de todo lo que de vivió en su momento determinado, yo les conté que la corporación desde sus inicios tuvo muy claro el papel de la comunicación en estos procesos, por lo tanto, hay mucho registro, tanto impreso, fotografía, audiovisuales sobre los hechos y acontecimientos de la década del 80, 90 y 2000, sucedieron no solamente en la zona noroccidental sino también en la ciudad. Estos medios de comunicación se van convirtiendo por ejemplo, en esa memoria, en este momento eso es un patrimonio que hay que recuperar, es decir, como vivieron y como construyeron nuestras familias la ciudad, como abordaron determinadas temáticas, cómo resistieron a la violencia todo estos hechos que cada época nos trae. Los medios de comunicación se van convirtiendo también en ese registro de todos esos hechos, no sé si han visto por ejemplo, que muchas partes de la investigación nos vamos a mirar los recortes del periódico del colombiano y del mundo a qué dijeron en tal época ¿Qué pasa? Ellos nos cuentan cierta historia pero las organizaciones nos están contando otras historias, nosotros en ese proceso de recuperación que estamos de ese patrimonio desde lo audiovisual y fotográfico hicimos en febrero del año pasado antes de que empezara la pandemia o los primeritos días de marzo un encuentro con los estudiantes de comunicación que estuvieron en la escuela de comunicación solamente para reunirlos para mirar los productos que ellos hicieron y disfrutar un poquito el momento, encontrábamos que el paso que ellos hicieron en la corporación en su tiempo de estudio y en todo lo que hicimos de trabajo y de prácticas, les aportó mucho para la vida, entonces les transformó la forma de ver el mundo, de buscar otras posibilidades, de buscar otra comunicación, en lo social, en lo otro, pues como muchas cosas; entonces mirá, son transformaciones, son cambios que no son de la noche a la mañana, o sea uno va trabajando todo y cuando uno menos piensa los cambios se van generando, yo por

ejemplo, en la época del 70, yo trabajaba en un colegio y allí estábamos luchando por el tema educativo pero también hicimos unos trabajos de recreación en las cuadras, hacíamos actividades culturales, les enseñamos danzas a los niños, bueno una cantidad de cosas, para contarles que por ahí 15 o 20 años después me encontré unos jóvenes en la red juvenil, una red que trabaja en Medellín por el derecho de los jóvenes y la chica me decía usted incidió para que yo esté en eso por ese trabajo que ustedes hicieron en el barrio, entonces mirá, esos procesos de cambio y de transformación a veces no los ve uno ahí, pero con el tiempo se van visibilizando, entonces yo pienso que por ahora es cuestión de lo que estamos haciendo y de lo que hacemos y que con seguridad los cambios se van viendo desde lo individual y desde lo colectivo

Juan V: profe excelente tus respuestas, muchísimas gracias, vamos a dar finalizada la entrevista y pues profe tus respuestas contribuirán al proyecto investigativo que está enfocado al cambio social en el barrio Campo Valdés y muchísimas gracias profe.

Josefa R: ya que les podría agregar, de los elementos que yo te diría es: por ejemplo, la comunicación alternativa hoy en día, les voy a hablar como podría darse la comunicación alternativa hoy en día porque pues igual nosotros venimos de una época donde todo era muy análogo, pues yo soy de una época donde no se vivió mucho como todo el tiempo de las redes sociales o todo lo que hay ahora, entonces eso también tiene cambios y exige cambios dentro de las personas que están dentro de todos estos procesos de comunicación es un periodismo donde hay que valorar mucho y mirar todo ese tema de la audiencia y como participa la audiencia porque la audiencia hoy... si nosotros tenemos un poco más pasiva y que la integramos hoy en día las audiencias son más activas, como integramos esas audiencias y como logramos que incidan y cómo tenemos que estar a la par hoy en día con el tema de la multimedia, el tema de Mirar todos esos elementos que me muestran la nueva generación que tenemos hoy en día, se trabaja lo análogo pero se trabaja también lo que son estos procesos digitales, hay muchos autores que nos ayudan a comprender también cómo ese tema, Ramón Savallarria es uno que nos puede trabajar un poquito de como trabajar ese tema de la convergencia desde los medios

y como trabajarlos hoy en día, hay que tener en cuenta que estamos en una época que va a dar una transformación. Yo diría que lo que fue el año 2020 con el tema de la pandemia afectó muchos medios de comunicación por muchos motivos pero también les exigió y hubo otros que les dio ese salto a toda esa parte de la comunicación digital que es importante pero que no nos podemos quedar ahí porque hay que interacción siempre con todos esos medios.

Valeria C: ¿Qué podría recomendarle usted a una persona que esté en el camino de estar en un medio alternativo para que puedan abordar estos temas del cambio social en una comunidad que puedan finalmente a partir de su medio compartir en una comunidad?

Josefa R: lo primero, lo primero y yo creo que lo hacíamos cuando un poco el ejercito cuando ustedes hicieron también en la práctica de medios alternativos. Lo primero es en qué contexto estoy, si yo quiero hacer un medio, cual es ese contexto, cuales son las necesidades como me articularía, tengo que tener claro cuales son mis objetivos porque usted debe tener claro el objetivo se le abren muchas puertas, muchas posibilidades y entender, tendría que entender muy bien que es eso de la comunicación alternativa, porque muchos dicen ser comunicadores alternativos, comunitarios, ciudadanos, o lo que le queramos decir pero la práctica es otra, es decir, como logramos que lo que realmente estoy planteando si lo pueda hacer y lo otro trabajar en red, cierto, es decir, buscar con los aliados que yo pueda incidir con la temática o en el énfasis que yo quiera trabajar sino quedarse como aislado y articular las audiencias que va a estar dirigido a cuestiones muy concretas, todo depende de lo que esté buscando el objetivo y claridad de lo que debemos hacer y las herramientas, utilizar las mayores herramientas posibles que le permitan la calidad, que le permitan un ejercicio de parte digámoslo también de la forma, pues dependiendo del medio que sea tanto toda la parte estética como contenido es muy importante, hay que trabajarle fuerte.

Valeria C: muchas gracias por su colaboración.

8.1.4 Transcripción de la entrevista al director del Periódico La Pupila, Giovanni Figueroa (Anexo 19)

Juan Vanegas: ¿Para usted qué es el Cambio Social?

