





**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE  
COMUNICACIÓN PARA LA PLANEACIÓN PARTICIPATIVA DEL  
DESARROLLO – CORREDOR ORIENTAL – PASTO**

**EDGAR GONZÁLEZ RODRÍGUEZ  
ANA LORENA GUERRERO HERNÁNDEZ**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
CENTRO DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES LATINOAMERICANAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA SOCIAL  
SAN JUAN DE PASTO  
2007**

**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE  
COMUNICACIÓN PARA LA PLANEACIÓN PARTICIPATIVA DEL  
DESARROLLO – CORREDOR ORIENTAL – PASTO**

**EDGAR GONZÁLEZ RODRÍGUEZ  
ANA LORENA GUERRERO HERNÁNDEZ**

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de  
Especialista en Gerencia Social**

**ASESORA:  
Mg. MARIANA DE JESUS VALLEJO FUERTES**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
CENTRO DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES LATINOAMERICANAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA SOCIAL  
SAN JUAN DE PASTO  
2007**

“Las ideas y conclusiones aportadas en este trabajo de grado, son de responsabilidad exclusiva de sus autores”.

Artículo 1º del acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

San Juan de Pasto, 8 de Marzo de 2007

## **AGRADECIMIENTOS**

Los autores expresan sus sinceros agradecimientos a:

Al Director Regional Nariño de la Fundación Social, GUILLERMO TORRES DAZA, por permitirnos participar en la Estrategia de Comunicación del proceso de construcción participativa del Plan de Vida del Corredor Oriental.

A la asesora de tesis MARIANA VALLEJO por su constante colaboración, aportes y compromiso para con este proyecto.

Al Centro de Estudios e Investigaciones Latinoamericanas CEILAT – Universidad de Nariño por la visión y formación social que siempre nos brindó.

A la comunidad de Buesaquillo, Cabrera, La Laguna, San Fernando, Mocondino y la Comuna Tres por su participación, aporte, acogida y entusiasmo en el desarrollo de la presente investigación.

## **DEDICATORIA**

A Ligia, Ximena y Laura por sus oraciones y el apoyo incondicional para que mis sueños se hagan realidad.

**Edgar González Rodríguez**



## **DEDICATORIA**

A Dios guía, luz y esperanza quien siempre está con nosotros.

A mis padres por su apoyo incondicional, entendimiento y constante ayuda en todos los momentos buenos y malos para que este sueño se haga realidad.

**Ana Lorena Guerrero Hernández**

## CONTENIDO

	<b>pág.</b>
INTRODUCCIÓN	22
1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	23
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA A INVESTIGAR	24
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	24
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	24
3. OBJETIVOS	25
3.1 OBJETIVO GENERAL	25
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25
4. JUSTIFICACIÓN	26
5. MARCO REFERENCIAL	28
5.1 MARCO CONTEXTUAL	28
5.1.1 Municipio de Pasto	28
5.1.2 Corredor Oriental de Pasto	28
5.2 MARCO TEÓRICO	29
5.2.1 Comunicación	29
5.2.2 Los medios masivos de comunicación	32
5.2.3 Comunicación para el desarrollo	33
5.2.4 Estrategia de comunicación	35
5.2.5 Desarrollo humano integral y sostenible (D.H.I.S.)	38
5.2.6 Gestión para el desarrollo	39

5.2.7	Planeación participativa	42
5.2.8	Condiciones básicas para el desarrollo (CBD)	44
5.3	MARCO CONCEPTUAL	45
5.3.1	Comunicación	45
5.3.2	Información	45
5.3.3	Medios de comunicación	46
5.3.4	Estrategia de comunicación	46
5.3.5	DIL.	46
5.3.6	Participación	46
5.3.7	Planeación Participativa	46
5.3.8	Gestión	47
5.4	MARCO INSTITUCIONAL	47
6.	METODOLOGÍA	49
6.1	ENFOQUE INVESTIGATIVO	49
6.2	PROCESO METODOLÓGICO	50
6.2.1	Primera fase: revisión de la información teórica	50
6.2.2	Segunda fase: diseño del proceso metodológico	50
6.2.3	Tercera fase: trabajo de campo	50
6.2.4	Cuarta fase: análisis e interpretación de la información	51
6.2.5	Quinta fase: implementación	51
6.3	PROCESO PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	51
6.4	INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	54

6.4.1 Encuesta	54
6.4.2 Entrevistas	55
6.4.3 Talleres de comunicación	55
7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	57
7.1 CATEGORIZACIÓN GENERAL	57
7.1.1 Información requerida para promover el plan de vida	57
7.1.2. Medios de comunicación	57
7.1.3 Espacios de comunicación	58
7.1.4 Identidad visual del plan	58
7.1.5 Promoción de la participación	58
7.1.6 Promoción del territorio	58
7.1.7 Conformación de red de comunicadores	59
8. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	60
8.1 MARCO GENERAL DE LA PROPUESTA	60
8.1.1 Enfoque de la comunicación	60
8.1.2 Campos de actuación de la comunicación	60
8.1.3 Principios de la comunicación	60
8.2 IMPORTANCIA DE LA ESTRATEGIA	61
8.3 ESCENARIOS Y ACTORES	62
8.3.1 Comunidad de la zona	62
8.3.2 Organizaciones sociales	62
8.3.3 Institucionalidad publico privada	62
8.4 COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA	62

8.4.1	Identidad visual	62
8.4.2	Información pública	62
8.5	DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN POR FASES	63
8.6	SEGUIMIENTO – EVALUACIÓN	65
9.	IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	66
9.1	PLAN DE VIDA	66
9.1.1	Quiénes participan en el plan de vida	66
9.1.2	¿Para qué un plan de vida?	66
9.1.3	Principios Orientadores del Plan de Vida	66
9.2	FASES DEL PLAN DE VIDA	67
9.2.1	Primera fase: Preparación	68
9.2.2	Segunda Fase: Construcción de visión	75
9.2.3	Tercera Fase: Planteamiento Estratégico	89
9.2.4	Cuarta fase: formulación de programas y proyectos	99
9.2.5	Quinta fase: gestión del plan	99
10.	COMUNICACIÓN Y DESARROLLO	101
10.1	GERENCIA SOCIAL Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA	101
10.2	RETOS DEL GERENTE SOCIAL	102
10.3	UNA COMUNICACIÓN PARA LA GERENCIA SOCIAL	103
10.4	ACCIONES COMUNICATIVAS PARA UNA GERENCIA DE MEDIOS COMUNITARIOS	104
10.5	MEDIOS COMUNITARIOS Y DEMOCRATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN	106

10.6 GERENCIA SOCIAL DE LA INFORMACIÓN Y DESARROLLO COMUNITARIO	107
10.7 PENSANDO EN LA GENTE	108
10.8 PLANEAR UN PROYECTO COMÚN CON SENTIDO COMUNICATIVO	108
10.9 ESTRATEGIA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN	109
10.10 UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN INNOVADOR	110
11. CONCLUSIONES	113
BIBLIOGRAFÍA	115
ANEXOS	117

## LISTA DE CUADROS

	<b>pág.</b>
Cuadro 1. Proceso de Materialización de Acciones	40
Cuadro 2. Fase I preparación	63
Cuadro 3. Fase II construcción de visión	64
Cuadro 4. Fase III planteamiento estratégico	64

## LISTA DE FIGURAS

	<b>pág.</b>
Figura 1. Mapa geográfico del Corredor Oriental	30
Figura 2. Fases del Plan de vida	67
Figura 3. Primera Minga por la vida y la cultura Colectivo de adultos mayores, Corregimiento de La Laguna, 23 de Julio de 2006	68
Figura 4. Desarrollo Taller de comunicación Colectivo de comunicaciones del Corredor Oriental, Fundación Social, 2006	69
Figura 5. Taller de comunicación Alejandra Ruano, Colectivo de comunicaciones del Corredor Oriental, Fundación Social, 2006	70
Figura 6. Afiche No. 1 Invitación a la minga por la vida y la cultura	72
Figura 7. Plegable Informativo No. 1 (Parte Exterior)	73
Figura 8. Plegable Informativo No. 1. (Parte Interior)	74
Figura 9. Publicación en Diario Local	75
Figura 10. Construcción de visión habitantes corregimiento de Mocondino, Colegio Cristo Rey, San Fernando, julio 2006	75
Figura 11. Minga construcción de sueños niños del Corredor Oriental, Colegio Cristo Rey, San Fernando, julio 2006	76
Figura 12. Camisetas Plan de Vida (1)	79
Figura 13. Camisetas Plan de Vida (2) Líderes comunitarios del Corredor Oriental, Colegio Cristo Rey, San Fernando, Julio 2006	79
Figura 14. Afiche No. 2. Invitación a la Minga “Construcción de Sueños”	80
Figura 15. Periódico “Expresiones de mi Gente del Corredor Oriental No 1” (Página 1)	81
Figura 16. Periódico “Expresiones de mi Gente del Corredor Oriental No 1”. (Pagina 2)	82



Figura 17. Periódico “Expresiones de mi Gente del Corredor Oriental No 1” (Pagina 3)	83
Figura 18. Periódico “Expresiones de mi Gente del Corredor Oriental No 1” (Pagina 4)	84
Figura 19. Publicaciones en el Periódico Nariñense “Diario Del Sur”	85
Figura 20. Minga Cultural	81
Figura 21. Minga en Mocondino Minga comunitaria, Habitantes de Mocondino, Julio 27 de 2006	86
Figura 22. Corredor Oriental “Por la defensa de la vida y cultura” Segunda Minga por la Vida y la Cultura	87
Figura 23. Corredor Oriental y sus corregimientos	87
Figura 24. Soñar es... Creer en el futuro Publicación Informe especial sobre proceso, Agosto 2 de 2006	88
Figura 25. Verdaderos Líderes Publicación Liderazgo de participantes, San Fernando, Julio de 2006	89
Figura 26. Planteamiento Estratégico Líderes urbanos Corredor Oriental, Corredor Oriental, Septiembre 20 de 2006	89
Figura 27. Escuelas de líderes habitantes del Corredor, taller de formación en liderazgo, septiembre de 2006	90
Figura 28. Planes zonales en el corregimiento de Santa Elena de Medellín líder del Corredor Oriental, Club Los Pinos, Pasto, Octubre 26 de 2006	91
Figura 29. Tarjeta de Invitación	93
Figura 30. Escarapela de Identificación	93
Figura 31. Afiche No 3. Invitación al “Encuentro Nacional de Planeación Participativa del Desarrollo Humano Integral y Sostenible”	94
Figura 32. Carpeta Carátula Principal	95
Figura 33. Carpeta Contraportada	96

Figura 34. Carpeta Contenido 1	97
Figura 35. Carpeta Contenido 2	98
Figura 36. Publicación en el Diario Local	99

## LISTA DE ANEXOS

	<b>pág.</b>
Anexo A. Formato de Encuesta para la Comunidad del Corredor Oriental	118
Anexo B. Pensamientos de la comunidad	120

## RESUMEN

Con el propósito de que la población del Corredor Oriental de Pasto construya de manera participativa un Plan de Vida, esta investigación utilizó la comunicación como medio para lograrlo.

