

**ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA GENERAR EMPODERAMIENTO Y
PARTICIPACIÓN EN LOS HABITANTES DEL BARRIO EL RODEO EN LA
PRODUCCIÓN DE SU PERIÓDICO “NOTI RODEO”**

**PERIODICO COMUNITARIO
“NOTI RODEO”**

AUTORAS

**GRACE RODRIGUEZ HASBUN
WENDY SARABIA JEREZ**

**Trabajo de grado presentado como
Requisito para optar al título de
Comunicadoras Sociales**

ASESOR

MG. LUIS RICARDO NAVARRO DÍAZ

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CARTAGENA DE INDIAS
2010**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
Información general del proyecto.....	4
Resumen.....	5
Abstract.....	6
Introducción.....	7
Planteamiento del problema.....	11
Objetivos.....	14
1. CAPITULO I	
UNA MIRADA CONCEPTUAL A PARTIR DE AUTORES.....	15
1.1. El paradigma teórico Crítico social.....	15
1.2. Comunicación como un concepto general de estudio	16
1.2.1. Comunicación para el Cambio Social como contexto de producción del periódico NOTIRODEO.....	17
1.2.2. NOTIRODEO también necesita una Comunicación Estratégica.....	19
1.3. Participación ciudadana como eje fundamental del proceso.....	20
1.4. Empoderamiento, la forma de ganar poder.....	21
1.5. Esfera pública y privada en el contexto de dinámicas de periodismo en el barrio el Rodeo de Cartagena.....	23
1.6. Diálogo.....	26
1.7. Sociedad, el camino para formar una comunidad	26
1.8. Noticia como la mejor forma de contar los hechos	27
2. CAPITULO II	
HERRAMIENTAS EMPLEADAS PARA EL ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN	28
2.1. Tipo de investigación.....	28
2.2. Tipo de diseño.....	29
2.3. Los sujetos.....	30

2.4. Las técnicas para recoger los datos.....	31
2.5. Los instrumentos.....	33
2.6. El procedimiento.....	33
2.7. Acciones de comunicación.....	34
2.7.1. Esquemas convencionales e innovaciones del planteamiento de la comunicación.....	36
2.7.2. Fortalecimiento interno.....	37
2.7.3. Comunicación extensiva y externa.....	37
3. CAPITULO III	
OBSERVACIÓN Y COMPARACIÓN DE DATOS OBTENIDOS DURANTE LA INVESTIGACIÓN.....	47
3.1. Parte I. Encuesta.....	49
3.2. Parte II. Mini taller.....	59
3.3. Parte III. Espacios de diálogo.....	60
3.3.1. Reunión I.....	60
3.3.2. Reunión II.....	61
3.3.3. Reunión III	62
3.3.4. Reunión IV.....	63
3.3.5. Reunión V	64
CONCLUSIONES.....	86
REFERENTES.....	88
ANEXOS.....	93

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Título: Acciones de comunicación para generar empoderamiento y participación en los habitantes del barrio El Rodeo de Cartagena: una propuesta de producción e implementación del periódico comunitario "Noti Rodeo"			
Investigadoras Grace Rodríguez Hasbun Wendy Sarabia Jerez			
Programa Académico: Comunicación Social			
Total de Investigadores (número): 2			
Línea de Investigación: Comunicación para el cambio social			
Entidad: Universidad Tecnológica de Bolívar			
Asesor del Proyecto: MG. Luís Ricardo Navarro Díaz			
Universidad Pública:	Universidad Privada: X	Instituto	de
Investigación Público:			
Lugar de Ejecución del Proyecto:			
Ciudad:	Cartagena	Departamento:	Bolívar
Duración del Proyecto: 08 meses			
Descriptor / Palabras claves: Comunicación para el cambio social, Participación, diálogo, empoderamiento, periódico comunitario, ciudadanía.			
Programa Nacional de Ciencia y Tecnología sugerido: Ciencias Sociales y Humanas			

RESUMEN

Acciones de comunicación para generar empoderamiento y participación en los habitantes del barrio El Rodeo en la producción de su periódico “Noti Rodeo”, es un proyecto realizado de manera cooperada con los habitantes del barrio con el fin de mejorar la producción de su periódico, puesto que solo estaba siendo realizado por la junta de acción comunal. Lo que se buscó es que el periódico fuera producido no solo por la junta, sino también por todas las personas del barrio que quisieran colaborar con este. Teniendo en cuenta que si solo lo seguía realizando la junta de acción comunal, estaría perdiendo su propósito, que es ser un periódico comunitario, en donde los habitantes son los que opinan y proponen.

“Noti Rodeo” es un periódico comunitario realizado por habitantes del barrio El Rodeo del municipio de Turbaco, Bolívar, que a pesar de surgir como iniciativa de la misma comunidad, con el propósito de contar los hechos de su barrio, no se lograba participación y empoderamiento de los habitantes, dificultando así su producción. A partir de la asesoría de comunicadores sociales se identificaron las causas de la falta de participación y se diseñaron acciones de comunicación encaminadas a orientar a la comunidad a participar y empoderarse de su medio de comunicación local, su periódico.

Palabras claves: Comunicación para el cambio social, Participación, diálogo, empoderamiento, periódico comunitario, ciudadanía.

ABSTRACT

Actions of communication to generate empowerment and participation from the people who lives in the neighborhood “el Rodeo” in the production of their own newspaper “Noti Rodeo”. The purpose of the project is to collaborate the people of “el Rodeo” neighborhood whit the production of their own newspaper, because it was been made only by the community action board. What we are looking for is that the news paper won’t be made only by the community action board, also every person who thinks can help in it, because if it keeps been made only by the community action board it will be losing its original purpose, of been a community newspaper, where the people of the neighborhood are the ones who say, judge and proposed.

“Noti Rodeo” is a community newspaper made by the people of El Rodeo neighborhood, township of Turbaco, Bolivar. Even when it started was a community idea, whit the purpose of telling the facts of their neighborhood but it was hard to get participation and empowerment from the people, making difficult it production. From the advice given by the journalist, we could identify the lack of participation from the people of the neighborhood and some actions of communications where design, so the community can participate and seize their local communication media, whit their newspaper.

Keywords: Social change communication, participation, dialogue, empowerment, community newspaper, citizenship.

INTRODUCCIÓN

El Rodeo es un barrio ubicado al suroccidente de la ciudad de Cartagena, habitado por aproximadamente 400 familias, que desde hace cuatro años pertenece a Turbaco, municipio del departamento de Bolívar.

El barrio El Rodeo cuenta con una Junta de Acción Comunal conformada por padres y madres cabezas de familia, personas interesadas en el mejoramiento de su barrio; es coordinada por el líder comunal, quien los representa. La idea de “Noti Rodeo” surgió de este grupo de individuos, quienes percibieron la necesidad de un medio de comunicación construido por el mismo barrio, que mostrara todos sus problemas y de la misma forma planteara soluciones.

Si bien, “Noti Rodeo” ya estaba circulando en el barrio El Rodeo, no tenía un sentido comunitario, dado que las personas del barrio no ejercían una participación activa, es decir, todavía no se concebían como agentes de su propio cambio, como generadores de sus mensajes. Por el contrario, la comunidad era un agente pasivo, pues solo cumplían la función de receptores.

El objetivo de este proyecto es diseñar e implementar a partir de una metodología mixta de investigación, acciones de comunicación en la comunidad del barrio El Rodeo de Cartagena, destinadas a generar procesos de empoderamiento y participación.

De igual forma se busca identificar las causas por las que los habitantes de El Rodeo no participan en su periódico “Noti Rodeo”, y a partir de esto crear

espacios de comunicación en la comunidad, orientados a generar participación y empoderamiento en la producción de su periódico comunitario.

Por lo tanto es pertinente realizar esta investigación ya que existen necesidades de procesos de empoderamiento y participación dentro del barrio. Como mediadores se busca aportar conocimientos a los habitantes, para que a partir de este periódico comunitario otros barrios puedan seguir el ejemplo del Rodeo, y así las comunidades tengan un medio de información eficaz e interno donde todos puedan estar al tanto de los acontecimientos del barrio.

Por lo anterior, se hizo un llamado a todos los habitantes del barrio para tratar que ellos se vincularan en la elaboración del periódico, generando participación ciudadana a través del empoderamiento del periódico comunitario “Noti Rodeo”. Esto estimularía al compromiso y responsabilidad en los habitantes a partir de las acciones de comunicación realizadas.

De acuerdo con (Gita Sen 1998. p 89) el empoderamiento es el proceso de ganar control, es decir, de cambiar las relaciones de poder a favor de aquellos que tienen poca autoridad sobre sus recursos. Por lo cual, la comunidad de El Rodeo necesita de espacios de diálogos y participación para que la comunidad cree contenidos a transmitir, ser ciudadanos activos y participes de cada actividad, y de esta manera poder tomar acciones en la creación de Noti Rodeo.

En el proceso de empoderamiento se debe reconocer al individuo, como sujeto individual y como colectivo, hay que tratarlo como sujeto, no como objeto, centro de cada proceso, gestor, productor, emisor, receptor de sus proyectos y recordar la intervención del comunicador como mediador. Es en este punto donde se podrían entrelazar los conceptos de empoderamiento y la participación desde procesos de Educación de Comunicación para Adultos con Kaplún.

Como pedagogía tratada, Kaplún procede: “La Educación Problematicadora (énfasis en el proceso) «destaca la importancia del proceso de transformación de

la persona y de las comunidades; no se preocupa tanto de la materia a ser comunicada ni de sus efectos en términos de comportamiento, sino más bien de la interacción dialéctica entre las personas y su realidad y del desarrollo de las habilidades intelectuales y de la conciencia social». Lo que busca este tipo de educación es que el educando piense por sí mismo; y que ese pensar lo lleve a una acción transformadora de su realidad” (Kaplún, 1986. p, 65), la idea no es transmitir conocimientos de una persona a otra, sino brindar los espacios y herramientas a los habitantes de este barrio para que ellos mismos construyan su conocimiento y realidad.

Para que se produjese empoderamiento entre los habitantes de El Rodeo, fue necesario pasar primero por una etapa de participación en la que, el ciudadano es un actor político, emancipado y liberador, productor desde lo público, de legitimación social, capaz de expresarse, ser escuchado y escuchar. Por esto, los habitantes de El Rodeo debieron estar activamente vinculados en todas las actividades referentes a este proyecto; opinando (Arendt, 1997. p,79.) Lo que se buscó fue que las personas del barrio El Rodeo no se miraran como simples receptores, sino que se convirtieran en fuentes de mensaje, generando sentido de pertenencia y unión en la comunidad, reconociendo que están contribuyendo al bien común y en la creación de memorias para su historia y sociedad.

De acuerdo con lo explicado en el libro *Estrategias de Comunicación para el Cambio Social* (Rodríguez 2002. p46), la comunicación es una finalidad de la democracia; a la cual le atañen los procesos de participación ciudadana, cuando se sabe escuchar y comunicar, se construye sociedad, democracia y ciudadanía, porque se reconoce a otra persona que tiene palabra y que está siendo escuchada.

El diálogo fue indispensable en este proceso de empoderamiento y de participación, no es únicamente un componente del proceso investigativo entre emisor y receptor, como propone Clemencia Rodríguez. No se debe realizar solo por la intervención y promocionar determinados comportamientos; se propiciaron

espacios de debate, diálogo e interacción entre todos los habitantes, dando la oportunidad a estos de manifestar su satisfacción o desagrado ante la situación y con esto permitir un avance en el desarrollo de la estrategia y la mejora del periódico como tal, ya que a través de cada intervención se conoció la opinión que los pares tienen ante el producto emitido.

Acciones de comunicación para generar empoderamiento y participación en los habitantes del barrio El Rodeo en la producción de su periódico “Noti Rodeo”, se basó en desarrollar y optimizar el periódico “Noti Rodeo” buscando hacer partícipe a todas las personas que viven en este barrio, puesto que un periódico comunitario en condiciones ideales responde a la participación activa de toda una comunidad.

El proyecto tuvo como base la implementación de asesorías y capacitaciones en la elaboración física de su periódico para optimizar ciertos aspectos. Se dictaron *mini* talleres de redacción y diagramación en prensa, pero el objetivo primordial fue servir de mediadores para fundar el ambiente en el cual los mismos habitantes del barrio pudieran desarrollar su propio cambio a través de sus capacidades, destrezas y conocimientos, y que por medio de esta herramienta las personas perteneciente al barrio El Rodeo sientan que pueden crecer como comunidad. Ahora bien, por medio del proyecto se buscó generar confianza y respeto, lo que ayuda al crecimiento personal y comunitario.

En síntesis, lo que se buscó fue que los habitantes conocieran el periódico y su fin, para que así se animaran a participar en este, por lo que se les dictaron varios talleres solicitados para que todos pudieran realizar sus noticias, tomar sus propias decisiones y proponer nuevas formas de diagramación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

“Noti Rodeo” es un periódico con fines comunitarios creado por un pequeño grupo de habitantes del barrio El Rodeo, conformado por personas entre los 30 y 40 años edad, madres de familia y padres cabezas de hogar, que buscaba, inicialmente, informar a todas las personas de El Rodeo los hechos y situaciones que se generan dentro de su barrio. Pese a esto, surgieron malestares en la comunidad que impedían el desarrollo de la información y del proceso del periódico: falta de comunicación, participación, desinterés y disposición. De esto surge un interrogante: ¿Cómo la comunidad de El Rodeo puede empoderarse y participar en su periódico Noti Rodeo?, aunque esta no es la pregunta de investigación, es importante responder este interrogante, puesto que los habitantes del barrio no participan activamente en la producción del periódico y es primordial conocer por qué no participa.

Los habitantes y creadores del periódico tenían vacíos al momento de redactar la noticia ¿cómo se hacía?, ¿cómo se diagramaba un periódico?, ¿cómo era la producción del mismo?, de igual forma, buscar los espacios de diálogos para que la comunidad conociera el periódico y se animaran a participar, ya que el periódico sólo lo realizaba la junta de acción comunal y la idea era que todos los habitantes del barrio participaran. Fue por esta razón que el comité que conforma la Junta de Acción Comunal se acercó a la Universidad Tecnológica de Bolívar y solicitó la colaboración de estudiantes del programa de Comunicación Social para llevar a cabo la producción del periódico “Noti Rodeo”

La Junta de Acción Comunal afirmó que los habitantes de El Rodeo no tenían sentido de pertenencia hacia la realización del periódico, debido a que no habían sido partícipes de la construcción del periódico. Todo el contenido lo realizaba la junta de acción comunal, y fue por esto que se buscó colaboración, porque el objetivo era que la comunidad cumpliera no sólo la función de receptor sino

también de un agente activo y participante, “Noti Rodeo” desde y para su comunidad.

Las afirmaciones de ASORODEO dejaron al descubierto que existía un problema de comunicación y participación en la construcción del periódico, en donde no había suficiente empoderamiento de la comunidad. Es así como este proyecto pretendió ampliar la participación de los habitantes en la producción y construcción del periódico “Noti Rodeo”.

Otro aspecto importante fue que el periódico sólo lo realizaban las personas que hacían parte de la junta, sin contar con la opinión de miembros de la comunidad, lo que hacía que éste no fuese un periódico netamente comunitario. Juliet Rodríguez habitante del barrio El Rodeo afirmó “el periódico solo lo realizan las personas que conforman la junta, por lo que ellos mismo eligen cuales serán las noticias a publicar, de las cuales muchos habitantes no están de acuerdo o simplemente quieren que se coloquen otras... Considero que los demás habitantes del barrio también tenemos derecho a participar, pero nunca se ha estimulado a la comunidad para que colabore”, aportó Juliet. Al estudiar profundamente los comentarios de los habitantes se concluyó que el proyecto tenía que buscar incrementar la participación de los habitantes, generando espacios de diálogos, los cuales sirvieron para que la comunidad conociera el periódico y fuesen parte de él, para que así puedan tener voz y voto en la creación de este.

Los habitantes de El Rodeo no aprovechaban este espacio de libre participación que puede propiciar un cambio social dentro de su comunidad, aportó el director de la junta de acción comunal señor Ricardo Mendoza. “Hacer parte del proyecto puede significar desde hacer un simple acto de presencia, seguir instrucciones, ser consultado, opinar, hacer parte de la toma de decisiones, hasta gestionar y ejecutar proyectos de iniciativa propia” según (vega & García, 2005. p.301). Además de ser parte de la producción fue importante que se comprometieran con el medio, que lo asumieran como suyo, que tomaran control de “Noti Rodeo”. (Gita Sen, 1988.p 89) habla del empoderamiento como un proceso en donde se

gana el control a favor de las personas que no lo poseen, es decir, tomar control del poder; dejando claro que este proceso solo se puede lograr siempre y cuando las mismas personas estén de acuerdo y conscientes del cambio que esto puede generar.

Para que se produjera empoderamiento entre los habitantes de El Rodeo, fue necesario pasar primero por una etapa de participación en la que, el ciudadano fue un actor político, emancipado y liberador, productor desde lo público, de legitimación social, capaz de expresarse, ser escuchado y escuchar (Arendt, 1997. p.50). Por esto, los habitantes de El Rodeo debieron estar activamente vinculados en todas lo relacionado con este proyecto.

Acciones de comunicación para generar empoderamiento y participación en los habitantes del Barrio El Rodeo de Cartagena, buscó establecer canales de interacción con la comunidad, de tal manera que los actores sociales recibieran durante el proceso y finalización de este, aportes en la producción del periódico comunitario, con el fin de optimizarlo.

Desde lo anterior, se puede proponer entonces la siguiente pregunta problema central para la investigación: ¿Cuáles son las acciones de comunicación pertinentes para generar procesos de empoderamiento y participación en los habitantes del barrio El Rodeo de Cartagena?

La idea es que las personas no se miren como simples receptores, sino que se conviertan en fuentes de mensaje, generar sentido de pertenencia y unión en la comunidad, que todas las personas se reconozcan y sientan que están contribuyendo en la generación de bien común y en la creación de memorias para su historia y sociedad.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar e implementar a partir de una metodología mixta de investigación acciones de comunicación en la comunidad del barrio El Rodeo de Cartagena destinadas a generar procesos de empoderamiento y participación.

Objetivos Específicos

- Identificar las causas por las que los habitantes de El Rodeo no participan en su periódico “Noti Rodeo”.
- Crear espacios de comunicación en la comunidad de El Rodeo orientados a generar participación y empoderamiento en la producción de su periódico comunitario.

1. CAPITULO I

UNA MIRADA CONCEPTUAL A PARTIR DE AUTORES DEL PERIODICO “NOTI RODEO”

En el primer capítulo se abordará el marco teórico de la investigación. El paradigma crítico social es el enfoque del proyecto, y a partir de éste se plantean los conceptos comunicación para el cambio social, comunicación estratégica, comunicación y cultura, esfera pública, dialogo, Participación, empoderamiento, ciudadanía, esto con el fin de de establecer las bases teóricas en las cuales se sustenta y su aplicación en la experiencia.

1.1. Paradigma teórico critico social

Este proyecto fue concebido desde el paradigma teórico crítico, el cual esta caracterizado por “develar” las dependencias, en el sentido de quitar el velo que oculta las ataduras, y por romperlas. El interés emancipatorio busca descubrir todas aquellas ataduras de la realidad, todas aquellas esclavitudes de las que somos víctimas más o menos inconscientes y busca la mejor manera de romper esas cadenas” (Vasco, 1990. pp.21-22). El proyecto buscó que la comunidad del Rodeo construyera un medio comunitario, desde sus bases, de ellos para ellos, siendo los habitantes de este barrio no solo consumidores, sino también productores de su información. La comunicación entre iguales es importante, porque permite independizarse de los medios locales, logrando libertad de contenidos en el periódico a realizar, contenidos de su interés, a partir de sus necesidades.

1.2. La comunicación como concepto general del estudio

La comunicación ha tenido diversas definiciones a través de la historia entre ellas podríamos mencionar a Aristóteles, quien define la comunicación como “la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos al alcance” y Laswell quien la define como “un acto por el cual dos personas entienden el mismo significado del mismo modo”. Por su parte William Bortot la define como “un fenómeno que establece una relación entre dos o mas individuos, basada en el intercambio de mensajes y/o ideas, medio a través del cual se desarrollan todas las relaciones humanas”. Citados en (Berlo. D.K, 1987. P 4-6)

La comunicación es una necesidad inherente al humano, “es un elemento estructural de la sociedad... El objeto de estudio de ésta es el proceso social de producción, circulación mediada, intercambio desigual, intelección y uso de significaciones y sentidos culturalmente citados” (Torrico 2004, p 105). El presente proyecto realizado en el barrio el Rodeo buscó construir sociedad desde lo local, para generar un medio que les permitiera a sus habitantes narrarse, expresarse, reconocerse y mediar entre sus diferencias, utilizando la comunicación como “un instrumento de diálogo y un elemento facilitador en el proceso de participación ciudadana” (Gumucio, Murcia, 2004. P 3-4).

Este proyecto gestionó acciones de comunicación en la comunidad para promover participación y empoderamiento en la producción de su periódico “Noti Rodeo”, buscando que sus habitantes interactuaran y decidieran que comunicar en su periódico local, para esto fue necesario llegar a un acuerdo sobre las necesidades y prioridades que no son iguales para todos, cumpliéndose el cometido que para Jesús Martín Barbero tiene la comunicación, este es “poner en común lo que todos tenemos en común, que somos diferentes”. En *FELAFACS (2004)* se dice que “no solamente la actividad comunicacional adquiere su sentido y su validez cuando los participantes en la interacción alcanzan el consenso, y cuando los participantes invierten en ella una parte de si mismos, sino también cuando el cuadro argumentativo respeta una forma de ética de la discusión”.

El periódico “NOTIRODEO” se basó en hacer que los habitantes del barrio crearan sus propios contenidos, basados en los problemas, necesidades y hechos que podrían ser noticia y que no eran valorados con igual importancia por periódicos comerciales, propiciando un cambio social a partir de espacios comunicativos donde participaron, debatieron y tomaron decisiones.

“La comunicación contribuye de maneras diversas a promover y dinamizar el cambio social, sea por influencia de liderazgo característico, por la emulación recíproca, por la emergencia de contradicciones o conflictos, por el efecto de demostración, por la educación concientizadora, etc.” (Bordenave Carvalho, 1978. p.222). El tipo de comunicación que se empleó en esta investigación, fue comunicación para el cambio social, desarrollada en el siguiente punto.

1.2.1. Comunicación para el Cambio Social como contexto de producción del periódico NOTIRODEO.

La comunicación para el cambio social surgió como “una respuesta a la indiferencia y al olvido, rescatando lo más valioso del pensamiento humanista que enriquece la teoría de la comunicación: la propuesta dialógica, la suma de experiencias participativas y la voluntad de incidir en todos los niveles de la sociedad, son algunos elementos que hacen de esta propuesta un desafío” (Gumucio, Dragón, 2004)

En la ponencia de Navarro (2008) se propone la *CPCS* como un vehículo para generar procesos de cambio, empoderar individuos, fortalecer comunidades y liberar voces marginadas. Acciones de comunicación para generar empoderamiento y participación en los habitantes del barrio el rodeo en la producción de su periódico “NOTIRODEO” contribuyó a que los habitantes se empoderaran de este medio y participaran en el proceso de producción, no solo en la elaboración, sino también en la compra.