Giovanni Fugueroa: primero hay que partir de que para ver un cambio es porque había un estado inicial. El Cambio dentro del punto de vista social, es todo aquello que se va dando en esas sociedades o micro sociedades obviamente compuestas por personas. ¿Cómo se va dando? Uno: obviamente la evolución tanto tecnológica, la evolución de las mismas tendencias en cuanto a las estructuras sociales; que dejen que se vayan dando estos cambios. ¿Positivo o negativo? ¡Eso es relativo! La única constante en el mundo es el cambio y siempre estamos en constante cambio. Entonces el cambio social es permanente ¿Cuál es el secreto? El secreto es adaptarnos a ese cambio permanentemente como seres humanos. Es la única forma de evolucionar; entonces el cambio social es pasar de un estado digamos de cosas a un estado diferente pero desde el punto de vista de los relacionamientos tanto individuales como grupales y organizacionales.

Juan Vanegas: Con base a eso ¿Para usted qué es la comunicación?

Giovanni Figueroa: la comunicación se da desde el acto simplemente de conversar, así como estamos conversando usted y yo aquí. La comunicación parte de dos individuos, pero puede ser de uno, uno a uno, uno a varios, uno a miles, uno a millones. Y esa comunicación tiene otra matiz que puede ser en doble vía, no solamente de un emisor a un receptor sino también cuando ese receptor a su vez también en ese momento se vuelve emisor. La comunicación es ese proceso ¡Social! Por eso hablamos de comunicación social de poder expresar muchas cosas; que no necesariamente se da a través del lenguaje, sino también del sonido, a través de una imagen, a través de simplemente gestos, entonces la comunicación es ese acto que podamos expresar, generar pensamiento, generar ideas a través de diferentes formas.

Juan Vanegas: ¿Cree usted que la comunicación puede generar cambio social en una comunidad y por qué?

Giovanni Figueroa: muchos de los cambios sociales que se han dado, las grandes revoluciones que se han dado en el mundo muchas han tenido un componente muy importante en la comunicación... porque la comunicación ¡Moviliza! Es movilizadora de las personas y en la medida que una idea, una tendencia, una ideología se va comunicando y se va llevando a otros eso va logrando cambios. El ejemplo más básico que hay es el del cristianismo; eso empezó con Jesús en una montaña diciéndole a doce que son los apóstoles y luego esos doce les dijo a otros y ahora son millones y así mismo pasa también con los grandes cambios sociales en la revolución que se van llevando a otras personas, entre comillas “evangelizando con diferentes ideologías” obviamente se hace a través de un progreso comunicacional, en el que ya entra otro factor que es convencer, que es esa parte de la convicción, pero obviamente se parte del ejercicio de comunicación, entonces todos los cambios sociales parten de la comunicación. ¿Un candidato qué tiene que hacer? Hacer un discurso, para hacer un discurso y al hacer un discurso tiene que comunicar, con su lenguaje tanto verbal, escrito y corporal. Entonces obviamente que la comunicación cumple un factor fundamental en todo este tipo de cambios y de incidencia social.

Juan Vanegas: ¿Cuáles cree usted que son las razones para que las personas conozcan los medios de comunicación de su comuna y participen en él?

Giovanni Figueroa: lo primero que hacen los medios es ser recopiladores de esa información que hay en un territorio. Es un trabajo, a nadie le llega por obra y magia de nada pues como toda la información, sino que hay que salir a buscarla, salir a buscar esa información, esas ofertas, esas noticias las diferentes cosas que pasan en un territorio es la tarea que los medios de comunicación sean informativos y comunitarios del más grande hasta el más chiquito. Ahora bien, los medios alternativos y comunitarios lo que si tratamos es de poner un énfasis mucho más especial en una comunicación más personalizada, más enfocada en un área geográfica puntual y que responda a los intereses de esa comunidad que habita ese territorio.

Juan Vanegas: de acuerdo, entonces basados en su experiencia ¿Cuál es la intervención de un medio alternativo en el desarrollo de su comunidad?

Giovanni Figueroa: pues... siempre he dicho en todos los espacios que a medida que seamos ciudadanos mejor informados para tomar mejores decisiones y a la medida que se toma mejores decisiones vamos a poder tener mejores posibilidades de desarrollo en todos los campos de la vida social, en la educación, en la cultura, en el deporte, en la salud, en cada uno de esos campos entonces ve ahí el papel importante de los medios y de que las personas que habiten en un territorio se apropien de esos medios porque allí van a tener una fuente de información, que no necesariamente tiene que ser la única ¿No? Antes muy bueno que la gente consulte diferentes medios porque se

va poder generar diferentes perspectivas de una realidad. El medio de comunicación como tal, comunitario o masivo ¡El que sea! Se vuelve en una fuente de información donde el ciudadano va y busca datos que requiere información de su interés o que podría ser de su interés. Alguien va a leer un periódico y puede que no le interese la información de las 16 páginas, puede que le interese solo una porque ahí está el tema que le gusta. De pronto es una ama de casa entonces le va a gustar la información donde se está hablando de diferentes ofertas de cursos, manualidades, en fin, tantas cosas... un estudiante sencillamente no le va a interesar esa información, sino que le va a interesar estar en otra sección donde va a encontrar deportes, cultura, que son los temas de su interés. Entonces ve ahí donde vamos siendo esa fuente de información y habrá como siempre algo para alguien. Yo siempre lo he dicho, un medio debe tener algo para alguien, entonces con esa información focalizada para cada uno de los diferentes tipos de público, estamos cumpliendo con esa misión de informar un territorio.

Juan Vanegas: entonces ya entrando un más al periódico La Pupila y hablando digamos de lo que estabas mencionando ahora de que un joven quiere ver deporte, entonces ¿Usted cómo contempla el recibo del periódico por parte de la comunidad?

Generalmente hemos tenido una experiencia muy positiva con el periódico, bueno La Pupila no es solo periódico, nacimos como un periódico, hoy tenemos varios medios porque los cambios sociales que tanto hablamos ahora iniciando, han hecho que ya hoy no solamente el periódico sino que también medios digitales, entonces los medios tenemos que estar también en las diferentes plataformas, para los diferentes usuarios. En el recibo por parte de la comunidad, la experiencia que me hemos tenido es muy buena, la gente valora el contenido, algunos también recibe los medios con más “escepticismo” como en todo lugar que hay cierto tipo de personajes, pero a modo general la gente le gusta, la gente lo reclama, la gente pregunta cuándo vuelve a salir el periódico o por qué se ha demorado para salir, entonces consideramos que cuando nos damos cuenta que la gente extraña... uno extraña lo que le gusta ¿Cierto? Uno extraña aquello que ha tenido una sensación positiva entonces eso es como un indicador que nos dice que algo estamos haciendo bien para que la gente nos extrañe.