Primero se realizaron encuestas y entrevistas con los diferentes actores sociales del sector con el fin de conocer qué medios de comunicación prefieren, cuáles poseen en su región, qué les gustaría destacar de su entorno, tanto al interior como al exterior de él, etc.; también se aplicaron talleres de comunicación para que, de esta forma, se conformara una red de comunicadores que haría la Estrategia sostenible en el tiempo.

Al analizar la información obtenida, se realizó el diseño de la Estrategia de Comunicación, la cual incluyó diferentes piezas comunicativas tales como afiches, pendones, plegables, cuñas radiales, publicaciones en el diario local, etc. Posteriormente se la implementó y esto convocó a una gran cantidad de población a participar de una manera dinámica en el proceso.

Esta investigación logró que la comunidad se apropiara del Plan de Vida, lo quisieran construir de una manera participativa y luchara por su Desarrollo Humano Integral y Sostenible. Basados en este modelo y a raíz de la amplia difusión que obtuvo este proyecto, otros sectores de Pasto iniciaron procesos similares de participación ciudadana.

## **ABSTRACT**

In order which people of the Corredor Oriental of Pasto constructs of participate way a Plan of Life, this investigation used the average communication like obtaining it.

First surveys and interviews with the different social actors from the sector with the purpose of knowing what mass media prefer, which have in their region, what they would like to emphasize of their surroundings, the interior as the outside of him, etc. as much were made; also communication factories were applied so that, of this form a network of signallers was satisfied that would make sustainable the Strategy in the time.

When analyzing the obtained data, was made the design of the Strategy of Communication, which included different communicative pieces such as posters, banners, folding, radial wedges, publications in the local newspaper, etc. Later it was implemented and this summoned to a great amount of population to participate in a dynamic way in the process.

This investigation obtained that the community took control of the Plan of Life, wanted it to construct of a participative way and fought by its Integral and Sustainable Human Development. Based on this model and as a result of the ample diffusion that east project obtained, other sectors of Pasto initiated similar processes of citizen participation.

## INTRODUCCIÓN

Siendo la comunicación un bien colectivo indispensable para el conocimiento de los procesos internos y la realización del trabajo, una Estrategia de Comunicación fomentará su producción y circulación fluida a todos los niveles.

Una Estrategia de Comunicación puede aportar sustantivamente al proceso de expansión de oportunidades y de superación de las dificultades ocasionadas por ausencia de una información oportuna y adecuada, para lo cual deben atender y responder simultánea y articuladamente a las características y necesidades internas y externas del grupo al cual será aplicada.

La presente investigación pretende promover y fortalecer las capacidades comunicativas del Corredor Oriental de Pasto, para construir participativamente un Plan de Vida y así potenciar las dimensiones social, económica, política, cultural y ambiental de este sector de la ciudad donde confluye lo urbano y lo rural.

El problema se asumirá dentro del enfoque cualitativo. La investigación se desarrollará en seis fases las cuales son: Revisión de la información teórica, diseño del proceso metodológico, trabajo de campo, análisis e interpretación de la información, diseño de la Estrategia de Comunicación e Implementación.

El proyecto comprende 9 capítulos: en los cuatro primeros se encuentran en su orden: el Título de la Investigación, el Planteamiento y Formulación del problema, los Objetivos y la Justificación.

El quinto capítulo se trata del Marco Referencial, dentro del cual están: el Marco contextual (ubicando la región en la cual se trabajó), Marco teórico, con temas a cerca de la comunicación, las estrategias de comunicación, la planeación participativa y gestión para el desarrollo, entre otros; seguido del Marco conceptual y el Institucional.

Como sexto y séptimo capítulos se encuentran: la Metodología a desarrollar (trata a cerca del enfoque investigativo y del proceso metodológico) y el Análisis de la Información.

Los dos capítulos siguientes comprenden el Diseño e Implementación de la Estrategia de Comunicación.

El décimo capítulo habla a cerca de la relación entre comunicación y desarrollo y por último están las conclusiones.

## **1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

Diseño e Implementación de una Estrategia de Comunicación para la planeación participativa del desarrollo – Corredor Oriental – Pasto.

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA A INVESTIGAR

### 2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La ausencia de una Estrategia de Comunicación en la construcción del Plan de Vida del Corredor Oriental impide un flujo adecuado en el manejo de la información al interior de las comunidades que habitan en este sector de la ciudad. Esto conlleva a una dispersión de acciones, que al ser bien encausadas, fortalecerán la toma de decisiones, generará sentido de pertenencia e incentivará a los habitantes a trabajar mancomunadamente por el desarrollo humano, integral y sostenible.

La comunicación promueve la participación contribuyendo a la generación de opinión dado que en el escenario público confluyen y compiten diversos intereses y motivaciones y el fin último del debate es la búsqueda del interés común a todos. Además permite colectivizar sus marcos de comprensión y actuación, de manera que otros puedan ser movilizados a favor del desarrollo de la zona. Es también un espacio para el auto-reconocimiento de los actores personajes y ciudadanos de la región, lo que permite encontrar cuáles son los elementos comunes que se comparten y a partir de estos se construye la identidad de la localidad. Promueve la participación como escenario para la comunidad, donde:

- Predomina una actitud de inercia ante el cambio, que se expresa con escepticismo y desconfianza con respecto a los procesos de modernización.
- Las relaciones que establecen con los medios masivos de comunicación se caracterizan por la desconfianza.
- La no existencia de políticas de comunicación se debe a que estas no han sido consideradas como un eje estratégico fundamental para transformar la cultura organizacional y mejorar las interacciones comunicativas de las comunidades para con sus públicos de interés.
- Los procesos de manejo de información se restringen a las normas de estricto cumplimiento. No hay una cultura del registro, procesamiento, sistematización y socialización de la información.

### 2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo el diseño e implementación de una Estrategia de Comunicación permite generar procesos de desarrollo en el Corredor Oriental del Municipio de Pasto?






### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar e implementar una Estrategia de Comunicación que posicione y haga sostenible el proceso de planeación participativa para el desarrollo de la población del Corredor Oriental de Pasto y que propicie la identificación comunitaria con la construcción del Plan de Vida.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

-  Identificar las necesidades comunicativas de la comunidad para desarrollar los procesos de planeación participativa.
-  Diseñar la Estrategia de Comunicación pertinente para comunidad rural y urbana del Corredor Oriental.
-  Implementar la Estrategia de Comunicación de manera que sea sostenible en el tiempo y asumida como propia por parte de la comunidad.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se constituye en un aporte teórico y metodológico para los actores involucrados en los procesos de planeación participativa y para las instituciones que los acompañan.

Para la Gerencia Social se constituye en un aporte teórico ya que fortalece los procesos comunitarios.

Permite el avance en la construcción de conocimiento referente a la relación entre:

- Comunicación y desarrollo.
- Comunicación y planeación participativa.
- Comunicación y política social.

Además la comunicación permite:

- Vincular a los actores del proceso en el diseño e implementación de la Estrategia de Comunicación.
- Se implementará investigación – acción.
- Valida el aprender – haciendo.

La presente investigación aporta de manera directa a generar desarrollo en una comunidad (Corredor Oriental) y a partir de ella se puede replicar el proceso en otras localidades.

La eficacia y resultados de los programas sociales frecuentemente se ven afectados por la falta o insuficiente apropiación de información por parte de las poblaciones involucradas y destinatarias. Por eso una de las barreras a sortear es la comunicacional. Sortearla supone lograr un discurso coherente, distintivo y una identidad visual que lo identifique claramente. Una Estrategia de Comunicación, que sintonice las necesidades y los intereses de las poblaciones destinatarias con los objetivos y modalidades de gestión del programa.

En el proceso de planeación participativa la comunicación juega un papel fundamental porque contribuye a la formación de identidad que emerge y se consolida en las cotidianidades comunitarias y sociales, en cada interacción

comunicativa y participativa, fortifica las vecindades, las interrelaciones y las solidaridades. En este orden de ideas la investigación contribuye a:

- Generar mayor apropiación y empoderamiento del proceso participativo.
- Dar a conocer el proceso hacia fuera de la comunidad, al igual que en el contexto interno; de esta manera se pretende lograr un reconocimiento institucional para poder llevar a cabo los proyectos elaborados por los habitantes.
- Promover la vinculación de nuevas localidades que pueden en un futuro fortalecer el proceso de la construcción del Plan de Vida.
- Formación de una red de comunicadores que a partir de talleres y capacitaciones lograrán desarrollar un sentido de pertenencia por su región y contribuirán a la difusión de la información y del proceso participativo.
- Generación de una réplica progresiva de información entre la red de comunicadores y demás habitantes.
- Construcción propia del territorio, como espacio vital de interacción de las comunidades, es también un elemento constitutivo de su identidad.
- La cultura y la comunicación son instrumentos de construcción de visión compartida y de fomento del trabajo.

## 5. MARCO REFERENCIAL

### 5.1 MARCO CONTEXTUAL

Esta investigación se enfoca en el Corredor Oriental del municipio de Pasto.

**5.1.1 Municipio de Pasto.** El Municipio de Pasto, capital del Departamento de Nariño, se encuentra ubicado al sur de Colombia, con una población estimada para el 2007 de 500.000 habitantes, de los cuales el 89.72% habita en las 12 comunas y el 10.28% en los 13 corregimientos que conforman el sector rural del municipio.

El Pasto de hoy es el resultado de un proceso social construido a través del tiempo, cuyas raíces se remontan a los nativos habitantes de Hatunllacta o valle de Atures, con su cosmovisión integradora de la naturaleza, la economía, el hábitat y la vida espiritual y que da razón, luego de la imposición de los valores propios de la cultura occidental desde el siglo XVI en adelante, del papel jugado durante la emancipación de España, que el resto del país ha juzgado como una equivocación histórica, y de lo hecho y dejado de hacer desde los inicios de la República hasta nuestros días.

Pasto también es el resultado de su interrelación con el entorno regional como epicentro de la vida social, económica, cultural y política del departamento de Nariño con el resto del País, condicionada por un modelo de crecimiento económico nacional que concentró los mayores recursos y los mejores esfuerzos, únicamente en los llamados “polos de desarrollo”; y con el resto del mundo, particularmente con Ecuador, por ser Pasto parte de la frontera activa con esa hermana nación.

La ciudad desde siempre ha tenido como sus referentes naturales y visuales el río Pasto y el volcán Galeras, este último, hito turístico del departamento de Nariño.

**5.1.2 Corredor Oriental de Pasto.** El Corredor Oriental está compuesto por los corregimientos de: La Laguna, Cabrera, Buesaquillo, Mocondino y la Comuna 3, comprende una zona rural y una zona urbana con características diferenciadas y aspectos comunes.