En la comunicación para el cambio social se habla de que los sujetos no son individuales, sino colectivos, “no se habla de sujetos que se estructuran a partir de la negación del otro, sino de sujetos estructurados a partir del reconocimiento del otro... No se habla necesariamente de sujetos estructurados a partir de la razón, sino de sujetos multidimensionales...sujetos que no solamente contemplan, sino que actúan con poder. Esto es, cómo la comunicación contribuye a que las personas abandonen posiciones negadoras de su propia condición subjetiva y puedan de alguna manera vivir la experiencia de ser ordenadoras de su propio mundo” (Vega, 2006). Los habitantes reconocieron su realidad en la medida en fueron capaces de respetar sus opiniones; se convirtieron en sujetos capaces de controlar su recurso comunicativo a partir de el conocimiento de sus potencialidades. Todo esto, dado a través de un proceso de diálogo público y privado a través del cual los sujetos se reconocen y se identifican (Habermas, citado en Navarro 2008).

Según Gumucio -Dragón “la comunicación para el cambio social es una comunicación ética, es decir de la identidad y de la afirmación de valores; amplifica las voces ocultas o negadas, y busca potenciar su presencia en la esfera pública. Recupera el diálogo y la participación como ejes centrales. El periódico NOTIRODEO fue creado con la necesidad de mostrar lo que no era publicado por otros periódicos, con la necesidad de exponer las ideas, inquietudes y opiniones de sus habitantes; fue un proceso donde los sujetos participantes opinaban sobre la importancia de las problemáticas presentes en su barrio desde sus perspectivas. Este espacio comunicativo permitió el reconocimiento de su situación, de su papel dentro de esa comunidad para cambiar o seguir, fue la negociación sobre qué tema en específico querían trabajar, por qué y cómo lo trabajarían, hablando en su propio lenguaje con el cual se sentían identificados.

1.2.2. NOTIRODEO también necesita una comunicación estratégica

Se buscó que los creadores del periódico se reconocieran entre si y aceptaran sus opiniones a la medida que respetaran la palabra de cada miembro y por medio de esto comenzar a generar debates colectivos para llegar a plantear una propuesta final de todo el grupo. El término estrategia aparece en situaciones donde dos o más actores, fuerzas o sistemas pugnan por lograr objetivos similares. Se le llama comunicación estratégica a la coordinación de todos los recursos comunicacionales externos e internos. “La planificación de la comunicación para una sociedad libre, abierta y solidaria, debe respetar la naturaleza compleja y profunda de la comunicación, así como su orgánica relación con la psicología individual y la dinámica social”. Bordenave Carvalho. (1978). *Planificación y comunicación*. Ciespal. Pág. 222

¿Qué se entiende por estrategia? Si bien cada disciplina tiene una definición distinta, en líneas generales se entiende que estrategia es una forma de coordinar integralmente los recursos existentes para lograr una posición de ventaja sobre el contrario. A partir de dos ediciones del periódico previas a la investigación, se estudió cada parte del contenido, las noticias que se generaban en el barrio, qué debía ser noticia y no se estaba mostrando, redacción, participantes, diagramación y según lo encontrado, se empezó a trabajar y corregir falencias. Hay dos rasgos constantes que toda planificación estratégica debe tener en cuenta:

- **Anticipación**

Se trata de nuestra reacción presente al futuro, en términos de qué nos ocurriría si hiciésemos o no ciertas cosas, las reuniones de preproducción que se hicieron con el grupo fueron importantes porque además de darnos cuenta de los errores cometidos con la edición pasada del periódico, se pudo encontrar nuevas ideas y pensamientos para mejoras de la nueva edición, desde toma de fotografías hasta estrategias para que el consumidor se vea interesado en leer y seguir leyendo. El pensamiento estratégico consta de líneas de acción que prevén futuros escenarios como consecuencias de nuestras decisiones. Es una cualidad

intrínseca a los seres humanos indispensable para la adaptación y la supervivencia.

- **Decisión**

Todo pensamiento estratégico se compone de una sucesión de decisiones, pero no toda decisión es estratégica. Para que lo sea es necesario que “cuando en el cálculo que el agente hace de su éxito intervenga la expectativa de al menos otro agente que también actúa con vistas a la realización de sus propios propósitos” (Pérez 2001).

1.3. La participación ciudadana como eje fundamental del proceso

Uno de los objetivos específicos de la investigación fue crear espacios de comunicación en la comunidad de El Rodeo orientados a generar promover la participación de los habitantes en la producción de su periódico comunitario C. “participar puede significar desde hacer un simple acto de presencia, seguir instrucciones, ser consultado, opinar, hacer parte de toma decisiones, hasta gestionar y ejecutar proyectos de iniciativa propia” (Vega & García, 2005: 301). NOTIRODEO” fue una propuesta que nació de la misma comunidad y ejecutada por ellos, con asesoría de comunicadores sociales.

“NOTIRODEO” rompió con la verticalidad que mantienen los periódicos comerciales, pues en este, podían opinar, gestionar e intervenir en su proceso de producción. Según Mario Kaplún la Comunicación Participativa es entendida como “aquella en que los grupos y las comunidades pasan a intervenir directamente en el proceso comunicacional y a emitir mensajes” (1983:53), los habitantes del rodeo eran emisores y receptores, forjando una comunicación de doble vía. La participación es un componente fundamental para ejercer la ciudadanía, entendido ciudadano según la concepción de Mouffe como:

Un ciudadano es un sujeto político no porque se le ha definido como tal, en abstracto, como un ente flotando en el universo, con sus derechos, sus privilegios y deberes, sino como una persona cuya existencia está localizada en un lugar sobre la tierra, un lugar específico. El ciudadano, o la ciudadana es la persona que cada día genera poder en medio de sus relaciones cotidianas, y usa este poder para ir transformando su comunidad en pos de una visión de futuro” (Mouffe en Bayuelo, Cadavid, Durán, González, Tamayo, & Vega, 2008).

La participación ciudadana es una condición necesaria para la comunicación para el cambio social, pues solo los ciudadanos son capaces de generar cambio y transformar su comunidad, son sujetos activos, que no se rigen solo por lo que se les ha definido en un estatuto.

La participación comunitaria como un componente esencial en los programas de desarrollo, ha recibido especial atención por parte de instituciones del orden público y privado durante las últimas décadas. Los académicos y el desarrollo también coinciden con esta visión y catalogan a la participación comunitaria como un elemento clave en los proyectos de comunicación y desarrollo. (Singhal & Stapithanonda, 1996; Roges, 1976).

1.4. Empoderamiento, la forma de ganar poder

Según (Friedmann,1992), el empoderamiento se basa en “el poder”, el uso y distribución de esta será necesario para que se den transformaciones sociales. El poder se muestra como la capacidad “para hacer” y “para poder” dando como resultado el poder tomar el control de una situación. A los sujetos participantes del proceso de fortalecimiento de la producción de NOTIRODEO, se les brindaron herramientas teóricas para que contaran con el conocimiento para “poder hacer”.

Cornwall (1992) sostuvo que 'todo el trabajo de desarrollo tiene que ver con el control del conocimiento' y que, si los 'menos privilegiados' pudieran controlar las fuentes de conocimiento, las estructuras de las relaciones de poder existentes variarían radicalmente. Entonces en el contexto de desarrollo el empoderamiento tiene muchos significados. Por ejemplo, según Craig and Mayo (1995) "el empoderamiento quiere decir comunidad colectiva, y en última instancia concientización de clase, entender la realidad con un sentido crítico para usar el poder que poseen incluso los desempoderados, a fin de cuestionar a los poderosos y en última instancia transformar esa realidad por medio de luchas políticas conscientes".

Por otro lado para Friedmann (1992) todo un desarrollo alternativo envuelve un proceso de empoderamiento social y político cuyo objetivo de largo plazo es cambiar el balance de la estructura de poder en la sociedad, aumentando la rendición de cuentas de la acción del Estado, fortaleciendo los poderes de la sociedad civil en el manejo de sus propios asuntos y aumentando la responsabilidad social de la empresa privada. Las personas mas adecuadas para realizar el periódico en un barrio, son los propios habitantes de él, se vio que la mejor manera de poder enfrentar los problemas del barrio era enfrentándolos con los mismos generados y afectados del problema.

Los habitantes del barrio El Rodeo asumieron este proyecto como algo propio empoderándose de su periódico, ya que ellos mismos fueron los generadores y los protagonistas. Los investigadores ofrecieron las herramientas y los habitantes contaban con el conocimiento y las ganas para sacar su periódico adelante. Gracias a los talleres brindados los habitantes adquirieron los conocimientos necesarios para poder realizar su periódico de una mejor forma.

Al transcurrir de los años el empoderamiento se ha convertido en el propósito de todo cambio social; este puede manifestarse en la comunidad en tres áreas:

- Poder en el sentido de mayor confianza en la propia capacidad para emprender alguna forma de acción con éxito

- Poder en términos de fortalecer las relaciones que establece la población con otras organizaciones
- Poder como resultado de un acceso creciente a recursos económicos como crédito e insumos.

Gita Sen (1988) por su parte habla del empoderamiento como un proceso en donde se gana el control a favor de las personas que no lo poseen, es decir, tomar control del poder; dejando claro que este proceso solo se puede lograr siempre y cuando las mismas personas estén de acuerdo y conscientes del cambio que esto puede generar.

1.5. Esfera pública y privada en el contexto de dinámicas de periodismo en el barrio el rodeo de Cartagena.

Una categoría primordial en la que se debe enmarcar los procesos de la Comunicación para el Cambio Social es el de la esfera pública y la esfera privada; para así identificar a que contexto y entorno en específico se desarrollan y emanan los diálogos de los sujetos colectivos de la comunidad. “A partir de esta distinción (entre esferas domésticas y pública) aparecerán los tres sentidos básicos asociados a lo público: 1) lo que es de interés o de utilidad común a todos, que atañe al colectivo, que concierne a la comunidad y por ende a la autoridad de allí emanada versus aquello que se refiere a la utilidad y el interés individual; 2) lo que es visible y se desarrolla a la luz del día, lo manifiesto y lo ostensible versus aquello que es secreto, preservado, oculto; y 3) lo que es de uso común, accesible a todos y por lo tanto abierto versus aquello cerrado que se sustrae a la disposición de los otros”. *Rabotnikof (1998, Citado en Ciudadanía, lo público, democracia – Textos y notas).*

Se buscó que el periódico no solo fuera del interés de algunos tanto para elaborarlo como para leerlo, se le hizo ver a los participantes que lo que para ti era noticia de pronto para el interés colectivo no lo era, en los talleres se les aplicó ejercicios para identificar una noticia de interés colectivo a una noticia de interés

común, un periódico debe ser de interés común en este caso de interés común para los habitantes del barrio, que se enteren de cosas que suceden a su alrededor y por razones desconocidas no se enteraban, que compartan temas que ellos ven que suceden en la cotidianidad del barrio y que son muy poco revelados en un medio de comunicación, Ellos aprendieron a ver los momentos, escenas y capítulos que se ven a diario en el barrio como noticias y hechos redactados y plasmados en el periódico de una manera periodística pasan a ser noticias de interés colectivo.

Se debía primero empezar a pensar como grupo y no como persona, trabajar como componentes de un mismo barrio para un mismo resultado de todos y para todos, ellos se tenían que dar cuenta de que cada idea que podían aportar al grupo era indispensable e importante para el éxito y claridad de su periódico Noti Rodeo. La teoría de (Arendt,1997. p. 56) sobre la esfera pública está centrada alrededor de la teoría de la acción, entendida como el autodescubrimiento y autorrenovación de un sujeto a través del discurso, posible solamente en presencia de otros, por lo que se constituye así mismo en interacción entre varios, permitiéndose así establecer un “mundo común”. Este mundo común es la esfera pública – esto es, el espacio social.

“Lo público es conceptualizado como un espacio de aparición que permite que las obras y las palabras sean mutuamente reconocidas por los actores y que la pluralidad, constitutiva de la condición humana, se manifieste. En este sentido aparece cada vez que los hombres se reúnen y se revelan ante los demás. En un segundo sentido lo público refiere al mundo en común que al mismo tiempo relaciona y separa y que proporciona el contexto físico, el marco de referencia común y la continuidad temporal al espacio de apariencias Espacio de apariencia y el mundo en común conforman entonces los dos sentidos básicos y sus rasgos centrales son: revelación, pluralidad, espacio de la acción y del discurso, fragilidad contrarrestada por la memoria y perdurabilidad de los artefactos y las instituciones , espacio de interacción, de búsqueda de lazos a la vez comunes y de

diferenciación”. (Rabotnikof, 1990. Citado en *Ciudadanía, lo público, democracia – Textos y notas*).

“La esfera o espacio de la opinión pública no puede entenderse como institución y, ciertamente, tampoco como organización; no es un entramado de normas con diferenciación de competencias y de roles, con regulación de las condiciones de pertenencia, etc.; tampoco representa un sistema; permite ciertamente trazados internos de límites, pero se caracteriza por horizontes abiertos, porosos y desplazables hacia el exterior. El espacio de la opinión pública es como una red para comunicación de contenidos y tomas de posturas, es decir, de opiniones, y en él los flujos de comunicación quedan filtrados y sintetizados de tal suerte que se condensan en opiniones públicas agavilladas en torno a temas específicos. Se distingue por una estructura de comunicación que se refiere a la acción orientada al entendimiento: al espacio social generado en la acción comunicativa. El espacio público político sólo puede cumplir su función de percibir problemas concernientes a la sociedad global y de tematizarlos, en la medida en que esté compuesto de los contextos de comunicación de los potencialmente afectados”. (Habermas, 1998. Citado en *Ciudadanía, lo público, democracia – Textos y notas*).

Para avanzar en una mejor comprensión de lo público en regímenes democráticos modernos, complejos y multiculturales se debe seguir lo señalado: Primero, aclarar las maneras en que la desigualdad social afecta la deliberación en los públicos en las sociedades capitalistas maduras. Segundo, mostrar cómo la desigualdad afecta las relaciones entre públicos, como los públicos están diferencialmente empoderados o segmentados (los grupos se segmentan de acuerdo a el poder, característica principal del proceso de empoderamiento en las comunidades desde la perspectiva de (Gita Sen, 1998), y cómo son involuntariamente subordinados a otros. (Fraser, 1996, Citado en *Ciudadanía, lo público, democracia – Textos y notas*) p 56.

La esfera pública es concebida en los siguientes términos: “La esfera pública es un nuevo espacio metatópico, en el que los miembros de la sociedad pueden

intercambiar ideas y pueden llegar a un entendimiento – identidad común.” Taylor (1995, *Citado en Ciudadanía, lo público, democracia – Textos y notas*). Pero no una identidad común debido al proceso de hibridación enmarcado en el cuadro de la globalización, posición criticada por (Antonio Roveda, 2008).

El conocimiento es producto de una construcción colectiva, de una búsqueda común en la que todos los educandos aportan, participan, a partir de sus experiencias, de su saber y de una investigación que es también asumida participativamente afirma Kaplún en la dimensión comunicacional. La educación misma ya no se ve como un fin en si, sino como un apoyo imprescindible para la participación. Su objetivo central es formar y preparar para la participación social. (Kaplún, Mario, 1986), *Nuevas estrategias de comunicación en la educación para adultos*. p. 3)

1.6. Diálogo

La comunicación y el dialogo entre las personas que participaron del proyecto fue siempre importante, pues tenían que ponerse de acuerdo con los puntos principales a tratar, para lograr satisfacer a todos los habitantes y dejar claros los objetivos del periódico. De acuerdo con Giddens, Habermas explica: “Un modelo de perfecta comprensión mutua cuando hay una completa simetría entre participantes, de tal forma que ‘la comunicación no esté limitada por restricciones no derivadas de la estructura’. Tal simetría tiene tres características: el logro de un ‘consenso no restringido’, alcanzado a través del examen racional de los argumentos; el entendimiento pleno entre uno y otro; el reconocimiento mutuo del derecho auténtico del otro para asumir el rol que hace en el diálogo como un par igual y pleno”. (Habermas, 1998) *Ciudadanía, lo público, democracia – Textos y notas*. Luis Jorge Caray Salamanca. Pág.41.

1.7. La sociedad, el camino para formar una comunidad.

La sociedad se entiende como el conjunto de individuos que actúan entre sí para lograr un objetivo en común, conformando así una comunidad. (Fichter,

1993). Las opiniones eran muy diversas entre todos los habitantes, la idea fue que todos se vieran como una sociedad que iba a trabajar en conjunto por un mismo objetivo, ya que si se trabaja con “una sociedad fragmentada” no se iba a lograr una objetividad ni una idea neutra para el barrio. “Una sociedad fragmentada es una sociedad en la que sus miembros encuentran grandes dificultades para significarse con su sociedad política como una comunidad. Surge de aquí el círculo vicioso: más impotente se siente el ciudadano, más se reconoce en una lógica de atomización, menos participa y así sucesivamente” (Taylor,1998).

1.8. La noticia como la mejor forma de contar los hechos

En la cotidianidad del barrio se ven a diario hechos que son noticias para un periódico, se busco reconocer cada una de esas noticias que pasan a diario y a darle importancia a los hechos, teniendo en cuenta que cada historia tiene su punto de interés, unos mas altos que otros, teniendo en cuenta también lo buscado por el lector.

2. CAPITULO II

APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS EMPLEADAS EN LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se evidencia la forma en que fueron aplicadas las diferentes herramientas en la investigación, en donde la participación es una propuesta metodológica, comunicativa y de conformación de comunidad. Para alcanzar esa participación ideal es necesario generar un proceso en donde existan diferentes niveles. Tales como:

- Información
- Consulta
- Concertación
- Decisión
- Gestión control

Con la siguiente herramienta metodológica se logró generar participación por parte de los habitantes del barrio El Rodeo. Se integraron y crearon espacios deliberativos, con el fin de crear una “cultura de participación”. La misma comunidad creó contenidos para desarrollar la temática y el contenido de Noti Rodeo luego de pasar por un proceso de auto identificación de las cualidades que les permitieron participar en este proyecto.

2.1 Tipo de investigación.

En el estudio que se realizó con la población del barrio El Rodeo se aplicó un tipo de investigación mixta (cualitativa y cuantitativa). Por una parte, La investigación cualitativa es el proceso mediante el cual se tiene como punto focal la participación de los sujetos involucrados, los significados y los procesos que se desarrollan con la muestra. Según (Anselm Strauss, 1987. p 302) los métodos cualitativos son precisos para obtener detalles complejos de sentimientos,

procesos de pensamiento y emociones difíciles de extraer o de aprender por métodos de investigación más convencionales.

Por su parte, la investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas. La diferencia fundamental entre ambas metodologías es que la cuantitativa estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas y la cualitativa lo hace en contextos estructurales y situacionales. La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica. A su vez, la investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación se pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada. La parte cualitativa se aplicó en el estudio realizando encuestas casa por casa, las cuales sirvieron para conocer los pensamientos y sentimientos que tenían los habitantes del barrio El Rodeo sobre el periódico. Por ser estas preguntas cerradas, en su mayoría, no se iban a ver a fondo los pensamientos de los habitantes y por esto se realizó la parte cuantitativa, esta se aplicó realizando entrevistas cara a cara y sirvieron para conocer a profundidad cuáles eran los pensamientos que las personas tenían sobre la producción y creación de su periódico. De igual forma se realizaron reuniones con las personas y se observaron los comportamientos que éstas tenían para así comparar los comportamientos con lo que decían las entrevistas.

2.2 Tipo de diseño

En el tipo de diseño se exponen las estrategias con las que se intentó obtener respuestas tales como: controlar, medir y describir. El tipo de diseño correspondiente al proyecto es descriptivo.

Descriptivo: este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, ni en hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen por encuestas (estudios por encuestas) aunque estas también pueden servir para probar hipótesis y poner a prueba explicaciones (Tamayo & Tamayo, p. 44).

Esta investigación fue basada en un estudio descriptivo centrado en establecer las necesidades y sugerencias que existían entre los habitantes del barrio el rodeo para su Periódico. Los métodos empleados para la recolección de datos fueron la encuesta y la entrevista, a través de los cuales se implementaron estrategias para encontrar los problemas que afectaban al barrio en relación a la elaboración del medio de comunicación, también para tener claro qué tanto se conocía el periódico dentro del barrio, y se tuvieron en cuenta las sugerencias de los habitantes para a partir de esto comenzar a trabajar para un mejor resultado.

Características del estudio descriptivo.

- a. Es indicado en situaciones complejas en que importa relacionar variables pero en las cuales no es posible el control experimental.
- b. Permite medir e interrelacionar múltiples variables simultáneamente en situaciones de observación naturales.
- c. Permite identificar asociaciones entre variables pero hay que prevenir que ellas sean falsas introducción los controles estadísticos apropiados.
- d. Es menos rigurosos que el tipo de investigación experimental porque no hay posibilidad de manipular la variable (s) independiente (s) ni de controlarlas rigurosamente.

Tamayo & Tamayo, p. 47 - 48).

2.3. Los sujetos

Los sujetos partícipes de la investigación son los habitantes del barrio El Rodeo, lugar donde se desarrolló el proyecto, entre los que encontramos: niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, quienes desarrollan actividades en los campos del hogar, universidad, colegios, profesorado, sector contable, seguridad, transporte e industrial; así como de la belleza y pensionados. Para (Sampieri, 2008. P 172) la muestra suele ser definida como un subgrupo de la población, por lo que se escogió solo una parte de toda la comunidad para todos los elementos de la población, y tienen las mismas posibilidades de ser escogidos, lo cual se obtiene a través de una selección aleatoria de las unidades de análisis. Para realizar las encuestas, se fue casa por casa y se realizaban, de esta manera la muestra fue probabilística. Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación por encuestas en donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población, estas variables se miden con instrumentos de medición y se analizaban con pruebas estadísticas para el análisis de datos (Sampieri, 2008). Por lo anterior se escogió este tipo de muestra, lo que se buscaba era conocer las variables en la población, saber qué pensaban unos y los otros.

2.4. Las técnicas para recoger los datos

La técnica específica para la recolección de datos, además de la aplicada como acción de comunicación (la encuesta), fue la entrevista directa o cara a cara con los habitantes de la comunidad, en donde ellos hablaban sobre plasmaban su posición ante el proceso que desarrollaba la comunidad y también ante el periódico Noti Rodeo.

Al conocer los problemas, se trato de mediar creando espacios de diálogos entre los habitantes del barrio, creando así un tranquilo ambiente de trabajo comunitario. De igual forma se manejaron los temas pertinentes al periódico.

Se sugirió que las personas entrevistadas dieran una breve explicación de las preguntas realizadas, las preguntas fueron las siguientes:

1. ¿Qué opina usted sobre el periódico Noti Rodeo?
2. ¿Qué cree que se puede mejorar?
3. ¿Le gustaría participar en la creación de este?

- Entrevista

El término entrevista proviene del francés “entrevoir”, que significa “verse uno al otro”, esta “es una forma oral de comunicación interpersonal, que tiene como finalidad obtener información en relación a un objetivo”. La entrevista sirvió para obtener información acerca del problema que se estaba presentado, obteniendo así el objetivo de la entrevista, que era conseguir información acerca de las opiniones de los habitantes sobre el periódico.

Entrevista de confrontación, la función fundamental de este tipo de entrevista es la de intentar rectificar sustancialmente cualquier conducta que en apariencia ha sido negativa o perjudicial para la buena marcha de las relaciones interpersonales, en base a este análisis llegar a una solución donde es muy importante que la persona participe de forma activa planteando soluciones al problema, pues de esta manera asumen su responsabilidad en relación a la decisión que se tome. Con la entrevista de confrontación se logro conocer a fondo cual era el motivo principal de los problemas que se presentaban en el barrio. Lo dejo al descubierto que muchos jóvenes no eran vinculados al proceso de producción del periódico, porque ASORODEO consideraba que los jóvenes del barrio no tenían las aptitudes y habilidades suficientes para participar activamente en el periódico.

