

## **ANEXO B**

### **INFORME SOBRE DIAGNÓSTICO DE MODOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN REALIZADO EN 11 POBLADOS PERTENECIENTES A LOS MUNICIPIOS DE SAN BENITO ABAD, SAN MARCOS EN SUCRE; Y AYAPEL EN CÓRDOBA.**

Se realiza un diagnóstico en marco del convenio de convenio 17-16-075-027ce entre el Instituto Alexander Von Humboldt y la Universidad de Córdoba, que predispone de un equipo que se trasladó a cada una de las cabeceras municipales a realizar entrevistas a personas administrativas y técnico de cada una de las empresas de comunicación presente. La intención fue obtener información sobre la estructura de cada uno de los medios de comunicación, su filosofía, sus actividades y el rol que cumplen a nivel cultural y social en las comunidades de su influencia.

Mostrando así, como los medios de comunicación se incluye el rol potencial que cada una las comunidades en relación con un objetivo que es de informar y educar a las comunidades.

#### **1. Sobre los medios de comunicación y tipologías**

La comunicación es por definición, un fenómeno social, esto es, histórica y culturalmente determinados en la relación de los unos y los otros. Por ser social, entonces, exigen que se estudie el uso de la tecnología audiovisual en el contexto que la cultura produce apropiada o recrea. Por esto, es importante que nos detengamos en las experiencias colectivas de las organizaciones y comunidades estudiadas, y en los procesos que explican su desarrollo. (Pierre 2007).

Los medios de comunicación permiten la circulación de información, adicionalmente generan espacios colectivos de formación y educación, para la gran mayoría de la población, ejerciendo una función de concienciación de primer orden. Se requiere hoy, que los medios de comunicación desarrollen estrategias y mecanismos para despertar el interés sobre aspectos ambientales de diverso orden, para que ofrezcan información que resulte comprensible para el ciudadano corriente (Reyes - 2013 p45)

La realidad social se configura a través de los medios por tanto la realidad ambiental también lo hace a través de ellos, es necesario conocer las intenciones de estos para comprender las actitudes

sociales que estos generan, y los comportamientos colectivos que instalan, respecto a asuntos de gran calado como el cambio climático, partiendo de la base de que un correcto tratamiento de los datos y un grupo de informaciones adecuadas fomentará un mejor conocimiento de los temas ecológicos, biológicos o de impacto, “una mayor concienciación ambiental social, e incidirá en la transformación de valores, actitudes y comportamientos sostenibles”. (Barriga, 2015, p98).

Para Domínguez (2012) y Fable (2008) los medios de comunicación masiva, atendiendo al órgano emisor del mensaje se clasifican en primarios, secundarios, terciarios y cuaternarios, realizamos una descripción y un resumen así:

**Medios primarios:** están sujetos al cuerpo humano, no requieren de ninguna tecnología para su comunicación, es asincrónica, se les considera medios de comunicación cuando un grupo supera los siete integrantes. La autora explica como un profesor dando una clase puede ser considerado un comunicador en masa. Otros ejemplos: un orador, un sacerdote, o una obra de teatro (Domínguez, 2012)

**Medio terciario** se generan con el uso de técnicas tanto del emisor de contenidos como del receptor de los mismos, para poder recibir el mensaje enviado se requiere de un aparato para interpretar el mensaje. Ejemplo televisión, radio, telégrafo, teléfono, música. (Domínguez 2012)

**Medios secundarios:** uso de técnicas tecnologías de parte del emisor de contenidos, para la emisión del mensaje. Los receptores del mensaje no requieren necesitan de ningún tipo de técnica para recibir el mensaje, cuando las personas transitan por la calle no necesitan de ningún aparato especial para poder ver o escuchar los anuncios producidos en esta categoría, periódicos, revistas, gacetas, folletos. (Domínguez 2012)

**Medios cuaternarios:** facilitan que las masas y los individuos se comuniquen de manera bilateral y masiva al mismo tiempo, disminuyen distancias entre individuos y utilizan lo último de la tecnología para facilitar la comunicación con una alta calidad de emisión y recepción de los mensajes, lo cual resulta de menor calidad con medios incluidos en otras clasificaciones. Internet, celulares, televisión satelital. (Domínguez, 2012)

**Los modos:** Para Fernández-Dols, (1994, p 67) La comunicación puede ser: verbal y no verbal agrupa distintas manifestaciones del lenguaje en 11 categorías principales: este autor los clasifica como conductas no verbales o modos así:

- Contacto corporal
- Mímica y gesto
- Proximidad en el espacio
- Dirección de la vista
- Actitud corporal
- Manifestación externa Conductas verbales
- Sincronización temporal del habla
- Tono emocional
- Pronunciación,
- Acento
- 

**Comunicación verbal:** Pacheco y Álvarez, A. (2008) se refieren a los mensajes que se producen a través de la palabra como comunicación verbal. Es la comunicación que nos permite proporcionar al otro un conocimiento exacto de lo que transmitimos. Es fundamental que este tipo de comunicación emplee elementos comprensibles para el receptor. Características:

- Lo que comunicamos se vincula al objeto de manera clara
- Lo que se transmite se hace mediante palabras inteligibles
- Se utilizan conceptos
- Los mensajes que se envían son siempre mensajes de contenido

Cuando se transmitan emociones o sentimientos se hacen expresando esos estados con palabras.  
(P43)

**Comunicación no verbal:** la comunicación no verbal, a diferencia de las otras es muy difícil de conceptuar, por lo que otros autores la denominan “conducta no verbal”, o modos, siendo la comunicación uno de los componentes de esa conducta. El concepto no verbal se utiliza para describir todos los acontecimientos de la comunicación humana que trascienden las palabras dichas o escritas y que tienen como protagonistas, gestos, silencios, el cuerpo con todas sus expresiones. La palabra hablada precisa de un complemento no verbal para adquirir pleno sentido expresivo. (Poyatos, 1994).

## **2. Los medios y modos de comunicación en 11 corregimientos de la Mojana**



Siendo un municipio y no teniendo la categoría de capital, los municipios, corregimientos y veredas cercanas la sienten como la capital de la Mojana y el San Jorge, lo cual despierta interés por atender la información que transmitimos por la emisora.

Ha tenido programas dirigidos al campesino en las mañanitas, a las 5: 00 am da concejos del agro, por lo tanto, ha creado la necesidad de que el campesino escuche lo que transmite en los programas, no existen periódicos locales ni revistas o cualquier otro medio escrito de distribución masiva, solo la prensa nacional, que en muy raras ocasiones trata de asuntos locales. Adicionalmente, las personas de estas veredas no tienen una cultura de lectura de medios informativos, así que, para suplir esta necesidad, algunos jóvenes de la zona tomaron la iniciativa de crear un sitio a través de la red social Facebook que se maneja como un periódico virtual con el fin de mantener actualizada a la comunidad.

El grupo lleva por nombre el informativo de San Marcos y cuenta en la actualidad con más de cuarenta mil miembros, con publicaciones de toda índole, debates de las acciones que se están realizando en el pueblo y esto hace que nos mantengan informados.

Según la información recopilada (ver entrevista) se puede deducir que lo que mayor afinidad con las comunidades es el radio; por la facilidad de acceso, la cobertura y la parte económica, ya que a los pobladores se les hace fácil para acceder.

La televisión tiene cobertura, pero solo en la parte local lo cual es una desventaja ya que no cubre la totalidad de la zona.

El municipio de San Benito Abad se ubica al sur del departamento de Sucre, en la margen occidental del río San Jorge y la Ciénaga de Machado. Limita al norte con los municipios sucreños de El Roble y Galeras; al sur con el departamento de Córdoba (Municipio de Ayapel); al Oeste con el departamento de Córdoba (Municipio de Chinú), y los municipios

Grafico dos: Municipio de San Benito Abad

Tomado de

[http://www.sanbenitoabad-sucre.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=2630859](http://www.sanbenitoabad-sucre.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=2630859)

sucreños de Caimito y San Marcos. Al este con el Departamento de Bolívar (Municipio de Magangué) y los municipios sucreños de Sucre y Majagual. Alcaldía de San Benito Abad-Sucre, 2013

En el municipio se cuenta con la emisora Radio Piragua, emite desde Sincelejo y tiene cobertura en el municipio, es una emisora comercial que trasmite en la banda am; además de tener cobertura en el casco urbano del municipio también tiene alcance a los corregimientos y veredas, es de gran potencia, incluso su señal alcanza varios municipios de Sucre y parte de Córdoba. Sus propietarios no han realizado, estudios de sintonía, la emisora goza de buena aceptación ya que es el medio de comunicación que mantiene informada a la comunidad con noticias locales.

En cuanto a los formatos informativos, tiene un noticiero que se emiten a las 7:00 am y al mediodía. Este espacio va dirigido al departamento de Sucre en general. Algunos de sus periodistas cumplen la función de corresponsales del municipio de San Benito y de esta manera se mantiene informada a la comunidad San-Benitera, se desplazan a zonas damnificadas por las inundaciones, incluyendo corregimientos y veredas, también brindan información cultural y de interés general para estas

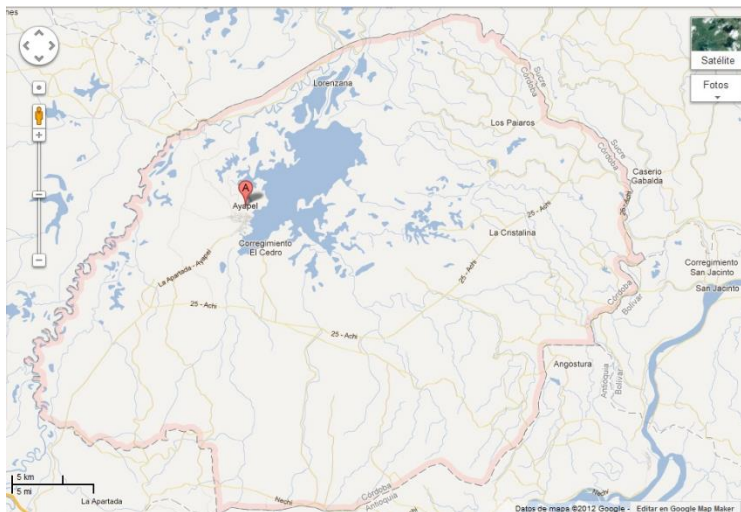


comunidades, Incluso las mismas personas de la zona los buscan para hacer denuncias sociales, o para reportar cualquier hecho noticioso que se presente.

En el municipio circulan tres periódicos, El Meridiano, El Propio y Periódico al Día, un canal que trasmite por cable en el casco urbano, pero este no brinda información local, existe una emisora comunitaria llamada Quichoa estéreo, emite en la banda am y llega hacia todos los alrededores del municipio, incluyendo corregimientos y veredas.

los programas de complacencia musical, tiene uno por las mañanas que se llama amanecer Ranchero y otro de 12:00 a 2:00 pm llamado Sólo Baladas; también hace anuncios culturales dentro de un programa llamado La hora del pescador, donde la mayoría de los oyentes son los que practican esta actividad, domingos se trasmite un programa completamente cultural.

La emisora no tiene alcances de sintonía a los municipios que se encuentran en sus alrededores, como por ejemplo San marcos y Ayapel, en estos momentos solo con el uso de una antena más grande llega hasta Ayapel.



La audiencia es bastante buena, se tiene evidencia de que la escuchan las comunidades puesto que de algunos corregimientos los llaman personas para solicitarles temas, así que tiene buena sintonía por los espacios en los cuales se permite que los llamen y compartan con ellos al aire, al igual que el perifoneo (mensajes transmitidos por altoparlantes) como otro medio de comunicación muy utilizada.

El municipio de Ayapel se encuentra localizado en el extremo oriental del departamento de Córdoba bañado por las aguas del río San Jorge y la ciénaga de Ayapel.

Limita por el norte con San Marcos, San Benito Abad y Majagual; por el oriente con Guaranda y Achí; por el occidente con Buenavista y La Apartada, Pueblo Nuevo y por el sur con el departamento de Antioquia. Alcaldía de Ayapel-Córdoba, 2014

[http://www.ayapel-cordoba.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=3126968](http://www.ayapel-cordoba.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=3126968)

El municipio cuenta con una canal de televisión (CATV), el cual tiene a la fecha, una antigüedad de aproximadamente 10 años, el canal Ayapel tiene bastante aceptación a través de los suscriptores del sistema de cable y posee un programa que se llama El Informativo, donde se transmite información del interés de la comunidad, se brinda información suministrada por la alcaldía de las obras que se realizan, eventos, etc.

No maneja un formato específico, ya que trabaja diferentes eventos y a cada uno le da un espacio. El canal trasmite las 24 horas y la franja horaria con mayor aceptación es a partir de 3:00 a 6:00 pm. El canal trasmite a través de un operador de cable y no tiene cobertura hasta la zona rural.

También existen dos emisoras; una comunitaria (Sonorama Estéreo) y una comercial (Esplendor Estéreo) esta última transmiten espacios de tipo cristiano.

Respecto a medios de comunicación escritos, Hay una revista llamada Esta Es Mi Tierra, propiedad del señor Gilberto Suarez, la cual publica información local y llega hasta las veredas o zona rural y tiene buena acogida en la zona.

Además de los medios de comunicación masivos, como la emisora y el canal de tv, existe también el perifoneo y las vallas que solo se usan en tiempos de política; el perifoneo en algunas ocasiones para información de interés general y abarca solo hasta el área urbana, en ocasiones al rural o corregimientos cuando alguien paga y pide que se lleve información.

La Emisora Esplendor Estéreo, emite en la banda FM y utiliza formatos en la parrilla de programación como; Los Informativos musicales y sociales, es bastante amplia en sintonía, ya que abre las líneas donde todas las personas pueden participar cual quiera sea su condición; económica, social, cultura, religión o preferencia política etc.

Emite Las 24 horas, pero tiene mayor sintonía en la franja de 6:00 a 8:00 am y presenta el programa Esplendor Noticia, donde dan cuenta las noticias más relevantes de la zona.

Tiene una amplia sintonía con el programa el Dj Te Saluda, y de 2:00 a 4:00 pm, con un programa de reflexiones.