La zona rural está caracterizada por el desarrollo de actividades productivas de carácter agrario, en torno a la comercialización, reforestación, seguridad alimentaria y aspectos afines. Este territorio tiene un alto potencial de desarrollo turístico, ambiental e hídrico.

La zona urbana (Comuna 3) reúne 28 barrios y sus habitantes se dedican en su mayoría a oficios técnicos, como la carpintería, ebanistería, modistería, etc.

De las 9 Instituciones Educativas del Corredor Oriental, 6 están ubicadas en el sector rural y 3 en el sector urbano y atienden una población aproximada de 10.000 estudiantes.

Organizaciones sociales: Están representadas por organizaciones de base rurales y urbanas que impulsan iniciativas económicas, culturales y ambientales líderes comunitarios que jalonan los proyectos aprobados en cabildo 2005 en los corregimientos y la Comuna 3.

Instituciones de la localidad, que realizan acciones en la zona del corredor oriental: Secretarías Municipales e Instituciones privadas que apoyan el desarrollo del territorio.

La población de los diferentes corregimientos que comprende el Corredor Oriental: La Laguna, Buesaquillo, Mocondino y la comuna tres, perteneciente a las diferentes organizaciones sociales y dirigentes que se vinculan a la formulación del plan estratégico de la localidad. (Ver figura 1)

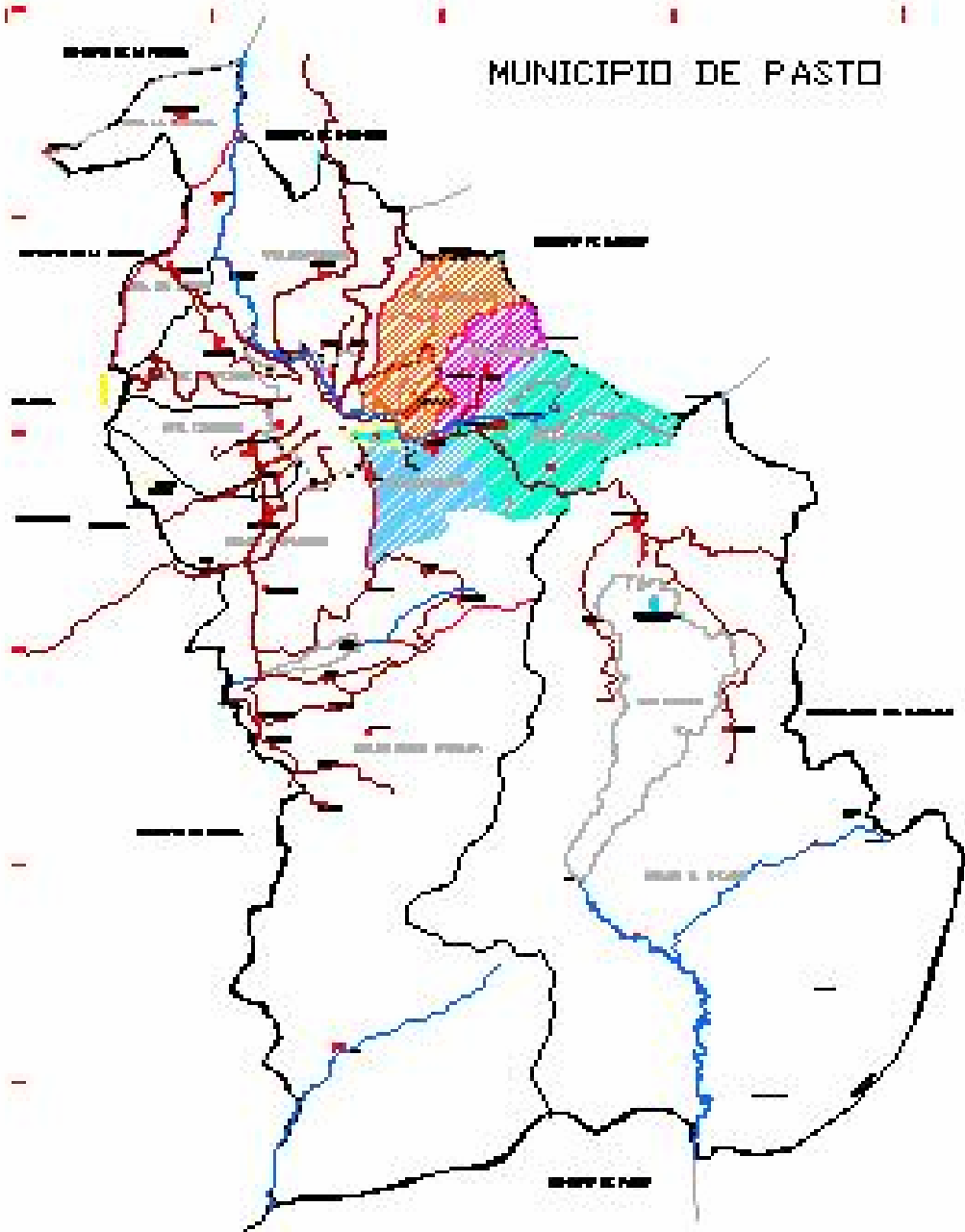
## **5.2 MARCO TEÓRICO**

**5.2.1 Comunicación.** Comunicar de acuerdo al sentido básico y originario del término latino es: Poner en común.

La comunicación es un concepto extremadamente amplio. Su estudio comprende un campo tan extenso como la vida misma, ya que la comunicación es un fenómeno que trasciende cualquier tipo de relación humana.

El origen de la comunicación, si es que podemos hablar de él, lo encontramos con la presencia del hombre en el mundo, pues es una de las características que lo identifican y lo definen como tal. Ahora bien, la comunicación humana no ha sido una, ni única en el tiempo y en el espacio. Cada momento histórico tiene sus necesidades y formas de expresión que le son propias. El lenguaje se acomoda permanentemente a las necesidades históricas de comunicación, dependiendo en última instancia, de las condiciones de la estructura social vigente en cada período.

Figura 1. Mapa geográfico del Corredor Oriental



La región sombreada representa la ubicación del Corredor Oriental dentro del municipio de Pasto.

Para María Cristina Franco Garza la comunicación: “Es el arte de intercambiar, pensamientos, ideas, órdenes o conocimientos, transmitir a otros, deseos, necesidades y cualquier cosa que exprese lo que se quiere manifestar, un acto que permite a dos personas o más, intercambiar experiencias, expresiones, sentimientos, conocimientos, ideas, por medio del lenguaje oral o escrito”<sup>1</sup>.

Afirma además que el lenguaje fue el primer gran invento del hombre, pues al inventar palabras y darle nombre a las cosas, animales y a seres vivos de la naturaleza, permitió un avance para que pudiera organizarse en familias, clanes, tribus y poder socializar unos con otros.

Desde la perspectiva de Rafael Alberto Pérez<sup>2</sup> la comunicación y la información como bienes colectivos deben estar al alcance de todos los integrantes de una sociedad o de un grupo, para lo cual se propone instrumentar la movilización social. El modelo ofrece una metodología básica cuyos componentes buscan ordenar los temas de la comunicación y aportar los instrumentos adecuados para que la estrategia de comunicación efectivamente contribuya a construir sentido compartido y al logro de los propósitos de carácter estratégico.

La comunicación como bien público reúne un grupo de derechos que parten del derecho de informar y estar bien informado, pasan por el derecho de las culturas a expresarse y hacerse visibles a sus propios códigos, garantizan la presencia de diferentes lenguajes en los medios masivos y valorizan la representación adecuada de diferentes sectores sociales.

La información es aquello que debe ser socializado para que con base en ella los ciudadanos y la sociedad puedan tomar decisiones, movilizarse, crear condiciones de igualdad, y realizar el derecho fundamental del ciudadano de estar suficientemente informado. La información es un bien público que empodera para actuar, y acceder a ella es una necesidad para construir proyectos colectivos de sentido.

Para el presente trabajo la comunicación es un eje transversal a todos los procesos y pretende: posicionar a la sociedad en un proyecto común de desarrollo y fortalecer la cohesión social a través de la Estrategia de Comunicación; tiene como propósito también la búsqueda de sentidos para fortalecer las identidades culturales. Si la comunidad llega a identificarse con su región y con el proceso de construcción de su Plan de Vida la comunicación habrá logrado su objetivo.

---

<sup>1</sup> FRANCO, María Cristina. Comunicación. [en línea] Colombia 15 de septiembre de 2003. [citado 15 jun., 2006]. Disponible en Internet: <URL : [http://www.universidadabierta.edu.mx/SerEst/Apuntes/FrancoMaria\\_Comunicacion.htm](http://www.universidadabierta.edu.mx/SerEst/Apuntes/FrancoMaria_Comunicacion.htm)>

<sup>2</sup> PEREZ, Rafael Alberto. Estrategias de Comunicación. [en línea]. Colombia 20 de enero de 2001. [citado 15 jun., 2006]. Disponible en Internet : >URL:<http://www.rafaelalbertoperez.com/>>

**5.2.2 Los medios masivos de comunicación.** Se puede afirmar que los medios masivos de comunicación, son los canales que los comunicadores (emisores) han creado para facilitar el proceso informativo y asegurarse de que sus mensajes lleguen a un auditorio numeroso y representativo, su desarrollo se ha efectuado paralelamente a la evolución de la sociedad. Haciendo uso de las innovaciones tecnológicas y manteniéndose siempre a la vanguardia, de acuerdo a la cultura y requerimientos de la comunidad que abarca. Son varias las características que distinguen los medios masivos de comunicación. Una de ellas es que va dirigido a numerosos y heterogéneos públicos, sus mensajes son abiertos, mantienen una relación interpersonal con los que reciben sus mensajes y cuentan además con un elaborado sistema de producción, requieren financiamiento, uso de tecnología avanzada y un gran potencial humano.

Para Fernando Roda Salinas<sup>3</sup> los medios de comunicación concretamente la prensa, la radio, la televisión y el cine se deben llamar con toda propiedad medios de información o medios de difusión puesto que solo transmiten mensajes en un solo sentido, son informaciones ordenadoras, o mensajes – órdenes.

Pasquali afirma que: “De la multiplicidad de formas, códigos y medios de comunicación existentes entre los hombres a través de la historia, desde el tambor hasta la comunicación y el satélite, no todos los medios facilitan una auténtica relación de comunicación, como lo afirma Antonio Pasquali”<sup>4</sup>.