- Encuesta

Este es un método de investigación que sirve para obtener información específica de una muestra de la población mediante el uso de cuestionarios estructurados que se utilizó para obtener datos precisos de las personas encuestadas.

Existen varios tipos de encuestas como las telefónicas, las postales, las cara a cara, por internet y por suscripción. Para este proyecto se utilizó la encuesta cara a cara que consiste en entrevistas directas o personales, con cada encuestado, tiene la ventaja de ser controladas y guiadas por el encuestador, además se suele obtener más información que por otros medios (el teléfono y el correo). Sus desventajas son el tiempo que se toma para recolección de datos, su costo que es más elevado que las encuestas telefónicas, por correo electrónico o internet y la posible limitación del sesgo del entrevistado.

Las encuestas sirvieron para obtener una muestra representativa de las opiniones de los habitantes, además sirvió para conocer cuáles eran los motivos que tenían cada uno de los habitantes para no ser participes de la producción del periódico.

2.5. Los instrumentos

Las entrevistas y encuestas¹ fueron las principales herramientas que se implementaron para la recolección de la información pertinente al proyecto. Éstas se aplicaron en la investigación con el fin de recolectar información que pudiera servir para conocer los problemas que se presentaban en la comunidad, para así trabajar en ellos.

¹ Ver página 38 -40

Estos instrumentos fueron de gran utilidad, pues al conocer de boca de los habitantes lo que estaba pasando en el barrio, se amplió la visión de los problemas que se estaban presentando en el.

2.6. El procedimiento

Se llevaron a cabo varias reuniones, donde se habló el porqué muchas personas no participaban en la producción del periódico y al mismo tiempo se habló como se podría lograr que las personas participaran en él. También se realizaron entrevistas cara a cara con los habitantes, en estas entrevistas ellos contaron el porqué no participaban y como les gustaría que fuera el periódico, en cuanto a temas y estructura.

De igual forma se realizaron unas encuestas casa por casa, en donde se les hacía una serie de preguntas a las personas, las cuales estaban compiladas en un formato. Las encuestas trataban preguntas relacionadas con el conocimiento que las personas tenían sobre el periódico y como les gustaría participar en él.

Del mismo modo se llevaron a cabo mini talleres, en donde se les explicó cómo manejar algunos programas de diagramación y como redactar una noticia. En estos talleres los habitantes desarrollaron habilidades, las cuales les servirán para participar en la producción del periódico.

2.7. Acciones de comunicación

El plan de estrategias está visionado desde la comunicación, entendiéndose estrategia como la creación de una posición tanto única como valiosa, que implica un conjunto diferente de actividades; el éxito de esta depende de hacer bien muchas cosas, no sólo unas cuantas, e integrarlas, Michael (1997) p, 89. Las estrategias se mirarán como planes de acciones que servirán para lograr que los habitantes del rodeo se empoderen de su medio de comunicación "Noti Rodeo".

Entonces la comunicación actúa como un elemento primordial en toda interacción y propicio desarrollo del funcionamiento de la sociedad humana, y de un pensamiento esencial en su estructura y en el comportamiento de las personas da acceso a los procesos del entorno y de la evolución de este permitiendo un mejor desempeño e interacción de la comunidad de El Rodeo en la participación, actitudes de pertenencia y empoderamiento de su periódico "Noti Rodeo".

La comunicación es un proceso por medio del cual los emisores y receptores de mensajes interactúan en un contexto social Rangel, (1989),p 35 en donde los habitantes del barrio el Rodeo serán los emisores (productores de mensajes) de su propio periódico.

Según el libro *Estrategia de Comunicación* Cinterfor (2003),p 56 las estrategias de comunicación adquieren condición articuladora y transversal: actúa en conjunto y apoya técnicamente todas las actividades y productos desarrollados por los otros componentes para asegurar que las modalidades, el lenguaje, los diseños, etc. respondan a un discurso unívoco y distintivo, a fortalecer la identidad de la intervención o programa y a una orientación centrada en la búsqueda de "sintonía" entre las necesidades y los intereses del público destinatario. O sea, debe responsabilizarse de encontrar el modo y establecer los vínculos para que cada actividad y producto llegue a sus destinatarios potenciales, sea identificado, comprendido, apropiado y bien utilizado.

Fue necesario que los habitantes del barrio y a la vez productores del periódico "Noti Rodeo" se reunieran, compartieran la mirada que tenía cada uno y por medio de esto comenzar a trabajar en lo que se tenía que mejorar desde todos los componentes del periódico para llegar a una idea central que fuera acatada y entendida por todos los que iban a leer el periódico que eran los mismos habitantes.

2.7.1. Esquemas convencionales e innovaciones de planteamiento de la comunicación

Debido al predominio de un concepto, la comunicación como herramienta de información y persuasión ha generado la mayoría de los esquemas de planteamiento estando estos dirigidos al logro de cambios de comportamiento de los receptores. El esquema que se aplicó fue el siguiente:

1. Situación actual del receptor.
2. Situación deseada.
3. Comportamiento que debe adoptar.
4. Mensajes que se le deben transmitir.
5. Mediación de su comportamiento en función de lo deseado.
6. Reajuste de la estrategia para lograr los cambios deseados.

En su medida para aplicar estas acciones y estrategias de comunicación se debe tener en cuenta los componentes que el libro anteriormente citado propone:

- I. Articulación con el entorno productivo y social: instrumentar en conjunto las acciones de sensibilización.
- II. Orientación Laboral: desde la revisión de los materiales de divulgación de la oferta y las estrategias y acciones específicamente orientadoras a las actividades de selección de beneficiarias, especialmente de las mujeres pobres, el trabajo conjunto de ambos componentes es imprescindible.
- III. Desarrollo Curricular: la mirada y el apoyo del área comunicacional tienen que estar presentes desde la definición del título del perfil ocupacional, los materiales didácticos, los contenidos hasta las acciones de sensibilización y capacitación en género y en las metodologías propuestas para todo el personal.

2.7.2. Fortalecimiento interno

Dirigido a:

- Generar la apropiación de las propuestas por parte de la comunidad; ASORODEO y la Junta de Acción Comunal.
- Articularse con los demás miembros de la comunidad para que se conviertan en componentes constantes en la elaboración de los materiales comunicacionales, es decir, las noticias del periódico y en la estrategia para la mejor llegada de los conceptos de participación y empoderamiento.
- Construir la identidad de “Noti Rodeo” a partir de la recreación de memorias en los habitantes de la comunidad para generar sentido de pertenencia e identificación como intervenciones a favor de la equidad y la igualdad de oportunidades para todos en la participación de la elaboración del periódico. Si no tienen un punto de identificación y de interés no se puede dar paso a un proceso de comunicación a través de “Noti Rodeo”.
- Incorporar la mirada de participación ciudadana y empoderamiento en la política comunicacional de la comunidad, tanto hacia adentro como hacia fuera, y fortalecer su capacidad comunicacional.

2.7.3. Comunicación extensiva y externa

Dirigido a:

- Sensibilizar al sector productivo, la comunidad, las familias y los jóvenes sobre los aportes invaluable al desarrollo; y sobre la remoción de divisiones en el colectivo que retrasen los procesos de comunicación del barrio y el periódico.

- Lograr que se perciba la articulación entre lo que se ofrece desde el periódico y las realidades y demandas de sus potenciales usuarios (as); la misma comunidad del barrio El Rodeo.
- Informar, promover y difundir la oferta formativa. En logros a largo plazo, la comunidad espera que el periódico no solo sea del barrio El Rodeo, sino también de los sectores aledaños; realizar un producto muy bueno logrando que a la larga, Turbaco se llegue a vincular, informándoles, mostrándole la capacitación y “Noti Rodeo” como respuesta a sus necesidad y oportunidades.
- Convocar a la participación de negocios independientes del sector (tiendas, variedades, carnicería, etc.) en la publicación de publicidad en el periódico.

Además, a partir de la misión como mediadores, se realizaron *actividades de agenda* para el mejoramiento del periódico y la participación incorporada de los habitantes de la comunidad:

- a) Campañas:** Inicialmente se gestionaron campañas de expectativas para que la comunidad se interesara por el periódico, pero sobre todo, en participar en la elaboración de éste.
- b) Actividades:** Se realizaron actividades colectivas para amenizar los lazos entre los miembros del barrio, unir a la comunidad y recaudar fondos para mejorar el periódico, extenderlo y brindar diferentes servicios que se puedan generar a partir de él.
- c) Espacios de diálogo:** Espacios para que la comunidad pueda compartir entre si y con los mediadores sus dudas, sus problemas, sus necesidades; poder tomarlos en cuenta y avanzar con el proceso de participación.

d) Talleres: Se realizaron talleres para orientar a los habitantes, en ciertos programas de diseños, los cuales les van a servir para la producción del periódico. De igual forma se les explico la manera como se redactaba una noticia.

e) Encuesta: Se realizó con el fin de conocer las opiniones de los habitantes del barrio con respecto a la publicación actual de Noti Rodeo. Lo que se puede mejorar, lo que debe permanecer y si les gustaría pertenecer al grupo de producción de este periódico.

A continuación se anexa la encuesta y el formato de entrevista utilizados en el proceso de investigación.

Encuesta

PERIÓDICO NOTI RODEO

Estudio de opinión de la comunidad sobre su periódico

El objetivo de esta encuesta es obtener la opinión de la comunidad acerca de la producción y publicación de Noti Rodeo y de otros aspectos de su entorno de convivencia.

Dada la relevancia de la información que se solicita, es de primordial que responda con sinceridad y responsabilidad.

Sexo	F	Edad		¿A que se dedica?		Estado civil		¿Tiene hijos?	Si
	M								No

INSTRUCCIONES: Marque con una X la respuesta que elija.

1. ¿Conoce el periódico Noti Rodeo?

Si _____ No _____

2. ¿Lee el periódico Noti Rodeo? Si su respuesta es NO explique el por qué.

Si _____ No _____

3. ¿Cuál es su sección favorita y por qué?

4. ¿Cuál le desagrada y por qué?

5.

6. ¿Cuántas veces lo ha comprado?

Si NO lo ha comprado explique el por qué. _____

7. ¿De 1 a 5 cuanto le gusta? Siendo 1 la valoración más baja y 5 la más alta.

8. ¿Qué no le gusta y por qué?

9. ¿Cree que se puede mejorar? Si su respuesta es NO explique el por qué.

Si _____ No _____

10. ¿Sabe quienes lo hacen?

Si _____ No _____

11. ¿Le gustaría hacerlo usted también? Si la respuesta es NO explique el por qué.

Si _____ No _____

12. ¿Lo ha intentado? Si la respuesta es NO explique el por qué.

Si _____ No _____

13. ¿Qué le gusta más?

- a. Buscar noticias.
- b. Escribir noticias.
- c. Tomar fotografías.
- d. Diseñar y diagramar.

14. ¿Cree usted que la elaboración de Noti Rodeo genera un bien a la comunidad y por qué?

Si _____ No _____

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Formato de entrevista

Guía de entrevista para los habitantes del barrio El Rodeo para conocer sus intereses y pensamientos acerca del periódico "Noti Rodeo".

Fecha: _____ Hora : _____

Lugar : _____ Entrevistador (a): _____

Entrevistado(a) : _____

Introducción

Descripción general del proyecto y motivo de la entrevista.

Preguntas

1. ¿Conoces el periódico "Noti rodeo" ?
 2. ¿Alguna vez ha participado en la elaboración de este? Porque?
 3. ¿Te gustaría participar en él? De qué manera?
 4. ¿Qué te gusta y que no te gusta del periódico?
 5. ¿Qué problema crees que se está presentando con la elaboración del periódico?
- 1 Muestra de formato del libro Metodología de la investigación (1998) Sampieri.

Observaciones

Gracias por participar en la entrevista, pues servirá como instrumento para conocer cuales los problemas que se están presentando con la construcción del periódico.

Para priorizar el diálogo con los habitantes del barrio, antes que nada se tuvo en cuenta los siguientes aspectos a tratar con la comunidad propuestos en el libro *La participación democrática en la educación* (1977):

Saber comunicarse

- Diálogo de sordos

La primera regla de la buena comunicación en un equipo o grupo de trabajo es que usted sepa escuchar al otro. A menudo ocurre que usted no lo escucha por estar preparando lo que va a decir, y hasta es frecuente que a todos les pase lo mismo. Pues bien, esto es lo que se llama *diálogo de sordos*.

- Uno oye lo que ya sabe

Do ocurre que usted está prevenido y entonces no oye lo que el otro dice, sino lo que espera o sabe que va a decir. Porque uno no oye con el oído sino con el cerebro. Es necesario oír sin prevención o si no *uno oye lo ya sabe*.

- Hay que oír dos veces

Procure usted oír dos veces, oír el habla, el mensaje verbal, y ver u observar el gesto y ademanes, o sea el mensaje no verbal, que aclara mucho lo que se dice. Incluso si no está muy seguro o no entendió bien todo, diga ¡por favor repítame, no lo oí bien! Esto es lo que llamamos *oír dos veces*.

- La palabra hiera

Evite los obstáculos en la comunicación; el mayor obstáculo es la ofensa, así sea en broma, le sigue la ironía y la indirecta. Tenga esto por seguro: una herida con un arma cicatriza más rápido que la herida con la palabra, y *la palabra hiera* fácil.

- No clasifique, ni aconseje al otro

Cuando usted está hablando, en su colectivo, de persona a personas, está hablando al otro o a la otra. No lo clasifique, no lo tome como el <<extranjero>> o el <<nacional>>, como el sabio, el

rico. Él es él. Ella es ella, es una persona. Y recuerde: usted está hablado en el colectivo de igual a igual, no con su hijo o empleado; entonces no lo aconseje, por favor.

Saber interactuar

- Hace falta un pizarrón o un papelógrafo

A menudo en la reunión de su consejo o de su junta o comité, hay una opinión coincidente sobre un tema de discusión y usted necesita insistir en ella. Entonces, para no subirle el volumen a la voz, escríbala a la vista de todos. Así pues, en toda reunión hace falta el pizarrón o papelógrafo.

- Haga mesa de trabajo o herradura

Si su reunión no es muy numerosa lo mejor es volverla *mesa de trabajo*, así todos se ven las caras y pueden tomar notas y café o agua. No olvide dejar libre una cabecera de la mesa para el pizarrón. Pero si no dispone de esa comodidad proponga la reunión en herradura, de forma que quede abierto el espacio para el pizarrón o papelógrafo.

- Un (a) secretario (a), un (a) coordinador (a) experto (a)

¿Por qué ponemos por delante la secretaria? Porque ésta es la memoria de la reunión, la que lleva rápido al papelógrafo los acuerdos y compromisos además de preparar el acta. Sin embargo, el coordinador o la coordinadora tiene el encargo más difícil: organizar el orden del día encontrando los temas fundamentales que propuso o propone el grupo. Finalmente en ocasiones, resulta necesario buscar un experto para que ilustre sobre temas específicos.

- Puede que le falten más datos

Tenga paciencia para opinar sobre un tema porque es posible que su juicio sea precipitado. Un ejemplo conocido es éste: usted ve venir una señora con un niño en los brazos y piensa, es la mamá. Pero la señora se aproxima y usted nota que ella es morena y el niño es rubio, y usted rectifica, es la niñera. Sin embargo al momento se acerca a ella un señor bien moreno y los dos hablan. Entonces usted corrigen, sí, es la mamá. En ese momento el señor recibe al niño de los brazos de la mujer y se lo lleva. Ella toma otro camino. Sí, es la niñera, dice usted. Sin embargo, no se precipite, puede que le falten más datos.

Saber negociar

- Si su reunión es muy participativa hay conflicto
 - Piense esto: si en una reunión, junta, foro, consejo, etc., hay mucha participación, es porque está apareciendo el conflicto. Si nadie habla o muy pocos intervienen, no hay conflicto. El conflicto es la luz que ilumina el problema y la palabra es la que prende esa luz. El silencio es cómplice del problema, lo tapa, lo encubre. Si su reunión es bien participativa, celébrelo, hay conflicto.
- ¿Posición o interés?
 - Veamos un ejemplo muy conocido y sencillo: dos hermanas se están peleando por una simple naranja, ambas la quieren, ambas mantienen su posición, <<es mía, es mía>>. La madre llega, toma la naranja en sus manos y pregunta a cada una: << ¿para qué quiere la fruta, por favor, cuál es su interés? >>. Una niña contesta llorando, <<estoy haciendo una torta y la receta dice que se necesita cáscara rallada>>. La otra contesta, <<yo quiero el jugo porque me gusta mucho>>. En una disputa pregunta usted siempre cuál es el interés de cada cuál; así se descubre o aclara el conflicto y se puede solucionar el problema.

- Intereses opuestos o convergentes
 - Un ejemplo: cada año en una fábrica los empleados y los empleadores disputaban entre ellos por repartirse la torta, y la torta cada año era más pequeña. Asustados unos y otros se preguntaban un día qué era más importante para todos, si la torta o la repartición. Desde entonces la torta empezó a crecer. Es sencillo ejemplo muestra que todo conflicto aparece una vez y otra vez, y que lo importante es encontrar los interés convergentes.

- No se aferre a una posición por amor propio u orgullo o cosa parecida
 - Lo importante es su interés y diferenciar entre intereses opuestos o convergentes. Es un orgullo o una autoestima tener el valor de rectificar o cambiar. Defienda su punto de vista hasta última hora, pero si ve que prácticamente hay consenso, respételo.

- Casi todo conflicto tiene su recorrido en una reunión o debate
 - Primero la gente se sostiene en su dicho, en sus posiciones, echándose culpas mutuamente. Luego poco a poco, el mismo conflicto va iluminando el proceso o solución. Saber escuchar, saber interactuar, es iluminar. El tercer paso es abrirse a mirar los intereses opuestos y los convergentes. Esto es lo que se llama objetivar el problema, o sea convertirlo en negocio, en objeto de negociación.

3. CAPITULO III

OBSERVACIÓN Y COMPARACIÓN DE DATOS OBTENIDOS DURANTE LA INVESTIGACIÓN

El proceso de empoderamiento y participación gestados bajo la misma concepción no se presentaron durante la realización del proyecto, por lo que se infiere que dicho poder toma por la manos de los propios habitantes de la comunidad para mejorar su situación entre vecinos permitiendo así una mejor valoración de Noti Rodeo no se llevó a cabo. No identificaron sus cualidades intrínsecas y las pusieron a favor de las extrínsecas para encarar la situación; no se podemos hablar entonces de empoderamiento.

En este caso, no se gano poder, no se controlo los re cursos externos ni se dio un incremento en la autoestima ni en la capacidad interna de los sujetos individuos, con lo que el hablar extensamente de individuos colectivos participativos no seria apropiado ni integral en el proceso.

Aunque no podemos pasar por alto que aunque no se dio una participación colectiva un grupo de esta comunidad si esta dispuesta a trabajar por el bienestar de El Rodeo, de mejorar su herramienta de comunicación y de empoderarse, tener autoridad y autonomía en sus decisiones, tanto en términos de corto como de largo plazo. Porque identifican que no solo los individuos, sujetos actuales pertenecientes a la comunidad son los implícitos, beneficiarios y directos implicados en las decisiones, sino también los futuros pertenecientes al barrio, y sus hijos que crecerán en este entorno que consideran poco propicio para su desarrollo participativa ciudadano, argumentando que sus opiniones se pueden ver truncadas dada a la mala recepción, tolerancia respeto de sus intervenciones en esta comunidad.

Expresan que se deben establecer muchos espacios de diálogo en los que la comunidad pueda resolver sus problemas y así dar paso al desarrollo de las actividades propuestas, porque al realizarse esto no habrá impedimento para llevar a cabo los objetivos propuestos, aunque el ambiente de apoyo no debe ser catalizador externo, ya que las personas son las que se empoderan en sí mismas este proyecto no se pudo llevar concretar.

Las divergencias hacen de este un proceso genuino, haciendo a un lado lo neutral, donde se debe estar preparado para las disputas y opiniones opuestas; donde aunque a menudo los procesos individuales son genuinos las transformaciones individuales son esenciales y de mucha importancia.

Cada una de las categorías explicadas presenta características diferentes que hacen que varíe la percepción que tienen acerca del producto: Las amas de casa gradualmente tienen más posibilidades de leer Noti Rodeo, así como también no suelen gozar de tanto tiempo como parece. Al estar en sus hogares lo pueden leer, pero dado que deben atender a sus hijos y realizar que haceres diarios su promedio de lectura varía entre cada caso. El punto que marca la diferencias es que algunas poseen una ayuda extra entre estas actividades lo que les permite más tiempo para ellas y de distribuirlo en otras acciones.

Los estudiantes de colegio y universidades pese a que son conscientes de todo lo que les pueden brindar los medios de comunicación, por falta de tiempo también puede ver afectado el objetivo de que todos los habitantes leyeran el periódico, prácticamente están todo el día con asignaciones y el tiempo libre que le queda al finalizar el día lo aplican para ver programas de entretenimiento y descansar.

Las mujeres y hombres que trabajan suelen llegar en las horas de la noche a sus hogares, dispuestos a tener una breve charla con sus familias y a descansar por lo que tampoco gozan de tiempo extra para leer las noticias que se generan en su barrio. Y los pensionados que aparentan pasar todo el día en sus casas tienen el tiempo para leer el periódico.

3.3. Parte I

- **Encuesta** realizada a la población del barrio El Rodeo para identificar el nivel de satisfacción que tienen ante el periódico actualmente emitido, y así mismo conocer si hay personas interesadas en hacer parte del proceso de elaboración de este.

El total de la encuesta realizada correspondió a 220 personas encuestadas, entre las que se encontraban:

- Niños entre los 9 y 13 años
- Jóvenes entre los 14 y 19 años
- Adultos entre los 20 y 39 años
- Adultos mayores entre los 40 y 65

En esta población encontramos a:

- Estudiantes de colegio y universidad.
- Amas de casa.
- Docentes.
- Comerciantes.
- Contadores.
- Vigilante.
- Taxista.
- Mecánico Industrial.
- Mecánico.
- Manicurista.
- Pensionados.

Se analizaron los resultados pregunta a pregunta por las siguientes condiciones:

1. Identificar que parte de la población (de acuerdo al sexo) se encuentra más interesada en el proyecto y cual no lo esta al mismo nivel de acuerdo a la pregunta analizada.
2. Identificar el porcentaje general de la respuesta correspondientemente analizada.
3. Algunas de la preguntas no fueron respuestas de acuerdo a lo planteado. Sin embargo tienen el mismo grado de validez y proporcionan información valiosa.
4. En algunas preguntas se cuestiona el porque, por lo tanto requiere de un análisis independiente.

A continuación se realizará el análisis correspondiente por preguntas / sexo:

Pregunta 1: Figura 1

¿Conoce el periódico Noti Rodeo?

En ambos sexos la respuesta que estuvo por encima del 80% fue Si. La mayor parte de la población encuestada lo conoce, no obstante más adelante se notará debido a las siguientes respuestas que aunque aparentemente lo conocen, no lo consumen ni conocen muy bien la temática que maneja.

Pregunta 2: Figura 2

¿Lee el periódico Noti Rodeo? Si su respuesta es NO explique el por qué.

En ambos sexos la respuesta que estuvo entre el 54% y el 60% representando la mayoría fue No. Lo que significa que no leen el periódico Noti Rodeo, pero que argumentan con los siguientes motivos:

- Falta de tiempo
- Falta de publicidad
- No lo compran
- No lo conocen

- Es costoso

Pero a los que más les adjudican responsabilidad los encuestados es a la falta de tiempo con un 15%, al hecho de que no lo compran un 20% y a los que no lo conocen un 10%.