Las comunidades aledañas tienen la emisora como una opción de información ya que muchas veces la alcaldía emite información por ella, aunque sea de tipo comercial, esta emisora es importante porque abarca 150 km, llegando a diferentes municipios.



Los programas elaborados en la emisora no van dirigidos específicamente a la población campesina, la programación va dirigida hacia la evangelización ya que se pretende que los campesinos se sientan identificados y puedan de igual forma sentir que las necesidades solo las pueden llenar es Cristo.

La emisora Sonorama Estéreo, tiene 20 años de transmitir en Ayapel en la franja de FM, es de tipo comunitaria y tiene cobertura en el casco urbano, en la zona rural y lugares aledaños; diseña programas de información, noticieros y programas de complacencia a la audiencia.

Emite A partir de las 5:00 am hasta las 10:00 pm y la más acogida en la zona rural que en la zona urbana según su director Víctor Anaya Montes.

### **MEDIOS Y MODOS DE COMUNICACIÓN PRESENTES EN LAS DIFERENTES COMUNIDADES.**

Los pobladores de la subregión de la Mojana dominan una cultura anfibia sometida a los vaivenes de las crecientes de los ríos como a sus sequías. Sobrevive en tierra y en agua, desde tiempos precolombinos han combinado las labores agrícolas, pecuarias y selváticas con la fluvial y pesquera en el mismo hábitat. La cultura anfibia explica el poblamiento lineal de caseríos o aldeas construidas en barrancos, secos y estrechos que bordean las corrientes fluviales. (Fals Borda, 2000).

En tal sentido, se planteó el objetivo de indagar sobre la percepción y valoración de los servicios ecosistémicos (en avance SE) de los humedales de la región de la Mojana. Por parte de las comunidades seleccionadas para los municipios de San Marcos, San Benito Abad y Ayapel, en el marco Convenio 17-16-075CE entre el IAVH y la universidad de Córdoba, titulado “Rehabilitación del ecosistema de humedal en la región de la Mojana para mitigar los efectos de las inundaciones” en la propuesta diseñada, estrategias de comunicación y divulgación que permiten hacer partícipes a las comunidades de procesos y actividades colectivas. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Adaptation Found, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Colombia – PNUD).

A partir de lo expuesto anteriormente, se tomó una muestra intencional del 10% del censo poblacional de cada una de las comunidades anteriormente mencionadas.

La encuesta se realizó según los criterios de un muestreo no probabilístico, con base en dos parámetros definidos por la unidad investigativa; que sustentan estos parámetros de estudios cualitativos de Hernández Sampieri.

En primer criterio, la muestra fue tomar los pobladores con más de cinco años de residencia en la zona de concentración rural para poder garantizar un conocimiento adecuado de los aspectos a investigar

El segundo, fue tomar pobladores que se encontraran entre los 15 y los 80 años, teniendo en cuenta el aspecto generacional para integrar los conocimientos y las experiencias de vida con el entorno, tanto de jóvenes y adultos mayores.

### **Municipio de Ayapel, Departamento de Córdoba**

El corregimiento de Cecilia se ubica en el municipio de Ayapel, departamento de Córdoba, según la secretaria de planeación municipal de Ayapel, esta comunidad no tiene los servicios de alcantarillado y aseo, sin embargo, tienen una red de acueducto básico, energía y telecomunicaciones considerados de mala calidad por su cubrimiento y eficacia. (Plan de desarrollo municipal 2012 – 2015, 2012)

El corregimiento de Sincelejito cuenta con una extensión de 17627 ha, al igual que Cecilia posee únicamente los dos servicios básicos de acueducto y energía en malas condiciones, según la oficial del Plan de Desarrollo Municipal de Ayapel (PDM- Ayapel, 2016), con una población de 338 habitantes en un 53% de urbanización en la zona céntrica rural de mayor concentración. Al igual que Cecilia su principal vía de comunicación son los afluentes de aguas del caño San Matías con 40 Km de longitud entre Cecilia – Sincelejito – Alfonso López – San Matías Abajo – (A San Jacinto del Cauca, Bolívar) funcionando con el 50% de regularidad y dos puentes, datos tomados del Plan de Desarrollo Municipal de Ayapel (PDM- Ayapel, 2016).

La vereda de caños de Seheve, con aproximadamente 396 habitantes alrededor del caño de Seheve, lo que determina que su principal vía de comunicación es fluvial a tan solo 5 km del corregimiento de Cecilia, en el municipio de Ayapel.

Con relación a los artículos tecnológico poseído por la población se pudo obtener que el de mayor demanda es la televisión, seguida por el teléfono celular.

	POBLACIONES	SEHEVE		CECILIA		SINCELEJITO	
		cant	Porcentaje	Cant	porcentaje	Cant	Porcentaje
<b>P1. De los siguientes artículos, pon una X al lado del que sí tengas en tu hogar.</b>	Televisión	24	80%	28	93%	18	90%
	Reproductor de DVD	6	20%	8	27%	4	20%
	Teléfono fijo	2	7%	0	0%	0	0%
	Teléfono celular	3	77%	8	93%	5	75%
<b>P2. ¿Tienes en tu casa conexión a internet?</b>	SI	0	0%	2	7%	1	5%
	NO	30	100%	28	93%	19	95%
				1	47%	0	33%
				1	4%	1	50%

**Tabla 1:** Aparatos tecnológicos, seleccionados por los habitantes de Sehebe, Cecilia y Sincelejito

De igual forma se les pregunto a las tres comunidades si poseían conectividad a Internet, solo el 7% de los encuestados del corregimiento de Cecilia manifestó tener conexión a Internet, seguido de sincelejito (5%) y Bocas de Seheve que manifestó no tener internet (0%); por consiguiente, se concluye las 80 personas encuestadas en el total de las tres comunidades sólo el 4% manifiesta tener internet (2 personas en Cecilia y 1 en Sincelejito).

Sin embargo, llama la atención que a pesar de que manifiestan no poseer internet en sus hogares, al momento de interrogarlos, específicamente sobre los usos del celular o telefonía móvil, Cecilia (67%), Bocas de Seheve (40%) y Sincelejito (30%) de los encuestados dicen hacer uso de su dispositivo móvil para internet; datos ligados a las preferencias por las redes sociales (7%) y WhatsApp (57%) en la comunidad de Sehebe y 10% y 85% para Sincelejito. Se destaca que en Cecilia

existe una mayor variedad con el 50% para redes sociales, 43% WhatsApp y una mínima parte del 7% en canales de entretenimiento (YouTube, navegadores y Google Play).

	POBLACIONES	SEHEVE		CECILIA		SINCELEJITO	
		Cant	Porcentaje	cant	Porcentaje	cant	Porcentaje
<b>P4. ¿Cuándo te conectas a internet a que le dedicas más tiempo?</b>	Redes Sociales	2	7%	15	50%	2	10%
	Canales de Entretenimiento	0	0%	2	7%	0	0%
	Whatsapp	17	57%	13	43%	17	85%

**Tabla 2:** Uso de Internet, seleccionados por los habitantes de Sehebe, Cecilia y Sincelejito.

A pesar de la situación de alejamiento geográfico con respecto a la cabecera municipal, la mayoría de habitantes logran tener un celular, el cual se convierte en un elemento fundamental para poder comunicarse con la familia, con los amigos, de hecho el celular en algunos casos, se enmarca ya no como un bien de lujo, sino como una necesidad, con el celular se comunican, se entretienen, se conectan a internet, acceden a las redes sociales y aprovechan sus beneficios para la comunicación, es de hecho, un artefacto tecnológico de suma importancia en los procesos de interacción social. Dedicando alrededor de menos de medio hora de conectividad con un 63% en el total de la población entre las tres comunidades (Sehebe 50%, Cecilia 67% y Sincelejito con el 75%) ver **tabla 3**

	POBLACIONES	SEHEVE		CECILIA		SINCELEJITO	
		cant	porcentaje	Cant	porcentaje	cant	Porcentaje
<b>P5.¿cuánto tiempo le dedicas a navegar en la internet?</b>	Más de 2 más horas	2	7%	2	7%	1	5%
	1 hora	10	33%	3	10%	3	15%
	30 minutos	3	10%	5	17%	1	5%
	Menos de 30 minutos	15	50%	20	67%	15	75%

**Tabla 3:** Tiempo dedicado a Internet, seleccionados por los habitantes de Sehebe, Cecilia y Sincelejito

Las tres comunidades manifiestan en el 94% de no un periódico comunitario y por ende local, sin embargo, sólo el 6% de la comunidad encuestada de Bocas de Sehebe manifiesta tener contacto con un periódico local, Vea **tabla 4**.

	POBLACIONES	SEHEVE		CECILIA		SINCELEJITO	
		cant	Porcentaje	Cant	porcentaje	Cant	porcentaje
<b>P8. ¿Existen periódicos locales comunitarios presentes en la zona?</b>	SI	5	17%	0	0%	0	0%
	NO	25	83%	30	100%	20	100%

**Tabla 4:** Periódicos locales, seleccionados por los habitantes de Sehebe, Cecilia y Sincelejito

Los promedios de la radio en las tres comunidades manifiestan un 11% (Sehebe 7%, Cecilia 7% y Sincelejito 20%) la presencia de una emisora comunitaria. Ver **tabla 5**.

Dato que coincide con los promedios del 10% (Sehebe 17%, Cecilia 3% y Sincelejito 10%) de los encuestados al preguntar por la presencia de los canales de televisión comunitaria en sus comunidades, ver **tabla 6**

	POBLACIONES	SEHEVE		CECILIA		SINCELEJITO	
		cant	porcentaje	cant	porcentaje	cant	Porcentaje
<b>P6. ¿Existen estaciones radiales comunitarias presentes en la zona?</b>	Si	2	7%	2	7%	4	20%
	No	28	93%	26	87%	16	80%

**Tabla 5:** Emisoras locales, seleccionados por los habitantes de Sehebe, Cecilia y Sincelejito.

	POBLACIONES	SEHEVE		CECILIA		SINCELEJITO	
		cant	porcentaje	cant	porcentaje	cant	porcentaje
<b>P7. ¿Existen canales de</b>	Si	5	17%	1	3%	2	10%

televisión comunitarios presentes en la zona?	No	25	83%	29	97%	18	90%

**Tabla 6:** Canales de televisión locales, seleccionados por los habitantes de Sehebe, Cecilia y Sincelejito.

La influencia de los canales televisivos más vistos se encuentra en la programación nacional de los canales RCN (42%) y Caracol (58%) de recepción en estas comunidades dedicando más de 4 horas al día.

Los niveles de recepción de la radio con un 6% de más de 4 horas de dedicación, principalmente sintonizando la emisora Esplendor Estéreo, de Ayapel, emisora comercial con un alcance de 5Kb, es de resaltar que esta emisora sintonizada en el dial 102.5 del FM, es una emisora Clase C por ser de cubrimiento zonal restringido según el Plan Nacional de Radiodifusión Sonora (MinTIC, 2017), lo que significa que solo se debe escuchar en el municipio. Por otra parte, se puede notar que lo manifestado en la tabla 6.

Alrededor de las emisoras comunitarias donde el 11% manifestó presencia de una emisora comunitaria realmente se estaban refiriendo a la emisora comercial Esplendor Estéreo, debido que es la única emisora comunitaria en Ayapel con 0,2 Kb de potencia lo que puede ser una de las razones por las cuales no logran identificarla, debido a que es una emisora de cubrimiento local restringido.

En general la televisión de radiodifusión nacional es la que más sintonizan con un nivel de recepción del 74%, en promedio para estas tres comunidades, seguido de radio (13%), prensa (3%) e Internet (3%), ver **tabla 7**.

POBLACIONES	SEHEVE		CECILIA		SINCELEJITO		PROMEDIO	
	cant	porcentaje	Cant	porcentaje	cant	porcentaje		
<b>P23. En general, ¿qué medio usas más para informarte</b>	Televisión	22	73%	24	80%	14	70%	74%
	Radio	2	7%	4	13%	4	20%	13%
	Prensa	0	0%	1	3%	1	5%	3%
	Internet	0	0%	1	3%	1	5%	3%

**Tabla 7:** Medio de comunicación, seleccionados por los habitantes de Sehebe, Cecilia y Sincelejito.

	POBLACIONES	SEHEVE		CECILIA		SINCELEJITO		PROMEDIO
		cant	porcentaje	cant	Porcentaje	cant	porcentaje	
<b>P24. ¿De los siguientes modos para comunicarse, cual utiliza con más frecuencia?</b>	Palabras	21	70%	16	53%	14	70%	64%
	Gestos	0	0%	10	33%	0	0%	11%
	Sonidos	0	0%	0	0%	0	0%	0%
	Tecnología	9	30%	4	13%	6	30%	24%
	Ninguna de las anteriores	0	0%	0	0%	0	0%	0%

**Tabla 8:** modos de comunicación, seleccionados por los habitantes de Sehebe, Cecilia y Sincelejito

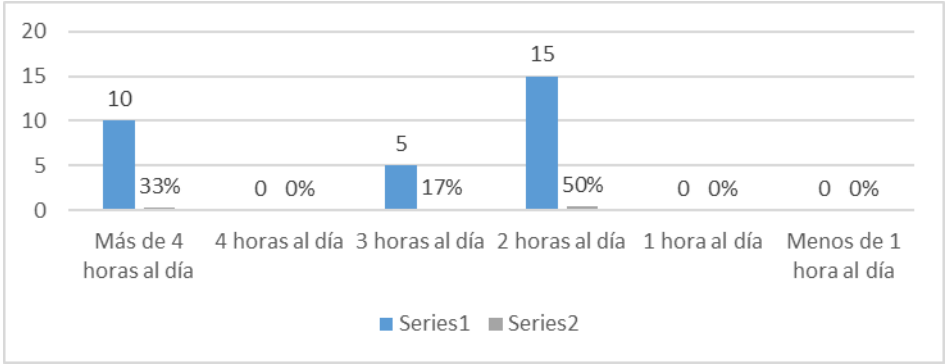
	POBLACIONES	SEHEVE		CECILIA		SINCELEJITO		PROMEDIO
		cant	porcentaje	cant	Porcentaje	cant	Porcentaje	
<b>P25. Cuando usted desea comunicarse con sus vecinos o amigos, ¿cómo prefiere hacerlo?</b>	Lo llama por teléfono	10	33%	5	17%	5	25%	25%
	Le habla directamente	20	67%	20	67%	13	65%	66%
	Le manda el recado	0	0%	5	17%	2	10%	9%
	Le escribe un mensaje	0	0%	0	0%	0	0%	0%