Infortunadamente en la época moderna con el advenimiento de nuevas tecnologías se ha llegado a la aberrante reducción del fenómeno Comunicación Humana al fenómeno medios de comunicación, a veces en forma deliberada, pero también en algunos casos inconscientemente. Las modernas y sofisticadas técnicas en el campo de la comunicación aparecen como si se tratara de productos independientes y autónomos, capaces de generar nuevas sociedades y nuevas condiciones humanas. Pero no podemos olvidar que desde las épocas más primitivas hasta hoy, la capacidad social del hombre ha dependido siempre de su propia habilidad para comunicarse y de los concretos poderes humanos que controlan los medios y nunca de los medios en si mismos. Los grandes problemas que aquejan ahora a la comunicación humana se derivan del uso autoritario, vertical, enmudecedor y anticomunitario que se hace de ella por parte de quienes tienen el poder y el dominio.

---

<sup>3</sup> RODA, Fernando. Información y Comunicación, Los medios y su aplicación. [en línea]. Ciudad 3 de marzo 2004. [citado 20 may., 2006] Disponible en Internet : >URL : [http://casablanca.cervantes.es/Biblioteca/Fichas/Roda%20Salinas,%20Fernando%20Jes%C3%BAs\\_9880\\_12\\_1.shtml](http://casablanca.cervantes.es/Biblioteca/Fichas/Roda%20Salinas,%20Fernando%20Jes%C3%BAs_9880_12_1.shtml)>

<sup>4</sup> PASQUALI, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. Caracas : Monteavila, 1990. p. 284.



Precisemos entonces que información es un proceso de envío unidireccional de información – orden a receptores predispuestos para una decodificación que excluye la interpretación y que desencadena respuestas programadas. Hay que dejar en claro que el doble flujo de información no es aún comunicación, porque cuando la respuesta del receptor es mecánica y preestablecida, y por lo tanto no es el producto de un proceso de comprensión mental no se puede hablar de verdadero diálogo. Entre máquinas, por más perfecto que sea el intercambio de mensajes – orden, no hay diálogo. Las máquinas se informan pero no se comunican. Entonces la propuesta es definir a la comunicación como una relación comunitaria humana a través de la emisión y recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad y constituye por lo tanto un factor esencial de convivencia y un elemento determinante en la sociabilidad del hombre. Pensar en comunicación es pensar en comunidad e influir positivamente en las formas y modos de vida de las personas.

**5.2.3 Comunicación para el desarrollo.** Es un proceso de construcción de lenguajes, propósitos y propuestas comunes que supera el modelo transmisionista hacia un modelo de comunicación como construcción de tramas de significación abierto y plural.

Es además la posibilidad de combinar el adentro y el afuera para generar procesos de autoreconocimiento y organización en el interior de una comunidad y visibilidad en el afuera, en el espacio de la ciudad. La estrategia de comunicaciones atraviesa todas las actividades de la intervención y debe ser conocida, debatida y comprendida por todas las organizaciones participantes y por las entidades que acompañan el proceso. La información debe circular entre las organizaciones y en la comunidad en general, como manera de garantizar una participación efectiva, que solo es posible si la comunidad cuenta con información suficiente y confiable sobre la localidad y la ciudad. La comunicación debe, entonces, dar cuenta de logros y dificultades reales de la gestión participativa del desarrollo.

La comunicación no tiene aquí la intención de provocar el consumo de un mensaje, sino de motivar la participación ciudadana para que el receptor tome la decisión de aportar al desarrollo local.

Cualquier actividad comunicativa en la gestión participativa del desarrollo debe tener claramente definidos su intención y el público al cual se dirige. Los contenidos y mensajes deben estar adecuados a esa intención y a ese público. Estos criterios definen la forma, la estética y la frecuencia de misión con miras a ese propósito.

La información que se difunde sobre el Plan de Vida debe ser validada con los principales actores involucrados. Es necesario habilitar y reconocer a las organizaciones de comunicación y a los comunicadores como elaboradores de productos.

En cuanto a la selección de los medios, el principal criterio es que el medio sea coherente con la intención comunicativa. Un criterio adicional en la comunicación para la gestión participativa, como es el caso del Desarrollo Integral Local, es que el medio sea atractivo y novedoso para los pobladores.

De acuerdo con la Serie DIL 1 de la Fundación Social<sup>5</sup> En la medida en el que el Desarrollo Integral Local es un proceso de construcción de leguajes, propósitos y propuestas comunes, la comunicación juega en él un papel insustituible.

La comunicación realiza los siguientes aportes a la cultura:

- El relato-memoria es clave como elemento fundante de la identidad colectiva. Se puede promover la negociación de relatos sobre la colectividad local, incorporando los diferentes conflictos existentes.
- La promoción de la lúdica y los rituales festivos propicia la celebración de un pasado común y la construcción de un futuro compartido a partir de un presente de diversidad y conflicto.

La comunicación también se relaciona con las redes así:

- Es necesario que la intervención del DIL cuente con una completa estrategia comunicativa que, dentro del enfoque planteado, va mucho más allá de medios masivos, aunque los incorpora.
- La creación y el fortalecimiento de Redes de actores del desarrollo local permite vínculos ágiles entre sus nodos y su conexión con otras redes y colectivos de actores más complejos.
- Redes y cadenas de comunicadores locales con el propósito de potenciar las voces de las comunidades
- El DIL requiere afectar la opinión pública para hacer posible la expresión y negociación de los intereses diversos en los procesos de desarrollo.

---

<sup>5</sup> FUNDACIÓN SOCIAL. Serie DIL No 1. Una propuesta para superar la exclusión. Bogotá : Fundación Social, 2004. p 92.

La comunicación y los medios se refiere a:

- Fortalecimiento de actores de comunicación comunitarios a través del apoyo a la creación y fortalecimiento de radios comunitarias, canales comunitarios de televisión y otros medios, para la ampliación de los circuitos de circulación de imaginarios y la creación de espacios de negociación y control social de lo público.
- Capacitación de comunicadores populares en el dominio de técnicas y lenguajes audiovisuales, radiofónicos, escritos y otros medios alternativos.
- Acceso a nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

**5.2.4 Estrategia de comunicación.** Para este trabajo se concebirá a una Estrategia de Comunicaciones como el arte de trazar, proyectar o dirigir un asunto u operación, y la serie de acciones encaminadas hacia un fin. Está compuesta por prácticas e instrumentos de intercambio comunicacional dirigidos a mostrar una realidad nueva (informar), cuestionar y revisar lo previo (generar opinión), modificar prácticas y actitudes (tomar decisiones) y empoderar a la comunidad, para que una vez finalizada la intervención, los procesos comunicativos sean sostenibles al interior de la población objeto.

La estrategia de comunicación se estructura en torno a dos grandes lineamientos: El fortalecimiento de los procesos de promoción y comunicación internos – la promoción y difusión extensiva y externa.

Según la comunicadora social María Fernanda Ardila del Ministerio de comunicaciones una Estrategia de Comunicación es “El conjunto de procesos, procedimientos, acciones y recursos que ponemos en función de alcanzar unos objetivos y metas propuestas desde el punto de vista de la comunicación”.

Es decir que se acude “A la capacidad movilizadora que tiene la comunicación para incitar a la acción en diversas áreas y campos. Por ejemplo: La participación social y comunitaria, la vigilancia y control de recursos, la prevención de problemáticas sociales, la vinculación a los sistemas de salud, entre otros”<sup>6</sup>.

Por esto, normalmente las estrategias se piensan para aportar a la solución de problemas sentidos por las comunidades, o para prevenir otros probables (como en el caso de campañas de salud). Existen también estrategias de comunicación para la prevención y atención de desastres (gestión de riesgo), para proteger en medio ambiente, para promocionar productos y servicios, etcétera.

---

<sup>6</sup> ARDILA, María Fernanda. Comunicación para la movilización social. Dirección de Acceso y Desarrollo Social del Ministerio de Comunicaciones. Magdalena Medio y Oriente antioqueño. Medellín : Ministerio de Comunicaciones, 2003. p. 8.

De esta forma, si el desarrollo social se preocupa por mejorar la calidad de vida de las poblaciones más vulnerables, el uso de estrategias comunicativas es fundamental para atender efectivamente los problemas detectados. Una estrategia de comunicación convenientemente diseñada y aplicada, aumenta las posibilidades de éxito de un determinado programa o proyecto de desarrollo, en comparación con otro que no aproveche adecuadamente la comunicación.

Normalmente los procesos de manejo de información se restringen a las normas de estricto cumplimiento. No hay cultura del registro, procesamiento, sistematización y socialización de la información.

Según Rafael Alberto Pérez<sup>7</sup> las estrategias de comunicación constituyen un territorio de intervención pública en el que se solapan dos de los saberes más representativos de nuestro tiempo: el estratégico y el comunicativo. Sin embargo, pocos campos del conocimiento han llegado hasta nuestros días tan inexplorados.

Acaso una de las conclusiones más sugerentes, es que en ese maridaje entre comunicación y estrategia, la comunicación es la que más tiene que aportar. Pero para que ello ocurra la comunicación no puede seguir siendo utilizada como un factor instrumental al que se acude al final del proceso para “vender” la mercancía empresarial, política o cultural. Muy al contrario la comunicación ha de ser entendida como el factor constituyente, regulador y articulador de las propias organizaciones, de su identidad y de sus intercambios con el entorno.

Para Carlos Alberto Vélez Vanegas<sup>8</sup> una Estrategia de un plan de comunicación tiene las siguientes características:

1. El propósito de un plan de comunicación es ser coherente, eficaz y estratégico.
2. El plan debe comprender mensajes que den a conocer el modelo de desarrollo que se proponga, debe buscar la cooperación y compartir la información, y debe contar con el trabajo en red como metodología de acción común.
3. Los ejes comunicativos sobre los cuales reposa un plan son:
  - Legitimar la estrategia de desarrollo o de intervención. Hacer evidente la importancia de los programas, proyectos y acciones.

---

<sup>7</sup> Ibid. p. 10.

<sup>8</sup> VANEGAS, Carlos Alberto. Gerencia social y procesos de comunicación comunitaria. [en línea] 12 de junio de 1999. [citado 15 may., 2006]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-92.html>>. p. 72 – 209.

- Convencer al entorno y movilizar iniciativas.
- Facilitar la comunicación interinstitucional y evitar resistencias.
- Comunicar el programa de trabajo, ritmos y tiempos a la comunidad. Los flujos de información deben circular en función de los públicos a que se dirigen. Los medios y las técnicas deben seleccionarse con el mismo criterio. Todo plan de comunicación es el directorio de públicos y la selección de los mismos.

4. Un Gerente Social que trabaje con procesos de comunicación deberá tener en cuenta a sus destinatarios y el sentido de lo que implica comunicar. Esto quiere decir:

- No manipular, sino propiciar y facilitar.
- Orientar y potenciar los actos creadores individuales, grupales o nacionales. Ser ajeno al dogmatismo en un quehacer libre, abierto a la participación, y facilitar los consensos y los acuerdos.
- Fomentar el intercambio, la formación y la investigación-acción ofreciendo instrumentos para la socialización de la información y fomentando los canales de expresión.
- Acompañar los procesos de transformación social y cultural de una localidad o de una región.