Juan Vanegas: entonces con eso, ¿ustedes cómo realizan la programación del periódico?

Giovanni Figueroa: ¿Cuándo hablamos de programación estamos hablando de distribución o estamos hablando de los contenidos?

Juan Vanegas: de los contenidos

Giovanni Figueroa: bueno, los contenidos como tal tienen dos componentes: el primero es que la misma comunidad nos va dando la pauta para saber en qué nos enfocamos, hacemos un comité editorial con diferentes personas de la comunidad, abierto, donde puede ir cualquier persona y levantar la mano y proponernos “yo considero que que bueno que en el periódico en la próxima de edición hablara del problema de la alimentación escolar” por ejemplo. U otra señora que llega y levanta la mano y dice “vea yo quiero que ustedes vayan y miren la problemática de un hueco que ya hemos mandado cartas desde hace un año y nada que nos resuelven el problema y eso está perjudicando a los vecinos”, otro hablará del problema de los perros o los tenedores de los perros que no recogen los

excrementos y que los dejan en cualquier parte. Otro dirá, “vea por qué no hablan del club de las señoras que hacen la gimnasia que es un programa muy bonito” en fin, ese comité editorial permite a que ellos son la primera fuente de información para nosotros, así como nosotros somos fuente de información para ustedes como comunidad, también la misma gente cuenta información para nosotros, porque yo te lo digo Juan Fernando yo no sé que está pasando aquí a la vuelta, en este momento yo no sé que está pasando a la vuelta, pero si alguien que vive en la vuelta me llama y me dice “ve Giovanni en este momento aquí hubo un choque, o aquí hubo un problema, aquí en este momento hay un artista que nos está visitando” o cualquier tipo de cosa. Entonces la gente también nos dicen, ya con esa información ya el medio va y cubre esa situación. Entonces es muy importante como ese relacionamiento mutuo ¡cierto! Entonces las diferentes personas que nos van dando una información de por aquí, una información de por allá, otra del otro barrio, otra de cualquier lado ¡cierto! Otra de la alcaldía o de donde sea, entonces nosotros vamos, recopilamos esa información, enfocamos digamos en las temáticas que hay, si esto es deporte, cultura o si esto es educación, interés general ¡cierto! Y ya vamos llegando a las diferentes sesiones que tiene el periódico por decirlo de alguna manera ¡cierto! O lo propio hacemos cuando es para un video o para el noticiero pues televisado, entonces lo hacemos así y ya en el caso del periódico cuando ya tenemos esa selección, pues ya miramos entre el equipo de trabajo quiénes pueden como ir y desarrollar esa nota ¡cierto! Quiénes pueden ser como los periodistas que van a escribir o que busquen y hagan entrevistas y que escriban el artículo, ya cada uno se va con su misión.

Juan Vanegas: ¿Y ustedes cómo convocan a en el periódico a las personas para que ellas puedan dar como sus propósitos comunicativos, es decir, lo que ellos quieran que se aborde en el periódico?

Giovanni Figueroa: no, hacemos convocatoria obviamente por las redes del periódico, tenemos datos que hemos venido recopilando con los usuarios que nos visitan o que están ahí ¡cierto! Y ponemos información a través de redes y eventualmente, pues antes de la pandemia poníamos avisos en algunos lugares públicos como la biblioteca, en fin...

diciendo que íbamos a hacer un comité editorial, la fecha y la hora para que la gente asistiera.

Juan Vanegas: Giovanni te pregunto ¿Usted podría hacerme una descripción de la audiencia que lee el periódico donde sus versiones sean virtuales o físicas?

Giovanni Figueroa: bueno, hay de todo un poquito, aunque la mayoría de personas son personas adultas, pues, cuando hablamos del periódico al ser un medio físico, es un medio que tiene más digamos fanaticada por decirlo de alguna manera, más audiencia, más rating entre las personas mayores que son quienes están acostumbradas a leer el periódico físico ¡cierto! Las personas jóvenes ya están más por el tema de las plataformas y medios digitales. Obviamente hacemos seguimiento, algunos estudios por el tema de las plataformas, entonces sí sabemos que tenemos usuarios que están entre los 20 y los 35 años un poco más o menos. Aunque tenemos de todo tipo, adultos mayores, de todo... y el periódico también ha producido incluso contenidos para todas las edades, desde contenidos para niños como La Pupilita que era un periódico infantil o Los Pupilosos que era de jóvenes adolescentes, como también hemos hecho contenidos exclusivos especiales para el adulto mayor, entonces la audiencia es variada, nosotros no estamos enfocados en un público específico, en un rango de edad específico no, pero sí estamos enfocados es en un área específica de interés que es la zona nororiental ¡cierto! De pronto no va a hacer tan importante para nosotros poner información de Guayabal o el Poblado, no pues, más de la zona nororiental de Medellín, comunas: 3, 4, hasta 2... en esta zona.

Juan Vanegas: ok entonces si yo quiero acceder al periódico de La Pupila digital ¿Cómo lo haría?

Giovanni Figueroa: ¡ah muy fácil! Primero que todo tenemos nuestra página web: www.lapupila.co, nos encuentran en Facebook, Instagram y Twitter como lapupilaco o en YouTube como La Pupila TV. Ahí hay diferentes contenidos de todos los temas Juan Fernando para que disfrute, para que comparta con la familia. Ahí nos puede encontrar muy fácil y próximamente para los meses de septiembre, octubre y noviembre

tendremos unas ediciones impresas del periódico La Pupila, que regresa nuevamente porque durante la pandemia solamente tuvimos una edición impresa y lo que resta del año vamos a producir cinco. Hay que esperar.

Juan Vanegas: listo Giovanni, aquí podríamos concluir la entrevista... no sé si quieres agregar algo.

Giovanni Figueroa: no, simplemente darte las gracias a vos Juan Fernando por el interés en La Pupila, en este proceso, es un proceso de tu barrio también ¡cierto! También obviamente ese interés nos impulsa a seguir con este trabajo ¡cierto! El saber que esto lo van a difundir en trabajos académicos, etcétera, esto también a nosotros nos agrada mucho y no simplemente extender un saludo a toda la comunidad educativa, a tus compañeros e invitarlos a que nos sigan a LaPupilaCo, en Facebook, Instagram y Twitter

Juan Vanegas: listo, muchísimas gracias Giovanni.