**Tabla 9:** Preferencias de comunicación, seleccionados por los habitantes de Sehebe, Cecilia y Sincelejito

### **El municipio de San Marcos, departamento de Sucre**

La verdea El Torno, se localiza al Sureste del municipio de San Marcos, Sucre, limita al oeste con la ciénaga de la Cruz, al este con las haciendas las Mercedes y Sevilla. Se caracteriza por una población mayor de edad, con niveles de educación en básica primaria y con un sistema de producción agrícola y pesquera. Cuenta con muchas especies maderables y frutales, la mayor fuente fluvial proviene del Rio San Jorge. Según el (PNUD) 2015

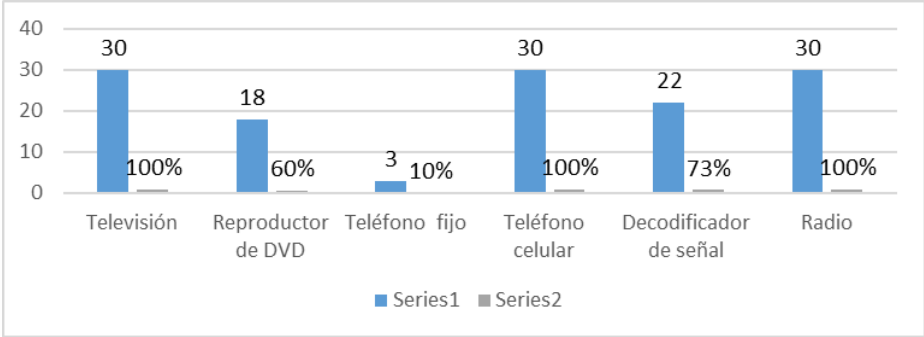
Los pobladores de la comunidad tienen equipos tecnológicos alusivos a distintos medios convencionales como se observa en la gráfica correspondiente a la primera pregunta de la encuesta realizada en esta comunidad.



**Grafica 1:** Aparatos tecnológicos, mencionados por los habitantes de las comunidades de San Marcos

El 100% de los pobladores poseen y usan la televisión y radio tanto para informarse como para entretenerse de noticias nacionales y locales, así mismo, la mayoría de ellos manifiesta el hábito de ver televisión o escuchar la radio todos los días durante más de 2 o 3 horas como se observa en las gráficas de las pregunta 2 del consolidado estadístico.

**Grafica 2:** Tiempo dedicado a ver televisión en las comunidades de San Marcos





Las programaciones más vistas son los noticieros, canales de películas, deportes, telenovelas, y en menor medida lo de opinión política.

En cuanto al ámbito de lectura se puede inferir que el periódico se lee poco y cuando lo hacen las secciones más leídas son; las noticias sociales, deportes, noticias y suplementos.

Por último, se encuentra que el uso del celular es bastante alto, a pesar de la situación de las diferentes dificultades demográficas que presenta la comunidad respecto a la cabecera municipal o las capitales donde la tecnología es más exequible, la mayoría de habitantes logran tener un celular, el cual se convierte en un elemento fundamental para poder comunicarse con la familia y amigo en cualquier momento, el celular ya no es visto como un bien de lujo, sino como una necesidad para comunicarse y transmitir la información accediendo a las redes sociales al momento de una interacción social.

El corregimiento de Las Flores localizado en el municipio de San Marcos, Sucre a 8°31'50. 88" Norte y 75° 12'02.95" Oeste; limita al este con el corregimiento de Cuenca, al norte con el Llano y las veredas del Limón y la Capilla; al noreste con Caño Prieto y la vereda de Cejalarga. Datos encontrados en Google Eart, 2017.

Se caracteriza por una población joven, con niveles de educación en básica primaria, básica secundaria y educación media, con un sistema de producción agrícola y pesquera. Con influencia cultural mediada por algunos artefactos tecnológicos como la tv y la radio, y en mayor proporción las tecnologías de la información y comunicación de punta como la telefonía celular y la internet.

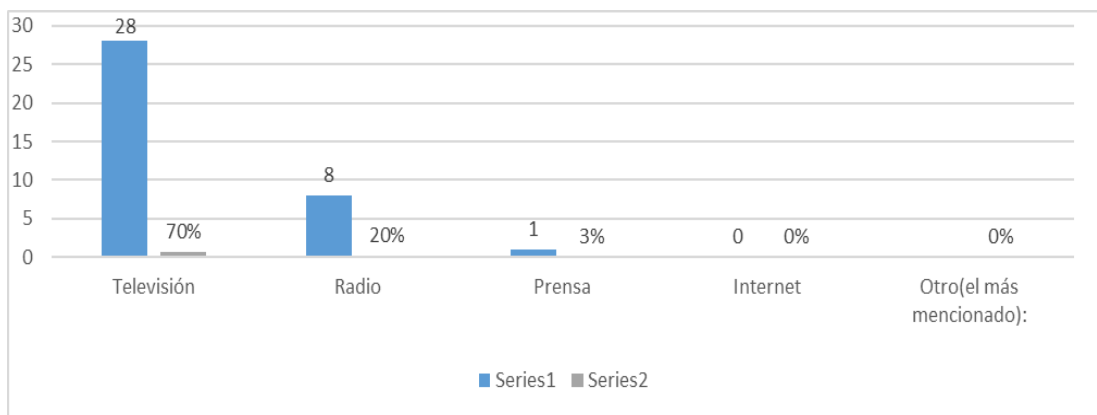
Basados en las preferencias de los jóvenes, la televisión es la de mayor preferencia, al optar por programas musicales, series, deportes, reality shows, películas y en menor medida noticieros y documentales.

Aunque el 87 por ciento tienen acceso a la radio, la mayoría de ellos manifiesta no escuchar la radio, ya que la música escuchada es la grabada en su celular o iPod Y prefieren enterarse de las noticias, farándula por la Tv, la cual ven aproximadamente de 2 a 3 horas diarias.

Respecta a los periódicos, afirman no leerlos nunca, destaca el uso del celular el cual aprovechan mucho para mensajear, hacer llamadas, acceder a internet; ver videos, escuchar música, hacer fotos, acceder a redes sociales como Facebook, WhatsApp para mantener contacto con amigos.

Es importante mencionar que los jóvenes, según los datos mostrados en esta encuesta, buscan usar los medios de comunicación tradicional como la TV, para diversión y entretenimiento, mientras algunos pocos lo usan para aprender o para enterarse de lo que actualmente sucede. En cuanto al acceso a internet, todos los que utilizan este medio lo hacen a través de telefonía móvil.

El corregimiento de Cuenca se ubicado en el municipio de San Marcos Sucre a 8°31'17" Norte y 75°15'7" Oeste, limita al sur con el municipio de Pueblo Nuevo, Córdoba y al oeste con el Corregimiento de las Flores. Este territorio hace parte de una dinámica territorial destacable dentro del municipio de San Marcos; tiene relación directa con el departamento de Córdoba, junto con La



Quebrada y Caño Prieto que conforman una Unidades Espaciales de Funcionamiento-U. E.

Existen estaciones radiales en la zona, pero no es de preferencia en esta comunidad, las emisoras Chipilín Estéreo y La Voz De San Marcos, sin embargo, prefiere la TV tanto para informarse como para entretenerse, según muestran los datos recopilados en la Gráfica de la pregunta 23 de la encuesta realizada en cuenca.

En general, ¿qué medios usas para informarte?

**Grafica 3.** Acceso a medios de comunicación

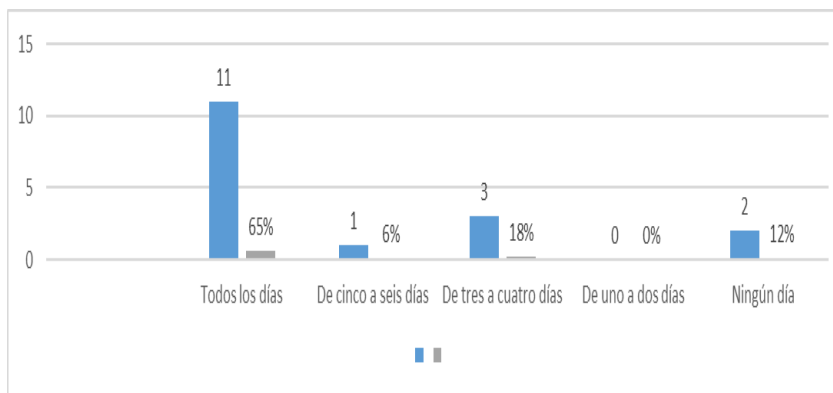
No existen periódicos comunitarios o cualquier otro medio escrito. En general, ven la tv, sobre todo los canales nacionales, RCN y CARACOL TV y siempre prefieren las telenovelas y los noticieros.

El corregimiento de Pital se localiza al suroeste del Municipio San Marcos, perteneciente a la subregión del San Jorge, departamento de Sucre, limita al norte con la Vereda La Florida, al sur con el corregimiento las Flores, por el oriente con El Paso Carate y por el occidente con la Vereda Tres

Esquinas, tiene un asentamiento poblacional de 169 habitantes, se caracterizan por tener un sistema de productividad productiva agrícola y pesquera obtenidas de los servicios ecosistémicos los cuales saben aprovechar para su supervivencia, esta comunidad carece de vías de transporte terrestre.

Esta comunidad ocurre casi exactamente lo mismo con las demás, con mínimas variaciones, tienen acceso a la TV, no tienen internet en los hogares, algunas personas obtienen el servicio de internet para usar Whatsapp y acceder a redes sociales. En cuanto a la radio, se muestra como un medio que está al alcance de la mayoría, es muchas casas escuchan radio diariamente.

En la última semana, ¿cuantos días escuchaste la radio?



**Grafica 4.** Últimamente los días que han escuchado la radio, comunidades en San Marcos

#### **Municipio de San Benito Abad, departamento de Sucre**

La vereda Pasifueres se encuentra ubicada en el departamento de Sucre, municipio de San Benito Abad, en la zona rural del municipio de San Marcos. Con una población no identificada, La encuesta se les aplicó a personas mayores de 40 años en su mayoría pescadores y campesinos residentes en la zona, Se observa que la comunidad en general tiene un nivel educativo muy bajo, la mayoría de los habitantes encuestados poseen un alto índice de analfabetismo

La encuesta se aplicó a personas mayores de 40 años, en su mayoría pescadoras y campesinos residentes en la zona. Lo primero que se observa es que la comunidad en general tiene un bajo nivel educativo, la mayoría de los habitantes encuestados poseen un alto índice de analfabetismo.

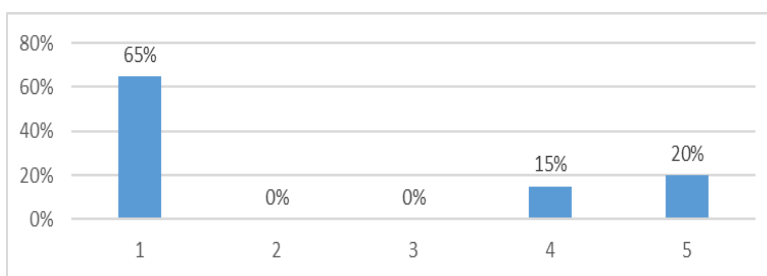
Los medios de comunicación que posee esta zona están muy limitados puesto que es una zona que no tiene el servicio de electricidad, y de otro lado, los medios que existen en la cabecera municipal nos les ofrecen una programación muy variada.

El medio más común en la zona es la radio, la cual se puede utilizar con el uso de batería principalmente para escuchar noticias, música y programas deportivos, la Tv es muy poco utilizada y solo la ve un 10 por ciento de la población que posee planta eléctrica propia.

La gráfica de la pregunta numero 16 hecha en Pasifueres, muestra como el 65% de los pobladores poseen radio en sus viviendas y la escuchan todos los días.

En la última semana, ¿cuantos días escuchaste la radio?

**Gráfica 5.** Últimamente los días que han escuchado la radio, comunidades en San Benito Abad



El segundo medio o dispositivo más utilizado es el teléfono celular, y al igual que en otras comunidades rurales de difícil acceso, este se convierte en un elemento fundamental para poder comunicarse con la familia y amigos en cada momento, de hecho el celular, en algunos casos, se enmarca ya no como un bien de lujo, sino como una necesidad, sin embargo, la comunicación se da principalmente por la vía oral, al preguntarles cómo se comunican entre ellos y como prefieren hacerlo, la gran mayoría manifestó hacerlo directamente o enviarle un recado con alguien como se evidencia en la gráfica 6, correspondiente a este ítem.

Respecto al periódico, se puede inferir que se lee poco ya que en la zona no existen periódicos comunitarios y los que hay son de carácter nacional o regional y solo se encuentran en la cabecera municipal.

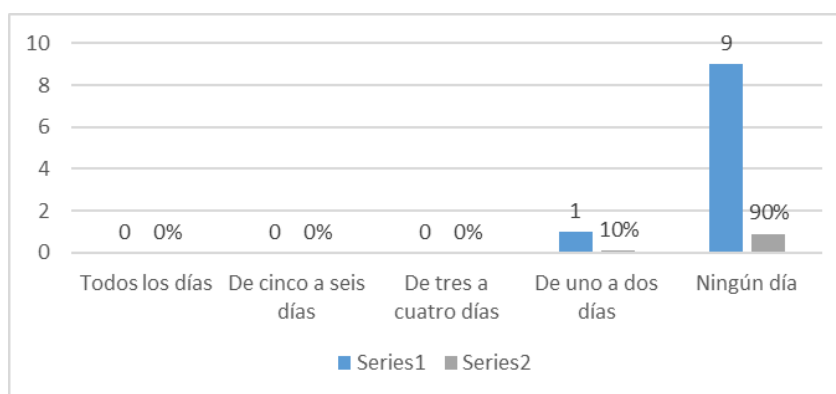
La vereda de Tosnován está aledaña a las veredas, el Cauchal y Pasifueres, también se encuentra cercana al corregimiento Las Delicias, localizado en San Marcos, Sucre. La vereda presenta un alto riesgo, por causa de las frecuentes inundaciones y vientos huracanados. Alcaldía municipal de San Benito Abad, 2012.