#### **Pasos para llevar a cabo una estrategia de comunicación**

- Planeación
- Selección de canales y materiales
- Elaboración de materiales y pruebas preliminares
- Ejecución
- Movilización
- Evaluación de la efectividad
- Realimentación para definir la Estrategia

#### **Canales de transmisión de la estrategia:**

- Cara a cara, por ejemplo, el diálogo con vecinos, familiares, líderes de la comunidad.
- Transmisión en grupo, es decir, en el aula o en los lugares habituales de encuentro y diversión del público.

- Medios de comunicación masivos: radio, televisión, diarios, videos, canales comunitarios de TV.
- Medios electrónicos.
- Medios de comunicación alternativos, por ejemplo, altavoces, entrevistas grabadas, teatro, periódicos murales.
- Organizaciones comunitarias: grupos juveniles, grupos deportivos, artísticos y culturales.

Los investigadores consideran que es pertinente una creativa y adecuada combinación de estos canales para el exitoso desarrollo de la Estrategia.

**5.2.5 Desarrollo humano integral y sostenible (D.H.I.S.).** “El Desarrollo Humano Integral y Sostenible es un proceso general que permite conocer, planificar y transformar de manera organizada las necesidades de una comunidad, respetando el proyecto de vida de cada individuo con el sentir, ser, actuar y pensar de cada actor social”<sup>9</sup>, en el caso de este proyecto para el Corredor Oriental.

Esto se hace “integrando las dimensiones humanas presentadas en el Plan de Vida como son: social, cultural, política, económica y ambiental, que permitan el logro de objetivos y metas que satisfagan las necesidades actuales para generar proyectos de mayor alcance para el futuro y permitir la continuidad del proceso”<sup>10</sup>.

El Desarrollo humano Integral Sostenible es el proceso mediante el cual se ejecutan ideas y proyectos comunitarios que buscan mejorar la calidad de vida desde y para la gente, en sus diferentes dimensiones como son lo social, ambiental, político, económico, cultural; teniendo como eje central la educación aprovechando capacidades y recursos, permitiendo la perduración en el tiempo, asegurando y garantizando el desarrollo para futuras generaciones<sup>11</sup>.

Así el DHIS es la oportunidad, visión y objetivo de cambiar una realidad a favor del bienestar de una comunidad; dicha oportunidad se retroalimenta y articula integrando los aspectos fundamentales de la vida social: económico, político, ambiental, social, cultural, educativo, etc.; teniendo en cuenta una visión clara de

---

<sup>9</sup> FUNDACIÓN SOCIAL, Op cit., p 18.

<sup>10</sup> Ibid., p. 22.

<sup>11</sup> Ibid., p. 31.

los objetivos a lograr, sean a corto mediano y largo plazo, construido a partir de mecanismos y estrategias.

El Desarrollo humano Integral Sostenible es un proceso dinámico, participativo y consensual, tendiente a fortalecer todas las dimensiones en las que participa el ser humano, a través del uso racional de los recursos, pensando en las generaciones futuras asegurando el bienestar y la calidad de vida.

**5.2.6 Gestión para el desarrollo.** La gestión para el desarrollo va de la mano con la planeación participativa, así la gente debe incluirse desde el principio y de manera permanente en la construcción de un proyecto común. La gestión para el desarrollo promueve a la comunidad a la conquista de la participación en su propio desarrollo, haciéndola parte vital de la planeación.

El principal desafío que enfrentan los gobiernos y del sector solidario en general, desde los niveles regionales hasta los niveles nacionales, es el de saber cómo diseñar y aplicar sistemas de gestión capaces de fomentar y conciliar tres grandes objetivos que en teoría llevarían al desarrollo de una región: el crecimiento económico, la equidad (social, económica y ambiental) y la sustentabilidad ambiental.

Los obstáculos para diseñar este sistema, como lo afirma Axel Dourojeanni, se presentan en por lo menos tres aspectos: conceptual, teórico y práctico:

- **Aspectos conceptuales.** Los mayores obstáculos se encuentran en falta de consenso.
- **Aspectos teóricos.** Se encuentran en la falta de indicadores para medir el desarrollo.
- **Aspectos prácticos.** Permita que el ser humano, el actor principal, pueda tomar decisiones, con los siguientes fines:
  - Lograr el crecimiento económico, la equidad y la sustentabilidad ambiental en los ámbitos de gestión, como una forma de alcanzar el desarrollo en su comunidad.
  - Determinar qué intercambios debe haber entre estos tres objetivos en una determinada región y entre regiones.
  - Facilitar el conocimiento, por parte de los actores involucrados, del tipo de intercambios viables y de su valor.

- Determinar en qué momento se alcanza el equilibrio correspondiente al desarrollo sustentable que satisface a los actores de la región en desarrollo<sup>12</sup>.

Al superar estos obstáculos se puede pensar en materializar las acciones de la gestión para el desarrollo de una región.

**Proceso de materialización de acciones.** El proceso de materialización de acciones de la gestión para el desarrollo según la CEPAL<sup>13</sup> está integrado por 10 etapas que van desde la identificación de los actores hasta la ejecución de los programas. Esta secuencia se ilustra en el cuadro siguiente.

**Cuadro 1. Proceso de Materialización de Acciones**

	ETAPAS	DESCRIPCIÓN
1	Actores	Identificación de los participantes activos o pasivos en el proceso de gestión para el desarrollo sustentable y equitativo (actores). Tipología
2	Criterios	Determinación de los criterios, explícitos e implícitos que sustentan las posiciones de los actores involucrados en el proceso. Vigilancia.
3	Problemas	Determinación de los problemas de cada uno de los actores, en función de sus necesidades y aspiraciones. Establecimiento de prioridades.
4	Objetivos	Determinación directa o por inferencia de los problemas, las metas y los objetivos de cada uno de los actores. Jerarquización.
5	Ámbito compartido (abstracto)	Inventario, evaluación y diagnóstico físico y socioeconómico de los ámbitos territoriales y funcionales donde se pretende lograr los objetivos (pasado, presente, futuro). Análisis de la sustentabilidad ambiental
6	Restricciones	Identificación de las restricciones técnicas, políticas, económicas, financieras, de organización, funcionales, culturales, educacionales, comerciales y otras que obstaculicen el logro o impidan el logro de los objetivos. Jerarquización.
7	Soluciones	Generación de opciones de solución para superar las restricciones previamente identificadas y jerarquización de soluciones. Selección.
8	Estrategias	Diseño de estrategias para poner en práctica las soluciones, vía acciones de carácter discontinuo (proyectos de inversión) y continuo (servicios, sistemas de producción y otros).
9	Programas	Programación de las acciones (programas, proyectos, actividades y tareas) sobre la base de las soluciones y estrategias seleccionadas, ejecución de las actividades de control y seguimiento de los resultados obtenidos
10	Ámbito compartido (real)	Materialización de las acciones programadas en el ámbito. Control sistemático de los objetivos y sustentabilidad ambiental. Control ambiental.
(1.)	Reinicio del ciclo	Reiniciar el ciclo en niveles más detallados y precisos

Fuente: Axel Dourojeanni. CEPAL. 1989

<sup>12</sup> DOUROJEANNI, Axel. Procedimientos de Gestión para el desarrollo sustentable. División de recursos naturales e infraestructura. Santiago de Chile : CEPAL, 2000. p. 11.

<sup>13</sup> Ibid., p. 12.



■ **Determinación de los actores involucrados en el proceso de gestión.** Se define como actores a todas las personas que intervienen activa o pasivamente en los procesos de gestión o que contribuyen al proceso.

■ **Determinación de los criterios que rigen las acciones de los actores.** Esta determinación es fundamental para conocer cuál es la posición de los actores en el proceso de gestión y consiste en averiguar qué hipótesis, teorías, supuestos, creencias, opiniones, ideas, postulados, conceptos, premisas, conclusiones, enfoques, interpretaciones, principios o paradigmas tienen los participantes.

■ **Identificación de los problemas.** Problemas vinculados a las condiciones de vida y a la conservación de los recursos en el ámbito en estudio, tal como los expresan y perciben cada uno de los actores o grupos de actores participantes de los procesos de gestión. Hay que analizar las causas y los efectos de cada problema, clasificarlos y categorizarlos.

■ **Transformación de las demandas y los problemas detectados en objetivos.** Ésta es una tarea fundamental para convertir el conjunto de problemas identificados por los habitantes, usuarios y técnicos en diferentes formas y con diversos grados de precisión en objetivos jerarquizados lo más concretos que sea posible.

■ **Delimitación y clasificación de los ámbitos o territorios dentro de los cuales se pretende alcanzar los objetivos.** En el caso del medio ambiente son las áreas geográficas y funcionales en las que se enmarca el proceso de gestión. Dentro de estos ámbitos hay áreas menores que también deben delimitarse.

■ **Determinación de las restricciones que deben superarse para alcanzar los objetivos dentro de los ámbitos previamente delimitados.** Las restricciones son los obstáculos que se deben superar para solucionar los problemas identificados (expresados en términos de objetivos) y no los problemas en sí.


■ Las restricciones se pueden clasificar en técnicas y físicas; políticas y legales; económicas y financieras; institucionales y administrativas; sociales y culturales, y educacionales y científicas.


■ **Proposición de soluciones para superar las restricciones detectadas, con el fin de.** Lograr los objetivos propuestos dentro de los ámbitos delimitados. Las soluciones se seleccionan a partir de un conjunto de opciones posibles o se conciben específicamente de acuerdo con las restricciones, los ámbitos, los objetivos y las estrategias globales de acción.

Las soluciones pueden clasificarse, según su finalidad, en soluciones de carácter técnico o directo que dan resultados tangibles en términos productivos.

 **Determinación de estrategias.** Esta etapa consiste en:

- Determinar las estrategias que se aplicarán.
- Calcular cuidadosamente el beneficio y la contribución a la equidad de cada acción posible.
- Superar las restricciones más urgentes y de menor complejidad y costo.
- Armonizar los aportes de las diversas instituciones que tengan responsabilidades e intereses en el ámbito.
- Determinar la efectividad en función de los costos de la superación de cada restricción con los recursos y el tiempo disponibles.
- Conciliar los efectos deseados y no deseados de las acciones en términos políticos, sociales, ambientales, económicos y otros.
- Establecer el orden de prioridades de las acciones de superación de restricciones en el territorio de acuerdo con los beneficiarios potenciales.
- Concebir programas, proyectos, actividades y tareas, y agruparlos de acuerdo con las soluciones para facilitar su ejecución.

 **Formulación de programas, proyectos, actividades y tareas que permitan aplicar las estrategias seleccionadas y evaluarlas.** En esta penúltima etapa del proceso se conciben las actividades necesarias para aplicar las estrategias y se evalúan desde un punto de vista económico, social y ambiental.