Pregunta 3: Figura 3
¿Cuál es su sección favorita y por qué?

En ambos sexos la respuesta con mayor cantidad de encuestados de acuerdo esta por encima del 38 % hasta un 50%, los cuales decidieron no responder a esta. Y con un 27% al 20% la respondieron que ninguna. De esto se infiere que la población encuestada no tiene en cuenta las secciones del periódico al leerlo, no las identifican y no presentan gran favoritismo hacia una.

Con el 15% y el 10% respondieron que todas eran sus secciones favoritas, siendo esta un contestación incorrecto de acuerdo a la pregunta, ya que se pregunto por una en especial; pero que de igual manera se analiza para notar cuan interesados están en el producto de la comunidad.

Dando espacio a respuestas más indicadas encontramos un gran porcentaje a las que corresponden a las noticias de la comunidad entre el 4% y el 10%; las culturales, eventos culturales y los hechos de la comunidad.

Cuando dieron paso a sustentar su respuesta el 90% de los encuestados decidió no responder a esta, y el restante 10% argumentaron que su sección favorita, correspondiendo esta a las noticias de la comunidad era su favorita porque representa información importante y de interés.

Pregunta 4: Figura 4
¿Cuál le desagrada y por qué?

En ambos sexos la respuesta donde coinciden entre un 54% y el 50% es la de negarse a responder a esta. Entre el 34% y el 20% los encuestados dicen que ninguna les agrada. Pero entre el 10% y el 8% dicen que las que más les desagradan es la de sociales, donde expresan que se presentan las noticias como si fueran chismes de la comunidad.

Cuando dieron paso a sustentar la pregunta entre el 69% y el 50% prefirieron no responder a esta parte. La siguiente respuesta que le sigue en porcentaje a la anterior esta entre el 17% y el 15% los que respondieron ninguna, porque no leen Noti Rodeo.

Los que si argumentaron su respuesta dicen que les desagrada las que tienen que ver con chismes porque no les genera interés hablar de otros; se encuentra este entre un 16% y 4%.

Pregunta 5: Figura 5

¿Cuántas veces lo ha comprado? Si NO lo ha comprado explique el por qué

Sexo femenino:

Dada la respuesta, el porcentaje más alto corresponde al 48%, del cual las mujeres encuestadas dicen nunca haber comprado el periódico (0 veces). El porcentaje que le sigue corresponde al 38%; dicen haberlo comprado por lo menos 2 veces.

Se puede apreciar entonces que en este sexo hay más mujeres que no lo compran a las que si lo compran, y lo han hecho en dos ocasiones, de las tres publicaciones que lleva este periódico.

En el caso de las mujeres el mayor porcentaje a la argumentación de esté corresponde al 55%, no contestando a esta parte de la pregunta.

Sexo masculino:

Dada la respuesta, el porcentaje más alto corresponde al 55%, del cual los hombres encuestados dicen nunca haber comprado el periódico. Con un 27%, el segundo porcentaje con mayor cantidad, corresponde a la opción de 1 vez, que estos hombres han seleccionado.

El resultado es parecido al caso del sexo femenino, pero en este sexo notamos que los porcentajes se alejan aun más. Más de la mitad de los encuestados nunca han comprado el periódico, y los que lo han hecho, solo ha ocurrido en una oportunidad, de las tres veces que el periódico ha sido publicado. Continúa con un 25% respectivamente en el caso de los hombres a que este es muy caro y no les llama la atención.

En ambos sexos sustentas sus respuestas diciendo la mayoría, que corresponde a los que nunca han comprado el periódico, que no lo han hecho porque no conocen este, con un porcentaje entre el 18% y el 25%. Y entre un 13% y el 9% argumentan no tener tiempo para hacerlo.

Pregunta 6: Figura 6

¿De 1 a 5 cuanto le gusta? Siendo 1 la valoración más baja y 5 la más alta.

Sexo femenino:

En esta pregunta se evaluará cada opción independientemente: Los encuestados que valoraron el periódico con 1 corresponden al 8%. Los encuestados que valoraron el periódico con 2 corresponden al 8%. Los encuestados que valoraron el periódico con 3 corresponden al 23%. Siendo este el mayor porcentaje valorativo que le dan al periódico. Los encuestados que valoraron el periódico con 4 corresponden al 15%. Esta opción es la segunda como posición que le dan como valoración al periódico. Los encuestados que valoraron el periódico con 5 corresponden al 11%. Y el 35% restante corresponde a los que decidieron no contestar. Significando esto que la tercera parte de las encuestadas decidió no responder, siendo mayoría en este caso.

Se infiere finalmente que el gusto que tienen las mujeres encuestadas hacia el periódico Noti Rodeo es muy baja, pese a que otro porcentaje le dio una valoración mayor es en este, donde la mayoría coincide con brindarle esta puntuación.

Sexo masculino:

Ante esta respuesta los porcentajes dieron índices entre el 30%, 20% y 10. El 30% de los hombres indican que la valoración correspondiente para el periódico en la escala de 1 a 5, es de 1, siendo esta la más baja. La tercera parte de los hombres con un 20% le dieron esta valoración a los porcentajes correspondientes en la escala de 1 a 5, a la valoración de 3 y 4. El otro 20% atañe a los que no respondieron a esta pregunta. El 10% concierne a la valoración en la escala de 1 a 5, a la correspondiente a 2.

De esto se deduce entonces que a los hombre les gusta poco Noti Rodeo, y la consideración que tienen de este y sus contenidos es muy baja.

Pregunta 7: Figura 7
¿Qué no le gusta y por qué?

En ambos sexos es notorio no responder a esta pregunta, lo que equivale al 56% de la población encuestada. El 44% restante esta repartido argumentativamente de la siguiente manera:

2% nunca han hecho una encuesta

2% poca información

3% le disgusta todo

3% mucha información

3% no es llamativo

5% le gusta todo

8% temas de información

8% letra muy pequeña

10% fotos muy pequeñas

Pregunta 8: Figura 8

¿Cree que se puede mejorar? Si su respuesta es NO explique el por qué.

En ambos sexos entre el 67% y el 100% la población encuestada piensa que si se puede mejorar. Solo en el caso de las mujeres que corresponde al 33% piensan que este proceso no se llevará a cabo.

Pese a la actitud crítica que los hombres han mantenido en todas sus respuestas con esto es notorio su visión positiva hacia el futuro, ya que piensan que pese a los errores que presenta el periódico actualmente si se puede mejorar este.

Pregunta 9: Figura 9

¿Sabe quienes lo hacen?

Sexo femenino:

Para este tipo de población encuestada el 73% de la población conoce quienes realizan y producen Noti Rodeo. Mientras que el 27% restante dice no conocerlo.

Sexo masculino:

En el caso de los hombres la situación es más pareja. El 50% dice conocer quienes lo hacen, mientras que el otro 50% dice no conocer quienes lo hacen.

De esto se infiere en términos generales que el 67% de la población total encuestada conoce quienes hacen Noti Rodeo y el 33% restante no. Entonces se podría decir, que se deben realizar espacios de diálogos en los cuales se debatan los temas a tratar en le periódico y otros referentes a la comunidad en los que se

participe activamente persona a persona y de esta manera se identifica indiscriminadamente quienes producen el periódico.

Pregunta 10: Figura 10

¿Le gustaría hacerlo usted también? Si la respuesta es NO explique el por qué.

En ambos sexos lo más altos porcentajes corresponden a No entre el 46% y 70%. Así como al no dar respuesta a esta pregunta entre un 20% y el 31%.

La mayor parte de la población, 53% dice que no le gustaría hacer el periódico Noti Rodeo, el 28% no responde ante la pregunta y el 10% restante dice que si argumentando con lo mayores porcentajes lo siguiente:

Entre el 11% y 17% dicen que no les interesa

El 34% argumenta no tener tiempo

El 33% no responde ante la pregunta

En menor medida están:

Sexo femenino:

8% cree que no sirve

8% no hay participación de la comunidad

Sexo masculino:

11% no quieren ganar enemigos

11% no saben del tema

La respuesta a las que respondan o no a la pregunta es negativa por parte de la población encuestada. Dicen no tener tiempo para dedicarle a la producción.

Los argumentos que utilizan ambos sexos son de juicios valorativos en su mayoría. Creen que al hacer parte de Noti Rodeo no tendrán buenas relaciones con sus vecinos, que no hay suficiente participación de la comunidad como para que este producto comunitario se geste a cabalidad, dicen que no sirve para la comunidad; y por último están los que dicen no saber sobre el tema y que por lo tanto no creen posible estar vinculados a esto.

Pregunta 11: Figura 11

¿Lo ha intentado? Si la respuesta es NO explique el por qué.

En ambos sexos tiende a coincidir porcentualmente de la siguiente manera: entre el 4% y el 10% dicen que si lo han intentado, entre el 61% y el 70% dicen nunca haberlo intentado y entre el 20% y el 35% no responden ante la pregunta. Se entiende entonces con estas respuestas que la mayoría de la población con un 64% no ha intentado pertenecer o producir Noti Rodeo argumentando de la siguiente manera:

Con un 16% dicen no tener tiempo

11% no les gusta lo referente a la producción de periódicos

3% no saben como participar

3% dicen que no les corresponde como profesión

67% no responde ante la pregunta

Ante esto se podría decir que la mayoría de la población encuestada se mostro indiferente ante el cuestionamiento interno de esta pregunta; así como también dicen con mayo porcentaje que no tiene el tiempo suficiente como para producir el periodico y que no les gusta el medio.

Pregunta 12: Figura 12

¿Qué le gusta más?

Sexo femenino:

En el caso de las mujeres el porcentaje mayor estuvo en la opción b, tomar las fotografías con un 27%. El 42% decide no responder a la pregunta.

Sexo masculino:

En el caso de los hombres ante las cinco opciones presentadas responden equitativamente a cada una con un 10% respectivamente. El 50% restante decide no responder a la pregunta.

En ambos sexos se nota que la mayoría decide no responder a la pregunta, pero los que si responden ofrecen información valiosa para identificar que cantidad de la población podría estar dispuesta a trabajar en el periódico Noti Rodeo y en que secciones podría colaborar.

Pregunta 13: Figura 13

¿Crees usted que la elaboración de Noti Rodeo genera un bien a la comunidad y por qué?

Entre el 73% y el 90% dicen creen que la elaboración de Noti Rodeo si genera un bien común a la comunidad. Entre el 10% y el 19% deciden no responder a esto, dando un restante del 8% que en el caso de las mujeres dice que no genera un bien común a la comunidad.

Al argumentar esta respuesta:

Sexo femenino:

El mayor porcentaje con un 48% corresponde a no dar respuesta a este cuestionamiento en la parte de los que si creen que Noti Rodeo genere un bien común a la comunidad.

El 32% dice que si porque se trata información de la comunidad, el 4% a que contribuye a que se lea y el 16% a tener conocimiento generales de todos los temas

A las mujeres que responden que Noti Rodeo no genera un bien común a la comunidad argumenta con un 50% a que no se colocan los defectos, es decir, que se trata la información como muy perfecta; y el otro 50% dice que es muy costoso.

Sexo masculino:

El mayor porcentaje con un 60% no responden a la pregunta de si el periódico genera un bien común a la comunidad (positivamente), el 30% dice que se le informa a la comunidad y el 10% restante dicen que el periódico ayuda a las personas a tomar conciencia.

3.4. Parte II

- **Mini taller** realizado a los integrantes del grupo de producción del periódico Noti Rodeo, guiándolos en el proceso del empleo de las herramientas adecuadas para la realización técnica y estructural de éste. Así como también de “tips” para redactar una noticia clara, precisa y concisa; dando la información necesaria que permita al lector entender plenamente y no divagar en un mar de ideas sueltas.

La respuesta ante estos mini talleres fue muy positiva. La actitud de recepción de el mensaje fue genuina y sin problemas por lo que cada explicación fue comprendida a cabalidad y cuando fueron los términos de tiempo llevarlos a la experimentación el proceso fue positivo y sin inconvenientes.

3.5. Parte III

- **Espacios de diálogos** en los que la comunidad ha expresado tanto satisfacción como descontento con el producto emitido y el manejo que han hecho con este. También diálogos con el grupo de producción de Noti Rodeo sobre como se gestó la idea y porque llegaron al punto de crear el periódico solo una porción de la comunidad, y no esta completamente.

Cada espacio que se estableció fue muy abierto y participativo. Se trataron todos los temas correspondientes y se les dio solución tanto a corto, como a mediano y largo plazo. Los pros y los contras de cada actividad y proceso se evaluaron en conjunto, así como de los conflictos identificados en la comunidad. Pese a los retrasos que se sufrieron en el proceso cada charla fue provechosa y de gran ventaja para avanzar a los próximos puntos de evaluación y acciones permitiendo que se diera una retroalimentación entre los participantes y los eventos.

3.5.1. Reunión I

En la primera reunión establecida se hablo con los integrantes del periódico Noti Rodeo sobre la temática manejada en este, como surgió la idea, los pros y los contras del proyecto, la participación y vinculación de la comunidad, la creación de campañas de interés para la comunidad, nuestra futura participación y colaboración con ellos, la mejora del periódico técnicamente y a nivel de creación de contenidos, la creación de mini talleres para orientarlos, la aceptación demostrada, la creación por parte del mismo grupo de una página web del barrio con datos importantes para el reconocimiento de todos, la recaudación de fondos y la expectativa de buscar patrocinios por medio de publicidades y la futura emisión del periódico vinculando a la comunidad de Turbaco.

Se propuso además de las herramientas anteriormente mencionadas, realizar una encuesta en el barrio para identificar que tan interesada estaba la comunidad

con respecto a Noti Rodeo y a partir de esto iniciar un proceso de empoderamiento con estos.

Análisis del día:

- Se noto mucho interés por ambas partes en mejorar el producto y de vincular a la comunidad en el proceso.
- Trabajar en conjunto para generar un muy buen producto al final
- Por parte del grupo de estudiantes solo seremos mediadores y guías durante el proceso; de acuerdo a lo que se obtenga paso a paso la misma comunidad trabajará en pro de ellos.
- Se necesita vincular a toda la comunidad, y si no se da el caso, por lo menos identificar a aquellos que quieren apoyar la idea y vincularlos en el producción de Noti Rodeo.

3.5.2. Reunión II

En esta reunión solo se trabajo con uno de los miembros de Noti Rodeo, para capacitarlo un poco con el Software de Adobe Indesign; este le facilitaría la diagramación de los contenidos, imágenes, textos, etc., y con la aplicación de otras herramientas el producto final resultaría mucho mejor presentado y estructurado.

Se le indicó como manejar la herramienta y se le sugirió que utilizara el propuesto ante Publisher dada los requerimientos; Indesign es especializado en este tipo de trabajos de diagramación.

También le indicamos como matizar la información sin que parezca chisme o se subjetivase esta. Como emplear algunas palabras y así mismo se le aconsejo que se tratara de plasmar noticias claras, precisas y concisas. Lo extenso no refleja la mejor investigación, esto por el contrario algunas veces tiende a confundir porque se tiende a exponer ideas ya establecidas; y específicamente en el caso de Noti Rodeo se debe aprovechar el medio y publicar notas importantes para la comunidad, ya que dado el costo que este requiere no se puede extender aún el tamaño del ejemplar. Se debe apreciar el espacio con buena información.

Análisis del día:

- Se esta dispuesto a aceptar los consejos en pro del proyecto.
- Se aplicaran indicaciones en cada paso a trabajar.
- Se informara al grupo de estudio la evolución de cada ejemplar; para evaluarlo y hacer correcciones en equipo para que la comunidad se retroalimente y trabajen a partir de este conocimiento sugerido.

3.5.3. Reunión III

Vía e-mail el grupo de producción de Noti Rodeo envió el adelanto del próximo ejemplar para que lo observáramos y dijéramos nuestras apreciaciones. Luego de revisarlo notamos muy buenos cambios en la elaboración de este ejemplar, pero de igual forma se pueden mejorar detalles. Y notamos que no se realizo la diagramación en el software aconsejado dada a inconvenientes presentados que luego fueron explicados.

En esta reunión se disponía a retroalimentar la información obtenida a través de la encuesta realizada a la comunidad del Rodeo; identificar los puntos buenos y malos, trabajar con ellos y buscar las medidas necesarias para vincular a la comunidad. Evaluar los errores cometidos en el proceso, mejorarlos y trabajar a partir de la confianza y el bien común en la comunidad.

A partir de charlas reconocer que el propósito de Noti Rodeo es mantener al tanto de cada hecho ocurrido en el barrio que sea de interés general, así como de temáticas que son importantes conocer. Tratando con esto de dejar riñas en el paso y trabajar en pro de toda la comunidad, creando un producto que ayude en el futuro del barrio de cada miembro nuevo que se integre a este, velando por sus derechos y reclamando en los casos que sean necesarios por estos.

NOTA: la reunión como tal no se llevo a cabo porque faltaron dos miembros del grupo productor del periódico. Sin embargo se informo a

la Señora Delcy Fuentes de la información que obtuvimos de la encuesta para que lo comentara a los demás y planear una próxima reunión para trabajar sobre este tema y con la comunidad.

Análisis del día:

De acuerdo a la retroalimentación dada con la Señora Delcy Fuentes notamos que:

- Se tiene que impulsar nuevamente el interés por la creación del periódico para que este siga circulando.
- Se debe hablar con la comunidad para superar y afrontar los problemas que tiene si es posible para que el proyecto del periódico sea más ameno y no este basado en chismes, calumnias y malos términos entre los habitantes del barrio.
- Identificar quienes realmente quieren trabajar por el periódico y vincularlos, para expandir este grupo de producción y afianzarlo; para que dado a estos inconvenientes no llegue a su fin y se fortalezca.
- No se pretende cambiar la concepción que tiene cada uno de lo que sucede, se debe tolerar el manejo de los conceptos sobre este tema, respetarlos y no desmotivarse.

3.5.4. Reunión IV

Durante esta reunión se socializo finalmente con todos los miembros del grupo productor de Noti Rodeo los resultados de la encuesta e inmediatamente se propuso por parte de ellos inicialmente realizar una convocatoria abierta para reunir nuevos participantes en la elaboración de este.

Conclusiones:

Los integrantes del grupo de producción de Noti Rodeo se encontraron un poco desilusionados por los resultados de la encuesta pero tienen altas expectativas de que se puede trabajar con la comunidad y promover un cambio positivo ante la recepción del periódico.

3.5.5. Reunión V

Durante esta reunión las personas convocadas no pudieron asistir, pero de igual forma se establecieron cuales son las nuevas metodologías a emplear para que la comunidad se vincule a la realización del periódico a través de la intervención del párroco de la Iglesia del barrio. Pensado este como una figura respetable y de admiración, la cual podrá transmitir el mensaje de manera neutral y en los que la comunidad podrá tener confianza en cuanto a la información que este brindará.

Análisis del día:

Se integraran nuevo personal para que elabore el periódico y este cobre un aire más neutral y no de monopolio como lo expresa la comunidad; brindando la oportunidad a los que están interesados y tienen la disponibilidad de participar.

Resultados de la encuesta

Según la pregunta / Sexo femenino:

Figura 1



Figura 2

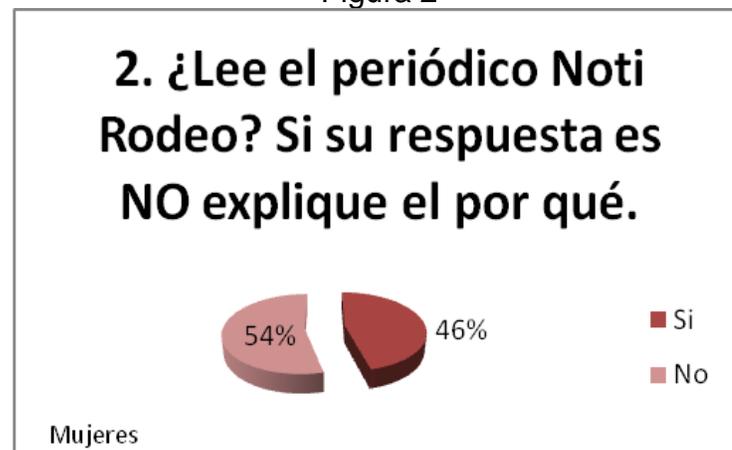
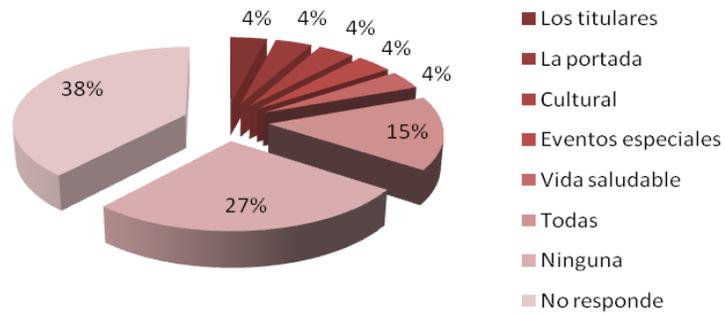


Figura 3

3. ¿Cuál es su sección favorita y por qué?



Mujeres

Figura 4

4. ¿Cuál le desagrada y por qué?

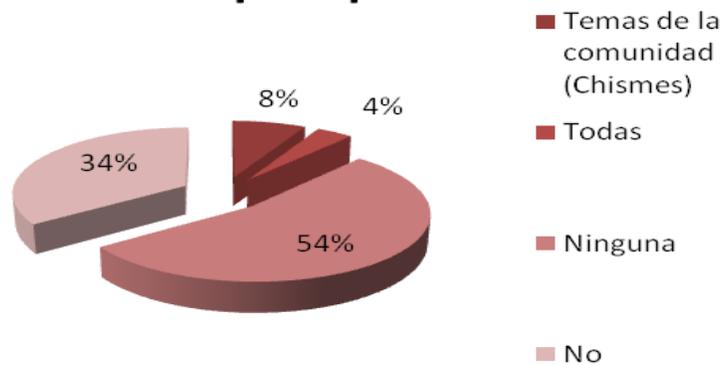
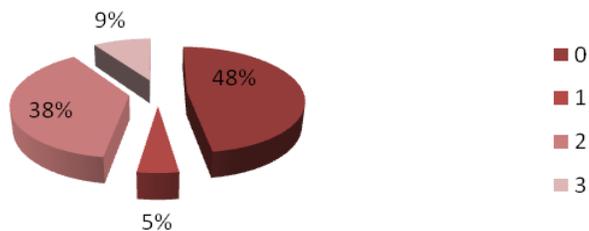


Figura 5

5. ¿Cuántas veces lo ha comprado? Si NO lo ha comprado explique el por qué.