Los medios de comunicación en esta comunidad están muy limitados puesto que es una zona que no tiene el servicio de electricidad.

El medio más común es la radio, la cual se puede usar con batería, principalmente para escuchar noticias, música y programas deportivos, el uso de la tv es prácticamente nulo como se puede apreciar en la gráfica 6. Esto se debe a la falta de fluido eléctrico en las comunidades de este municipio.

En la última semana, ¿cuantos días vistes televisión?

**Grafica 6.** Últimamente los días que ha visto televisión

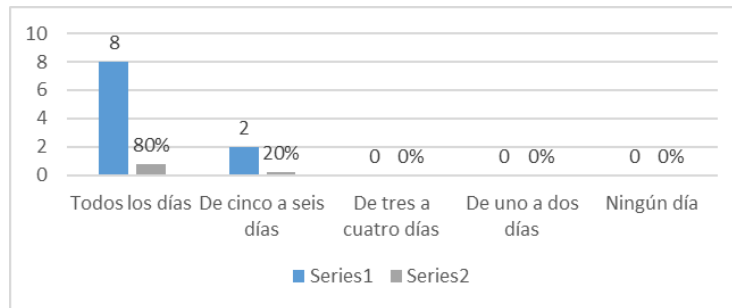


El Internet no es muy usado porque no cuentan con acceso en sus hogares y tampoco existe algún café Internet, por lo tanto, si lo usan acceden a él por medio de los datos en sus teléfonos celulares, este medio no tiene gran influencia ante los pobladores.

El periódico, tampoco es un medio muy difundido entre los entrevistados, ya que no es comprado diariamente y si es adquirido es porque se los regalaron o los necesitan para algo en específico.

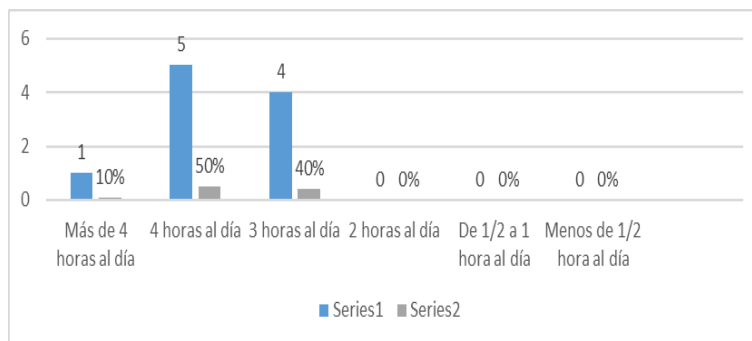
En definitiva, es la radio, el medio más usado y el más común en la zona, en las gráficas correspondientes a las preguntas 16 y 17 de la encuesta, se puede observar como el 80 por ciento de las personas escuchan la radio con una frecuencia aproximada de 3 a 4 horas diarias.

En la última semana, ¿cuantos días escuchaste la radio?



**Grafica 7.** Cuantos días suelen escuchar radio en las comunidades de San Benito

Aproximadamente, ¿cuantas horas al día escuchas la radio?



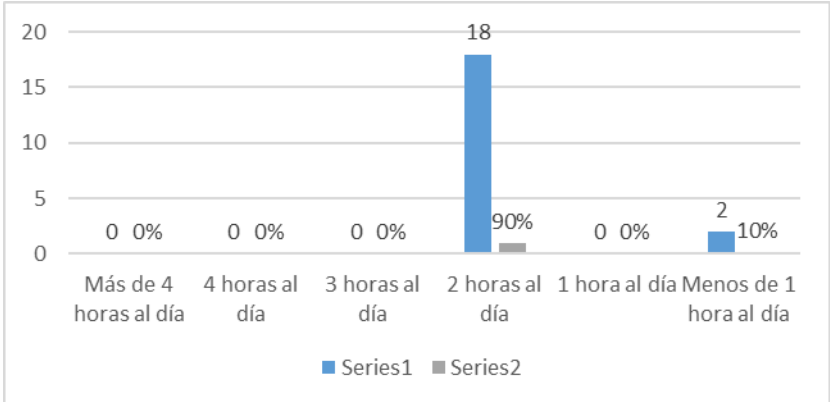
**Grafica 8.** Diariamente, cuantas horas se escucha la radio en las comunidades de San Benito

El corregimiento de Chispas, ubicado a 8°34'00.01" Norte. 74°75'00.07" Oeste, limita al norte con la vereda Centenario al noroeste con la vereda de Pasifueres, al este con vereda Armenia. Cuenta con un gran potencial hídrico. Es de anotar, que la provincia de las chispas tiene un alto porcentaje de riesgo de inundación por taponamientos y sedimentación. (Alcaldía Municipal de San Benito Abad, 2012).

Luego de haber interactuado con los pobladores y haber sistematizado los datos que arrojaron las encuestas, se pueden inferir que algunos de los medios que se usan con más regularidad es la TV y la radio, en cuanto a los electrodomésticos en el hogar, las experiencias en las comunidades de San

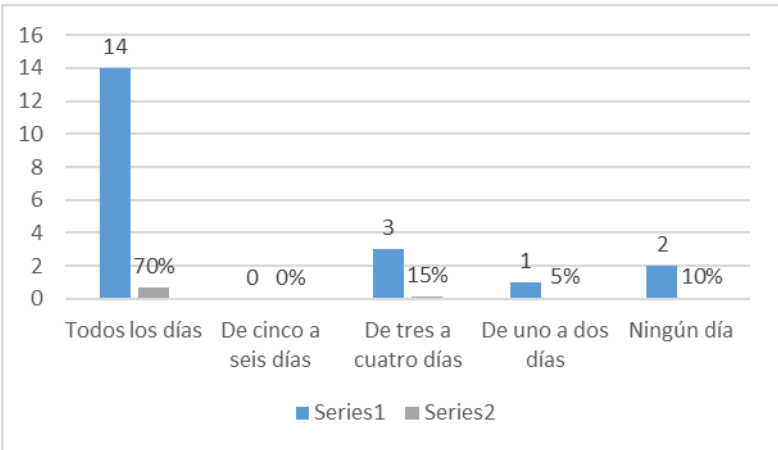
Benito Abad, refleja que el 95% de los pobladores encuestados poseen y usan la televisión, para informarse como para entretenerse todos los días aproximadamente 2 horas diarias como se observa en las gráficas de las preguntas 12 y 13 del consolidado estadístico.

En la última semana, ¿cuantos días vistes la televisión?



**Grafica 9.** Número de días en que generalmente se observa televisión

Aproximadamente, ¿cuantas horas al día ves la televisión?



**Grafica 10.** Horas diarias destinadas a ver televisión

En cuanto a las preferencias, encontramos los noticieros, las telenovelas, los canales de películas y deportes y en menor medida los programas de opinión política.

La radio no es muy usada en la zona, a pesar de que todos tienen en sus casas con frecuencia de las diferentes emisoras locales como La voz de San Marcos, Chipilín Estéreo y otras nacionales como Caracol Estéreo, como se observa en la gráfica de la pregunta 16.

En la última semana, ¿cuantos días escuchaste la radio?

**Grafica 11.** Número de días en que se escucha radio

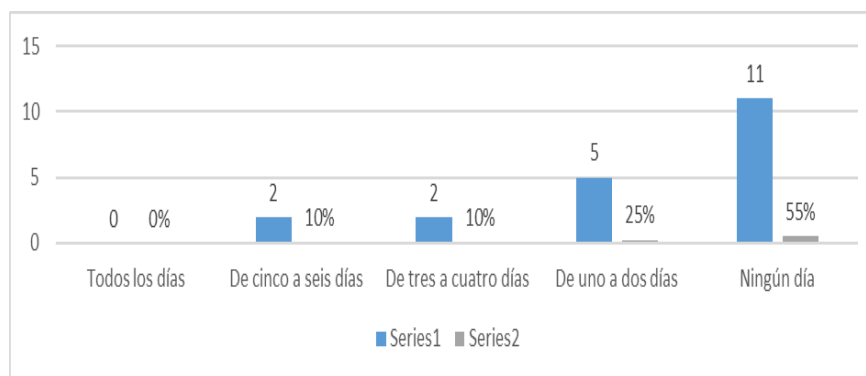
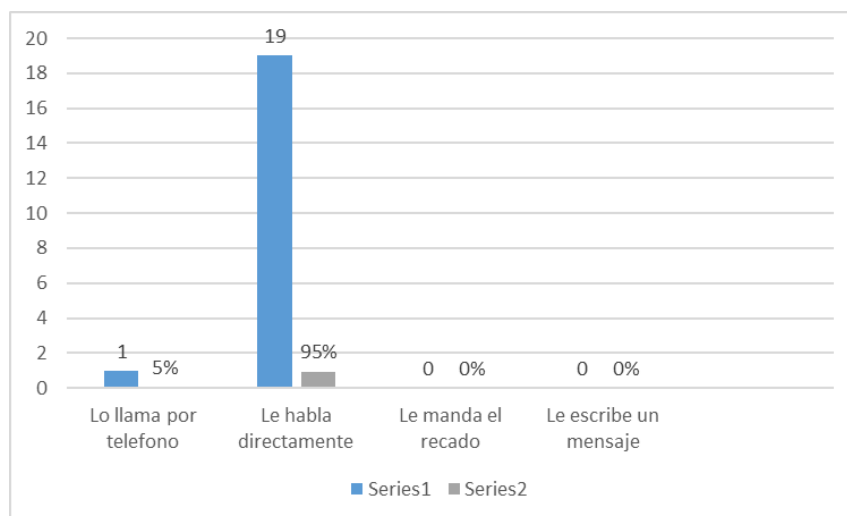
Respecto a los periódicos, se puede inferir que se lee poco, el 70% manifiesta no leerlo ningún día y los que lo hacen, le dedican menos de 1/2 hora al día.

Por último, se encuentra que en la zona no hay servicio de Internet y aunque el uso del celular es bastante frecuente, este se utiliza específicamente para comunicarse, no se conectan a Internet por medio de él y no acceden a las redes sociales ni aprovechan sus beneficios para la comunicación.

Se puede concluir entonces, que el principal medio que utilizan en esta comunidad para informarse y recrearse es la televisión, pero en lo que respecta a la comunicación y la interacción social, es una comunidad donde la oralidad posee el lugar predominante ya que el 95% por ciento prefiere hablar con el otro directamente como se puede evidenciar en la gráfica de la pregunta 25.

Cuándo usted desea comunicarse con sus vecinos y amigos ¿cómo prefiere hacerlo?

**Grafica 12.** Manera en que se comunica en la comunidad





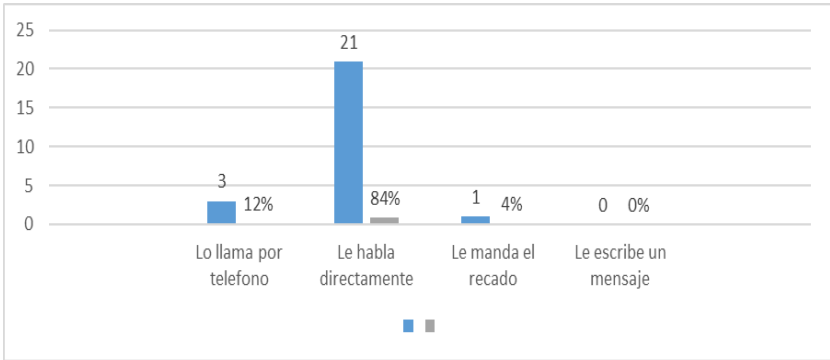
La vereda de Chinchorro se ubica en zonas aledañas a la vereda La Sierpita, además es una zona veredal, que presenta un riesgo medio alto, por causa de las frecuentes inundaciones y vientos huracanados. (Alcaldía Municipal de San Benito Abad, 2012).

Esta comunidad tiene acceso a la televisión nacional y la mayoría de sus habitantes también posee un teléfono celular. En lo que respecta a la conectividad, un 96%, no tiene internet ni se conecta con el teléfono, no hay estaciones radiales comunitarias ni canales de televisión comunitarios, pero si pueden ver la televisión nacional.

No existen periódicos, se informan por medio de la T.V, y prefieren siempre hablar directamente con sus vecinos y amigos por la vía directa.

Al preguntarles cómo se comunican o cómo prefieren comunicarse con sus vecinos, familiares, o amigos, responden que prefieren una comunicación directa como lo muestra la gráfica que resume la pregunta 25.

Cuándo usted desea comunicarse con sus vecinos y amigos ¿cómo prefiere hacerlo?



**Grafica 13.** Manera en que se comunica en la comunidad de Chinchorro

Al momento de enterarse de un evento o acontecimiento importante, la comunidad generalmente se traslada al colegio o los líderes visitan cada vivienda para transmitir la información necesaria.

## RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Las conclusiones se presentan teniendo en cuenta la variedad y diferencia de los resultados obtenidos por municipio y corregimiento, y se cruzaron los datos más importantes de los resultados de las encuestas con los grupos focales.