 **Procedimiento.** La última etapa consiste en la ejecución de las actividades y su posterior monitoreo.

### **5.2.7 Planeación participativa.**

La planeación participativa es un proceso dirigido a organizaciones para resolver, transformar o propiciar una situación determinada. Este proceso está basado en la concertación de intereses entre diferentes sectores y/o actores sociales. Define medios acciones y establece mecanismos que contribuyan a reorientar los procesos hacia el logro de los objetivos propuestos<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> FEDERACIÓN COLOMBIANA DE MUNICIPIOS. "Planeación Participativa". Conceptos. [en línea]. Colombia 12 de mayo de 1998. [citado 15 jun., 2006]. Disponible en Internet: <URL:<http://fem/planeacionpar.html>>.

Después de la caracterización y análisis el siguiente paso a seguir es la Planeación, las primeras se centran en la formación de un conocimiento a cerca de la realidad como es, pero la planeación toma la situación actual como punto de partida para proyectar el proceso de toma de decisiones.

“La planeación participativa es un proceso flexible y dinámico de negociación en el cual sus beneficiarios tienen la posibilidad de intervenir ampliamente en las decisiones para solucionar los problemas priorizados.”<sup>15</sup> De acuerdo con esto a través de la planeación participativa, es que se construye conjuntamente una visión del futuro probable y deseable de la comunidad. La comunidad mediante esta aprende a pensar y a sentir por si misma, en función de la búsqueda de su propio bienestar y destino.

Se busca ajustar en forma dinámica los medios a los fines. Este elemento demuestra la necesidad de involucrar desde el comienzo del proceso de planeación, a la comunidad en la toma de decisiones.

Las decisiones tomadas en forma participativa reflejan las necesidades, vicios y valores de la comunidad, lo que significa que la selección de actividades a implementar se basa en criterios realistas, que las estrategias corresponden a las formas adecuadas de solucionar sus problemas claves, que se aprovechen las oportunidades y que haya un verdadero compromiso y sentido de responsabilidad de la población activa para su ejecución exitosa.

La planeación no debe ser más un estéril ejercicio retórico ni tampoco una acción estatista que sustituya a la sociedad e inhiba su creatividad. Debe permitir la atención eficaz de las prioridades que democráticamente se han propuesto. Se habla de un esfuerzo de previsión, de racionalidad, de orden, de coordinación y, sobre todo, de un gran trabajo de conciliación: entre los intereses de los individuos y los de la sociedad; entre las opiniones de los especialistas y las del ciudadano que sabe mejor cuáles son sus necesidades inmediatas; entre la experiencia y el sentido innovador; entre el pasado y el futuro.

La planeación participativa es una apuesta de construcción y gestión de la ciudad. Sus sentidos, como propuesta de la ciudadanía parten de entender que es un proceso de construcción social con características de continuidad y sostenibilidad, que busca la identificación la explicación y la orientación de las transformaciones producidas y también las pretendidas por la ciudad, las comunas y las zonas.

---

<sup>15</sup> COLOMBIA. MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Capacitación en Gestión para la Asistencia Técnica Municipal. Planeación participativa Fascículo 2. Bogotá : Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 1994. p. 23.

Contribuye a la reconstrucción de un imaginario distinto que considera las realidades específicas, con potencial para forjar nuevas alternativas. Si se concibe, la planeación participativa, como un consenso de varios actores en determinadas realidad y territorio, se convierte simultáneamente en un proceso de identificación y auto-identificación frente a otros externos y a la vez en relaciones que se vuelven factor de desarrollo, en la medida en que potencia lo conocido y lo no explorado para movilizarlo en función de los intereses comunitarios.


La formación de identidad es la aproximación a lo propio, a lo colectivo de las comunidades que mediante los procesos planificadores de su propio desarrollo, aplica la capacidad de iniciativa propia que incorpora imaginarios y sueños de futuro.


**5.2.8 Condiciones básicas para el desarrollo (CBD).** Las CBD son el componente del modelo de Desarrollo Integral Local que establece los resultados fundamentales que se pretenden, son los resultados mínimos fundamentales que se consideran posibles, necesarios y suficientes para desencadenar procesos de desarrollo local.

Los investigadores están de acuerdo con la Serie DIL 1<sup>16</sup> donde se destacan las condiciones básicas para el desarrollo que se componen de 5 ejes transversales de intervención:

- Investigación
- Comunicación
- Formación
- Organización
- Gestión

Y las condiciones son:

 **Construcción de lo público.** Se realiza a través de un proyecto colectivo de beneficio común. Apunta a fortalecer el ejercicio pleno de la ciudadanía, la conciencia de que lo público rebasa al Estado.

 **Fortalecimiento del capital social.** Se refiere al conjunto de reglas, normas, obligaciones, reciprocidad y confianza que están inmersos en las relaciones y estructuras sociales, así como en las disposiciones institucionales de las sociedades, que les permiten a sus miembros alcanzar sus objetivos tanto individuales como comunitarios.

---

<sup>16</sup> FUNDACIÓN SOCIAL, Op. cit., p. 24.

■ **Fortalecimiento del capital humano.** Consiste en el empoderamiento de los actores para su participación con iniciativa y poder en las dinámicas del desarrollo local, regional y nacional, lo cual incluye saberes, actitudes y capacidades.

■ **Fortalecimiento del capital institucional.** Se realiza para promover estabilidad y autonomía de los procesos incentivados con la intervención social. La autonomía es necesaria para que las otras condiciones se sostengan en el tiempo, una vez concluida la intervención.

### 5.3 MARCO CONCEPTUAL

Con el propósito de clarificar horizontes teóricos, que permitan avanzar en el proceso investigativo se asumen las siguientes definiciones:

**5.3.1 Comunicación.** Este término proviene de una raíz latina: communis que significa comunión, acto de compartir, de participar en. Es la utilización de un código específico para la transmisión de un mensaje o bien de una determinada experiencia en unidades semánticas con el objeto de permitir a los hombres relaciones entre sí. Es igualmente, el medio por el cual se ejerce influencia sobre las personas para conseguir nuestros deseos o impartir órdenes, y por lo tanto es prioritario que la misma sea efectiva.

La Comunicación satisface las siguientes necesidades básicas del ser humano: Informar o informarse, agruparse para conseguir metas comunes, y establecer relaciones interpersonales. Quienes se comunican, aspiran a conseguir la satisfacción de las necesidades que les impulsaron a comunicarse.

Existen dos tipos de comunicación que se tratarán en esta propuesta:

- **Comunicación Interna:** se configura como una manera de superar resistencias y así favorecer las relaciones humanas dentro de la empresa, para transmitir las nuevas situaciones que debe afrontar la Organización y posteriormente comprender y percibir la información de forma correcta.
- **Comunicación Externa:** es la óptima Comunicación con clientes, proveedores, accionistas y la sociedad en general.

**5.3.2 Información.** Proceso de envío de datos a receptores predispuestos para una decodificación, a diferencia de la comunicación, en la información no necesariamente hay diálogo. De la misma manera se entiende como un conjunto de mecanismos que le permiten a un sujeto retomar y reelaborar los datos del medio ambiente para estructurarlos de una manera específica con el objeto de que le sirvan como guía de acción.

**5.3.3 Medios de comunicación.** Son los canales que facilitan la emisión y recepción de los mensajes, los medios han evolucionado gracias a la tecnología, desde el tambor hasta los satelitales. Son el vehículo a través del cual se transportan el lenguaje y sus diferentes expresiones. Sin embargo, la comunicación no se debe subordinar al medio, que es quien la sirve.

**5.3.4 Estrategia de comunicación.** Una estrategia de comunicaciones es una forma de concebir el sentido y los usos de la comunicación, y una manera de planear actividades para alcanzar un fin predeterminado, bien sea liderando un proceso o apoyándolo desde dentro. Una estrategia dentro de su estructura admite la puesta en marcha de las distintas modalidades de la comunicación: el diálogo, la producción y difusión de información, la educación, la capacitación, la movilización, el fortalecimiento institucional, el cabildeo, entre otras. La estrategia es un concepto que abarca la preocupación por "qué hacer", es decir, busca que se implementen todos los medios necesarios para ponerla en práctica.

**5.3.5 DIL.** El Desarrollo Integral Local pretende hallar un gran consenso sobre las características mínimas que debe tener el desarrollo, las cuales son:

- Humano: centrado en las personas y teniendo como fin la ampliación de sus posibilidades de realización.
- Integral: incluye todos los aspectos requeridos para la realización plena (económicos, políticos, culturales y ambientales).
- Sostenible: responsable con el entorno y con las generaciones futuras, debe garantizar la reposición de todas las formas de capital (físico, social y medioambiental).
- Participativo: el desarrollo debe ser hecho por las personas y no solo para ellas. Todos tenemos derecho a participar con poder en las decisiones que conforman nuestras vidas.

**5.3.6 Participación.** Es la intervención directa o indirecta de una o de un grupo de personas en la búsqueda de ideas y alternativas, con el fin de alcanzar metas y objetivos en pro de la unión y el desarrollo de unos intereses comunes. Y al hablar de participación comunitaria se menciona como un proceso colectivo, mediante el cual un grupo de personas intervienen activamente en la planeación y ejecución de proyectos de desarrollo integral que los beneficien.

**5.3.7 Planeación Participativa.** Parte de que es posible construir el futuro y optar por soluciones creativas y humanas. Busca articular a actores sociales, políticos, comunitarios e Institucionales. Va más allá de la formulación y ejecución

de proyectos, pues se orienta hacia procesos de construcción social en donde la gestión se dimensiona como la posibilidad para hacer alianzas.

**5.3.8 Gestión.** Se entiende como la organización y manejo, asignación, coordinación, articulación y uso de una serie de recursos económicos, técnicos, normativos, políticos, naturales, organizativos y ante todo humanos; en forma tal que garanticen con eficiencia y eficacia ser satisfactores a las necesidades individuales y colectivas.

#### **5.4 MARCO INSTITUCIONAL**

La Fundación Social despliega su experiencia, conocimiento acumulado y su capacidad profesional, con recursos propios y de otros donantes, a través de los siguientes procesos y acciones:

- Político-organizativos
- Comunicación
- Gestión de recursos/Capacidad productiva
- Investigación Participativa
- Incidencia en políticas públicas
- Sistemas de Aprendizaje

Fue fundada en 1911 por el Padre José María Campoamor, sacerdote Jesuita español, la Fundación Social es, desde el punto de vista jurídico, una entidad civil, sin ánimo de lucro, de utilidad común, de carácter fundacional.

Su misión es: Trabajar por superar las causas estructurales de la pobreza para promover la construcción de una sociedad más justa, más humana y más próspera, todo ello con criterios cristianos y mediante la formación de personas que sean agentes de su propio desarrollo y del cambio social.