Mujeres

Figura 6

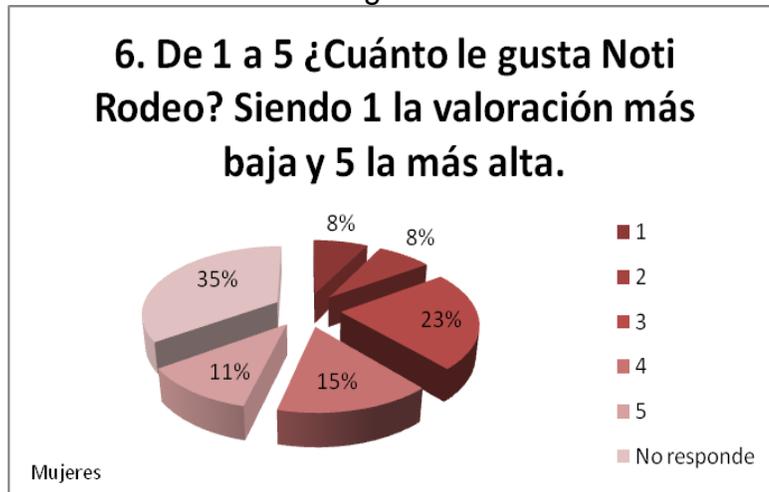


Figura 7



Figura 8

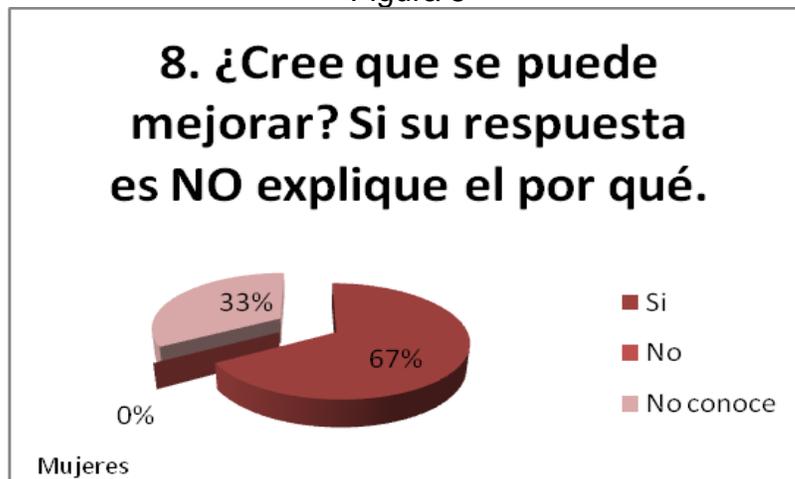


Figura 9



Figura 10

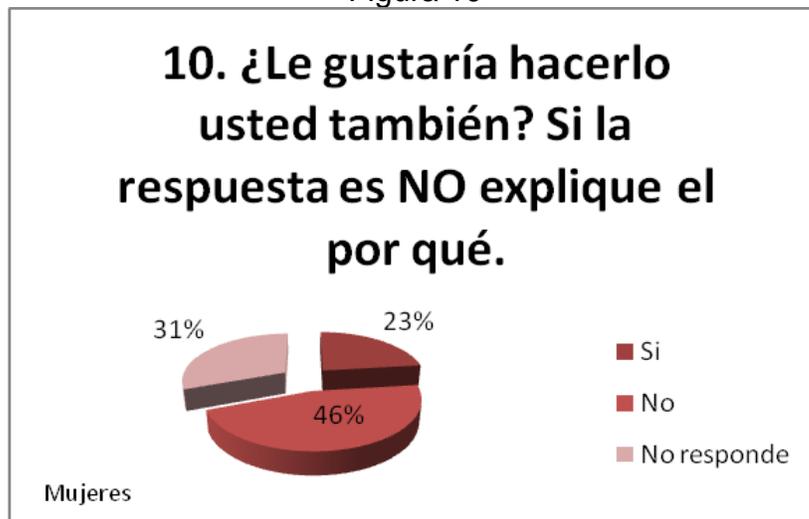


Figura 11

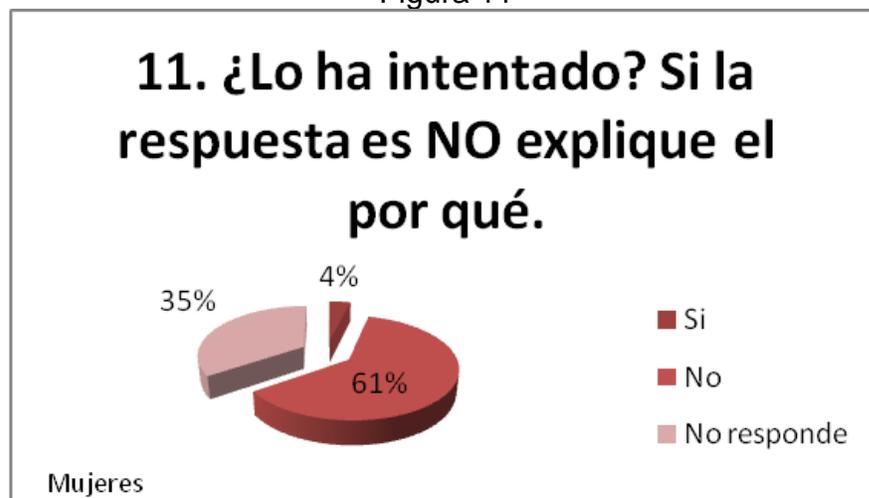


Figura 12

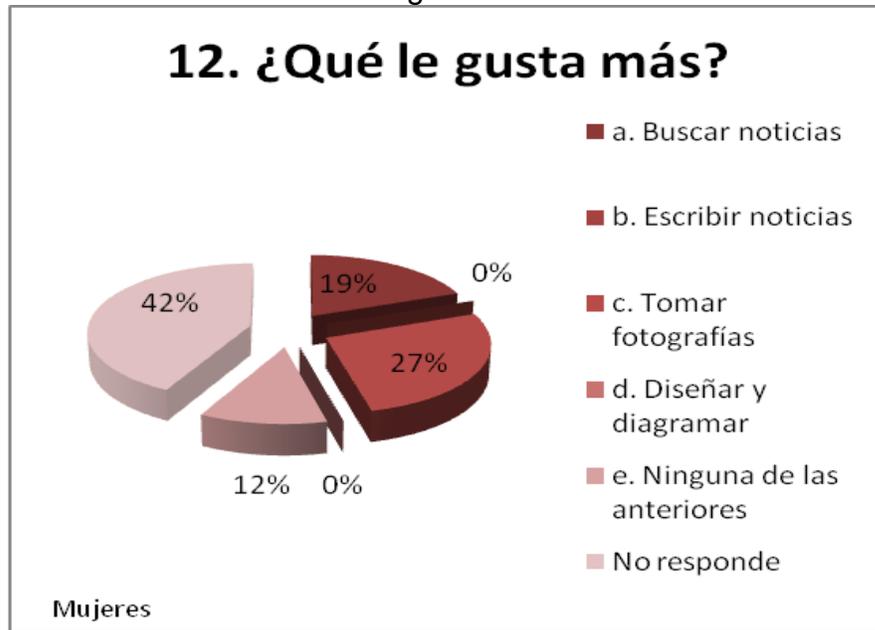
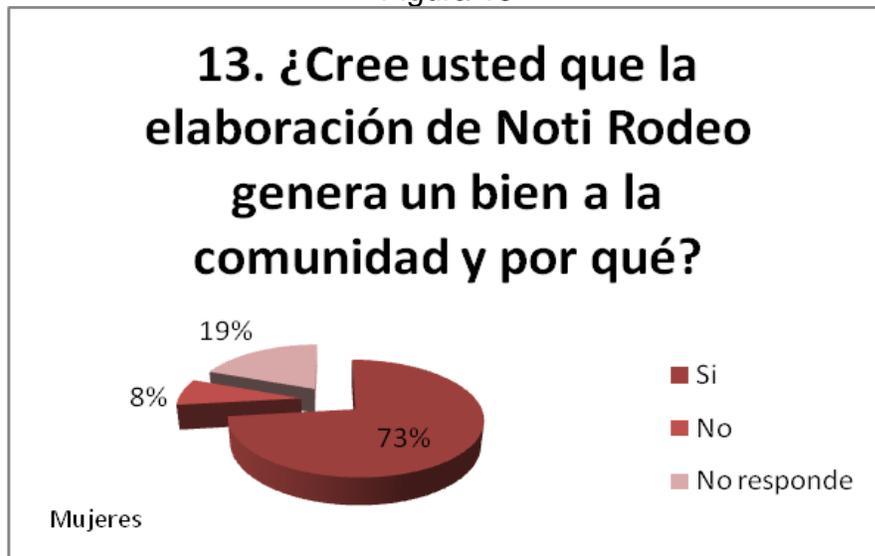


Figura 13



Según la pregunta / Sexo masculino:

Figura 1.1

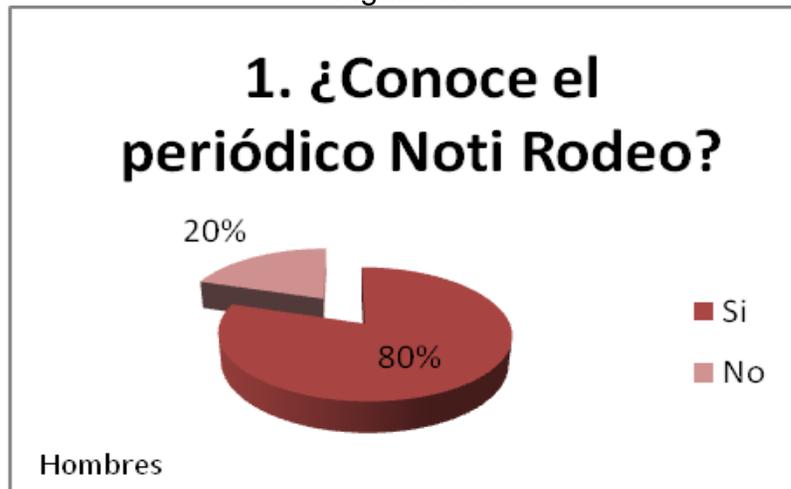


Figura 2.1

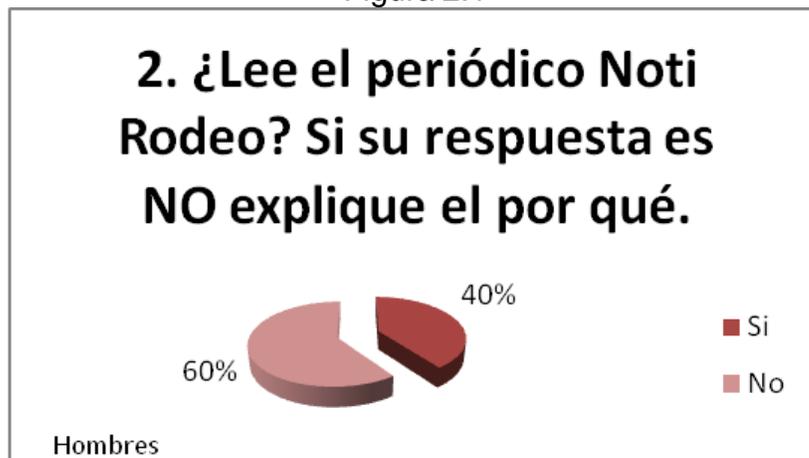


Figura 3.1

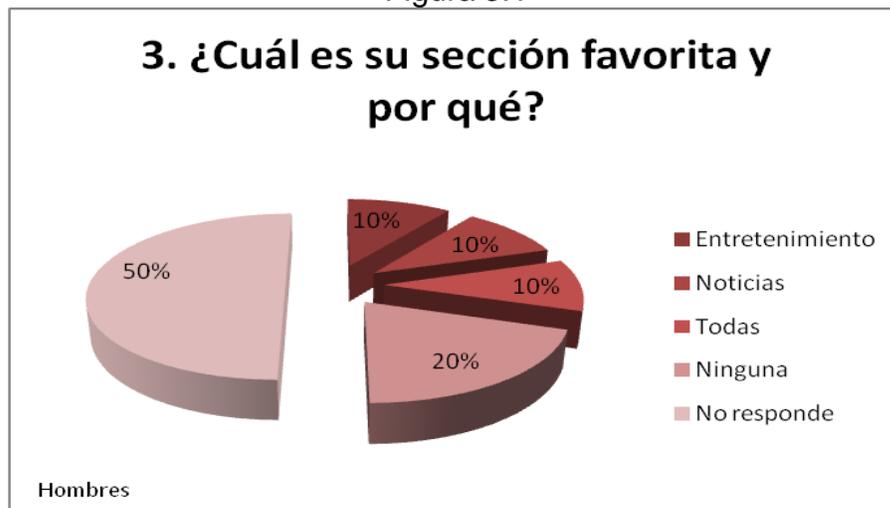


Figura 4.1

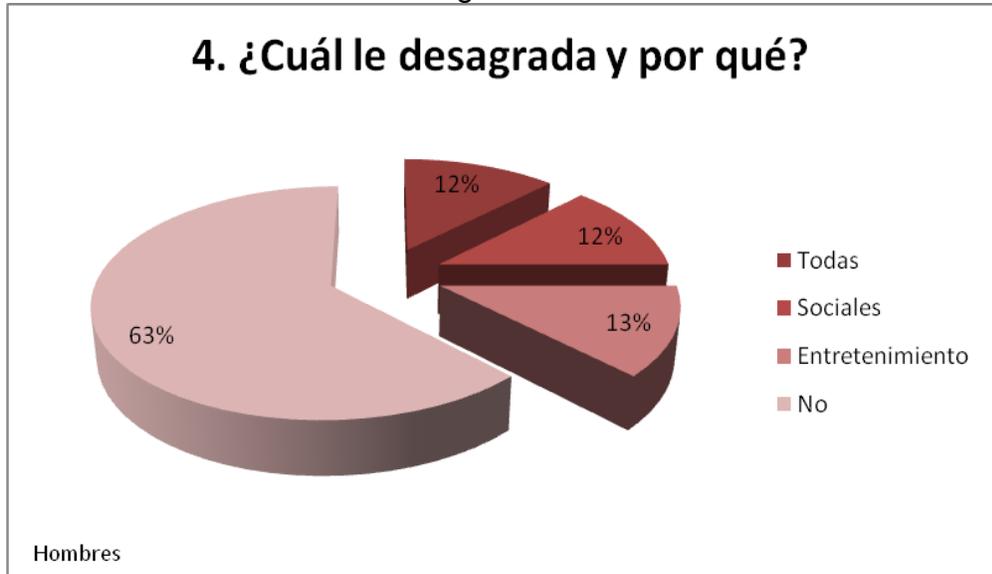


Figura 5.1

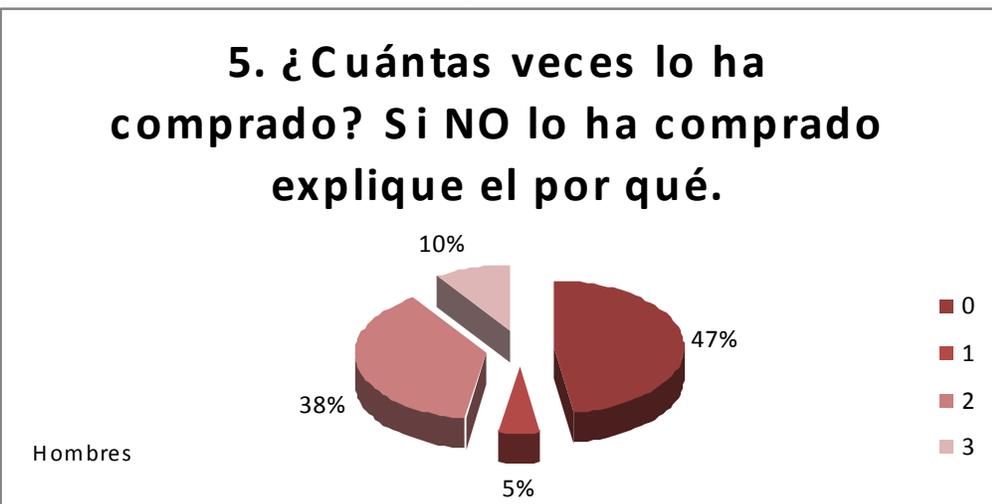


Figura 6.1

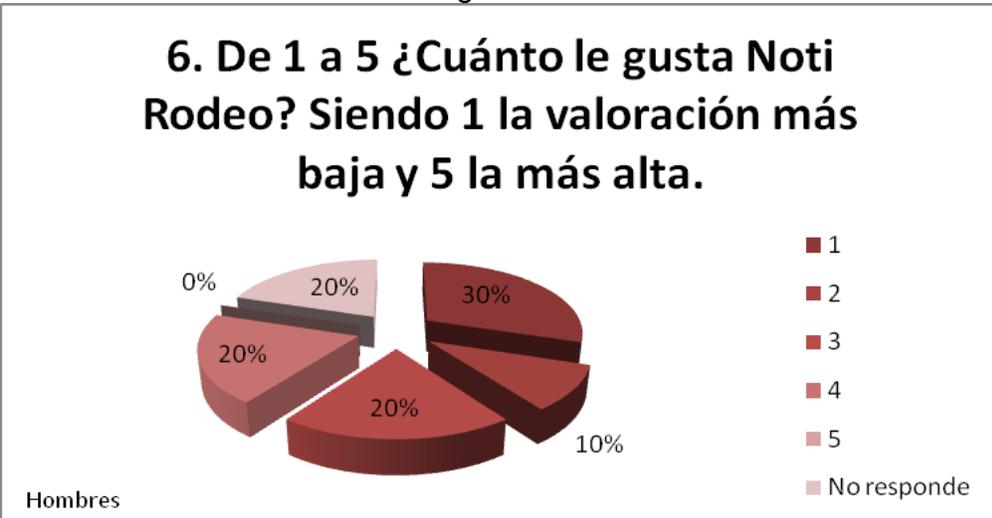


Figura 7.1

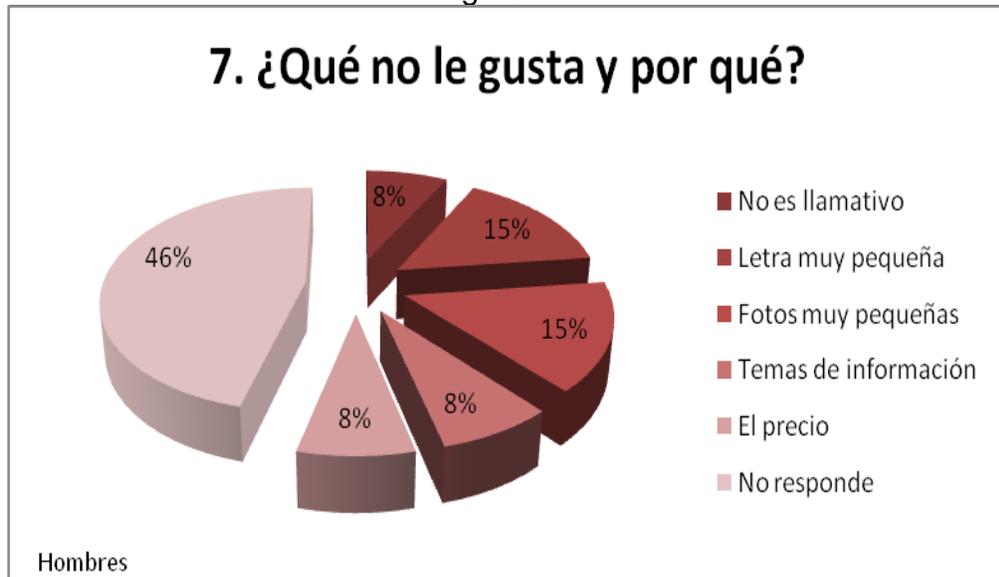


Figura 8.1

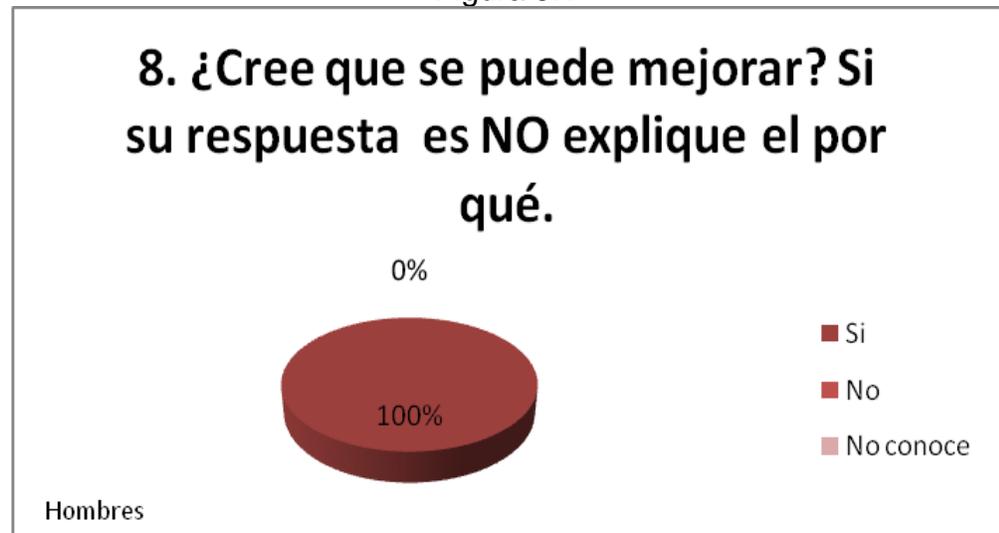


Figura 9.1

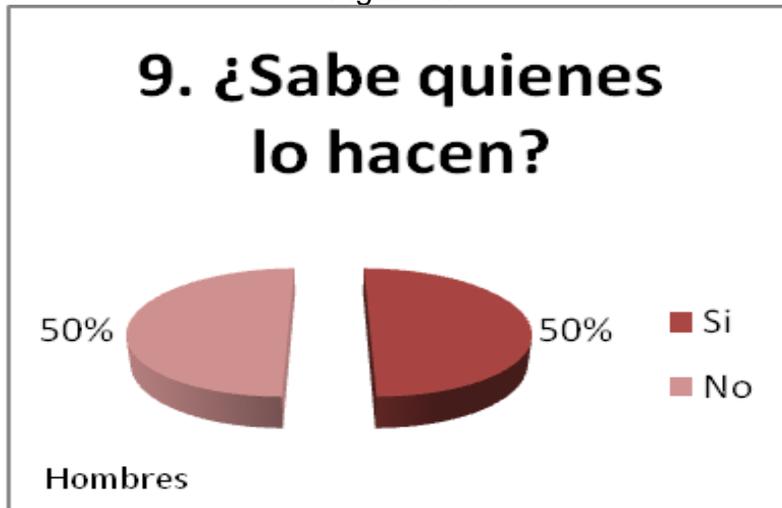


Figura 10.1

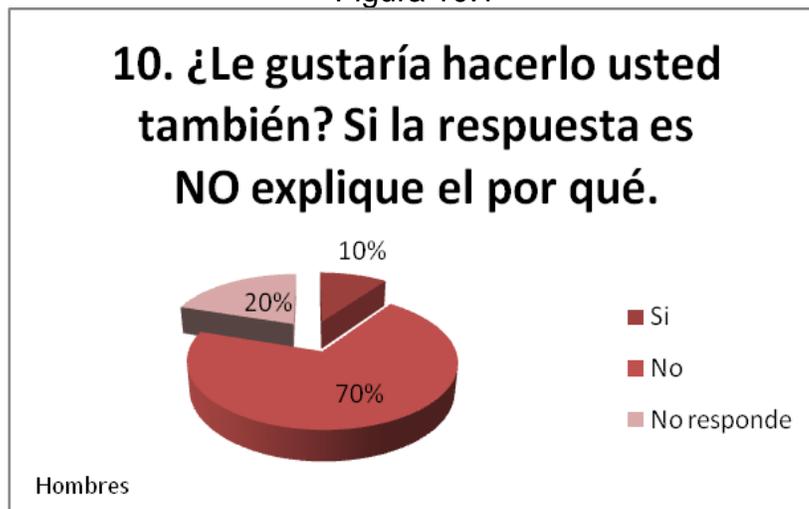


Figura 11.1

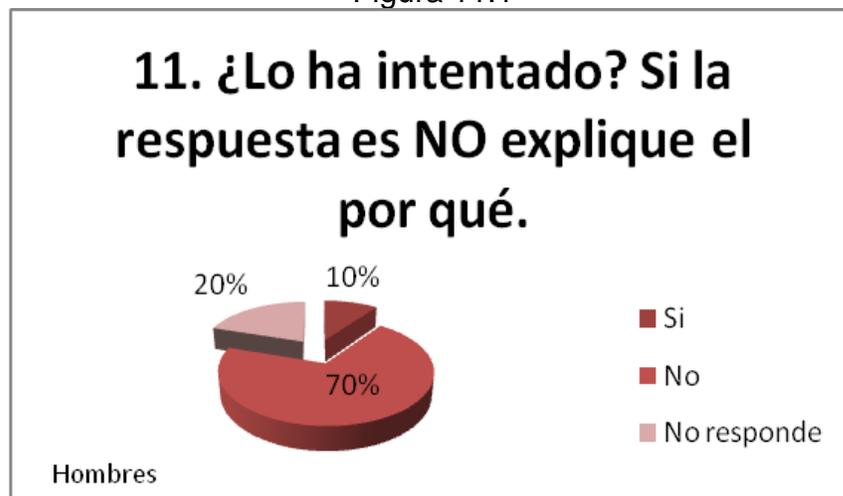
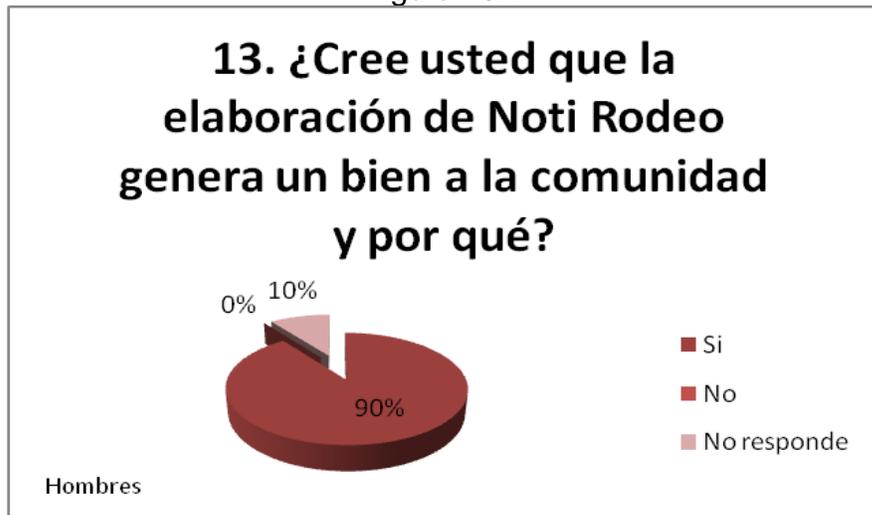