8.2 CONSENTIMIENTOS INFORMADOS (Anexo 3)

[Anexo consentimiento informado: líder social, Osvaldo Antonio Ramírez.](#)

[Anexo consentimiento informado: director de La Pupila, Giovanni Figueroa.](#)

[Anexo consentimiento informado: experta en periodismo comunitario comunicación alternativa, María Josefa Restrepo.](#)

8.2.1 Panel de expertos

Usted ha sido invitado a participar en un estudio de investigación. Antes de que usted decida participar en el estudio por favor lea este consentimiento cuidadosamente. Haga todas las preguntas que usted tenga, para asegurarse de que entienda los procedimientos del estudio, incluyendo el propósito y beneficios.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO:

General

Analizar la recepción de los habitantes del barrio Campo Valdés del Periódico comunitario La Pupila.

Específicos

-Indagar los propósitos comunicativos de los habitantes del barrio Campo Valdés en el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social.

-Caracterizar la recepción del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, entre los habitantes del barrio Campo Valdés, desde la visión de la comunicación participativa.

- Identificar los hábitos de lectura de los habitantes del barrio Campo Valdés con el Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física, desde la visión de la comunicación para el cambio social

PARTICIPANTES DEL ESTUDIO:

Para la selección se tendrá en cuenta los siguientes criterios:

Nombre del entrevistado- cargo

PROCEDIMIENTOS

A través de entrevista se responderá a los objetivos de la investigación, estos datos serán tabulados y se procederá a su respectivo análisis.

PROPÓSITO

La entrevista será realizada con un fin exclusivamente académico, la información será manejada con discreción.

BENEFICIOS:

Debe quedar claro que usted no recibirá ningún beneficio económico por participar en este estudio.

Su participación es una contribución para el análisis de la recepción que tiene como habitante del barrio Campo Valdés del Periódico Comunitario La Pupila.

Se le brindará al final de la investigación una copia en CD del trabajo investigativo y un producto final.

PRIVACIDAD Y CONFIDENCIALIDAD:

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a usted bajo ninguna circunstancia. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrá acceso a su identidad para poder localizarle en caso de que las encuestas, evaluaciones detecten alguna alteración en usted, que deba tratarse rápidamente. Su identidad y datos personales no serán revelados. Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que regulan la investigación.

DERECHO A RETIRARSE DEL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN:

Si usted firma aceptando participar en este estudio, recibirá una copia firmada, con el sello de aprobación del Comité de Ética en Investigaciones de la Universidad Católica Luis Amigó.

Estudios Futuros

Nuestros planes de investigación aparecen resumidos en el formato de consentimiento. Los resultados serán publicados en revistas de literatura

científica garantizando que la identificación de los participantes no aparecerá en estas publicaciones.

Es posible que en el futuro los resultados de su evaluación sean utilizadas para otras investigaciones cuyos objetivos y propósitos no aparecen especificados en el formato de consentimiento que Usted firmará. Si esto llega a suceder, toda su información será entregada de manera codificada para garantizar que no se revelará su nombre.

Yo estoy de acuerdo en autorizar que la información de los resultados de mi representado legal o mía sea utilizada en otras investigaciones en el futuro.

Nota: ver anexo 3

8.2.1.1 Consentimiento del director de La Pupila, Giovanni Figueroa

Giovanni Figueroa Insulza

Nombre del Participante

cc. 981564225 (ENV)

Firma del Participante

cc.



27 de octubre 2021

Fecha

Valeria E. Torres Venegas

Firma del Investigador Principal

cc. 1011262902 / 7039474492

Estudios Futuros

27 de octubre 2021

Nuestros planes de investigación aparecen resumidos en el formato de consentimiento. Los resultados serán publicados en revistas de literatura científica garantizando que la identificación de los participantes no aparecerá en estas publicaciones.

Es posible que en el futuro los resultados de su evaluación sean utilizadas para otras investigaciones cuyos objetivos y propósitos no aparecen especificados en el formato de consentimiento que Usted firmará. Si esto llega a suceder, toda su información será entregada de manera codificada para garantizar que no se revelará su nombre.

Yo estoy de acuerdo en autorizar que la información de los resultados de mi representado legal o mía sea utilizada en otras investigaciones en el futuro.

Nombre Giovanni Figueroa J

Firma:

c.c.



8.2.1.2 Consentimiento del líder social, Osvaldo Antonio Ramírez

CONSENTIMIENTO

Osvaldo A. Ramírez Serra

Nombre del Participante

cc. 70084832

Juan Luis Sur

Octubre 25 / 2021

Fecha

Firma del Participante

cc. 70084832

Valeria I. Juan Vasquez

Octubre 25 / 2021

Firma del Investigador Principal

cc. 1019263902 / 17039474992

Estudios Futuros

Nuestros planes de investigación aparecen resumidos en el formato de consentimiento. Los resultados serán publicados en revistas de literatura científica garantizando que la identificación de los participantes no aparecerá en estas publicaciones.

Es posible que en el futuro los resultados de su evaluación sean utilizadas para otras investigaciones cuyos objetivos y propósitos no aparecen especificados en el formato de consentimiento que Usted firmará. Si esto llega a suceder, toda su información será entregada de manera codificada para garantizar que no se revelará su nombre.

Yo estoy de acuerdo en autorizar que la información de los resultados de mi representado legal o mía sea utilizada en otras investigaciones en el futuro.

Nombre Osvaldo A. Ramírez Serra

cc. 70084832

Firma:

Juan Luis Sur



8.2.1.3 Consentimiento informado experta en comunicación alternativa y periodismo

CONSENTIMIENTO



Nombre del Participante: María Josefa Restrepo Brand

CC. 32529114 de Medellín

Octubre 23 de 2021.

Firma del Participante

Fecha

CC.



Octubre 23 de 2021

Firma del Investigador Principal

CC. 1017263902 1039474492


Estudios Futuros

Nuestros planes de investigación aparecen resumidos en el formato de consentimiento. Los resultados serán publicados en revistas de literatura científica garantizando que la identificación de los participantes no aparecerá en estas publicaciones.

Es posible que en el futuro los resultados de su evaluación sean utilizadas para otras investigaciones cuyos objetivos y propósitos no aparecen especificados en el formato de consentimiento que Usted firmará. Si esto llega a suceder, toda su información será entregada de manera codificada para garantizar que no se revelará su nombre.