Los Proyectos Sociales Directos son el instrumento fundacional que trabaja directamente con los pobres en su vida cotidiana para que ellos desarrollen proyectos que les permitan superar la exclusión y construir una paz estable. Su labor se concreta en dos grandes líneas de Intervención: La promoción del Desarrollo Integral Local y la Construcción de la Paz y la Promoción de los Derechos Humanos. El trabajo directo de los proyectos sociales se potencia con un influjo paralelo en la opinión y la política pública. Los Proyectos Sociales Directos son el instrumento fundacional que trabaja directamente con los pobres en su vida cotidiana para que ellos desarrollen proyectos que les permitan superar la exclusión y construir una paz estable.

Y en La estrategia de Desarrollo Integral Local (DIL) la Fundación tiene como objetivo involucrar a los pobres de una localidad o región determinada en procesos de desarrollo humano integral y sostenible. Con base en una experiencia de intervención social de varias décadas han identificado cinco factores que consideran críticos para combatir la pobreza y lograr la inclusión de las comunidades, con iniciativa y poder, en los procesos de desarrollo, ellos son:

- La construcción de un sentido de lo público: Formulación de una visión de desarrollo compartida por los diversos actores (no sólo los pobres), su concreción en planes estratégicos y la gestión participativa de los proyectos.
- El fortalecimiento del capital social: Articulación de los actores organizados, elevando su confianza, su asociatividad y su capacidad de coger procesos.
- La formación de capacidades y competencias: Capacitación y cualificación de los gestores sociales, fomentando los conocimientos, habilidades y valores para el desarrollo y la paz y estimulando el acceso, la calidad y la pertinencia de la educación formal.
- La inserción en los mercados: estímulo a la actividad productiva y mejoramiento de las condiciones para el empleo de las personas.
- Fortalecimiento Institucional: Promoción de las normas, políticas e instituciones que le den continuidad y autonomía a los procesos impulsados con nuestro modelo.

La Fundación Social trabaja por lograr la inclusión de los más pobres en el desarrollo y la construcción de una paz estable.



## **6. METODOLOGÍA**

### **6.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO**

La aproximación a la investigación se la realiza desde el enfoque cualitativo ya que se requiere promover los procesos participativos en la Planeación desde la comunicación social y comprender los sentidos y significados de los actores que participan en el proceso.

El enfoque cualitativo ha ido ganando espacio, con el reconocimiento de la importancia que tiene para la ciencia que los acontecimientos, las acciones, las normas, los valores, etc. sean vistos desde la perspectiva de los individuos que están siendo estudiados; lo cual implica penetrar los contextos de significados con los cuales estos individuos operan.

El énfasis es puesto en la necesidad de interpretar qué está pasando, para entender la sociedad como un todo, y el significado que tiene para sus participantes.

El método cualitativo, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

En este tipo de investigación se debe hablar de entendimiento en profundidad en lugar de exactitud: se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible.

La investigación cualitativa es inductiva. Tiene una perspectiva holística, esto es que considera el fenómeno como un todo. Se trata de estudios en pequeña escala que solo se representan a sí mismos. Hace énfasis en la validez de las investigaciones a través de la proximidad a la realidad empírica que brinda esta metodología.

No tiene reglas de procedimiento. El método de recogida de datos no se especifica previamente. Las variables no quedan definidas operativamente, ni suelen ser susceptibles de medición.

La base está en la intuición. La investigación es de naturaleza flexible, evolucionaría y recursiva. En general no permite un análisis estadístico. Se pueden incorporar hallazgos que no se habían previsto. Los investigadores cualitativos participan en la investigación a través de la interacción con los sujetos que estudian, es el instrumento de medida. Analizan y comprenden a los sujetos y

fenómenos desde la perspectiva de los dos últimos; debe eliminar o apartar sus prejuicios y creencias.

## **6.2 PROCESO METODOLÓGICO**

La investigación se desarrollará en cinco fases las cuales se definen a continuación:

**6.2.1 Primera fase: revisión de la información teórica.** En esta primera fase se revisaron los documentos objeto de estudio, documentos que permitieron la comprensión de la importancia de desarrollar el Plan de Vida. Esto fue de gran utilidad para enriquecer la investigación teórica, como también un punto de partida para realizar el proceso y facilitó el diseño de la Estrategia de Comunicación.

Se revisó documentación a cerca de:

- Todos los campos de la comunicación, tales como medios masivos, comunicación para el desarrollo y Estrategias de Comunicación, así como también Estrategias de Comunicación implementadas en otras organizaciones y sectores.
- Sobre: desarrollo, participación, enfoques de planeación y gestión para el desarrollo.
- A nivel metodológico se revisó la investigación cualitativa y cuantitativa para identificar el enfoque en el que se basaría esta investigación.
- Datos del proceso participativo de construcción de Plan de Vida para identificar la información a difundir.

**6.2.2 Segunda fase: diseño del proceso metodológico.** Una vez que se conoció la documentación teórica de los diferentes temas a tratar se diseñaron los instrumentos entre los cuales están una encuesta, dirigida a los habitantes del Corredor Oriental con el fin de obtener información a cerca de los medios de comunicación más utilizados entre los habitantes de esta región y otros datos necesarios. Además la implementación de talleres con respecto a la participación y la comunicación.

**6.2.3 Tercera fase: trabajo de campo.** En esta fase del proceso se implementaron los instrumentos diseñados con anterioridad, como la encuesta aplicada a habitantes del Corredor Oriental, para conocer datos estratégicos y organizarlos de una manera adecuada.

Se ofrecieron, también dos talleres a la red de comunicadores de esta región, para fortalecer la difusión del Plan de Vida.

En síntesis se recuperó toda la información secundaria del proyecto, es decir la información obtenida a través de estas técnicas utilizadas para su implementación. Todo esto fue de gran utilidad para el posterior análisis e interpretación.

**6.2.4 Cuarta fase: análisis e interpretación de la información.** Una vez recolectada y organizada la información suministrada por los instrumentos aplicados en el trabajo de campo se analizó su contenido para de esta manera reconocer los factores, de interés para la investigación, que predominan en la comunidad del Corredor Oriental.

Se logró de esta manera entrar al análisis de las necesidades comunicacionales de la comunidad, conocer la población con la cual se trabajaría y establecer patrones de comunicación que nos permitieron realizar un adecuado diseño de la Estrategia de Comunicación.

Con lo anterior y con la posterior integración de actores estratégicos para la difusión e implementación de los procesos se logró Diseñar una Estrategia de Comunicación adecuada a las necesidades de la población.

**6.2.5 Quinta fase: implementación.** Finalmente se implementó la Estrategia de Comunicación de acuerdo con el diseño y teniendo en cuenta factores tan importantes como las necesidades y aportes de una comunidad que quiso expresar tanto al interior como al exterior de ella misma sus deseos de un Desarrollo Humano e Integral.

### **6.3 PROCESO PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

El primer paso para realizar la Estrategia de Comunicación es conocer las necesidades comunicativas para el Corredor Oriental para lo cual en un taller realizado por la Fundación Social con líderes comunitarios e institucionales de esta comunidad se aplicó una encuesta para, de esta manera, poder diseñar y posteriormente implementar una adecuada Estrategia de Comunicación para el desarrollo participativo del Plan de Vida.

En esta oportunidad las personas encuestadas mostraron mucho interés por aportar los conocimientos regionales que poseen.

Después de analizar el contenido de las encuestas realizadas se acordó junto con un grupo del sector interesado en fortalecer este proceso, cuáles medios de comunicación se utilizarían para el éxito del proyecto.

En primer lugar se concertó una reunión con este grupo para diseñar con lápiz y papel el logotipo que representaría el proceso; con aportes de ellos y con el análisis de preguntas de la encuesta referentes a este punto, se decidió que debía

demostrar la unión de una comunidad y su color característico, en representación al campo que los rodea, sería el verde, así que el logo diseñado se trata de un grupo tomado de las manos formando un círculo.

En esta misma reunión retomando las palabras más comunes de las frases que la comunidad encuestada proporcionó y lo que desean transmitir, tanto al interior como al exterior de la zona, se eligió el eslogan: “Juntos por nuestro Plan de Vida del Corredor Oriental”. Simbolizando, al igual que con el logotipo, la unión de un pueblo con deseos de un desarrollo integral.

Se observó la necesidad de realizar un plegable informativo, para otorgar explicación a cerca del proceso de acompañamiento que la Fundación Social pretende realizar y se distribuyó, con la ayuda de los líderes comunitarios e institucionales al resto de la población.

El primer evento para dar a conocer el Plan de Vida fue una minga, donde se pretendió que la gente asistiera de manera masiva y que se entere de lo que se desea construir de manera participativa. La estrategia comunicativa que se adoptó para esto fue diseñar un afiche con la información a cerca de la fecha de la minga y una invitación a todos los actores involucrados.

Fue una buena estrategia porque participaron diversos actores con expresiones artísticas y culturales de su entorno, tales como danzas, cantos, grupos musicales. Se logró, con esta minga, el aporte de una comunidad por hacer que el proyecto funcione.

En este mismo espacio, el grupo comunitario interesado en apoyar el proceso de comunicación realizó un video a partir de las intervenciones culturales de los niños, jóvenes, adultos y ancianos que con su empeño lograron el éxito de esta minga con una asistencia de 4300 personas de las diferentes localidades.

A partir de este evento se realizaron informes de prensa en el periódico nariñense: ‘Diario del Sur’, de esta manera se dio a conocer el proceso que se estaba siguiendo en esta región tanto a nivel local como al resto del departamento, con lo cual, como expresaron habitantes de Corredor Oriental, se sintieron muy satisfechos con el inicio de una construcción participativa, importante para su vida y la de sus futuras generaciones.

Los investigadores realizaron talleres y en ellos se capacitó un grupo poblacional en técnicas básicas de redacción y producción de mensajes y lo más importante, durante su implementación se logró conformar, una red de comunicadores comunitarios quienes están comprometidos con la sostenibilidad de los procesos de comunicación para lograr el desarrollo humano integral de su región. Con la colaboración de ellos se pudo diseñar y redactar el primer número del periódico

“Expresiones de mi gente del Corredor Oriental” y fue distribuido entre los habitantes.

La segunda fase del Plan de Vida fue la Construcción de visión, en ella se pretendía que la comunidad se sienta identificada con su región, su cultura, sus costumbres y construyan una visión de su futuro.

Para lograr este propósito la Fundación Social realizó un taller, con líderes comunitarios e institucionales para construir una comunicación más cercana, más respetuosa con la diferencia y dispuesta a abrir novedosos espacios de encuentro para el desarrollo y el diálogo. En ella se realizó un registro fotográfico que fue publicado en la siguiente minga.

En este momento del proceso la gente del sector deseaba que su proyecto sea conocido por los habitantes que aún no habían participado y además pretendían el apoyo por parte de organismos exteriores a su zona, por lo cual se realizó una agenda de medios, en la que se hicieron visitas con algunos líderes regionales a diferentes emisoras, ellos proporcionaron información a cerca de lo que se quiere lograr e invitaron a la siguiente minga.