Figura 12.1



Figura 13.1



Según la pregunta / Ambos sexos:

Figura 1.2

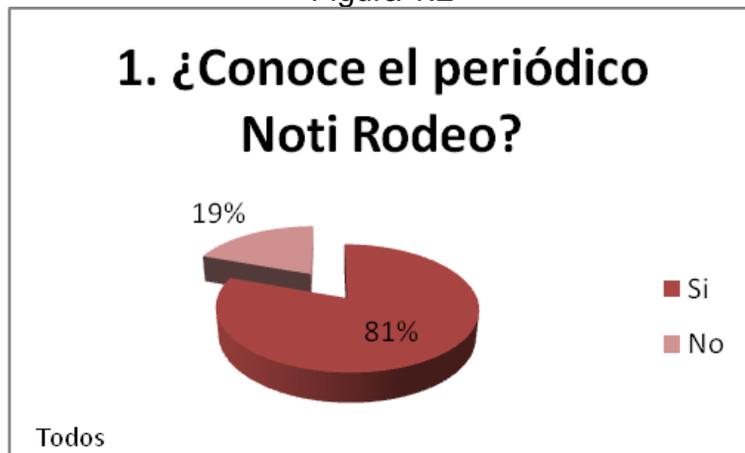


Figura 2.2

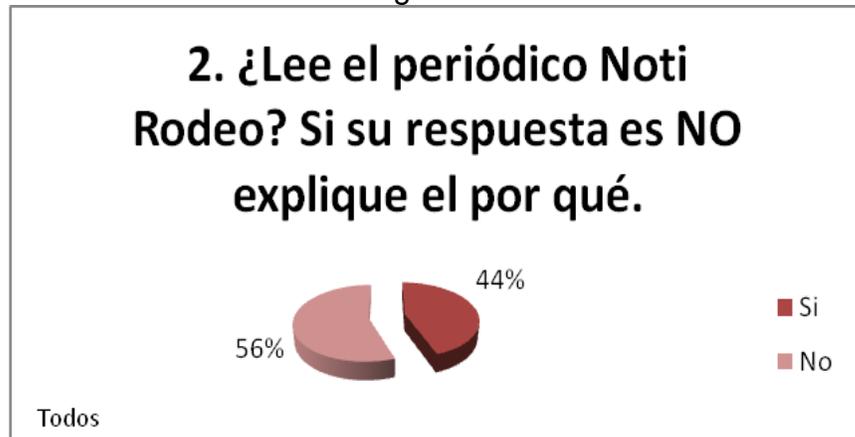


Figura 3.2

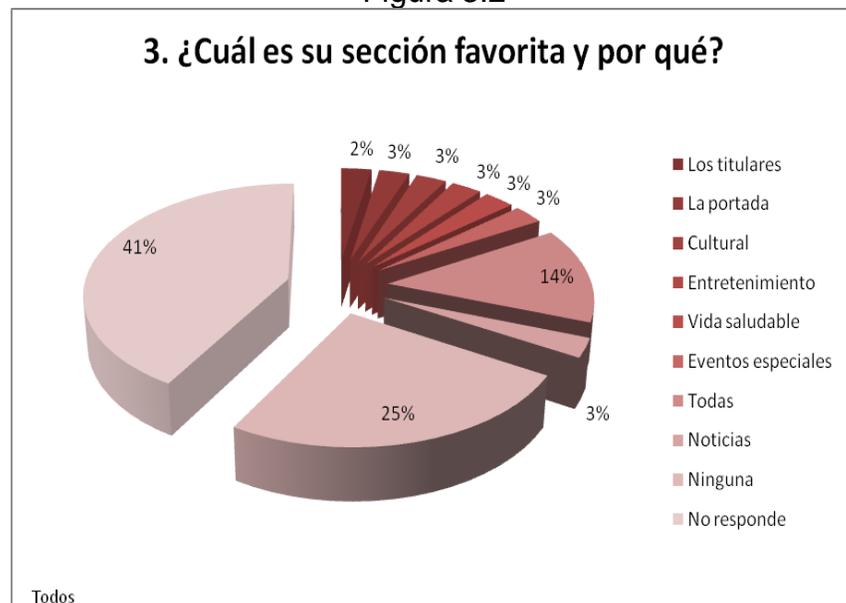


Figura 4.2

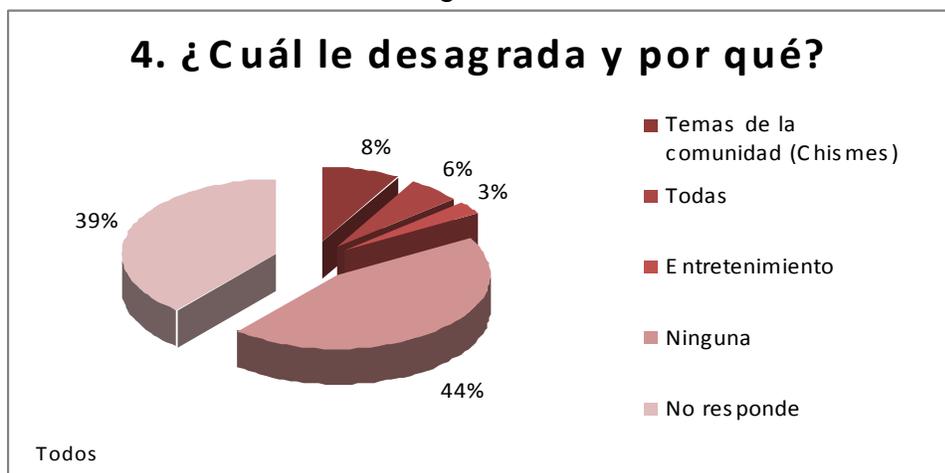


Figura 5.2

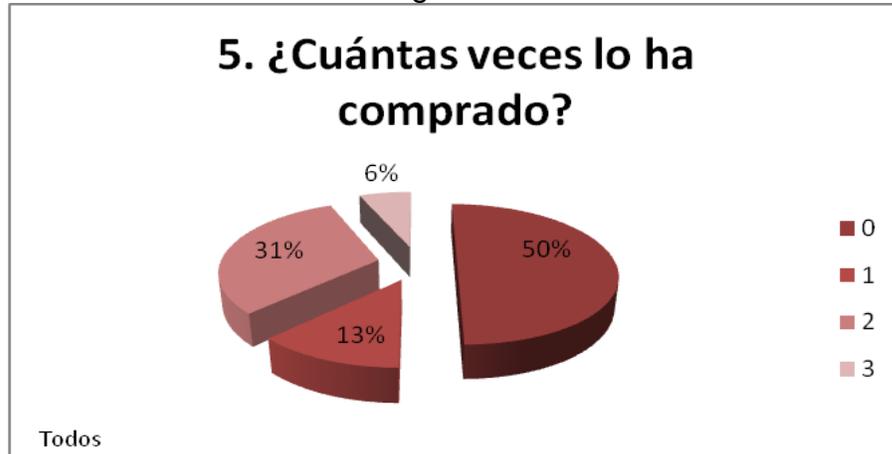


Figura 6.2

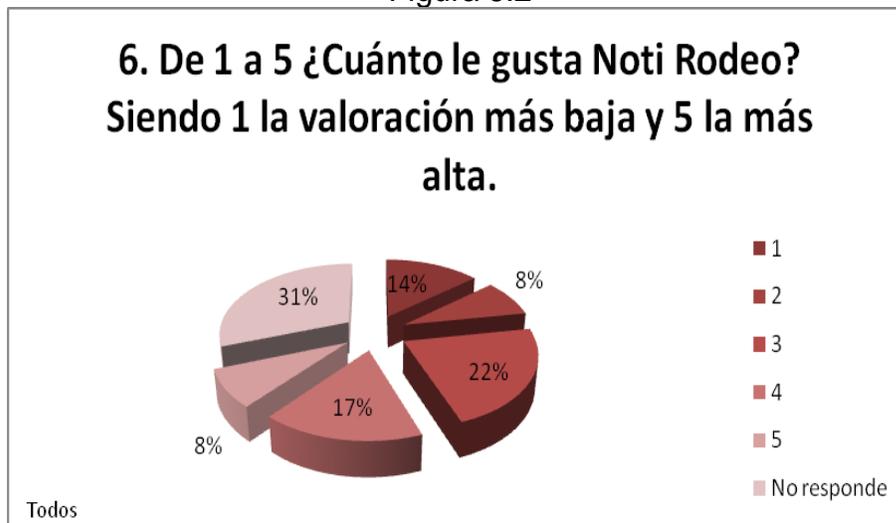


Figura 7.2



Figura 8.2

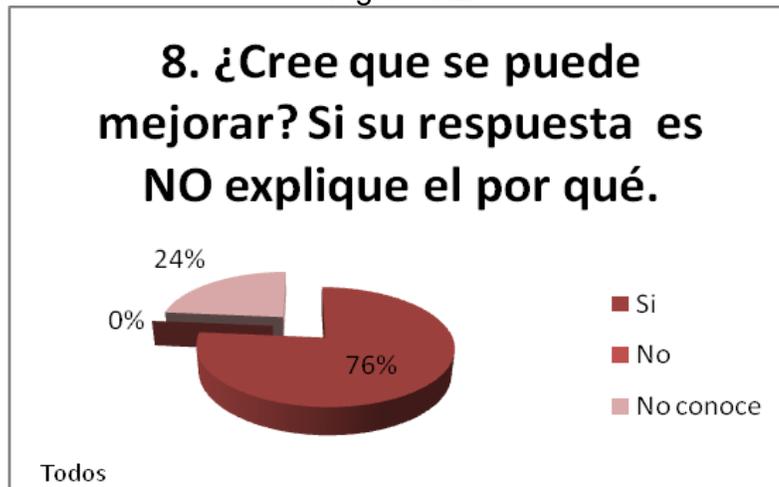


Figura 9.2



Figura 10.2

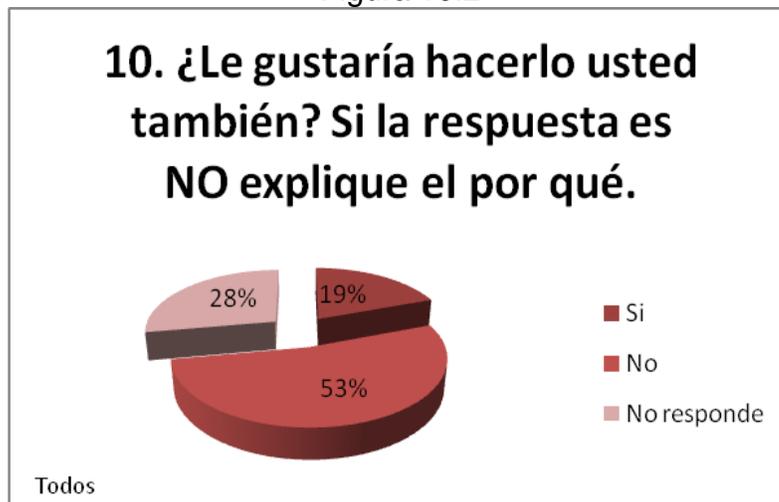


Figura 11.2



Figura 12.2

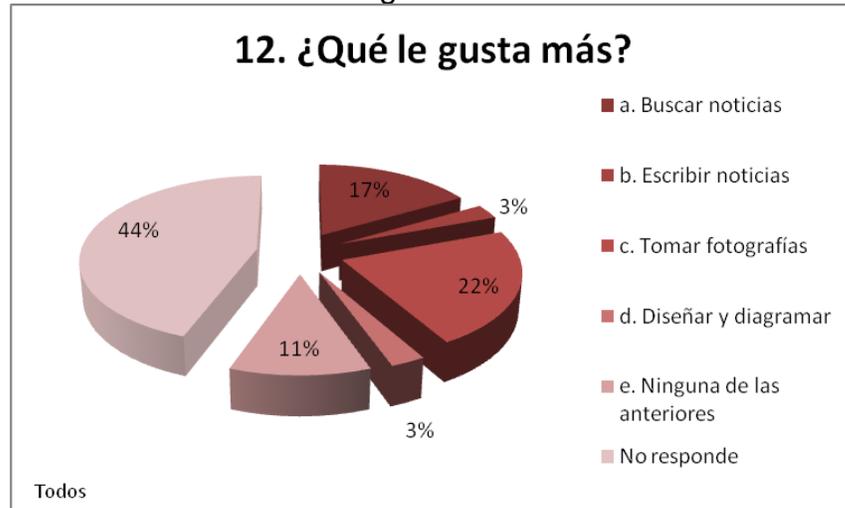
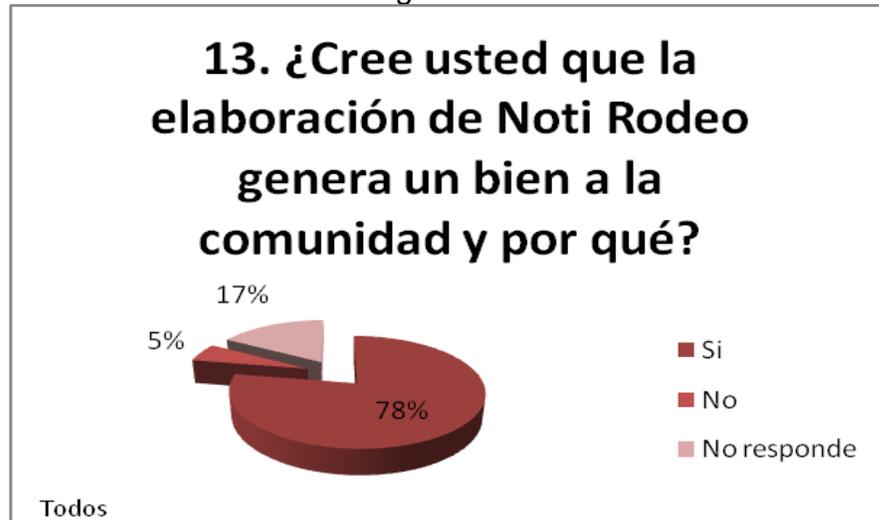


Figura 13.2



Según la pregunta / Explique ¿Por qué? / Sexo femenino:

Figura 2.3



Figura 3.3

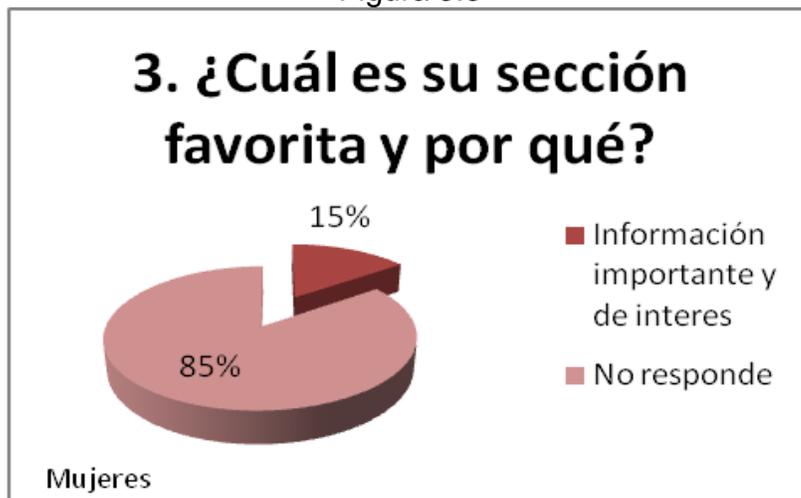


Figura 4.3

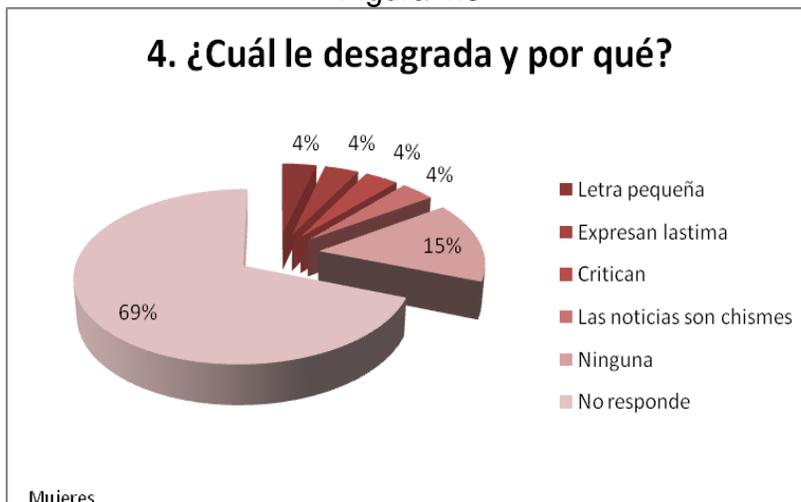


Figura 5.3

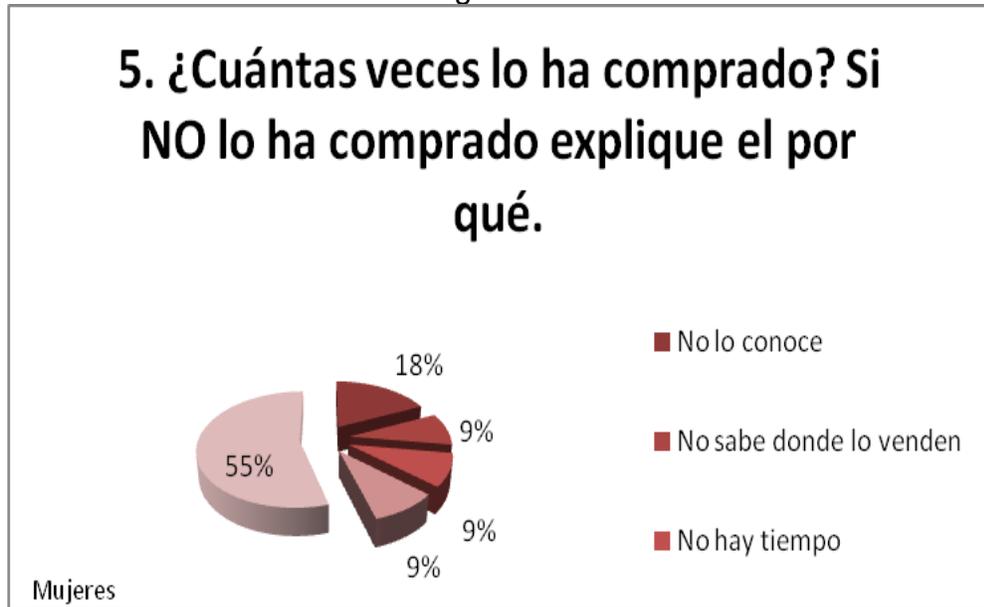


Figura 10.3

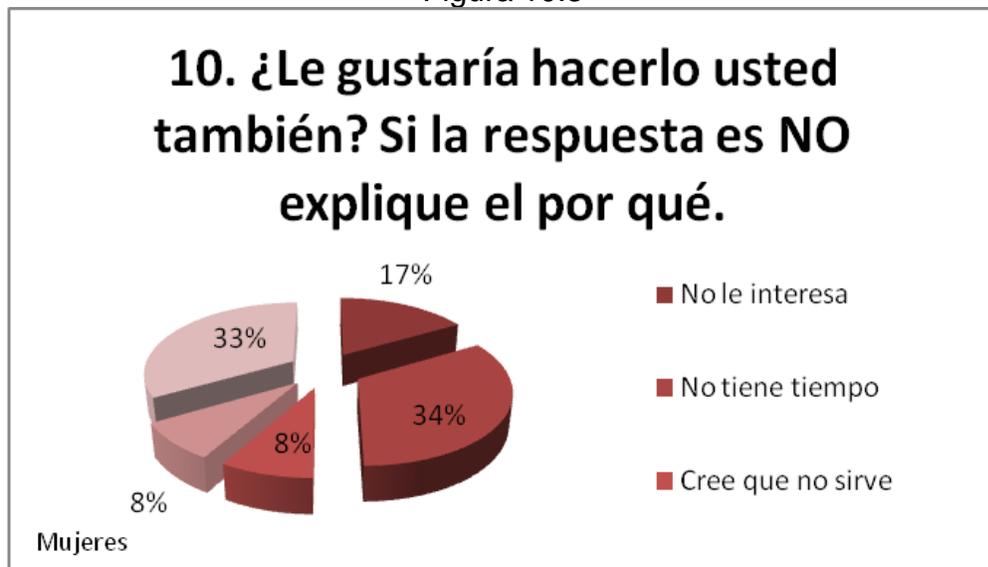
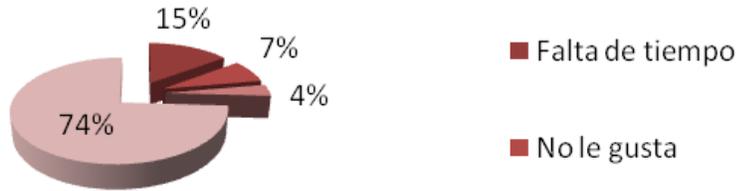


Figura 11.3

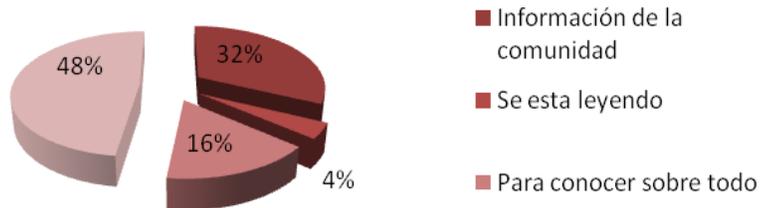
11. ¿Lo ha intentado? Si la respuesta es NO explique el por qué.