### SAN MARCOS

Corregimientos/ Veredas	Medios de comunicación			Modos de comunicación	
	Secundarios	Terciario	Cuaternarios	Verbal	No verbal
Pital	La difícil accesibilidad que presenta la comunidad no permite que los periódicos y revistas lleguen hasta la comunidad.	La irregularidad en el fluido eléctrico hace que el acceso a televisión sea mínimo.	No cuentan con internet, pero aun así algunas personas obtienen el servicio para usar WhatsApp	La voz a voz es el medio más utilizado para comunicarse con vecinos y amigos.  Poseen tradición oral y se evidencia al momento que cuenta los diferentes mitos y leyendas.	Uso de señales y gestos para describir una persona, animales o lugares.
El Torno	Se lee poco la prensa que pueden adquirir y cuando lo hace, la comunidad se refiere a noticias sociales, deportes, noticias y suplementos.	La radio y la televisión son los medios masivos más utilizados para informarse y fuente primaria a la hora de transmitir la información.	El uso del celular es bastante frecuente en la comunidad. Lo utilizan para comunicarse y acceder a las redes sociales	La voz a voz es la más utilizada para comunicarse con vecinos y amigos.  Transmite de forma oral las tradiciones de la comunidad.	Uso de señales para mostrar los diferentes servicios ecosistémicos
Cuenca	No cuentan con periódicos u otro medio escrito	Poseen los servicios de televisión y radio, sin embargo, la preferencia es en la TV para informarse	El uso del celular es limitado por no tener el servicio de internet, sin embargo, algún poblador lo	La tradición oral es la más utilizada para la informarse y transmitir la información en la comunidad.	Los gestos son utilizados para brindarle cualidades a una persona o la hora de señalización de

			obtiene para usar el WhatsApp		lugares específicos.
Las Flores	No acceden a la lectura de periódicos, ni revistas.	El fluido eléctrico es constante por lo que la televisión es bastante influyente a la hora de informarse.  No se escucha radio, pero denotan que escuchan música grabada en los celulares o IPod.	El uso del celular es bastante notable, se destacan los usos de las redes sociales para comunicarse entre familiares y amigos, ver videos, escuchar música y tomar fotos.	La palabra es la más utilizada por la comunidad, ya sea directamente personal o por medio del celular	Los gestos son pocos utilizando para comunicarse entre vecinos y amigos.

De acuerdo con la información recopilada se puede deducir que el municipio de San Marcos posee estaciones radiales comunitarias y privadas que ayudan a mantener a los pobladores informados, sin embargo, las comunidades no hacen uso de este medio

En el caso de la vereda el Pital el fluido eléctrico es regular por lo que hacen que los medios de comunicación masiva no sean en gran medida utilizados por la población. Los lugares para el encuentro colectivo son: En la cancha, el colegio. Es de notar que los modos de comunicación más utilizados son la oralidad y el uso de señas. Las propuestas de comunicación que quiere la comunidad son: una Cartilla con imágenes (imágenes e información de la comunidad) y mural con la información del cambio climático, la tradición oral mantiene el mito de la luz ambulante, el perro negro, el gritón. La vereda del Torno presenta poca lectura frente a los periódicos, los medios masivos más utilizados para la obtención de información son la radio y el televisor.

La vereda de Cuenca presenta poca lectura por falta de medios de comunicación escrita y aunque tienen adecuada prestación de los servicios públicos prefieren la TV como medio comunicativo, el teléfono móvil es limitado por no tener internet, la tradición oral es la forma más utilizada para estar comunicados entre ellos. De voz a voz es la forma más habitual de comunicarse, se reúnen los pobladores en la cancha frente a la tienda. En el colegio, en la casa de la señora Elsy Salgado. La propuesta de comunicación que le gustaría a esta comunidad es: Un mural en la entrada del pueblo, con información de la comunidad. En La vereda las flores no tienen lectura habitual de prensa, el fluido eléctrico es constante y hace que la televisión sea el medio por cual pueden estar comunicados, el uso de celulares es bastante notable, la oralidad hace que la comunicación en su comunidad sea más fácil.

En la vereda Chispa no existe ningún tipo de lectura periodística, para mantenerse comunicados los pobladores usan la radio y la televisión, el celular es muy recurrente como medio de comunicación social, la palabra es lo que predomina para estar al día con las noticias de la comunidad. Así mismo, en la vereda Tosnovan no se tiene la facilidad para obtener alguna forma de lectura por lo difícil de su acceso ocasionado por las precarias vías de transporte, no tiene fluido eléctrico lo que hace que usen radio con pilas, usan el celular de manera limitada y la tradición oral hace una mejor comunicación entre los habitantes.

En Pasifueres en su mayoría sus habitantes son analfabetas, donde solo leen los jóvenes y no son constantes con la lectura, el uso del celular es una necesidad para estar comunicados entre ellos, usan la palabra para comunicarse; poco utilizan los gestos para estar comunicados. La vereda Chinchorro no tienen ningún acceso al periódico, no cuenta con fluido eléctrico lo que hace que recurra a plantas eléctricas, los medio para estar comunicados y entretenerse son la radio y la televisión, escaso uso del celular, cuando se quieren comunicar entre si usan las palabras, poco usan lo gestos.

### SAN BENITO ABAD

Corregimientos/ veredas	Medios de comunicación			Modos de comunicación	
	Secundario	Terciario	Cuaternario	Verbal	No verbal
Las Chispas	No existe ningún tipo de periódico o texto en particular.	Los medios que más se utilizan son los de televisión y radio como fuentes primarias a la hora de adquirir la información.	El celular no se observa como un lujo, más bien como un medio para satisfacer la necesidad de comunicarse	La palabra es el medio más utilizado por la comunidad para comunicarse entre ellos.	No usan gestos para comunicarse.
Tosnovan	No tienen ningún tipo de periódico ni revista.	La comunidad no cuenta con fluido eléctrico, por lo que el medio más utilizado es la radio, con baterías, para informarse de las noticias.	El celular es utilizado para transmitir la información necesaria, pero no es muy influyente.	La palabra es el modo más utilizado para comunicarse y transmitir la información entre toda la comunidad. Poseen una tradición oral muy buena, ya que los pobladores adultos transmiten por medio de tertulias los diferentes mitos, leyendas y demás.	A pesar de todas las dificultades que se presentan los gestos son poco utilizados.

1. El corregimiento de Cecilia no tiene acceso al periódico, usan la televisión como medio masivo de comunicación y poco la radio, no cuentan con servicios de internet en sus casas, pero sí interactúan en redes sociales, la oralidad es bastante usada para comunicarse con los más cercanos y los gestos son poco usados. Los lugares donde la comunidad se encuentra: Donde el migue (es una tienda donde venden gaseosas, cervezas, recargas, parrandas), Darsinio García donde se juega carta, en la iglesia católica, en la casa de Heidi cada 8 días, con el taller de damas, debajo de los árboles, detrás del polideportivo, detrás de la iglesia, bajo un árbol de uvero, en el kiosko digital. Las propuestas de comunicación que les gustaría realizar son: un Calendario que muestre imágenes de toda la comunidad y su información o delantales para las amas de casa. La mitología de la tradición oral, que se conservan es la lámpara ambulante y el estrepito.

Pasifueres	La comunidad presenta altos niveles de analfabetismo, lo que a ellos responden que no lee ningún tipo de periódico, revista o algún texto en particular. Destacando un 3% de la población joven lee, pero no es constante.	La comunidad presenta dificultad en el fluido eléctrico por lo que los hace recurrir a una planta eléctrica, manifiestan no utilizar mucho la televisión, no el uso de la radio por medio de baterías.	El celular denota una necesidad para poder comunicarse con sus familiares, amigos y comunidades aledañas para poder recibir y transmitir la información que adquieren.	Se prefieren comunicar por medio de palabra y hablar directamente con sus vecinos. Poseen tradición oral.	Los gestos son utilizados, pero es poca su utilización como modo de comunicación.
Chinchorro	No existe ningún periódico local.	La comunidad presenta problemas de fluido eléctrico, lo que hace recurrir a plantas eléctricas. Los medios masivos más utilizados son la televisión y la radio para poder informarse y entretenerse ya sea observando; telenovelas, deportes o películas.	El uso del celular es no es frecuente en esta comunidad	A la hora de transmitir la información recurren a la palabra o hablan directamente.	Poco uso de gestos

2. La vereda Sincelejito cuenta con periódico, pero es difícil su adquisición; la televisión es el medio más usado para esta comunidad, adicionalmente pasan ratos de ocio con el celular, sin embargo, los cortes de energía limitan su uso, no se relacionan con gestos, se comunican bastante con el “voz a voz”; compran los habitantes un PIN con internet en el kiosko vive digital.

**AYAPEL**

Corregimientos/ veredas	Medios de comunicación			Modos de comunicación	
	Secundario	Terciario	Cuaternario	Verbal	No verbal
Cecilia	No tienen ningún periódico local.	La televisión es el medio masivo más utilizado para adquirir información nacional y local.  Posen radio, pero no es tan utilizada en la comunidad	A pesar de no poseer acceso a internet desde sus casas, acceden a él para informarse, interactuar en las diferentes redes sociales y escuchar música.	La exposición oral es de gran importancia para comunicarse e interactuar con amigos, vecinos y pobladores aledaños.	Los gestos y la descripción por señales son utilizados por la comunidad para señalar algo en particular.
Sincelejito	Existen periódicos locales en la cabecera municipal y son muy difíciles de adquirir en la comunidad.	La televisión es el aparato tecnológico más influyente en la comunidad para adquirir la información necesaria, se usa como entretenimiento	El celular se utiliza más con el objetivo de comunicarse e interactuar por medios de mensajes en las redes sociales.	La palabra es la más utilizada para transmitir e informar eventos asociados a la comunidad.	No hacen uso de los gestos o señalización para comunicarse.
Seheve	Existen periódicos locales, pero la comunidad no muestra interés en leerlos	La televisión es uno de los aparatos tecnológicos más influyente a la hora de recibir información nacional y local.  La radio no es tan influyente en la comunidad,	El celular es usado como canal para adquirir y transmitir la información.	La palabra juega un papel importante a la hora de transmitir la información en toda la comunidad.	No recurren a gestos para comunicarse entre la comunidad.

		pero sí se hace uso de esta.			
--	--	------------------------------	--	--	--

El servicio de luz es regular, cuando pasa un vendaval y se tumban los cables las comunidades tienen que pagar para que arreglen los cables. Las propuestas de comunicación que les gustaría tener: un calendario “que traiga las fotos de la comunidad, que tenga imágenes e información de las labores comunitarias, hacemos aquí, “nadie bota la foto de uno mismo, ni la echa en el fogón”. Los mitos orales son el cuero diabólico –mito, el pelaito encuero- historia, el tigre.

En la vereda de Seheve, existen un periódico; la difícil accesibilidad dificulta adquirirlo por lo que la comunidad manifiesta no leerlo. La televisión es el medio masivo más utilizado para informarse y entretenerse, la radio la escuchan algunos pobladores. El uso de la palabra es el medio más utilizado en la comunidad para informarse y transmitir la acción de un evento en la comunidad. Se reúnen en el colegio, la iglesia, frente donde el cachaco que hay una cancha, los mitos orales que permanecen, el cuero, El tigre, La lámpara ambulante. Las propuestas de comunicación son un calendario que tenga foto de todos, una foto de las damas de la iglesia, Información de las cosas que hay en Seheve.

## **ANEXO B**

### **PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN EN LA MOJANA PARA MITIGAR LOS EFECTOS DE LAS INUNDACIONES**

Componente social – Divulgación y Comunicación





## PRESENTACIÓN

En el marco del convenio del Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt y la Universidad de Córdoba en el proyecto para la **“Rehabilitación del ecosistema de humedal en la región de la Mojana para mitigar los efectos de las inundaciones”** se ha propuesto diseñar una estrategia de comunicación y divulgación que permita hacer partícipes a las comunidades de esta zona en procesos y actividades colectivas.

Así pues, se abre paso a la construcción de una plataforma que involucra procesos y salidas de comunicación que promuevan la adaptación de las comunidades al cambio climático en su territorio para su bienestar. Es así como cobran relevancia los conceptos sobre el uso social de las mediaciones para entender los procesos de comunicación en el ámbito cultural.

La comunicación es por definición un fenómeno social, esto es histórica y culturalmente determinante en la relación de los unos y los otros. Por ser social, entonces los medios se constituyen como una herramienta que influye en el cambio de acciones cotidianas y por ende en los modos de vida.

Además esta propuesta atiende a los resultados del diagnóstico de medios y modos de comunicación a nivel comunitario e institucional realizado en la Mojana, lo cual arrojó que si bien, las comunidades tienen acceso a algunos medios masivos de comunicación, los contenidos que estos medios producen no satisfacen las necesidades locales, donde las comunidades siguen

teniendo como medio de comunicación prevalente el voz a voz y el contacto directo entre los sujetos. Por lo tanto los productos comunicacionales que se describen en esta propuesta están enfocados en este tipo de mediación.

## **JUSTIFICACIÓN**

El reconocimiento de los diversos y cada vez más numerosos problemas ambientales, como el calentamiento global e inundaciones, asociadas al cambio climático, entre otros fenómenos, ponen en riesgo los modos de vida del ser humano.

Esta situación, exige transformaciones estructurales que implican reflexionar, sobre las acciones que hacen parte de la vida cotidiana vinculadas al sistema socioecológico en el que se desenvuelve el hombre, para esto es necesario aunar esfuerzos en aras de reducir el impacto negativo ocasionado por dichos fenómenos, a través de espacios de integración e intercambio de experiencias cotidianas que pueden ser favorecidos a través de procesos de comunicación donde las personas socialicen, analicen y discutan cómo afrontar estas problemáticas.

Por su parte la región de la Mojana es una zona que año tras año se ha visto afectada por las inundaciones. Sus habitantes narran de manera emotiva como sus actividades productivas y sus bienes se encuentran en amenaza por este problema ambiental. En este contexto es fundamental construir una plataforma de conocimientos locales con apoyo científico para mitigar estos efectos. Es aquí donde se inserta la Comunicación para el Cambio Social, como herramienta de intervención en los procesos de participación de las comunidades. La comunicación como fenómeno social y cultural brinda herramientas para que los individuos se reconozcan como parte de un sistema socioecológico y propenda por ser agentes de transformación y de cambio que busque asegurar su bienestar.

La propuesta va dirigida a las comunidades de once veredas pertenecientes a la región de la Mojana, con las cuales se hizo un primer acercamiento con la realización de productos de comunicación con temáticas ambientales del entorno, dichos productos sirvieron como enlace informativo entre sujetos que comparten un mismo territorio. Este ejercicio de vincular a las comunidades en los procesos de producción de contenidos comunicativos permitió conocer cómo las comunidades asentadas alrededor de la Mojana conciben sus realidades; sus narraciones permiten rescatar el conocimiento que tienen sobre los humedales y los servicios ecosistémicos que les proporciona su entorno. En materia social la experiencia demuestra que estos espacios favorecen la capacidades

de creación de vínculos, la reflexión de las comunidades sobre sus modos de vida, la identidad cultural, el uso del dialecto local, la expresión comunitaria, la receptividad del mensaje, el trabajo colectivo multigeneracional y la influencia en las decisiones cotidianas.