Yo estoy de acuerdo en autorizar que la información de los resultados de mi representado legal o mía sea utilizada en otras investigaciones en el futuro.

Nombre: María Josefa Restrepo Brand

Firma: 

C.C. 32529114

8.2.2 Sondeo (Anexo 4, sondeos escaneados)

Para el sondeo se realizó una cláusula para que las personas que participaran dieran de una vez su consentimiento, así:

Saludo y cláusula de confidencialidad

Cordial saludo, mi nombre es _____ somos estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó y estamos realizando una investigación para la facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, cuyo objeto es analizar la recepción que tienen los habitantes del barrio Campo Valdés, del Periódico La Pupila, en sus versiones virtual y física. Por ello, solicitamos su colaboración con algunas respuestas a preguntas que queremos formularle.

Para participar en el sondeo usted debe garantizar que es habitante del barrio Campo Valdés de la comuna 4 de Medellín; al colaborarnos con la información que solicita el formulario, usted brinda su consentimiento para utilizarla en el desarrollo de esta investigación con fines exclusivamente académicos. Y nosotros le garantizamos a usted, la absoluta y completa confidencialidad de sus respuestas individuales.

Por favor para comenzar, dígame su nombre:

8.3 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Ver en la carpeta de anexos generales, fuera del trabajo de grado

8.4 Y OTROS QUE SEAN REQUERIDOS (opcional)

Fichas de investigación (Anexo 6)

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FICHAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

LOCALIZACIÓN	No. Clasificación	Ficha No.
Biblioteca en línea de Universidad Católica Luis Amigó EBSCO host DATA BASES		1
DESCRIPCIÓN BARRANQUERO-Carretero, Alejandro y SÁEZ-BAEZA, Chiara. Comunicación y buen vivir. La crítica descolonial y ecológica a la comunicación para el desarrollo y el cambio social. En: Ebsco Host [En línea]. Vol.18, No.1 (Marzo, 2015) Disponible en: < http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=58227ae1-f514-4e4e-bc25-33760ec24083%40sessionmgr4006 > [citado en 1 de marzo de 2015]. ISSN 0122-8285		PALABRAS CLAVES
Contenido: Este artículo trata acerca de la importancia de la comunicación para mantener buenas relaciones con los demás, hace una crítica de como en la modernidad se manejan los asuntos para lograr un cambio social y un desarrollo en la comunidad, promueve el diálogo multicultural, se preocupa por el desarrollo social en el ámbito ecológico.		Comunicación, comunicación espacial, comunicación y

<p>“En el naciente campo de la comunicación, la modernización fue entendida como el empleo persuasivo de los medios de la época –en especial, radio y prensa– a fin de generar cambios de conducta o incluso eliminar las culturas originarias de las regiones más desfavorecidas –consideradas “barreras” u “obstáculos” al desarrollo”.</p> <p>(P.5) Acá se muestra el papel que han tenido los medios de comunicación con la audiencia a través de la persuasión, como un proceso por el cual pueden generar en las personas cambios que sean en pro al desarrollo, incluso se critica la manera en cómo pasan por encima de culturas ya sea porque son desfavorecidas y no ayudan al desarrollo de la sociedad. Se habla que para que haya comunicación para el cambio social, no se debe olvidar tampoco la dimensión individual del desarrollo. Es importante tener claro que la comunicación y el desarrollo no significan lo mismo para todas las personas.</p> <p>La comunicación para el cambio social, se trata entonces de tomar conciencia, por ejemplo en el ámbito de lo ecológico, el tema del cambio climático, las consideraciones que se deben tener en cuenta para la adecuada transformación, no todos los cambios traen cosas buenas, sino también consecuencias.</p>	<p>desarrollo, desarrollo sostenible, colonialismo.</p>	
<p>Observaciones Un artículo muy interesante, ya que muestra cómo influye la comunicación en el cambio social, y las diferentes formas en que las personas pueden percibir el concepto de desarrollo.</p>		
<p>TIPO DE FICHA</p>	<p>Elaborado por</p>	<p>Fecha</p>

Mixta	Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López	16 de abril de 2019
-------	---	------------------------

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FICHAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

LOCALIZACIÓN	No. Clasificación	Ficha No.
Biblioteca en línea de Universidad Católica Luis Amigó EBSCO host DATA BASES		2
DESCRIPCIÓN MENDIVIL CALDERÓN, Carmen et al. El papel de la Comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. En: Ebsco Host [En línea]. Vol.13, No.1 (Junio ,2005) Disponible en: < http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=f6ccd64d-d002-4b55-9bc5-53096f4ba20c%40sessionmgr4006 > [citado en 1 de junio de 2015]. ISSN 1692-5858		PALABRAS CLAVES
Contenido:		

<p>El artículo aborda los usos de la comunicación en la cultura, revisando lo relacionado con la comunicación para el desarrollo, analizando sus efectos en el cambio social y el empoderamiento. Es un artículo de investigación de un proyecto llamado “El papel de la Comunicación para el cambio social en la reconstrucción del tejido social de la región de los Montes de María y la Serranía del Perijá”. En donde se halló que las comunidades encuentran necesario hacer público el sufrimiento y la impunidad de los crímenes, comunicarse y generar espacios de encuentro alternativos para mejorar la autoconfianza y la paz. Se muestra que estas comunidades que viven en la violencia quieren recuperar su identidad y contar sus propias historias. “Comunicación para el Cambio Social, impulsado principalmente por la Fundación Rockefeller (1999) y definida como “un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las gentes deciden quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y como pueden administrar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas”.”(P.15-16).Esta es una de las propuestas que surgen para que estas comunidades tengan empoderamiento y afronten la difícil situación de violencia por la viven. Es un compromiso también de parte de quienes buscan un cambio social, favorecer a estas comunidades y buscar las estrategias adecuadas para el cambio.</p>	<p>Tejido Social, conflicto armado, comunicación para el cambio social, empoderamiento, conocimiento.</p>
---	---

Observaciones En este artículo se pueden observar las diferentes situaciones que viven muchas comunidades, lo necesario que es, de que ellos reconozcan sus propias necesidades y tomen conciencia para así con ayuda de quienes hacen parte de las ciencias sociales, pueda surgir un verdadero cambio social con ayuda de la comunicación.