Mujeres

Figura 13.3

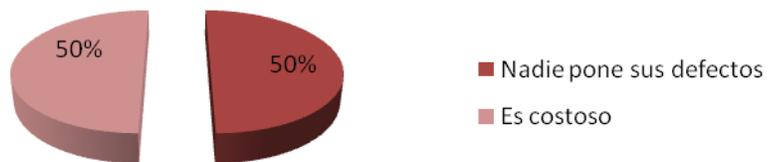
13. ¿Cree usted que la elaboración de Noti Rodeo genera un bien a la comunidad y por qué? ¿Por qué si?



Mujeres

Figura 13.4

13. ¿Cree usted que la elaboración de Noti Rodeo genera un bien a la comunidad y por qué? ¿Por qué no?



Mujeres

Según la pregunta / Explique ¿Por qué? / Sexo masculino:

Figura 2.4

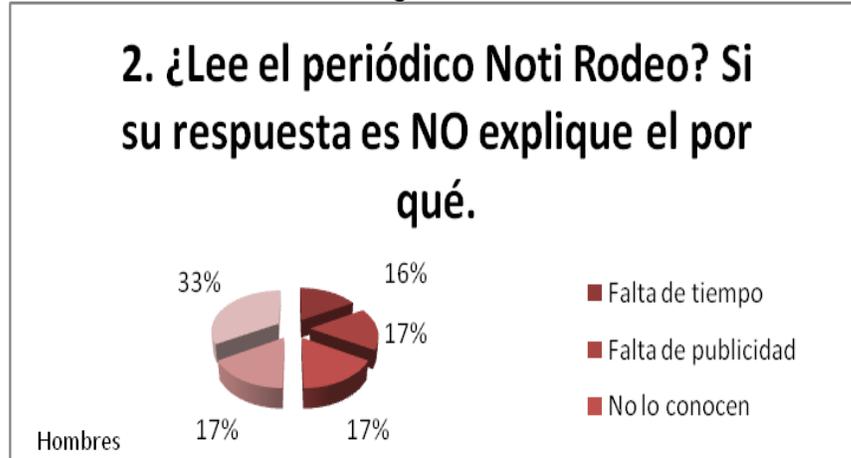


Figura 3.4

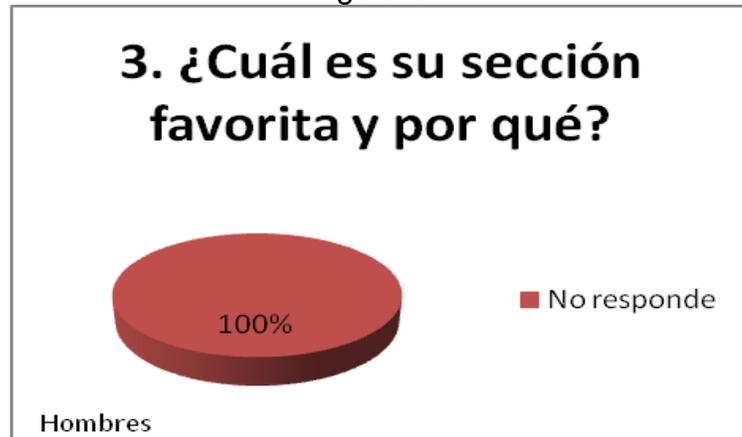


Figura 4.4



Figura 5.4



Figura 10.4



Figura 11.4

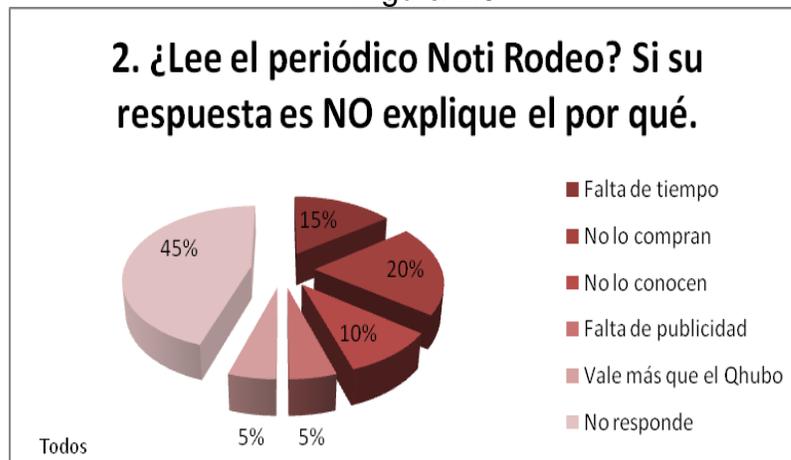


Figura 13.4



Según la pregunta / Explique ¿Por qué? / Sexo ambos sexos:

Figura 2.5



Figur 4.5

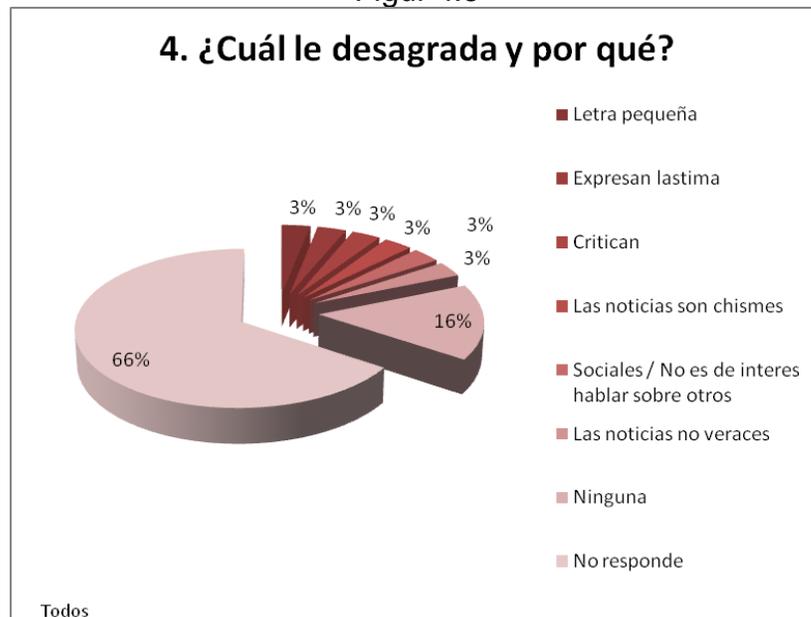


Figura 5.5

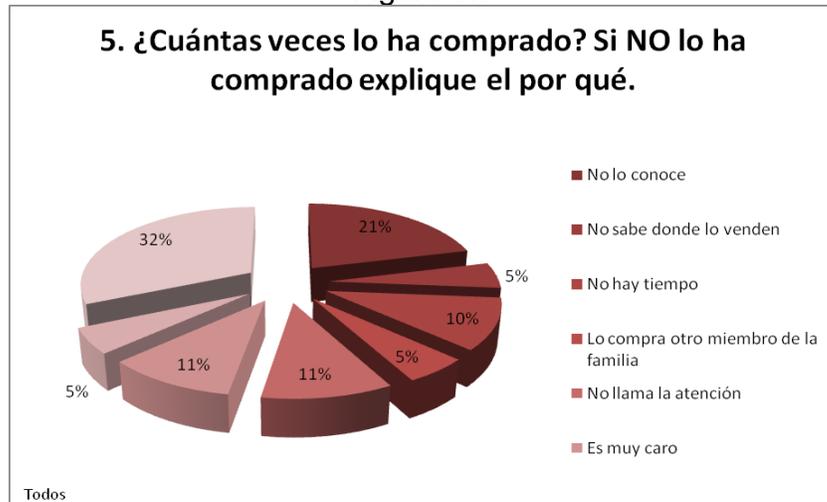


Figura 10.5



Figura 11.5



CONCLUSIONES

Para que se pueda generar un proceso de empoderamiento y de participación debe existir primordialmente comunicación en la comunidad y por ende espacios de diálogos como afirma Ana María Miralles, para que no se presenten conflictos y mal entendidos que no permitan que este proceso se lleve a cabo.

Los **ruidos e interferencias** siempre estarán presentes en todo proceso pero más allá de esto se debe respetar la individualidad de cada par y así, acortar distancias y permitir el análisis de pensamientos certeros que accedan el progreso de la comunidad.

La realización del proyecto permitió que los residentes del barrio El Rodeo crearan espacios de diálogos y de participación, en donde los habitantes del barrio pueden opinar y aportar contenidos para el periódico. Esto permitió lograr una mejor comunicación entre las personas del barrio, lo que facilitó la producción del periódico.

Por otra parte los habitantes adquirieron conocimientos en la parte de producción de un periódico como por ejemplo: Como redactar una noticia, como usar los programas de diagramación etc, lo que facilitó la creación del mismo, pues al tener esos conocimientos ya no tenían que recurrir a nadie para que les ayudara, lo que aceleró el proceso de la producción del periódico.

Para lograr estos resultados fueron de mucha ayuda los conceptos de saber interactuar, saber comunicarse y saber negociar, pues los residentes del barrio El Rodeo no solían comunicarse entre sí para conocer las sugerencias de los demás, lo que producía una mala interacción entre ellos, consiguiendo que hubieran mal entendidos en la comunidad. Al conseguir que tuvieran una buena comunicación entre todos, se consiguió que los habitantes pudieran negociar todo lo relacionado con el periódico, como querían fuera el periódico, que noticias querían que se publicasen y como les gustaría que fuera la imagen de este etc.

El conocer los conceptos antes mencionados sirvió para llevar a cabo de una mejor forma los objetivos, pues conociendo sus significados se hizo fácil el poder aplicarlos. Además los habitantes tomaron conciencia de la importancia que son los conceptos de comunicación, interacción y negociación en un proceso comunitario.

Se llegó a la conclusión de que los problemas que se habían tenido en torno a la publicación del periódico, no solo tenían que ver con el hecho de que era la junta de acción comunal, quien realizaba el periódico, sino también de que las personas no conocían el objetivo de un periódico comunitario, por lo que no se animaban a participar, además que nunca se hizo una invitación masiva para que los habitantes pudieran participar.

RECOMENDACIONES

El periódico NOTIRODEO sigue circulando en el barrio y es una propuesta que tiene como objetivo mejorar en el transcurso de las ediciones que se vayan haciendo con la comunidad, tal cual como se mostró en los resultados de nuestra investigación, para que no se pierda el trabajo ya hecho y todo lo aprendido por todos los habitantes que hoy hacen parte de la producción del periódico, se quiso hacer una serie de puntos que sirvan como soporte para soluciones ante los problemas que se puedan presentar; nuestras recomendaciones como mediadoras son las siguientes:

- Los habitantes deben tener participación activa en el periódico todo el tiempo de la producción del mismo, logramos que muchos habitantes del barrio se vincularan al proceso, y uno de los puntos claves es no dejar que el periódico vuelva a ser manejado solo por un pequeño grupo de la población. Deben seguir haciendo campañas para que más gente se vinculen y no dejar que los ahora participantes activos salgan de la producción.
- Tener en cuenta que noticia no es todo hecho que se presente en el barrio, las noticias deben ser de interés colectivo y le deben interesar así como a una persona a todos los habitantes, esto hará que el periódico se venda más entre los mismos habitantes.
- Seguir adquiriendo conocimientos en redacción, diagramación, tomas de fotografías y diseño de publicidad para que el periódico vaya teniendo una mejor presentación y mejor diseño en el paso del tiempo.
- Continuar haciendo las reuniones ya que estas generan espacios de comunicación y participación y así poder saber las ideas de todos y llegar a acuerdos colectivos.
- Seguir colocando espacios para la publicidad en el periódico, ya que esto sirve para alimentar los fondos que se tienen y puede ayudar a que más adelante se pueda tener otra clase de publicidad que no sea solo la del barrio y poder aumentar los ingresos.

REFERENCIAS

Acevedo, AL, Lopez F, (1995). *El proceso de la entrevista conceptos y modelos*. México D.f : limusa.

Arendt, Ana (1997) *Ciudadanía, lo público, democracia – Textos y notas*. Luis Jorge Caray Salamanca..Capítulo 2 Algunas concepciones teóricas sobre lo público: una aproximación básica.

Ariza, A (2007). *Democracias, ciudadanías y formación ciudadana*. Bogota: revista de estudios sociales n 27.

Bordenave, Carvalho. (1978).*Planificación y comunicación*. Edición Ciespal.

Berlo, D.K., (1987) *El Proceso de la Comunicación*. Editorial El Ateneo, Buenos Aires.

Castoriadis, C. (1994). *La democracia como procedimiento y como régimen*. Roma: *Intervención en el encuentro internacional la estrategia democrática*.

Cinterfor (2003), Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional, *Estrategia de Comunicación: una herramienta para la gestión de políticas de formación y equidad*, Programa FORMUJER.

Fichter, J (1993) *Teoría Sociología*, decimos cuarta edición revisada. Edit. Herder, Barcelona.

Fraser (1996) *Ciudadanía, lo público, democracia – Textos y notas*. Luis Jorge Caray Salamanca. Pág.64.Capítulo 2 Algunas concepciones teóricas sobre lo público: una aproximación básica.

Habermas (1998) *Ciudadanía, lo público, democracia – Textos y notas*. Luis Jorge Caray Salamanca. Pág.41. Capítulo 2 Algunas concepciones teóricas sobre lo público: una aproximación básica.

Habermas, Jürgen (1986). *Comunicación moral*. Ed. Du cerf, Paris.

Habermas, Jürgen (1981). *Teoría de la Acción Comunicativa*. Taurus, Madrid

Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2008). *Metodología de la investigación*. México; Mc Graw Hill.

Kaplún, Mario (1986), *Nuevas estrategias de comunicación en la educación para adultos*. OREALC. Santiago de Chile.

Martín Barbero, J. (2002). *Política y comunicación. Desconfiguraciones de la política y nuevas figuras de lo público*. Revista foro. No 45.

Navarro, Luis (2010). *Entre esferas públicas y ciudadanía, Las teorías de Arendt, Habermas y Mouffe aplicadas a la comunicación para el cambio social*. Publicaciones uninorte.

OIT (2003) Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional, *Estrategia de vinculación y cooperación con el entorno productivo y social*, Programa FORMUJER, Cinterfor 2001.

OIT (2003), Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional, *Orientación profesional y servicios de apoyo a la formación*, Programa FORMUJER, Cinterfor 2001.

OIT (2003) Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional, [Desarrollo Curricular](#) de trayectos de formación para el trabajo, Programa FORMUJER, Cinterfor 2000.

Porter, Michael (1997). *¿Qué es Estrategia?* Revista INCAE, Vol. X, N°1, p.p. 35-52.

Rangel, Mónica (1989). *Comunicación oral*. México: Ed trillas.

Rodríguez Abel, Buenaventura Nicolás, López Isabel (1997). *La participación democrática en la educación*. Ministerio de educación nacional. Pág. 63-67.

Pérez, Rafael A (2001) "*Estrategias de Comunicación*". Editorial Ariel.

Rabotnikof (1998) *Ciudadanía, lo público, democracia – Textos y notas*. Luis Jorge Caray Salamanca. Pág.17. Algunas concepciones teóricas sobre lo público: una aproximación básica.

Sen, Gita (1998), *El empoderamiento como un enfoque de pobreza*, Arraigada y Torres (editoras) Género y Pobreza Nuevas Dimensiones, ISIS Internacional.

Torrice, Erick (2004). *Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación*. Bogota: grupo editorial norma.

Rodríguez, C (2002) *Estrategias de comunicación para el cambio social*. Quito: Friedrich Ebert Stiftung.

Revistas

Revista FELAFACS (Revista académica de la federación Latinoamérica de facultades de comunicación social) - Diálogos de la comunicación – 2004 N° 69

Revista Signo y pensamiento – *¿Es posible la formación de un pensamiento estratégico?* Vol.26 No 51. Año 2007.Pág. 101.

Revista Signo y pensamiento - Identidades locales, lenguajes y medios de comunicación: entre búsquedas, lógicas y tensiones. No. 53 Año 2008. Pág. 61 - 69

Revista FELAFACS (Revista académica de la federación Latinoamérica de facultades de comunicación social) - Diálogos de la comunicación – 2004 N° 69

La Comunicación y la Construcción del Sujeto de derechos Ponencia presentada en el World Congress on Communication for Developemt Roma, Italia, Octubre 25-27 de 2006, p. 5)

Páginas Web

Calero, JI. Investigación cualitativa y cuantitativa. Problemas no resueltos en los debates actuales. Extraído el 20 abril del 2009 desde

http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp

Dragón, Alfonso. *El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social.*

Extraído el 2 de abril del 2009 desde

<http://www.geocities.com/agumucio/ArtMosqueteros.html>

Friedmann (1992) (citado en Intrac 1999). *Seguimiento y evaluación del empoderamiento.* Extraído el 22 de marzo desde

<http://www.preval.org/documentos/00429.pdf>

Roges, 1976 (citado en Toha, J 2006) *Educación, comunicación para el desarrollo y gestión de conocimiento: estudios de caso de los modelos de Sociedad de la Información de Finlandia e Irlanda.* Extraído el 16 marzo desde

http://www.tdr.cesca.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-0629107-154502//jtitl1de1.pdf

Singhal & Stapithanonda, 1996 (citado en Toha, J 2006) *Educación, comunicación para el desarrollo y gestión de conocimiento: estudios de caso de los modelos de Sociedad de la Información de Finlandia e Irlanda*. Extraído el 16 marzo desde http://www.tdr.cesca.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-0629107-154502//jtitl1de1.pdf

ANEXOS

Foto 1



**Integrantes de la junta de acción Comunal del barrio El Rodeo
Ricardo Mendoza y Delcy Fuentes**



NOTI RODEO

El Periódico informativo del barrio El Rodeo

Edición Nro. 004

Municipio de Turbaco Departamento de Bolívar-Colombia

Marzo - 2009

Titulares

La Grietas de El Rodeo

Editorial

"Nos están perjudicando y no reaccionamos"

Las grietas del Rodeo

Cultura

"El Reggaetón"

Cómo obtener un subsidio al desempleo

Cómo afrontar la pérdida de empleo

Programación Católica para esta Semana Santa

Reflexión

Si se puede, Si se puede



Aún no se arregla esta situación luego de 5 años



Cinco años después de haberse iniciado la polémica por las casas averiadas del barrio El Rodeo, aún hoy no hay una respuesta que le ponga punto final.

Algunos propietarios han dejado de pagar las cuotas de las viviendas, luego que diversos estudios del suelo arrojaron como resultado que el terreno nunca fue apto para ser construido y la constructora a su vez, se declaró en quiebra.

En enero de 1998 la Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique (Cardique) emitió un concepto técnico donde ponía de manifiesto que el proyecto de viviendas de interés social El Rodeo 'Mi Barrio' dio inicio a la ejecución de obras sin presentar el estudio de impacto ambiental requerido. Dicho estudio no manifestaba sin embargo, que en el terreno en construcción existían volcanes de lodo, un fenómeno conocido por los ingenieros civiles como diapirismo.

La principal causa del descontento, que promovió diversas acciones legales de los propietarios de la urbanización en contra de la constructora, hace referencia al desmoronamiento de las casas.



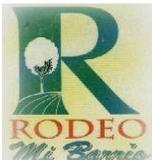
Según informe de Ingeominas, ello ha venido ocurriendo debido a que los terrenos sobre los cuales se construyó El Rodeo "son muy susceptibles a cambios volumétricos".

Las viviendas más afectadas por las grietas formadas en pisos y paredes que alcanzan los 3 cm. de ancho y los 10 cm. de profundidad producida por la inestabilidad, del suelo, pertenecen al segundo y tercer sector de la construcción".

La señora Catalina Pérez, una de los propietarios afectados por las grietas, manifiesta que la construcción de la urbanización ha estado llena de engaños. "Desde el mismo folleto promocional, se establecieron unas condiciones que nunca cumplieron".

Por su parte, los bancos expresan que el asunto no es de su competencia porque ellos sólo prestaron el dinero para la financiación del proyecto, mientras que la empresa constructora se ha declarado en quiebra y por tal razón no pueden responder.

DESPUÉS “NOTI RODEO”



NOTI RODEO

El Periódico informativo del barrio El Rodeo



Edición Nro. 0004

Municipio de Turbaco Departamento de Bolívar - Colombia

Domingo 19 Septiembre de 2010

Titulares

- Las grietas del Rodeo
- Editorial “Nos están perjudicando y no reaccionamos”
- Cultura “El Reggaetón”
- Como Obtener un Subsidio al desempleo
- Como afrontar la pérdida del empleo
- Programación Católica para esta Semana Santa
- Reflexión SI SE PUEDE SI SE PUEDE

Las grietas de El Rodeo



A PESAR DE QUE ha pasado el tiempo, aún las autoridades no han resuelto el tema de las grietas en las viviendas del barrio El Rodeo,

El tiempo ha transcurrido implacablemente para los habitantes de El Rodeo que varios años después continúan afectados por el deterioro de sus viviendas, algunas que no llegaron siquiera a ocupar, ocasionado por presunta negligencia en el estudio del suelo donde fue construido.

Cinco años después de haberse iniciado la polémica por las casas averiadas del barrio El Rodeo, aún hoy no hay una respuesta que le ponga punto final. Algunos propietarios han dejado de pagar las cuotas de las viviendas, luego que diversos estudios del suelo arrojaron como resultado que el terreno nunca fue apto para ser construido y la constructora a su vez, se declaró en quiebra.

En enero de 1998 la Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique (Cardique) emitió un concepto técnico donde ponía de manifiesto que el proyecto de viviendas de interés social El Rodeo 'Mi Barrio' dio inicio a la ejecución de obras sin presentar el estudio de impacto ambiental requerido, a lo que los constructores respondieron en febrero de ese mismo año, aportando el estudio solicitado. Dicho estudio no manifestaba sin embargo, que en el terreno en construcción existían volcanes de lodo, un fenómeno conocido por los ingenieros civiles como diapirismo.

No habían terminado de construirse algunas de las casas, cuando ya estas empezaron a presentar hendiduras en pisos y paredes. En ese momento surgió entre la comunidad la inquietud por haber realizado un mal negocio al momento de adquirir las viviendas. Para terminar de completar, la problemática se vio acentuada con el aumento de las cuotas mensuales reguladas en ese entonces por el UPAC.

La principal causa del descontento, que derivó en el emprendimiento de diversas acciones legales de los propietarios de la urbanización en contra de la constructora, hace referencia al desmoronamiento de las casas. Según informe de Ingeominas, ello ha venido ocurriendo debido a que los terrenos sobre los cuales se construyó El Rodeo "son muy susceptibles a cambios volumétricos",

o lo que es lo mismo, se trata de suelos constituidos por arcillas con un alto potencial de expansión y contracción.

Las viviendas más afectadas por las grietas formadas en pisos y paredes que alcanzan los 3 cm. de ancho y los 10 cm. de profundidad producida por la inestabilidad, del suelo, pertenecen al segundo y tercer sector de la construcción".