En concordancia, esta propuesta abre un abanico de posibilidades para que las comunidades estudien y analicen cuáles son las prácticas conscientes y solidarias que aportan a reducir la vulnerabilidad frente al fenómeno de las inundaciones, para tal fin los medios de comunicación serán usados como un eje canalizador del proceso investigativo y del proceso de divulgación.

### **OBJETIVO GENERAL**

Construir una plataforma de encuentro de conocimientos locales y científicos que permitan mitigar los efectos de las inundaciones de la región de la Mojana a través de la construcción de productos comunicacionales que vinculen las comunidades.

### **OBJETIVO ESPECÍFICO**

1. Crear espacios de socialización, análisis y discusión en las comunidades teniendo como abordaje temas medioambientales asociados al comportamiento del ecosistema de la mojana.
2. Involucrar los medios de comunicación en los procesos sociales y culturales de las comunidades como herramientas de participación colectiva.
3. Capacitar a las comunidades en la producción de contenidos para medios de comunicación con un enfoque ambiental.
4. Crear y divulgar productos comunicacionales a través de la disposición de un conjunto articulado de canales y medios locales que posibiliten la participación de la comunidad en sus procesos informativos y comunicativos.

### **PÚBLICO OBJETIVO**

Las comunidades que habitan en áreas de humedales de las veredas El Pital, Cuenca, El Torno, Las Flores (municipio de San Marcos); Chinchorro, Las Chispas, Pasifueres y Tosnovan (municipio de San Benito Abad) localizados en el departamento de Sucre; Cecilia, Sincelejito y Seheve (municipio de Ayapel) en el departamento de Córdoba, los cuales hacen parte de la región de la Mojana.

### **MARCO TEÓRICO**

Generar propuestas orientadas a la formación y desarrollo de competencias comunicativas representa en gran manera acciones que estimulan hábitos de integración social, de convivencia grupal, de solidaridad, así como el favorecimiento para la formación de estrategias intelectuales para comunicarse, aprender y continuar aprendiendo de forma autónoma.

### **Marco Referencial**

- a. Comunicación para el cambio social: Surgiendo en la misma línea de las teorías participativas, el concepto de comunicación para el cambio social (CCS) visto desde una visión humanista e integradora, constituye una de los enfoques más importantes de la comunicación, esto debido en buena parte, al esfuerzo de querer transformar a través de su ejercicio, realidades de aquellas comunidades marginadas y necesitadas, apartando todo tipo de beneficio del mercado en la promoción de servicios y productos, sino más bien pretendiendo alcanzar el desarrollo mediante el cambio de actitudes, conductas y creencias que impide el desarrollo humano.

En este aspecto el periodismo comunitario y los medios alternativos se constituyen en ejes fundamentales de las estrategias de comunicación, para generar convivencia pacífica y la gestión del cambio social. Sin embargo, esta modalidad de los medios por ser relativamente nueva, tiene el desafío de brindar contenidos de forma muy creativa al tratar los asuntos sociales, culturales y ambientales de las comunidades, porque la gente está acostumbrada y en ocasiones alienada por toda la información propagandística de los medios tradicionales.

- b. Comunicación y opinión pública: Según Noelle-Neumann (1984) la observación del entorno tiene dos fuentes que alimentan la opinión pública, por una parte el individuo observa directamente su medio y por otra, recibe información sobre el entorno a través de los medios de comunicación, de una u otra manera el individuo reaccionará ante la presión de la opinión en la forma en que ésta se ha hecho pública. En este sentido los medios masivos y alternativos se convierten en un mecanismo por el cual el sujeto consigue informarse sobre su entorno generando una opinión colectiva.
- c. Un medio de comunicación comunitario: Los medios de comunicación comunitarios se han convertido en la mejor herramienta de transformación social y de ejercicio del derecho a la comunicación", ellos buscan brindar a la ciudadanía las herramientas útiles para un ejercicio efectivo del derecho fundamental a informar y comunicar". Esta comunicación "para el cambio

social" y la construcción "de lo colectivo" genera proyectos y redes colaborativas. Especialmente actúan con el impulso del voluntariado (Baquero 2014).

- d. Comunicación para el desarrollo sostenible: estas teorías centran su interés en áreas con bajo desarrollo económico, generalmente en contextos rurales, en aras de alcanzar una transformación que tribute a la erradicación de la pobreza (FAO 2007). En la actualidad el binomio de comunicación-sostenibilidad cobra relevancia cuando se aborda la vida social como el epicentro de cambios trascendentales a través de estrategias que vinculan los medios de comunicación con la intención de generar apreciaciones y acciones que contribuyan al progreso, mediante actividades productivas innovadoras que sean amables con el medio ambiente.

## **METODOLOGÍA**

El abordaje metodológico del presente estudio es de tipo cualitativo fundamentado en los principios de la Investigación Acción. Esta metodología posibilita la reflexión crítica de las situaciones de los actores involucrados y se genera conocimiento que permite ser verificado, enriquecido y teorizado desde la aplicación del método científico en la indagación de hechos y fenómenos cotidianos, pasados, presentes y futuros, vinculando la formulación de hipótesis de acción y transformación de los mismos, la valoración crítica de los resultados de los descubrimientos y el empoderamiento individual y grupal en la búsqueda de soluciones a las problemáticas identificadas.

Para esta propuesta es relevante ahondar sobre el uso social de los medios para entender los procesos de comunicación cultural, y para entender la multiplicidad de formas de apropiación de las tecnologías de la comunicación. Autores como Raymond Williams (1994) y Jesús Martín-Barbero (1987), entre otros, sirven de corolario para entender que ni el análisis de la tecnología ni el análisis de la comunicación pueden hacerse al margen del análisis de la cultura. Hacerlo sería incurrir en anacronismos y asimetrías entre las tecnologías de una sociedad y los procesos históricos, culturales y sociales que hicieron posible su surgimiento, su desarrollo y sus mismas formas de uso.

La tecnología y la comunicación son, por definición, fenómenos sociales, esto es, histórica y culturalmente determinados en la relación de los sujetos. Por ser sociales, exigen que se estudie el uso de la tecnología audiovisual en el contexto de la cultura que la produce o la apropia. Por esto, es importante que nos detengamos en las experiencias colectivas de las organizaciones y comunidades estudiadas, y en los procesos que explican su desarrollo.

Es también fundamental, tener como base conceptual la tendencia de los “medios ciudadanos” que distingue el papel que juegan los individuos en su entorno, convirtiendo al ciudadano en la razón principal y el motor del desarrollo.

Para tal fin los medios de comunicación serán usados como un eje canalizador del proceso investigativo. El trabajo se propone siguiendo la dinámica de la realización audiovisual, la cual, se plantea por etapas de construcción, siguiendo el orden de la pre-producción, producción y posproducción. Correspondiente a la fase 3 (detallada a continuación).

La estrategia planteada se ejecutará en 5 fases:

Fase 1: socialización

Fase 2: capacitación

Fase 3: producción

Fase 4: divulgación

Fase 5: evaluación

#### **DESARROLLO DE FASES:**

Las fases de ejecución se desarrollarán por comunidades:

#### **Fase 1 SOCIALIZACIÓN**

La fase de sensibilización busca dar a conocer la importancia de vincular los medios de comunicación en los procesos sociales y culturales de las comunidades, como herramientas de participación colectiva en el abordaje de temas medioambientales y del comportamiento de su ecosistema, y de este modo contribuir a la toma de decisiones favorables en la cotidianidad.

<b>CRITERIOS</b>	
<b>DURACIÓN</b>	Tiene una duración de <b>8 horas</b> y serán distribuida en dos días
<b>ASISTENTES</b>	Debe contar con la presencia de los promotores ambientales y pueden participar todo los miembros de la comunidad de la vereda
<b>OTROS PARTICIPANTES</b>	Se valora como un elemento importante la participación de los lideres creativos, que deberán ser profesionales y con experiencia en realización de productos comunicacionales (uno por cada producto). Podrán participar

	miembros de las instituciones que hacen parte del proyecto ambiental de la Mojana
<b>FIGURA DE COORDINACIÓN</b>	Contar con un coordinador durante la sensibilización, su función será recoger los intereses, percepciones y dudas que vayan surgiendo en el proceso de sensibilización.

- Tomar notas de ideas, reflexiones, sugerencias y dudas que surjan en el primer día de sensibilización para que se puedan abordar en el segundo día y concluir esta primera etapa.

## **Fase 2 CAPACITACIÓN**

Las capacitaciones giran en torno a los medios de comunicación seleccionados para la realización de los productos comunicacionales, con el fin de desarrollar las competencias que se requieren para el buen manejo tanto técnico como conceptual de los mismos. Los medios que aquí se exponen responden a criterios de selección tales como; accesibilidad, afinidad y efectividad en emisión y recepción de los mensajes por parte de los habitantes de las once veredas objeto de estudio. El diagnóstico de medios y modos de comunicación (Anexos A2 y A3) de esta región arrojó que, la radio, la televisión y el voz a voz son los de mayor receptividad: la radio por la facilidad de **acceso** y por la presencia de emisoras comunitarias y comerciales en las cabeceras municipales teniendo cobertura hasta las veredas; la televisión por la **afinidad**, siendo este el medio predilecto y de mayor consumo por horas, aunque no atiende las necesidades informativas locales; y el voz a voz por **efectividad**, puesto que en la cotidianidad predomina el contacto directo entre sujetos. Estos medios se constituyen, entonces, en los más familiares para dichas comunidades.

### **Medios de comunicación requeridos**

Los talleres que se describen a continuación tienen una duración de 4 horas por cada sesión de trabajo.

- 1. Radio:** se desarrollarán talleres de capacitación en las comunidades en radio para la apropiación técnico-conceptual de este medio de comunicación, que será usado como el canal de desarrollo de clips radiales y radionovelas.

## **Taller 1:**

I. TITULO: Radio

II. TEMA: Lenguaje radiofónico

III. OBJETIVO GENERAL: Identificar los elementos del lenguaje radiofónico

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Reconocer la palabra, los efectos de sonido, la música, los planos, el silencio, como elementos primordiales en el lenguaje radiofónico
- Desarrollar relatos basados en las vivencias (cuentos, anécdotas) de los pobladores, o hechos noticiosos que permitan ser representados mediante la oratoria.

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Desarrollo conceptual (elementos del lenguaje radiofónico)
- Organizar grupos de trabajo (4 o 5 integrantes)
- Cada grupo tendrá que crear un relato basado en historias del contexto y adaptarla a un formato de guion radial.
- Lectura en forma grupal del relato a través de una narración personificada (mesa de trabajo radial) asumiendo el rol de emisores
- El resto de grupo asumirán el rol de audiencia (receptores)
- Grabar en audio el ejercicio que realice cada grupo con asistencia del tutor.
- Reproducir las grabaciones realizada por los asistentes.

VI. RECURSOS

- Computador
- Micrófono
- Mixer de audio
- Monitor de sonido

VIII. EVALUACIÓN

- Evaluar el proceso a través del material de evidencia
- Autoevaluación por parte de los realizadores
- Recomendaciones finales.

## **Taller 2**

I. TITULO: Radio



II. TEMA: Vocalización, modulación y dicción

III. OBJETIVO GENERAL: Reconocer la importancia de la voz en la radio y mejorar la vocalización, modulación y dicción.

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Reconocer la importancia de la voz en la radio.
- Manejar los conceptos de vocalización, modulación y dicción.
- Practicar ejercicios para mejorar la vocalización, modulación y dicción.

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar los conceptos de vocalización, modulación, y dicción.
- Explicar cada uno de los ejercicios de vocalización, modulación y dicción y proceder a su realización de manera respectiva.
- Organizar grupos de 5 integrantes para que practiquen textos como letras de himnos que exijan entonación y lecturas de poemas.

VI. RECURSOS

- Himnos y poemas
- Computador
- Monitor de sonido

VII. EVALUACIÓN

- Co-evaluación de los ejercicios realizados en el taller
- Recomendaciones finales

### **Taller 3**

I. TITULO: Radio

II. TEMA: Los géneros y formatos radiales

III. OBJETIVO GENERAL: Conocer los géneros y formatos radiales.

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Reconocer cada uno de los diferentes géneros y formatos radiales.
- Escoger correctamente el formato apropiado para transmitir una información.

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar los diferentes géneros y formatos que existen en la radio según su contenido.

- Mostrar clips radiales que ejemplifiquen los principales géneros y formatos
- Conversar con los asistentes sobre programas que han escuchado por radio e identificar a que género pertenecen
- Organizar tres grupos para que expliquen desde su perspectivas los tres principales géneros radiales (Informativo, Dramatizado y Musical) y realizar un ejemplo
- Conclusión del tema

#### VI. RECURSOS

- Programas radiales
- Computador
- Monitor de sonido
- Micrófono

#### VII. EVALUACIÓN

- Participación de los asistentes
- Evaluar el desempeño y creatividad de los grupos

### **Taller 4**

I. TITULO: Radio

II. TEMA: La entrevista

III. OBJETIVO GENERAL: Realizar entrevistas dirigidas a programas radiales

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Utilizar la entrevista con el objetivo de obtener información.
- Reconocer la importancia de la entrevista en un programa radial informativo.

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar que es una entrevista, cuales son los tipos de entrevista y los criterios a tener en cuenta para realizar una.
- Reproducir un programa radial que incluya una entrevista para ejemplificar.
- Realizar una entrevista con temas relacionados al medioambiente, en parejas (entrevistador-entrevistado)
- Conclusión del tema

VI. RECURSOS (MATERIAL DIDÁCTICO).

- Programas radiales
- Computador
- Monitor de sonido
- Micrófono
- Mixer de sonido

#### VII. EVALUACIÓN

- Evaluar el desempeño y creatividad de los grupos
- Co-evaluación

### **Taller 5**

I. TITULO: Radio

II. TEMA: Etapas de la producción radial

III. OBJETIVO GENERAL: Conocer las tres etapas de la producción radial

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- conocer los pasos que se dan en la pre-producción, en la producción y en la post-producción.
- elaborar un guion de radio y reconocer su importancia en la grabación de un programa radial.