TIPO DE FICHA	Elaborado por	Fecha
Mixta	Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López	16 de abril de 2019

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FICHAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

LOCALIZACIÓN	No. Clasificación	Ficha No.
Biblioteca en línea de Universidad Católica Luis Amigó EBSCO host DATA BASES		3
DESCRIPCIÓN ORUÉ POZZO, Aníbal. Comunicación y desarrollo: un diálogo tenso para superar la modernidad. En: Ebsco Host [En línea]. Vol. 21, No 1 (Enero, 2019) Disponible en: < http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=16&sid=8dc11a29-d85c-4d9c-9b4d-e117958ad445%40pdc-v-sessmgr01 > [citado en 1 de enero de 2019]. ISSN:1518-2487		PALABRAS CLAVES
Contenido:		

<p>Este artículo habla acerca de los diferentes procesos que se dan desde la información agrícola, que se transforma en comunicación rural, para llegar finalmente a la comunicación para el desarrollo y el cambio social. “Presenta estas transiciones como una búsqueda permanente para superar una imposibilidad de comunicación, que se instala en América Latina a partir de la conquista y modernidad”. (P.2) El artículo dice que es importante conocer el concepto de desarrollo que tenían los conquistadores al colonizar nuevas tierras, que era muy distinto al que tenía la población que se encontraba en América. Era muy difícil obtener un desarrollo, o un cambio social sino había diálogo entre ellos y todo se solucionaba a través de la violencia. Las diferencias entre las personas representan una imposibilidad de comunicación, se habla que la modernidad representa una oportunidad para el desarrollo, ya que hace que las personas sean más conscientes y racionales, dejando a un lado la subjetividad y mirando las cosas más objetivamente. “La comunicación para el desarrollo consiste, más que en transmitir mensajes, en establecer relaciones”. (P.7). Es muy importante saber que para que haya desarrollo, debe haber comunicación, no solo para dar a conocer información sino para que juntos se pueda construir el cambio social que se busca.</p>	<p>Imposibilidad de la comunicación, América Latina, Comunicación para el desarrollo.</p>
<p>Observaciones Es un artículo diferente, porque da a conocer que cuando hay violencia y no existe una buena comunicación entre las personas, es imposible comenzar a hablar de un desarrollo o de un</p>	

cambio social, porque para que haya un cambio social se debe ser racional y mirar las cosas de una manera objetiva, y buscar adecuadas soluciones a los problemas.

TIPO DE FICHA	Elaborado por	Fecha
Mixta	Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López	16 de abril de 2019

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FICHAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

LOCALIZACIÓN	No. Clasificación	Ficha No.
Biblioteca en línea de Universidad Católica Luis Amigó EBSCO host DATA BASES		4
<p>DESCRIPCIÓN: BARRANQUERO CARRETERO ALEJANDRO, ÁNGEL ADRIANA. La producción académica sobre Comunicación, Desarrollo y Cambio Social en las revistas científicas de América Latina. En: Ebsco Host [En línea] jul-dic2015, Vol. 34. Disponible en: http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=4&sid=40642192-ef7a-4a04-8b00-8aaea825f220%40pdc-vsessmgr05&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=111963037&db=asn</p> ISSN: 0120-4823	<p>PALABRAS CLAVES</p>	

<p>Contenido: El objetivo de esta investigación es reconocer la importancia que ha tenido la comunicación a través del tiempo basándose en algunas revistas científicas más relevantes, porque gracias a ellas se dan aportes o diálogos para el cambio y el desarrollo social desde lo académico, esa comunicación que aporta al cambio de actitudes o comportamientos que cada persona realiza individualmente, y esto a su vez constituye una cultura social. Los procesos que implican la participación y compromiso de la ciudadanía siempre aportarán al cambio social, ellos analizaron la comunicación como proceso; “Un análisis de las características de los artículos que se inscriben dentro de los enfoques descritos evidencia que muchos autores de la perspectiva de Participación y ciudadanía no se basan tanto en los aportes propios del campo de CDCS, sino más bien en desarrollos teóricos derivados de la sociología” (P.11), Esta investigación se realizó en América latina en Brasil, Puerto rico, Colombia, México, Chile, Venezuela, Ecuador y Argentina y demuestra como a través de revistas y textos que inviten, apoyen y den la iniciativa de participación ciudadana, al cambio, y para que cada vez se fomente el desarrollo y progreso como sociedad, enfocando que muchos de estos textos estaban escritos más desde la sociología, y no desde lo que las competencias comunicativas pueden lograr en la comunidad.</p>	<p>Comunicación para el Cambio Social</p> <p>Comunicación para el Desarrollo Latinoamérica</p> <p>-Meta-investigación</p> <p>- producción académica</p>
<p>Observaciones: Es importante reconocer que para lograr los resultados de esta investigación los autores realizaron una investigación rigurosa a través del tiempo y escogieron los textos de las revistas</p>	

más relevantes, que aportan al cambio social, analizando que se requiere primero de una buena comunicación interpersonal para poder lograr estos cambios en nuestra sociedad.

TIPO DE FICHA	Elaborado por	Fecha
Mixta	Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López	18 de abril de 2019

LOCALIZACIÓN	No. Clasificación	Ficha No.
Biblioteca en línea de Universidad Católica Luis Amigó EBSCO host DATA BASES		5
DESCRIPCIÓN: Martínez Beleño Carlos Andrés, Sosa Gómez María Silvina. Aportaciones y diferencias entre comunicación en salud, comunicación para el desarrollo y para el cambio social. . En: Ebsco Host [En línea] fuente: Revista de Comunicación y Salud. 2016, Vol. 6. Disponible en: < http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=7&sid=4c45466b-3766-4c25-a6ca-e3f30e40f625%40sessionmgr4008&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=asn&AN=120424948 > ISSN: 2173-1675	PALABRAS CLAVES	
Contenido:		

Para los autores de esta investigación el objetivo esencial es reconocer y reflexionar sobre los conceptos que se deben tratar o mejorar para un verdadero desarrollo y cambio social, en ocasiones se confunden los términos y se piensa que la comunicación en salud, es la que ayuda al cambio social y esta simplemente es uno de los pilares importantes a tratar; porque toda la información que brindemos ya sea para entretenimiento, la podemos realizar con un enfoque educativo, que incite a la movilización, a la participación ciudadana ya que todo esto siempre aportará al cambio social de nuestro entorno y se luchará en contra de la desigualdad social, el desempleo, la pobreza o la falta de oportunidades para estudiar. “En esta dirección, la conciencia pública, la educación y la capacitación son claves para llevar a la sociedad hacia la sostenibilidad; pero se necesita reconocer entonces que las tendencias de desarrollo económico actuales no son sostenibles, es por eso, que la educación es una herramienta esencial para el logro de la sostenibilidad social.” (P.4) con esta frase los autores identifican cuál la importancia de saber comunicar, y saber educar para lograr fomentar en todas las personas desde niños, jóvenes, y ancianos que debemos desarrollarnos como sociedad, para alcanzar una sociedad justa, equitativa y sostenible.