La señora Catalina Pérez, una de los propietarios afectados por las grietas, manifiesta que la construcción de la urbanización ha estado llena de engaños. "Desde el mismo folleto promocional, se establecieron unas condiciones que nunca cumplieron".

Catalina hace referencia a la construcción de la casa comunal, el estadio de softbol, el puesto de salud, así como también de los diversos parques infantiles zonas verdes, tanques de reserva de agua, y pavimentación de algunas calles que prometieron hacer desde antes de dar inicio a este proyecto.

Catalina se ha unido al grupo de propietarios que ha decidido dejar de pagar su casa, luego de no recibir una respuesta al problema.

Por su parte, los bancos expresan que el asunto no es de su competencia porque ellos sólo prestaron el dinero para la financiación del proyecto, mientras que la empresa constructora se ha declarado en quiebra y por tal razón no pueden responder.

algunos residentes y propietarios del Rodeo consideran y afirman que los abogados que han intervenido en sus defensa a cerca de este problema han enfocado mal las demandas y por ello estas no ha prosperado ha satisfacción del barrio, algunos comentan que resignados no tuvieron otra alternativa que negociar con los banco o vender sus viviendas

Lo cierto es que son muchas las irregularidades que han tenido que soportar los habitantes de este hermoso barrio, algunos comentan que la culpa de todo esto, la tienen la misma comunidad, por su apática ante esta y otras situaciones que afectan a la comunidad, no hay unión cada quien lucha por su lado, no hay confianza por quienes han tratado de estar al frente de la representatividad de este pequeño barrio.

En fin son muchas los aspectos que no permiten que se logre algo favorable, lo cierto de todo esto es que el problema continua y

cada vez hay menos motivación al respecto y mucha gente resignada comenta Catalina.

Había una acción popular interpuesta por el abogado Joaquín Torres que era una esperanza para algunos según nos comenta Catalina esta fue abandonada hace mas de un año es decir no hubo apelación por parte del abogado, como quien dice dejo tirado el proceso y la ilusión de mucha gente que guardaba la esperanza que algún día poder demostrar que fueron engañado.

Parte de este documental fue Tomado de La Revista Viceversa y complementado por Noti Rodeo, algunos datos fueron cambiados

EDITORIAL

Por Pedro Quintana

Nos están perjudicando y no reaccionamos

Con sorpresa he visto que constantemente que cualquiera ingresa a nuestro barrio El Rodeo hace y deshace sin que nadie se inmute por reclamar o hacer valer sus derechos.

Hace aproximadamente dos semanas me entere que iluminamos Turbaco ingreso al barrio como Pedro por su casa desconecto y se llevo algunos reflectores que había instalado algunos vecinos para alumbrar sus calles ya que esta empresa no lo hace, porque según ellos había fraude de energía o excesivo consumo en alumbrado publico en el barrio, lo cierto es que este servicio lo cancelamos puntualmente todos los meses quienes pagamos energía, y para nadie es un secreto es que un calvario solicitar a esta empresa el cambio de una bombilla o un servicio para el barrio.

Para la muestra un botón la vía principal duro tres semanas oscura desde la bomba Save hasta la entrada del barrio convirtiéndose en un peligro para los transeúntes y ellos ni se inmudan por arreglar el problema ¿Será que se están ahorrado unos pesitos?, ¿Cuándo será que le coloquen foto celda a los reflectores y su encendido sea automático?, oh ¿cuando será que esta empresa cambie el tipo de bombilla que tiene el barrio?, como que no saben que existe una ley del gobierno que obliga cambiar la luz amarilla, por luz día. Por favor hasta cuando vamos a reaccionar y comenzar a exigir un buen servicio.

Cultura

El Reggaetón
Por Delcy Fuente



Es un ritmo latino, influenciado por el hip. hop de zonas latinas de Miami, Los Angeles y Nueva York. Tiene bastante influencia de otros estilos latinos, como la bomba, la salsa, la Champeta y sobre todo el merengue house.

Para algunos este genero es original de Puerto Rico mientras otros defienden que es de Panamá.

Otro origen lógico propuesto es el del inicio en Panamá. Este origen del género no muestra al reggaeton como variante del reggae directamente sino del dancehall reggae.

Se comienza a escuchar el reggaeton a principios de los noventa, con canciones de rap en español de fuerte contenido, como Soy de la calle de Vico C. El agrado por el rap dio fruto a éxitos como "La Escuela" de Ruben DJ, y "Gata Sandunguera" de Mey Vidal. La fusión del ritmo reggae, con el rap en español, dio origen a una fusión que ha evolucionado hasta lo que hoy conocemos por reggaeton. Entre las primeras canciones de la fusión podemos destacar "Me levanto los domingos" de Wiso G,

El reggaeton pasó de ser género clandestino, a la única música que se escuchaba en sistemas de audio con gran bajo, dando a su vez un auge en "equipos de música" en todo tipo de autos.

este ritmo, ya popular entre la juventud, que llegó a calar en los sentidos rítmicos del resto de América Latina y los Estados Unidos, lo que le ha dado una posición no esperada para un género que en el año 2000 se consideró en penumbra. Este fenómeno internacional se inició con la parición del dúo Hector y Tito, quienes fueron los primeros reggaetoneros en llenar conciertos y en mostrarle al mundo este pegajoso género con temas tales como Baila Morena, entre otros.

Características El reggaetón es un estilo popular entre los jóvenes de muchos países de América Latina, en especial de los países caribeños, siendo fácil de bailar y provocando movimientos muy sensuales. Las líneas de bajo y un ritmo repetitivo (casi clónico en todas sus canciones) son las características del reggaetón. Tiene una sincronización característica por la cual se guían la mayoría de las canciones, dando una referencia fácil para el baile. El ritmo es una variación de las líneas rítmicas del dancehall reggae jamaquino, que a mediados de los ochenta fusionaba rítmicas inspiradas en el funk, creando así ritmos fuertes y bailables.

bailar muy "sensual" y provocativa, con los cuerpos muy pegados, llamada a veces perreo (doggy style).

La mayoría de las canciones del género son tachadas de tener un ritmo repetitivo y rimas sin sentido. Sin embargo, la mayoría de las críticas van orientadas hacia las letras, las tachan de inmorales mientras que otros indican simplemente que tienen un alto contenido violento, sexual y machista.

Comunidad



Desde hace aproximadamente tres semanas, la garita se encuentra sin Agua Potable debido a que la empresa Aguas de Cartagena le cortó el servicio ya que este había sido instalado para el bienestar de los vigilantes, y no estaba legalizado.

Igualmente la garita se encuentra a oscura debido a que la guaya que suministra energía a los reflectores se reventó y a la fecha del cierre de esta edición no habido un electricista en el barrio que colabore para la solución a este problema que nos afecta a todos y que pone en peligro a los transeúntes que transitan por la zona.

Lo extraño que también se observa es que esta vez no aparece Iluminemos Turbaco a solucionar el problema, a pesar de que este alumbrado es de tipo publico, solo aparece cuando se quieren llevar las luces que instalan algunos vecinos para mejorar el alumbrado de sus calles.

Tampoco aparecen los contradictores de Asorodeo quienes critican y están en contra de las buenas acciones que ha hecho esta asociación en beneficio del barrio. ¡Como quien dice no hacen ni dejan hacer.

! Esta vez Asorodeo se ha querido mantener al margen para observar quienes realmente quieren trabajar por el barrio, y así darle la oportunidad a otros para que participen informo Dina Arabia.

Propaganda

Grafinorte

Deporte

Inicio Campeonato de softbol en El Rodeo

Por Jaime García



El pasado 8 de marzo se dio inicio a la sexta versión del torneo de softbol del Rodeo con la participación de prestigiosos equipos de la ciudad, este torneo esta organizado por señor. Jaime García con la colaboración del comité de deportes de JAC del Rodeo, el torneo tiene como principal objetivo el rescate de la población amante del softbol en barrio, como también incentivar a los niños y jóvenes a la practica de este deporte, los organizadores tienen como propósito final el arreglo del terreno del campo como es la nivelación y relleno, con los recursos generados por el mismo torneo y con la gestión del comité de deportes de la JAC

Eventos

El pasado 1 de marzo se realizo en el barrio una asamblea ordinaria de socios de ASORODEO, donde se acordó por unanimidad realizar una serie de modificaciones a esta Asociación de Vecinos con el fin de fortalecerla y hacer de esta una herramienta para la defensa de quienes la conforman, dada la cantidad de abusos, engaños y estafas que hemos sufrido quienes compramos nuestro patrimonio en este sector, por parte de quienes aprobaron, construyeron y financiaron este proyecto habitacional y por quienes delimitaron esta zona.

Asorodeo es una entidad de carácter comunitario sin animo de lucro. legalmente constituida que tiene como objetivo, Promover la unión y participación de los vecinos del barrio El Rodeo en torno a encontrar soluciones a la problemática común que nos afectan a todos.

En asamblea se acordó que este domingo 5 de abril se realizaría la restructuración de su Junta Directiva, y la presentación de sus nuevos estatutos con que se registrá esta asociación a partir de ese día, por tal motivo estamos invitando a todos aquellos vecinos simpatizantes con nuestros objetivos y metas para que participen y se asocian a nuestra organización, recuerden apreciados vecinos que " un pueblo unido jamás será vencido."

Nuestro objetivo es hacer de Asorodeo una organización bien estructurada que empiece a gestionar progreso para nuestra comunidad con el apoyo de la gran mayoría de sus residentes.

Nuestra Meta es hacer del Rodeo un barrio modelo donde haya autoridad y exista una entidad como la nuestra que represente al barrio.

Te esperamos este domingo 5 de abril a la 10:30 am, para que participes y hagas parte de este selecto equipo de trabajo que busca a toda costa el bien para nuestro barrio, recuerde nuestro lema.

"Legar juntos es el principio; mantenerse juntos es el progreso; trabajar juntos es el éxito".

Como obtener un subsidio al desempleo

Una Reproducción de Finanzas Personales de Portafolio.com.co

En total hay recursos por 70.000 millones de pesos para subsidios al desempleo este año, según datos suministrados por Asocajas entidad que agremia a las cajas de compensación familiar en el país.

"En los últimos seis años, desde cuando se creó el Fondo para el Fomento del Empleo y Protección al Desempleo, Fonede, (Ley 789 de 2002), las Cajas han entregado 437.363 subsidios al desempleo por más de 266.928 millones de pesos", explica el presidente de esta organización, Álvaro Cobo.

Esta ayuda se entrega en bonos para mercado, salud, o para educación de los hijos y no representa pago en efectivo.

Además a quien recibe esta colaboración se le dan cursos de capacitación para la reinserción laboral que dictan las cajas, que permiten a los desempleados obtener más rápidamente una ocupación laboral. En este campo se invirtieron 34.380 millones de pesos en 2008, en 19.020 cursos y para este año se tiene proyectado invertir 50.000 millones en las mencionadas clases.

¿Cómo se solicita?

A través de una caja de compensación familiar, siempre y cuando cumpla con los siguientes requisitos:

Ser persona desempleada jefe cabeza de hogar que en los últimos tres años haya estado afiliada a una caja de compensación como mínimo un año.

Ser persona que sin haber estado afiliada a una caja de compensación familiar haya estado afiliada a una EPS del régimen contributivo como cotizante en cualquier momento de su vida laboral y que cumpla con la condición de ser jefe cabeza de hogar.

¿Cuánto demora la adjudicación del subsidio?

Entre uno y seis meses está el tiempo de espera para la adjudicación de esta ayuda. Si en ese lapso usted consiguió trabajo, debe informar a la caja de compensación la novedad para suspender el proceso.

¿Se puede recibir más de una vez?

No, pero si usted consigue empleo y no ha agotado las cuotas* que le corresponden por el subsidio, debe informar al Fondo para el Fomento del Empleo y la Protección del Desempleo (Fonede) para suspenderle la ayuda. En caso de volver a quedar desempleado puede solicitar la reactivación del subsidio por las cuotas no recibidas anexando la carta de terminación del contrato donde indique el motivo del retiro.

*El subsidio se distribuye en seis cuotas mensuales de 124.225 pesos.

No hay un tope de ingresos para recibir el subsidio. Y el monto de este será igual para todas las personas.

¿Cómo se puede perder esta ayuda?

- Por obtener un empleo u otra forma de remuneración por trabajo.
- Por reincorporación al trabajo.
- Por condena penal con privación de la libertad.
- Por muerte de la persona a quien se le asignó el subsidio.
- Por cumplimiento de los seis meses de recibir el subsidio.
- Por presentar documentos falsos para acreditar el derecho.

Recuerde que solo le entregan un subsidio por familia

¿A cuál caja de compensación debe acudir?

En la página web de Asocajas encontrará información sobre la caja de compensación que le colaborará, dependiendo la ciudad en que viva. Recuerde.

Los recursos del subsidio al desempleo los reparten las cajas de compensación familiar. Si usted considera que cumple con los requisitos comuníquese a la caja de compensación donde estuvo afiliado y llene el formulario.

La repartición de este apoyo se hará en el orden de llegada de las solicitudes. El subsidio dejará de repartirse cuando se agoten los recursos del Fondo para el Fomento al Empleo y Protección del Desempleo (Fonede), creado por la Ley 789 de 2002

Frase del mes para aplicarla a nuestra vida

« El secreto para el éxito no se encuentra solo en lo que la gente hace, si no además en lo que la motivo a hacerlo. »

VIDA SALUDABLE

Por María Eugenia Vargas Uribe

CÓMO AFRONTAR LA PERDIDA DE UN EMPLEO:

La pérdida del empleo trae una serie de emociones negativas que dificultan adaptarse a la nueva vida.

La pérdida del empleo, por lo general inesperada, trae consigo una serie de emociones negativas que afectan la capacidad para responder en forma adaptativa a la nueva condición de vida.

El despido, que se considera uno de los más perturbadores eventos en la vida de una persona, puede llegar a producir respuestas de ansiedad aguda, deterioro de la autoestima y del concepto de sí mismo, síntomas psicossomáticos, hipertensión, depresión y, en algunos casos, expone a las personas a problemas más severos, como las adicciones.

El impacto se vive también en el plano familiar; las relaciones se afectan especialmente cuando la persona no puede seguir respondiendo con su rol de proveedor.

Muchos convierten la pérdida en una oportunidad para darle un giro a la vida

"Crisis significa cambio y un despido no es el fin de una etapa sino el inicio de otra. Quizá pueda parecer que no vamos a encontrar otro trabajo, pero nos olvidamos de la opción de crearlo nosotros", dicen expertos en superación personal y profesional.

¿Cómo actuar ante esta situación?

Acepte. Este proceso de pérdida es similar a un duelo e implica dolor, pena, recogimiento y vuelco hacia el interior, a fin de dar cabida a una expresión de emociones y sentimientos.

Analice. Superada la primera etapa, permítase entrar en una fase más racional, basada en el análisis frío de las propias fortalezas y debilidades con las que debe competir en el mercado laboral; esto permite corregir en el corto plazo los aspectos más deficitarios y destacar también los más desarrollados.

No se desanime. Si las cosas no se dan con la rapidez que espera, no pierda el impulso ni se llene de pensamientos negativos; esto puede inhibir sus esfuerzos en la búsqueda de oportunidades.

Concéntrase. Su trabajo es encontrar empleo: haga listas de tareas, de contactos telefónicos, de llamadas por hacer, de documentos y presentaciones por preparar. Fijese la meta de conseguir entrevistas. Es en ese escenario donde usted puede, con mayor claridad, vender sus conocimientos, habilidades y experiencias.

Apertura. Pensar en que por ser albañil solo pueden construirse casas o que una carrera solo tiene una sola salida profesional es algo que limita. Abra su mente y sopesa todas las opciones. La clave es la adaptación, no reducir la vida laboral a una única dirección.

Confianza. No deje que el miedo y la ansiedad lo paralicen y bloqueen.

Determinación. Huya de preguntas como '¿y si fracaso?', '¿y si mi situación empeora?'. Nadie puede predecir el futuro, pero si no se intenta algo ya se está fracasando.

Acción. Se puede actuar en el presente; por ejemplo, aproveche el tiempo libre para formarse, cree una red de contactos sólida y preste atención a todas las oportunidades. Hay que usar los tiempos de crisis para crear nuevas maneras de subsistir

Rescatando valores Éticos en nuestro Barrio Lealtad

« La lealtad tiene que ver con el sentimiento de apego, fidelidad y respeto que nos inspiran las personas a las que queremos o las ideas con las que nos identificamos. Los que son leales poseen un alto sentido de compromiso y ello le permite ser constantes sus afectos y cumplidores de su palabra, son sinceros, valientes, transparentes, firmes, agradecidos, constantes, confiables y seguros.»

REFLEXION

Filipenses 4:13
Todo lo puedo en Cristo que me fortalece

SI SE PUEDE, SI SE PUEDE

Cierto día un grupo de ranas saltaba por el bosque.

De repente, dos de ellas cayeron en un hoyo profundo.

Las demás se juntaron alrededor del hoyo. Al ver lo profundo que era,

llegaron a la conclusión de que no había modo de que se salvaran sus compañeras.

¡El hoyo es muy hondo! ¡De ahí no van a salir con vida! les gritaron.

Las dos ranas no les hicieron caso a sus amigas,

sino que comenzaron a saltar con todas sus fuerzas, tratando de salir del hoyo.

¡Es inútil! ¡De ahí no saldrían ni con patas biónicas!

insistieron las otras. Finalmente una de las ranas, extenuada y desmoralizada,

le puso atención a lo que las demás le gritaban y se rindió.

Fue tal su desgaste físico y mental que se desplomó y murió en el acto.

La otra rana siguió saltando con férrea determinación.

Con cada nuevo salto que daba, decía:

¡Sí se puede! ¡Sí se puede! No obstante, desde muy arriba la multitud de ranas,

frenéticas como los espectadores del circo romano, le gritaban:

¡Deja de luchar! ¡Resígnate y muere! Pero la rana repetía:

«¡Sí se puede! ¡Sí se puede!» y saltaba cada vez con más fuerzas

hasta que finalmente logró salir del hoyo.

Viéndola agotada, pero sana y salva,

las otras ranas le dijeron: ¡Eres nuestra heroína!

Esperamos que no tomes a mal que te hayamos desanimado tanto.

La rana les respondió: Háblenme más fuerte que no las oigo bien.

Casi quedo sorda del golpe que sufrí al caer al fondo.

Quiero darles las gracias a todas por animarme a que me esforzara más

y a que no me diera por vencida. Si no hubiera sido por ese aliento que me dieron,

de seguro habría quedado en el fondo para siempre, como nuestra pobre compañera.

No cabe duda de que esta fábula resalta el poder de las palabras.

Su moraleja de que nuestras palabras tienen poder de vida y de muerte

nos recuerda el refrán que dice: «A palabras necias, oídos sordos.»

Si bien la rana triunfadora de la fábula no se hizo la sorda sino que realmente ensordecí, de todos modos nos enseña a no hacerles caso

PROGRAMACION PARA SEMANA

Iglesia María Reina de la Paz del barrio El Rodeo

ABRIL 5:

DOMINGO DE RAMOS

6:30 a.m.: Bendición de Ramos -

Procesión, Santa Misa

9:00 a.m.: Bendición de Ramos - Santa

Misa

7:00 p.m.: Bendición de Ramos - Santa

Misa

ABRIL 6:

LUNES SANTO

9:00 a.m.: Misa Crismal - Catedral de

Cartagena

Clausura Primera Etapa de San Juan.

6:00 p.m.: Acto penitencial - Confesiones

7:00 p.m.: Santa Misa

ABRIL 7:

MARTES SANTO

10:00 a.m.: Pascua Infantil

5:00 p.m.: Pascua Juvenil

7:00 p.m.: Eucaristía - Intenciones por

las Familias, Mujeres embarazadas y

de las que no han podido tener hijos.

ABRIL 8:

MIÉRCOLES SANTO

10:00 a.m.: Pascua Infantil

5:00 p.m.: Pascua Juvenil

6:00 p.m.: Eucaristía - Intenciones por

los enfermos de la comunidad -

Finalizada la Eucaristía, el sacerdote

llevará la comunión a los enfermos que

tengan impedimento físico para asistir

al templo.

ABRIL 9:

JUEVES SANTO

6:30 p.m.: Misa en la Cena del Señor

Lavatorio de los pies

Procesión al monumento

Adoración hasta las 10:00 p.m.

ABRIL 10:

VIERNES SANTO

8:00 a.m.: Adoración del Santísimo todo el día

4:00 p.m.: Vía crucis por todo el barrio.

Lugar de inicio: Entrada del Barrio

6:00 p.m.: Celebración de la Pasión del Señor

ABRIL 11:

SÁBADO SANTO

8:00 a.m.: Jornada Mundial de la

Juventud - Peregrinación a la Popa

7:30 p.m.: Vigilia Pascual

Bendición del Agua y del Fuego.

ABRIL 12:

DOMINGO DE RESURRECCIÓN

7:00 a.m.: Eucaristía

9:00 a.m.: Eucaristía

7:00 p.m.: Eucaristía



El día 22 de Marzo se celebró a nivel mundial el día internacional del Agua.

Noti Rodeo ha querido vincularse a esta campaña recordando a sus lectores que debemos cuidar este preciado liquido para preservar futuras generaciones.

Lineas de emergencias			
Maltrato Infantil	918000918080	Gas	164
Emergencias	123	DAS	153
Ambulancia	125	Gaula	165
Bomberos	119	Policia	112
Tránsito	127	Energia	115

CLIMA PARA HOY TIEMPO

Hoy domingo 29 de Marzo del 2009 hará un día nublado en la tarde se esperan unas fuertes brisas.

Mín.: 24°C
temperatura Máx.: 30°C

Si vas para playa trata de mantener y aplicar las normas de seguridad en el mar

COMITE DE SEGURIDAD
BARRIO EL RODEO

COMITE DE SALUD Y BIENESTAR
BARRIO EL RODEO

CARICATURA

Continúa la entrada del Rodeo en malestado

Más que evidente

...y pensar que hace un año se realizó una actividad en el barrio y que para arreglar la entrada que engaño ya ja ja...

SuDoKu

	3		2
			3
	2	3	4
	4		

Sopa de Letra

En esta sopa de letras hemos escondido doce verduras: acelga, alcachofa, berenjena, cebolla, col, escarola, espárrago, espinaca, nabo, remolacha, tomate y zanahoria.

E	S	P	A	R	R	A	G	O
A	N	E	J	N	E	R	E	B
N	A	P	T	O	M	A	T	E
Z	A	N	A	H	O	R	I	A
C	E	B	O	L	L	A	M	C
A	G	L	E	C	A	O	I	O
A	L	O	R	A	C	S	E	B
A	L	C	A	C	H	O	F	A
E	S	P	I	N	A	C	A	N

Este Periódico Informativo fue diseñado con el objetivo de mantener informado a toda la comunidad del barrio El Rodeo de los acontecimientos que ocurren en el mes, toda actividad en lo posible que se realice en el barrio se publicara en **NOTIRODEO** para conocimiento de todos los habitantes del barrio, te invitamos para que te vincules a las próximas ediciones de **NOTIRODEO** periódico informativo que se publicara todos los meses el ultimo domingo próxima edición Domingo 26 Abril/09 .

Pedro Quintana Medina Fundador (Columnista)
Ricardo Cuesta Mendoza Fundador (Columnista)

Esperamos que las noticias aquí publicadas sean de su agrado cualquier inquietud llamar al Cel 3005778621 o escribimos al email pequime@yahoo.es - asorodeo@yahoo.com