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar cada una de las etapas de la producción en la radio.
- Explicar que es un guion y cómo se elabora
- Organizar grupos de 5 integrantes para que elaboren un guion de radio basados en temas ambientales asociados a su entorno.
- Grabar los clips de radio con asistencia del tutor

VI. RECURSOS

- Software Audacity
- Computador
- Monitor de sonido
- Micrófono
- Mixer de sonido

## VII. EVALUACIÓN

- Evaluar el desempeño y la actividad de los grupos

### **Taller 6**

I. TITULO: Radio

II. TEMA: Elementos técnicos de la producción radial

III. OBJETIVO GENERAL: Conocer los elementos que se utilizan para producir programas radiales.

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer y manejar los principales elementos técnicos que se utilizan para realizar un programa radial.
- Identificar las funciones de las herramientas que se utilizan en una emisora.

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar cuáles son los elementos que se utilizan en un programa radial y explicar sus funciones.
- Mostrar un video sobre la infraestructura de una emisora y explicar cada uno de los escenarios que allí muestren.

VI. RECURSOS (MATERIAL DIDÁCTICO).

- Video sobre la infraestructura de una emisora
- Video beam
- Computador portátil
- Monitor de sonido

VII. EVALUACIÓN

- Formular preguntas orales a los asistentes sobre los elementos técnicos de una emisora

### **Taller 7**

I. TITULO: Radio

II. TEMA: Taller de edición de audio

III. OBJETIVO GENERAL: Aprender a realizar grabación y edición de audio dirigidos a programas radiales pregrabados.

#### IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar grabación de audio utilizando Audacity.
- Editar los audios grabados y organizar programas radiales pregrabados en Audacity.

#### V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar que es una edición de audio.
- Explicar las funciones básicas de las herramientas que posee el software audacity
- Realizar varias ediciones de audio para ejemplificar lo explicado
- Orientar a los asistentes en un ejercicio práctico

#### VI. RECURSOS.

- Software Audacity
- Video beam
- Computador portátil
- Monitor de sonido
- Micrófono
- Mixer de sonido

#### VII. EVALUACIÓN

- Desempeño y habilidad en el manejo del software Audacity

- 2. Fotografía:** se desarrollarán talleres en las comunidades en fotografía para que sea utilizada como un medio de expresión y comunicación, y como herramienta para el registro, reflexión e interpretación del entorno social.

#### **Taller 1:**

I. TITULO: Fotografía

II. TEMA: Concepto y composición fotográfica

III. OBJETIVO GENERAL: conocer el concepto de la fotografía y los elementos básicos para una buena composición fotográfica.

#### IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Aprender los conocimientos básicos de la fotografía para la captura de imágenes fijas y creativas.

- Aprovechar las posibilidades que brinda la fotografía para hacer registro del entorno y usarla como medio de difusión.

#### V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar el concepto de la fotografía, los elementos básicos de la composición fotográfica y las reglas de la fotografía.
- Mostrar diferentes fotografías para que los asistentes fortalezcan el componente visual y tengan ejemplos de encuadre y distribución correcta de los elementos.
- Conformar equipos de trabajo para que observen fotografías con contenido ambiental y analicen su composición (planos, ángulos, reglas de la fotografía, etc.)

#### VI. RECURSOS.

- Fotocopias con el contenido conceptual
- Fotografías para la actividad grupal

#### VII. EVALUACIÓN

- Formular preguntas orales sobre los conceptos abordados
- Valorar el rendimiento en la actividad grupal

### **Taller 2:**

#### I. TITULO: Fotografía

#### II. TEMA: Funcionamiento de una cámara fotográfica digital

#### III. OBJETIVO GENERAL: aprender el manejo de una cámara fotográfica digital.

#### IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer la partes básicas de una cámara (aficionada o profesional)
- Conocer el menú de la cámara
- Identificar las funciones de los botones de una cámara

#### V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar las partes de una cámara y su funcionamiento.
- Conformar grupos de trabajo para tomar fotografías de su entorno aplicando los conceptos de composición aprendidos en el taller anterior. Para esta actividad se podrán usar cámaras fotográficas y dispositivos móviles con cámaras.

#### VI. RECURSOS.

- Cámaras fotográficas y dispositivos móviles con cámaras para la actividad

## VII. EVALUACIÓN

- Evaluar el desempeño en la actividad.

### Taller 3:

I. TITULO: Fotografía

II. TEMA: Edición fotográfica

III. OBJETIVO GENERAL: Editar fotografías digitales y agregar texto

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer el entorno de un editor fotográfico (software)
- Manejar las funciones básicas del software (abrir, guardar, cerrar, etc)
- Explorar e identificar las funciones de los botones de la barra de herramienta del software
- Hacer retoques fotográficos (reencuadrar, corrección de color o luz, etc)
- Agregar viñetas o textos a las fotografías.

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar el funcionamiento del editor fotográfico (software).
- Hacer una demostración práctica de una edición de fotografía
- Conformar grupos de trabajo para que editen una o varias fotografías (tomadas en el taller anterior) y le agreguen textos a las mismas. Estos mensajes deberán ser alusivos a temas ambientales.

VI. RECURSOS.

- Editor fotográfico (software)
- Computadores portátiles
- Videobeam
- Fotografías del entorno

VII. EVALUACIÓN

- Evaluar el desempeño en la actividad.

- 3. Video:** Dada la afinidad que tienen estas comunidades con la televisión se propone como alternativa brindar capacitaciones en creación audiovisual(video) con el fin de desarrollar las competencias necesarias para que los pobladores de estas zonas realicen documentales sociales participativos (DSP); cuya finalidad es analizar la realidad social desde una perspectiva crítica. Por social se entiende este documental de temática social, que explora

la realidad de la sociedad, sus relaciones, las desigualdades, los conflictos, los procesos de transformación, etc.

### **Taller 1:**

I. TITULO: Video

II. TEMA: Lenguaje y narrativa audiovisual

III. OBJETIVO GENERAL: Identificar los elementos del lenguaje y narrativa audiovisual.

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar los tipos de plano, puntos de vista, movimientos de cámara, composición, transiciones, continuidad, como elementos primordiales en el lenguaje audiovisual.
- Aprender a fijar la atención en el encuadre.

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Desarrollo conceptual (elementos del lenguaje audiovisual)
- Proyección de videos que ejemplifiquen los tipos de plano, puntos de vista, movimientos de cámara, composición, transiciones, continuidad
- El tutor o líder creativo llamará a 2 o 3 participantes para grabar una entrevista o a 2 personas que se encuentran y se saludan. con la condición de que salgan los diferentes tipos de planos y ángulos de cámara. Después se hace el visionado de lo grabado, se comentará si todos reconoce el tipo de plano, y si es adecuado o no para expresar lo que se quiere.

VI. RECURSOS

- Videocámara
- Trípode
- Micrófono
- Computador portátil
- Proyector (video beam)
- Monitor de sonido

VIII. EVALUACIÓN

- Evaluar las participaciones durante la proyección del video grabado.

### **Taller 2:**

I. TITULO: Video

II. TEMA: Funcionamiento de una videocámara



III. OBJETIVO GENERAL: aprender a manejar una videocámara o dispositivo móvil con opción de video.

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer la partes básicas de una videocámara (aficionada o profesional)
- Identificar las funciones de los botones de una videocámara
- Conocer el menú de la videocámara o el menú de la opción de video de un dispositivo móvil

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar las partes de una videocámara y su funcionamiento.
- Conformar grupos de trabajo para realizar filmaciones de situaciones cotidianas (clips de videos) de su entorno aplicando los conceptos del lenguaje audiovisual explicados en el taller anterior. Para esta actividad se podrán usar videocámara o dispositivos móviles con cámaras.

VI. RECURSOS.

- Videocámaras o dispositivos móviles
- Trípode
- Micrófono
- Computador portátil
- Proyector (video beam)
- Monitor de sonido

VII. EVALUACIÓN

- Evaluar el desempeño en la actividad.

### **Taller 3:**

I. TITULO: Video

II. TEMA: El guion de una producción audiovisual

III. OBJETIVO GENERAL: Elaborar guiones para producciones audiovisuales.

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer la estructura de un guion audiovisual
- Elaborar storyboard
- Desarrollar una idea y adaptarla a un guion audiovisual

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Desarrollo conceptual (Guion).
- Visualizar documentales como ejemplo para ayudar al grupo a coger el hábito de analizar el lenguaje audiovisual, e inspirará para realizar sus propios vídeo, etc.
- Las personas participantes se dividen por grupos (unas 5 personas). Cada grupo tendrá que elaborar un storyboard para filmar algo mediante unos seis planos. Primero tendrán que decidir qué filmar (tema ambiental). Tendrá que ser algo breve para que se pueda expresar con pocos planos. Luego todas/os en el grupo dibujan el storyboard con los diferentes planos y la descripción de imágenes y sonidos asociados a los planos.
- Posteriormente cada grupo filma lo que ha dibujado en el storyboard, turnándose en los diferentes roles durante la grabación.
- Finalmente, se hace el visionado de todas las grabaciones, comparándolas con los storyboards elaborados.

#### VI. RECURSOS.

- Videocámaras o dispositivos móviles
- Trípode
- Micrófono
- Computador portátil
- Proyector (video beam)
- Monitor de sonido

#### VII. EVALUACIÓN

- Evaluar el desempeño en la actividad.

#### **Taller 4:**

I. TITULO: Video

II. TEMA: El rodaje

III. OBJETIVO GENERAL: realizar grabaciones de acuerdo al contenido del guion previamente elaborado.

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Planificar correctamente el rodaje
- Designar los roles para la grabación o filmación
- Conocer la indicación técnicas para iniciar con el rodaje.

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Desarrollo conceptual (del rodaje).
- Indicaciones para elaborar un plan de rodaje
- Las personas participantes se dividen por grupos (unas 5 personas), y elaborar un guion para la grabación de un filminuto informativo (temática ambiental).
- Elaborar el plan de rodaje para la grabación del filminuto.
- Iniciar la grabación teniendo en cuenta las recomendaciones técnicas.
- Finalmente, se hace el visionado de todas las grabaciones, comparándolas con los storyboards elaborados.

#### VI RECOMENDACIONES TÉCNICAS

- Antes de salir a grabar, cerciorarse de tener todo lo necesario: trípodes, cámaras, baterías cargadas, cables, micrófonos, etc.
- Variedad de planos. Siempre grabar diferentes tipos de planos: medios, generales, detalles, etc.
- Exposición, encuadre y enfoque correctos (no contraluz, no encuadre torcido, no objetos/personas cortadas, etc.).
- Dejar “colas” (unos segundos extras de grabación antes y después de la toma).
- La persona que maneja la cámara debe accionar el botón de grabación, y luego contar hasta 3 (en silencio) y después indicarle al equipo que ya puede comenzar. Lo mismo al final de la grabación.
- Entorno de audio adecuado (no hablar detrás de la cámara, no grabar cerca de una fuente de ruido que tape la voz, móviles apagados, música de ambiente, etc.).
- Panorámicas, zooms y travellings empiezan como planos fijos y acaban como planos fijos.
- Panorámicas preferiblemente de no más de 90 grados.
- Panorámicas, zoom y travellings deben ser grabados con suavidad, sin movimientos bruscos, a un ritmo continuo.
- Si hay movimiento de un objeto, grabarlo completo (grabar antes de que entre en cuadro y hasta que el objeto salga de cuadro, si es posible).
- Si hay movimientos de cámara, ensayarlos antes sin grabar.
- Por regla general, si un plano es fijo y no tiene movimiento interno, grabar unos 10 segundos.
- Si el plano tiene un objeto o persona en movimiento, el plano debería durar hasta que el objeto que se mueve salga del plano.

- Cuando se hace una entrevista: Las personas que realizan la entrevista deben explicarle a la persona
- entrevistada las “normas” de la grabación: cuánto va a durar, hacia dónde tienen que mirar, cómo contestar, etc.
- El/la entrevistador/a tiene que estar colocado/a en el lugar hacia el que queremos que el entrevistado/a dirija la mirada.
- Preferentemente el entrevistado/a no debe estar en el centro del encuadre
- Evitar realizar preguntas que se respondan con sí o no.
- Si no queremos que la persona que entrevista aparezca en el plano, las preguntas deben ir en la res-puesta (es decir, las respuestas deben ser autosuficientes sin la pregunta).
- El entrevistador/a no debe hacer ruidos mientras el entrevistado/a habla pero debe demostrar atención con gestos no sonoros.

*Fuente de las recomendaciones técnicas: Tutorial de Vídeo arrobaTV, ACSUR-LAS SEGOVIAS, SinAntena, Ecologistas en Acción.*

#### VII. RECURSOS.

- Videocámaras o dispositivos móviles
- Trípode
- Micrófono
- Computador portátil
- Proyector (video beam)
- Monitor de sonido

#### VIII. EVALUACIÓN

- Evaluar el desempeño en la actividad.

### **Taller 5**

I. TITULO: Video

II. TEMA: Montaje y edición de video

III. OBJETIVO GENERAL: Realizar montaje y edición de video.

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Seleccionar el materia de audio y sonido.

- Unir de manera secuencial las imágenes grabadas de acuerdo a lo planteado en el storybord.
- Sincronizar el materia de video y de sonido
- Afinar los cortes en la entrada y salida de cada toma
- Musicalizar el producto audiovisual

#### V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar que es una edición de video.
- Explicar el funcionamiento del editor video (software).
- Explicar y demostrar las funciones básicas del software (abrir, guardar, cerrar, etc)
- Explorar las funciones de los botones de la barra de herramienta del software
- Hacer una demostración práctica de una edición de video
- Conformar los mismos grupos de trabajo del taller del rodaje del filminuto informativo para que editen las tomas grabadas en el taller anterior. Contaran con asesorías permanentes del tutor o líder creativo.
- Finalmente, se hace el visionado del filminuto exportado de cada grupo .

#### VI. RECURSOS.

- Software de edición de video
- Computadores portátiles
- Proyector (Videobeam)
- Monitores de sonido

#### VII. EVALUACIÓN

- Desempeño y habilidad en el manejo del software de edición de video.
- Evaluar el producto audiovisual exportado.

- 4. Historieta:** Las comunidades serán capacitadas en la creación de historietas. Se les brindarán las herramientas para que desde su propia óptica y experiencias narren sus historias o brinden consejos prácticos usando viñetas y dibujos.