-
Comunicación
en Salud

Comunicación
para el
Cambio
Social

Comunicación
para el
Desarrollo
Salud

Observaciones: A través del tiempo se han hecho diferentes investigaciones para establecer que factores ayudan al cambio social, y esta es una recopilación importante de los estudios sobre el papel esencial que juega la comunicación para transmitir y lograr un cambio social diferente en todas las personas que pertenezcan a la sociedad.

TIPO DE FICHA

Elaborado por

Fecha



Mixta	Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López	18 de abril de 2019
-------	---	------------------------

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FICHAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

LOCALIZACIÓN	No. Clasificación	Ficha No.
Biblioteca de la Universidad Católica Luis Amigó "Vicente Serer Vicens"	CD-T302.23E74 2018	6
DESCRIPCIÓN BOHÓRQUEZ AGUDELO, Maria Paula, et al. Un cambio social a raíz de los avances tecnológicos. Medellín, 2018, 10p. Trabajo de grado (Psicología). Universidad Católica Luis Amigó. Facultad de psicología y ciencias sociales.		PALABRAS CLAVES
Contenido: En este trabajo de grado se analiza como con la llegada de las nuevas tecnologías, los jóvenes se ven inmersos en ellas, en la utilización y preferencia por los nuevos medios de comunicación e información. El ciberespacio ofrece a las personas la posibilidad de socializar en igual medida que como sucede en la vida real, sólo que a partir de una comunicación no verbal y distanciada; a partir de esa socialización que se puede hacer con la tecnología, se pueden generar cambios en la sociedad. Este trabajo se realizó basándose en los jóvenes de 12 a 15 años. Aborda que a partir de estos avances tecnológicos se pueden generar cambios sociales, que se ven influenciados en las		Cambios, socialización, comunicación, tecnologías, jóvenes.

nuevas maneras de socialización. Los jóvenes a través de estas nuevas tecnologías pueden construir su identidad, además de comenzar a interactuar con nuevas personas, formándose comunidades diversas.

Observaciones

Los jóvenes construyen su identidad a partir de espacios de socialización, la llegada de las nuevas tecnologías de información y comunicación propician espacios para generar cambios sociales, un trabajo interesante, porque aborda también la brecha generacional que existe entre las nuevas generaciones y los adultos, los que crecen junto con la tecnología tienen más habilidades para aprovecharla, esto a su vez da a entender a los avances tecnológicos como un cambio social.

TIPO DE FICHA	Elaborado por	Fecha
Resumen	Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López	22 de abril de 2019

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FICHAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

LOCALIZACIÓN	No. Clasificación	Ficha No.
Biblioteca de la Universidad Católica Luis Amigó "Vicente Serer Vicens"	CD-T302.23 A478e 2016 Ej:1	7
DESCRIPCIÓN ALZATE CASTRO, Alexandra y ARREDONDO GÓMEZ, Elizabeth. Las estrategias comunicativas desde la comunicación para el desarrollo y el cambio social contribuyen para enfrentar el acoso escolar en instituciones educativas en el municipio de Bello. Medellín, 2016, 37p. Trabajo de grado (Comunicación Social).Universidad Católica Luis Amigó. Facultad de Comunicación social y publicidad.		PALABRAS CLAVES
Contenido: Lo que se pretende en este trabajo de grado, es determinar de qué forma contribuyen las estrategias comunicativas desde la comunicación para el desarrollo y el cambio social para enfrentar el acoso escolar en la Institución Educativa Comercial Antonio Roldán Betancur del municipio de Bello; si son o no realizadas bajo los parámetros que plantean la comunicación para el desarrollo o cambio social. En caso de ser posible poder proponer ideas basada en grandes autores de la comunicación que permitan combinar la		Acoso, escuela, pedagogía, cambio y sociedad.

<p>comunicación con una mira al cambio social partiendo de la educación brindada en la escuela y así disminuir estos casos en las aulas de clase.</p> <p>La institución que se tomó como objeto de estudio, actualmente trabaja con sus colaboradores para llevar a cabo un plan de trabajo donde el objetivo es involucrar a los estudiantes de los grados 8° y 9°, los cuales son los que presentan mayor dificultad frente al Acoso Escolar.</p>		
<p>Observaciones</p> <p>En este trabajo de grado, se puede ilustrar como muchos niños y adolescentes sufren de bullying por parte de sus compañeros de clase, no sólo es físico el daño que pueden causar, sino que también puede ser emocional o psicológico. A través de la comunicación se pueden crear espacios propicios, con ayuda de padres de familia y docentes, a realizar un cambio social, tanto en las víctimas para forjar su carácter, como en los que realizan el bullying, para que tomen conciencia del mal que hacen y las consecuencias que pueden ocasionar en las personas. Con la ayuda de una buena educación basada en valores, se pueden lograr grandes cambios, comenzando por estas generaciones que apenas se están forjando, y que en un futuro serán los que generarán el cambio social que tanto se ha buscado.</p>		
TIPO DE FICHA	Elaborado por	Fecha
Textual	Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López	22 de abril de 2019

LOCALIZACIÓN	No. Clasificación	Ficha No.
Biblioteca de la Universidad Católica Luis Amigó "Vicente Serer Vicens"	CD-T302.23E742018	8
DESCRIPCIÓN LUZ BIBIANA ESCOBAR BETANCUR. Aporte de la comunicación para la gestión del cambio en Litoempaques S.A.S. Medellín, 2018, 112p. Trabajo de grado (Comunicación Social). Universidad Católica Luis Amigó. Facultad de Comunicación, publicidad y diseño.		PALABRAS CLAVES
Contenido: Este trabajo de grado está basado en una investigación cualitativa para la gestión del cambio en Litoempaques S.A.S una empresa del sector industrial, se realizó para buscar reconocer e identificar cuáles son las falencias, y aspectos a mejorar para la cultura organizacional de esta empresa; y cuáles son las posibles estrategias a emplear para lograr un cambio positivo, en la cultura en las costumbres y en el ambiente laboral en los empleados y directivos que trabajan allí. “El proceso de investigación se realizó considerando la línea de Comunicación-Educación y la sublínea de organizaciones. Obedeciendo a estas categorías surge la necesidad de transmitir información para fines académicos, orientada a temas de comunicación organizacional y su impacto en la gestión del cambio en una		Gestión Cambio Comunicación Organizaciones Educación