#### **Taller 1:**

I. TITULO: Historieta

II. TEMA: Concepto y pasos para elaborar una historita cómica

III. OBJETIVO GENERAL: Hacer historietas cómicas que narren vivencias a través de imágenes atractivas y divertidas.

#### IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Aprender el concepto de historieta y los elementos que la componen
- Conocer los pasos y recomendaciones para crear historitas cómicas
- Narrar historias locales asociadas a la cultura y el medioambiente, usando la historieta como mecanismo de comunicación y divulgación.

#### V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar qué es una historieta y cuáles son sus elementos y características.
- explicar cómo hacer un guion de una historieta y los pasos para crear una.
- Organizar grupos de 5 integrantes para que hagan una historieta cómica (de tres viñetas) que refleje historias del contexto, ya sean culturales o ambientales.

#### VI. RECURSOS.

- Pliegos de papel bond o cartulinas blancas
- Lápices
- Borradores
- Tajalápiz
- Cajas de shapie negro
- Pinceles planos Nº 8
- Temperas de colores
- Vasos desechables
- Toallas de cocina reutilizables
- Guías para la elaboración de la historieta

#### VII. EVALUACIÓN

- Evaluar las historietas elaboradas.

- 5. Cine:** este medio de comunicación será tomado para generar espacios de reflexión en la comunidad. Los contenidos cinematográficos que se expongan harán parte de un grupo de películas previamente seleccionadas que aborden temas ambientales donde los participantes se sientan identificados.

#### **Taller 1:**

I. TITULO: Cine

II. TEMA: Apreciación de cine

III. OBJETIVO GENERAL: Trazar reflexiones basadas en casos concretos extraídos de películas que aborden temas ambientales

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Abordar crítica y analíticamente el contenido de las películas
- Reflexionar sobre el contenido de las películas y asociarlas con el entorno inmediato
- Usar el cine como una estrategia de estímulo hacia prácticas asociadas al medioambiente.

V. ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

- Explicar cómo hacer una apreciación de cine
- suministrar a los asistentes una guía para el análisis de contenidos de películas
- Proyección de una película con un tema ambiental
- Hacer un foro sobre el tema central de la película observada y asociar su contenido con el entorno de los asistentes.

VI. RECURSOS.

- Computador portátil
- Video beam
- Amplificador de sonido
- Guías para el análisis de contenido

VII. EVALUACIÓN

- Evaluar la participación de los asistentes en el foro.

### **Fase 3 PRODUCCIÓN:**

Todos los productos serán trabajado bajo la siguiente dinámica: pre-producción, producción y post-producción.

#### **Propuestas de productos de comunicación**

Los contenidos de los productos deben aportar a las acciones consientes que tendrán que asumir las comunidades, relacionadas al ecosistema de humedal, la biodiversidad del lugar, las actividades socioproductivas que allí se generan y las prevenciones necesarias en casos de inundaciones.

Para la selección de los productos se tuvo en cuenta la tecnología de información y comunicación con la que cuenta la población objeto de estudio y la afinidad con las mismas (ver anexos A2 y A3):

- Clips radiales (situaciones contextualizadas)
- Radionovelas
- Fotografías temáticas (Medioambiente)
- Documental de observación (DSP)
- 5. Historietas
- 6. Cine foro

### Guía para la estructura de contenidos

Una vez definida la idea a desarrollar es importante formularse las siguientes preguntas:

1. ¿Qué quiero contar?
2. ¿Cómo lo quiero contar?
3. ¿Cuál será el enfoque?
4. ¿Cuál es el conflicto?
5. ¿Cuál será la defensa?
6. ¿Qué le transmitiré al público?

### Guion radial (clips radiales y radionovelas)

Personajes /Control	Diálogos	Tiempo Parcial	Tiempo Acumulado
<b>Control</b>	Ejemplo: Entra canción o efecto sonoro		
<b>Locutor1 / Personaje1</b>			
<b>Control</b>			
<b>Locutor2 / Personaje2</b>			
<b>Control</b>			
<b>Locutor1 / Personaje1</b>			
<b>Control</b>	Ejemplo: Sube música y baja a fondo.		



## Guion Fotografía



## Guion video (documental social participativo)

GUIÓN TÉCNICO							
ESC.	PLANO	TIPO PLANO	ANG / MOV	STORYBOAR	DESCRIPCIÓN DE LA IMAGEN	AUDIO	EFECTO

## Guion Historieta

Escena 1	Escena 2	Escena 3
<p><b>IMAGEN 1</b> (Presentación o inicio)</p>	<p><b>IMAGEN 2</b> (Nudo o conflicto)</p>	<p><b>IMAGEN 3</b> (Desenlace o resolución)</p>

--	--	--

### Guía para análisis de películas (Cine foro)

ANÁLISIS	
TEMA-TRAMA	
CONTEXTO EN EL QUE SE DESARROLLA	
DENUNCIA SOCIAL	
PUNTO DE RESOLUCIÓN	
RELACIÓN CON EL CONTEXTO INMEDIATO	
CONCLUSIÓN	

### Fase 4 DIVULGACIÓN

Los canales de divulgación para los productos de comunicación se plantean de la siguiente manera:

Producto	Medio
Clips radiales (situaciones contextualizadas)	Gestionar espacios radiales en las emisoras (comerciales o comunitarias) con cobertura en las veredas.
Radionovelas.	Gestionar espacios radiales en las emisoras (comerciales o comunitarias) con cobertura en las veredas.
Fotografías temáticas (Medioambiente)	Publicarlas (50x 70 cm) en los puntos de encuentro de las comunidades de cada vereda o sitios concurridos.
Documentales sociales participativos (DSP)	A través de reproductores de DVD (reunir a la comunidad para la presentación de los DSP)

Historietas	Publicarlas en los puntos de encuentro de las comunidades de cada vereda o sitios concurridos.
Cine foro	Proyección de películas con videobeam (reunir a la comunidad)

**Anotaciones:**

- Para los clips radiales y las radionovelas se sugiere el uso del perifoneo como refuerzo a la divulgación de estos productos.
- Se recomienda hacer énfasis en el producto de historieta, en las dos veredas que presentan inconveniente con el fluido eléctrico.
- Es pertinente crear murales o periódicos murales exclusivos para la publicación de las fotografías e historietas, y así favorecer la longevidad de estos productos.
- Los DSP y el cine foro se plantean en grupo para propiciar espacios de socialización en concordancia con los resultados del diagnóstico de los medios y modos de comunicación (Anexos A2 y A3) donde se evidencia el voz a voz como medio de comunicación prevalente originado por el contacto directo entre sujetos.

**Fase 5 EVALUACIÓN**

En esta fase se medirá la efectividad del mensaje en los productos de comunicación. Para tal valoración las comunidades deberán hacer una autoevaluación de los contenidos comunicacionales que produzcan y a cada producto aplicar una evaluación por indicadores teniendo en cuenta la siguiente matriz:

<b>MATRIZ DE EVALUACIÓN – PRODUCTO DE COMUNICACIÓN</b>				
Producto: _____				
Tema o Título: _____				
	<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>	<b>Calificación</b>	<b>OBSERVACIONES</b>

1	<b>Participación de la comunidad</b>	8		
2	<b>Relevancia y pertinencia del tema</b>	8		
3	<b>Refleja el lenguaje o símbolos propios de la cultura de la comunidad receptora</b>	8		
4	<b>Posibilita el conocimiento de su ecosistema, la biodiversidad o las labores productivas de la comunidad</b>	8		
5	<b>Contribuye a la reflexión y toma de decisiones favorables para mitigar los efectos de las inundaciones</b>	10		
6	<b>Accesibilidad al producto</b>	8		
	<b>PUNTAJE TOTAL</b>	50		Nota: sume los puntos de la columna calificación
<b>DATOS DEL EVALUADOR</b>				
Firma:				

### **CONCLUSIONES Y RESULTADOS ESPERADOS**

Frente al problema de las inundaciones en la Mojana y las acciones humanas surge esta propuesta, que no es más que una plataforma que proporciona procesos y salidas de comunicación que promueve la adaptación de las comunidades al cambio climático en el territorio de humedal donde habitan las comunidades de las once (11) veredas intervenidas, y de este modo reducir la vulnerabilidad de cara a los fenómenos ambientales que los aqueja.

Aplicando los conceptos de la comunicación para el cambio social con un enfoque ambiental se busca crear espacios de participación comunitaria, análisis y reflexión en la interacción dada entre los pobladores y el sistema socioecológico donde se desenvuelven. Para esta tarea se seleccionaron productos de comunicación que fueran idóneos, teniendo en cuenta los medios y los modos de comunicación predominantes en el contexto, y así garantizar el éxito de la intervención mediática, la cual toma relevancia por ser las mismas comunidades protagonistas de todo el proceso: investigación, producción, emisión, recepción y evaluación.

Con el abordaje mediático, a través de la radio, fotografía, video, cine e ilustración se espera:

- Propiciar espacios investigativos en el campo ambiental a nivel comunitario.
- Recopilar los conocimientos generados a través de la historia asociada a las prácticas productivas.
- Generar espacios de análisis y reflexión sobre las acciones humanas frente al medio ambiente.
- Apropiación de las problemáticas ambientales del entorno.
- Concientizar sobre el uso racional de los servicios ecosistémicos asociados al abastecimiento.
- Aportar al reconocimiento de los sujetos como miembros de un sistema socioecológico.
- Contribuir a la toma de decisiones preventivas que permitan reducir los riesgos frente al fenómeno de las inundaciones.

Bajo esta perspectiva se crea una plataforma informativa de situaciones medioambientales y culturales propias de la comunidad, donde se tejan redes de trabajo y cooperación, que impacten de manera positiva en el comportamiento individual y colectivo en el ecosistema de humedal que habitan.

#### **REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**

1. ALFARO MORENO, Rosa (2006). Otra Brújula. Innovaciones en Comunicación y Desarrollo. Lima. CALANDRIA.
2. Baquero, M. (2014) Medios de comunicación comunitarios: ¿qué son y para qué sirven? En: [http://www.eldiario.es/andalucia/Medios-comunicacion-comunitarios-sirven\\_0\\_322667970.html](http://www.eldiario.es/andalucia/Medios-comunicacion-comunitarios-sirven_0_322667970.html) (10/11/2014)
3. CASTAÑEDA MENACHO, Marisol (2005). Comunicación y Desarrollo Local. Cuaderno de Consulta. Lima. CALANDRIA.
4. COLOMBINI, Marcela (2008). Anclaje social de la comunicación ambiental, en: Revista Trampas de la comunicación y la cultura, Buenos Aires, N° 64, pp. 57-60.
5. ELBIRT, Ana Laura (2013). Comunicación para el Cambio Social y educación ambiental. Reflexiones para la construcción colectiva del desarrollo a partir de un estudio de caso en Salta, Argentina. Punto Cero, Año 18 – N° 26 – mayo 2013. pp. 65-72. Universidad Católica Boliviana San Pablo. Cochabamba. ciudadanía, en: Revista Signo y Pensamiento, Santa Fe de Bogotá, N° 38, pp. 82-93.
6. FAO (2007), World Congress on Communication for Development, Washington, World Bank Pub

7. FLORES, Teresa (2001). Comunicación ambiental para el desarrollo sostenible en Latinoamérica, En: CIMADEVILLA, G., (Coord). Comunicación, tecnología y desarrollo. Discusiones y perspectivas desde el sur. Río Cuarto: UNRC-ALAIC-RED MERCOSUR.
8. GUMUCIO DAGRON, Alfonso (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social, en: Revista Investigación y Desarrollo, Barranquilla, N° 1, pp. 2-23.
9. GUMUCIO DAGRON, Alfonso (2006). Tiempo de milagros: tres retos de la comunicación para el cambio social, en: <http://www.c3fes.net/docs/sincomunicacion1.pdf> (12/08/2017).
10. Martín, Barbero, Jesús (1987). De los medios a las mediaciones. México: Gustavo Gill.
11. MOLINA Y VEDIA, Delfina (2009). Educación, medio ambiente y desarrollo sostenible: la construcción de sujetos democráticos en clave local. Buenos Aires. Prometeo.
12. MOSANGINI, Giorgio (2010). Documentales para la transformación. ACSUR-LAS SEGOVIAS. España.
13. NOËLLENEUMANN, E (1992). La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social, Paidós. Barcelona, Cap. 20 y 21).
14. Raymond, Williams. (1994). Hacia una sociología de la cultura. En Sociología de la cultura, Barcelona, España: Paidós.
15. REY, Germán (2008). «La otra sociedad que cuenta el periodismo», en: AVINA. Una mirada al desarrollo sostenible de América Latina en 50 reportajes. Brasilia. AVINA, pp. 14-22.
16. ROGERS, Everett M. (1976). La comunicación y el desarrollo: el ocaso del paradigma dominante, en: GUMUCIO DAGRON, Alfonso; y TUFTE, Thomas (compiladores) (2008). Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas. La Paz. Plural Editores, pp. 200 – 220.
17. SOLANO, David (2008). Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible. Santiago de Chile. UNESCO.
18. VARGAS, Teresita; y URANGA, Washington (2010). Gestión de procesos comunicacionales. Una estrategia de intervención, en: CICALESE, Gabriela (coordinadora). Comunicación comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva. Buenos Aires. La Crujía, pp. 77 – 95.

## **ANEXOS**

- A1 INFORME TALLER DE COCREACIÓN (documento adjunto)
- A2\_Diagnostico de Medios y Modos COMUNIDADES (documento adjunto)
- A3\_Diagnostico de Medios y Modos MUNICIPIOS (documento adjunto)
- A4\_Encuestas COMUNIDADES (documento adjunto)
- A5\_Entrevistas Ayapel (documento adjunto)
- A6\_Entrevistas San Benito (documento adjunto)
- A7\_Entrevistas San Marcos (documento adjunto)

- A8\_Grupo focal Cecilia (documento adjunto)
- A9\_Grupo focal Chinchorro (documento adjunto)
- A10\_Grupo focal Cuenca (documento adjunto)
- A11\_Grupo focal El Pital (documento adjunto)
- A12\_Grupo focal Seheve (documento adjunto)
- A13\_Grupo focal Sincelejito (documento adjunto)