<p>organización” (P13) esto indica claramente la importancia que hay en la actualidad, para ayudar a mejorar nuestra sociedad que tienen grandes problemáticas sociales, por medio de mensajes que aporten al desarrollo ético y cultural de las personas.</p>		
<p>Observaciones</p> <p>Gracias a estas investigaciones en el ámbito de cultura organizacional en una empresa, se crean y se promueven grandes estrategias para mejorar, algo tan esencial como lo es un buen clima laboral para el buen desempeño de todos los empleados, el sentido de pertenencia con la empresa, que reconozcan los valores fundamentales que rigen la organización o empresa, como la misión, visión, y sentido social. Es importante que cada empresa realice un análisis o chequeo de sus problemas, para que por medio de estrategias comunicativas se puedan solucionar.</p>		
TIPO DE FICHA	Elaborado por	Fecha
Mixta	Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López	22 de abril de 2019

LOCALIZACIÓN	No. Clasificación	Ficha No.
Biblioteca de la Universidad Católica Luis Amigó "Vicente Serer Vicens"	CD-T658.408S4792017	9
DESCRIPCIÓN DIANA MARÍA SEPULVEDAD. Responsabilidad social empresarial, cambio climático, y seguridad alimentaria, y nutrición; una revisión. Medellín, 2017, 84p. Trabajo de grado (Ciencias administrativas económicas y contables). Universidad Católica Luis Amigó. Especialización en gestión de la responsabilidad social empresarial.		PALABRAS CLAVES
Contenido: Las empresas contribuyen al bienestar de la sociedad de diferentes formas, ellas crean y suministran bienes y servicios, generan innovación, investigación y desarrollo, crean empleos, ofrecen oportunidades de carrera y brindan canales a las inversiones financieras (Rauflet, 2010). Este documento, presenta la revisión sobre la relación entre cambio climático, la seguridad alimentaria y nutricional, y la Responsabilidad social empresarial. Además, presenta un contexto general de la situación del país y de las medidas de adaptación y mitigación necesarias para afrontar las graves consecuencias de este problema. Antes la función principal de las organizaciones era la creación de valor a través de la producción de bienes y servicios, pero con los años, las nuevas presiones de la		Responsabilidad Social empresarial Cambio climático Seguridad

<p>sociedad, están transformado los valores y las perspectivas de la actividad empresarial, exigiéndoles mejorar su actuación, no sólo en el aspecto financiero, sino además, en el social y ambiental, llevando a que las organizaciones sean responsables de sus actos e impactos en el planeta (Font, Gudiño, Medina, & Sánchez, 2010; Pesmatzoglou, Nikolau, Evangelinos, & Allan, 2014).</p>	<p>alimentaria y nutricional</p>	
<p>Observaciones Es importante resaltar que el objetivo clave de esta investigación es brindar una relación entre factores muy importantes que se toman en cuenta para tener una empresa que con un buen desempeño, desde cómo afecta el cambio climático, como se lleva a cabo la seguridad alimentaria o nutrición, y el factor más esencial que es la responsabilidad social que debe tener una organización o una empresa, cada una de estas brinda servicios o productos distintos y en este trabajo se resalta la necesidad de empezar a aportar como empresa a la sociedad, ya sea para el mejoramiento social, de la economía, de las estructuras, o del medio ambiente de nuestra ciudad y país.</p>		
<p>TIPO DE FICHA</p> <p>Textual</p>	<p>Elaborado por</p> <p>Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López</p>	<p>Fecha</p> <p>22 de abril de 2019</p>

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FICHAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

LOCALIZACIÓN	No. Clasificación	Ficha No.
Biblioteca de la Universidad Católica Luis Amigó "Vicente Serer Vicens"	CD-T302.23D9462016	10
DESCRIPCIÓN LAURA ISABEL DUQUE BUITRAGO, YULIANA IDARRAGA LOPERA. El "lenguaje alternativo" del movimiento social la legión del afecto como acompañamiento a las víctimas del conflicto armado en Medellín. Medellín, 2016, 148p. Trabajo de grado (Comunicación Social). Universidad Católica Luis Amigó. Facultad de Comunicación social, publicidad y diseño.		PALABRAS CLAVES
Contenido: La Legión del Afecto es un grupo social que trabaja con estrategias comunicativas que buscan transformar el temor que fríamente ha dejado la guerra en la sociedad, los imaginarios sociales que las comunidades de un barrio han generado fruto de una guerra sin fin. La Legión del Afecto lleva su mensaje de diferentes maneras, según la comunidad lo establezca pues parten de, "quien tiene el problema plantea la solución", ellos son		Legión del afecto Lenguajes alternativos Conflicto armado

<p>comunidades afectadas acompañando otras comunidades que tuvieron las mismas problemáticas de conflicto.</p> <p>Por otro lado, identificar a partir de las estrategias comunicativas utilizadas; cómo están logrando una interacción con las comunidades utilizando este lenguaje, el arte como mediador de procesos. Se le llama Lenguajes Alternativos a las actividades que son ajenas a la palabra, como expresiones artísticas que por medio de símbolos y signos transmiten sentimientos, o comunican un mensaje para lograr cambios cualitativos a las comunidades y así lograr que ellas se empoderen también de sus acciones.</p>	<p>Acompañamiento social</p> <p>Comunicación no verbal</p>	
<p>Observaciones En esta investigación las autoras se basaron en un movimiento social llamado la legión del afecto, para destacar cuál es el lenguaje alternativo que utilizan para brindar apoyo, afecto y ayuda a las víctimas y familiares del conflicto armado en Medellín</p> <p>Por medio de lenguajes alternativos como mensajes corporales como lo es un simple abrazo se ayuda a las personas muchas veces a reconfortar sus heridas, preocupaciones, o penas; para lograr cambios en la sociedad se utilizan lenguajes alternativos que implica crear estrategias de comunicación diversas e innovadoras, pero que creen el lazo de cercanía con las personas.</p>		
<p>TIPO DE FICHA</p>	<p>Elaborado por</p>	<p>Fecha</p>

Textual	Valeria Cossio Acevedo y Juan Fernando Vanegas López	22 de abril de 2019
---------	---	------------------------