Para este mismo propósito hubo publicaciones en el diario local, boletines de prensa, se difundió una cuña radial. También se diseñó un afiche invitando a la segunda minga, con la fecha a realizarse. Aquí se muestra personas unidas y una región con diversidad ambiental, lo cual fue uno de los deseos expresados en la encuesta.

Uno de los medios de comunicación más utilizados en este sector de Pasto para difundir información local es el perifoneo, motivo por el cual se lo utilizó para convocar a participar en la minga.

Durante la difusión de esta información fue posible hablar con algunos actores sociales, quienes mostraron su interés para que la comunidad se entere del momento en el cual se encontraba el proceso, cuáles serían los pasos a seguir y de esta manera procurar involucrarse aún más con el mismo; por este motivo se diseñó también un plegable, en el cual se proporcionó la información necesaria de las fases, de la minga, de qué es un Plan de vida, para qué sirve y cuáles son los actores que pueden involucrarse.

El día de la minga realizada en el corregimiento de San Fernando, confluyeron 500 personas, las cuales con sus demostraciones artísticas se divirtieron y expresaron una vez más su unión. Durante el evento hubo una entrega de camisetas cuyo diseño es alusivo al Plan de Vida con lo que se pretendía incentivar a los participantes para que sigan con su gestión en el proceso.

También se presentó ante los asistentes el video institucional que ya había sido construido con anterioridad por los investigadores. Al verlo los asistentes mostraron gran alegría porque se vieron reflejados el él.

Para la tercera fase del Plan de Vida denominada “Planteamiento Estratégico”, la Fundación Social desarrolló talleres para construcción de un camino estratégico para alcanzar los sueños de futuro de la comunidad.


Además hubo un Encuentro Nacional de Planeación y Gestión Participación del Desarrollo Humano Integral y Sostenible, donde se compartieron experiencias con organizaciones de las ciudades de Bogotá, Medellín y el departamento de Putumayo.


Con el fin de convocar a la comunidad a este evento se distribuyó, en diferentes partes de la región, un afiche con la información necesaria para su asistencia y se diseñaron tarjetas de invitación entregadas a la población del Corredor Oriental.

Durante el encuentro a cada asistente se le asignó una escarapela y una carpeta con información a cerca de los temas a tratar. Además se registraron los sucesos de mayor importancia ocurridos en el transcurso mediante video y registro fotográfico.

Para esta fase del proceso también se realizó una agenda de medios, en las diferentes emisoras de la ciudad donde los líderes institucionales relataron los propósitos cumplidos y los que se desean cumplir con el fin de alcanzar un mayor desarrollo dentro de su comunidad.

## **6.4 INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

 **Fuentes primarias.** Para recolectar la información se utilizó un formato de encuestas dirigida a líderes comunitarios e institucionales, representantes de las instituciones educativas de las diferentes localidades, entrevistas y talleres.

 **Fuentes secundarias.** Se hizo la consulta y revisión de libros, páginas WEB, documentos propios de la Fundación Social y demás escritos relacionados con el tema propuesto.

**6.4.1 Encuesta.** Se diseñó una encuesta cuya interpretación conllevó al diseño y la implementación de la Estrategia de Comunicación.

Cada comunidad posee características diferentes en cuanto a sus aspectos económicos, sociales, culturales, etc., lo mismo sucede con la comunicación, en cada región los medios de comunicación que se utilizan para informarse son diversos, así como también los espacios en los cuales confluye la población con

mayor frecuencia, por lo cual es de gran importancia para la investigación conocer estos aspectos, para lograr un mayor impacto con la Estrategia.

De la misma manera es necesario lograr identificar qué factores les gustaría destacar de su región y cómo les gustaría proyectarlos por medio de la comunicación.


**6.4.2 Entrevistas.** Cada entrevista se trató de un hecho comunicativo que consistió, más que en algo formal, en un diálogo entablado entre el investigador y uno o dos habitantes del Corredor Oriental. La técnica empleada que posee intereses para las dos partes estuvo basada en una o más preguntas y respuestas y se acordó publicar el resultado.

Este instrumento fue aplicado a diferentes actores sociales en las cuales se tocaron temas tales como: los recursos que les gustaría mostrar, los medios de comunicación a emplear, la necesidad de un taller.

**6.4.3 Talleres de comunicación.** Se citaron habitantes del Corredor Oriental y se realizó un proceso de formación en comunicación comunitaria con 15 dirigentes de la región.

Se dictaron dos talleres con los cuales se logró:

- Conformar, en primera instancia, la Red de comunicadores comunitarios del Corredor Oriental.
- Invitar a la acción motivando a los participantes a involucrarse en el Plan de Vida y que a si mismo convoquen otros actores para desarrollarlo.
- Construir redes de sentidos de tal manera que los vinculados a este taller se sientan identificados con su región y contribuyan al desarrollo que se requiere.
- Capacitar a este grupo poblacional en técnicas básicas de redacción y producción de mensajes.

 **Aportes y desarrollo de los talleres.** El investigador en este proceso hizo las veces de facilitador, observador y entrevistador para cumplir con los objetivos previstos. Esto se realizó mediante circulación de narrativas, intercambios de puntos de vista y negociación de significados.

Estos talleres además contribuyeron para progresiva replica a sus comunidades. De la misma manera se abordó el tema de la comunicación para el desarrollo como posibilidad de construcción permanente y sostenible de sentidos.

Líderes de todas las edades, con intereses y aptitudes relacionadas con la comunicación, mediante la estrategia de aprender haciendo, se motivaron a contar sus tradiciones, mitos, cultura en general.

Como resultados de esta experiencia surgió el periódico '**Expresiones de mi gente del Corredor Oriental No 1**', igualmente el proceso fue la base fundamental para la



## 7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

### LAS VOCES DE LA GENTE Y LA COMUNICACIÓN

En este capítulo se realiza la identificación de los medios de comunicación que se utilizarán en el diseño y la implementación de la Estrategia de Comunicación y la información que la comunidad desea proyectar dentro y fuera de su región.

#### 7.1 CATEGORIZACIÓN GENERAL

**7.1.1 Información requerida para promover el plan de vida.** Los participantes del proceso investigativo manifiestan que la información que se debe promover debe estar dirigida principalmente al interior de su comunidad y en las Instituciones educativas de su corregimiento o comuna y que se destaquen los elementos culturales que los distinguen. Tal como lo afirma Isabel Botina, líder del corregimiento La Laguna: “Nos gustaría que cuando se informe sobre el Corredor Oriental se hable a cerca de nuestras propias formas de narrar el pasado, contar el presente y proyectar positivamente el futuro”<sup>\*</sup>.

Florencio Jojoa, habitante del corregimiento de Mocondino dice: “Los recursos naturales, la participación comunitaria y la educación son aspectos que se debe tener en cuenta para difundir el proceso y debe ser contado por nosotros mismos”<sup>\*\*</sup>.

**7.1.2. Medios de comunicación.** Los medios de comunicación por los cuales les gustaría que se diera a conocer el Plan de Vida son en su orden: radio, folletos, televisión y prensa.

Sin embargo algunos integrantes de la Red de Comunicadores del Corredor Oriental, como Orlando Jojoa aseguran que “los medios de divulgación con que cuenta la comunidad son principalmente: el perifoneo, las carteleras y la radio, seguidos por los altavoces de las iglesias”<sup>\*\*\*</sup>.

---

\* ENTREVISTA CON Isabel Botina. Líder del corregimiento de La Laguna. Pasto, 23 de julio, 2006.

\*\* ENTREVISTA CON Florencio Jojoa. Habitante del corregimiento de Mocondino. Pasto, 23 de julio, 2006.

\*\*\* ENTREVISTA CON Orlando Jojoa. Integrante de Red de Comunicadores del Corredor Oriental. Pasto, 23 de julio, 2006.

**7.1.3 Espacios de comunicación.** En cuanto a los lugares que consideran apropiados para informarse a cerca de los acontecimientos que interesan a la población, expresan que las instituciones educativas, los salones comunales y las reuniones promovidas por las Juntas de Acción Comunal, constituyen la manera más directa de enterarse de los hechos que influyen en su entorno.

Clímaco Armero agrega que “las Parroquias, los Centros de Salud y los Hogares Comunitarios son también espacios utilizados para la comunicación”<sup>\*</sup>.

**7.1.4 Identidad visual del plan.** Para la construcción de la imagen y el slogan (frase que identifica) del Plan de Vida, se privilegian elementos que representan la unión y la participación comunitaria en medio de la naturaleza que los rodea.

Para ello la comunidad coincide en recomendar el empleo de símbolos como manos entrecruzadas acompañadas por el paisaje, por lo cual sugieren para la elaboración del logotipo los colores verde, azul y amarillo

Para la construcción del slogan priman palabras como: participación, construcción, sueños, compromiso, trabajo y unión.

**7.1.5 Promoción de la participación.** Manuel Villota y Juan Gabriel Jojoa recomendaron que “la realización de capacitaciones en temas como: comunicación para el desarrollo y técnicas de redacción”<sup>\*\*</sup>.

Se solicitó tener en cuenta fiestas patronales, actos religiosos, deportivos y folletos para difundir la información de interés para el desarrollo del Plan de Vida. Igualmente piden fortalecer los medios comunitarios de comunicación y facilitar el flujo de información hacia las veredas.

**7.1.6 Promoción del territorio.** Los habitantes desean constituirse en un ejemplo a seguir por otros sectores de la ciudad, en lo referente a construcción de procesos participativos y de desarrollo social.

Son conscientes de sus potencialidades en recursos naturales, fuentes hídricas, ecoturismo, paisajes y cualificación del talento humano y pretenden que esto se refleje durante la construcción del Plan de Vida.

---

<sup>\*</sup> ENTREVISTA CON Clímaco Armero. Líder del corregimiento de La Laguna. Pasto, 23 de julio, 2006.

<sup>\*\*</sup> ENTREVISTA CON Manuel Villota y Juan Gabriel Jojoa. Red de Comunicadores del Corredor Oriental. Pasto, 23 de julio, 2006.

En este sentido Marco Fidel Martínez asegura que “Nos encontramos en un territorio diverso, producto de migraciones y que ahora empieza a pensar en colectivo y en procura de un mismo sueño, el desarrollo” \*.

**7.1.7 Conformación de red de comunicadores.** Un grupo de habitantes del sector en investigación está muy interesado en colaborar con el proceso de comunicación y desean desarrollar la red de comunicadores del Corredor Oriental, para replicar la información.

Los asistentes a los talleres de comunicación se sienten comprometidos e identificados con la construcción del Plan de Vida. Además desean invitar a los habitantes de su región a participar en este proceso que están convencidos es en beneficio común.

---

\* ENTREVISTA CON Marco Fidel Martínez. Líder del Corredor Oriental. Pasto, 23 de julio, 2006.

## 8. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

### 8.1 MARCO GENERAL DE LA PROPUESTA

**8.1.1 Enfoque de la comunicación.** La estrategia de comunicación se aplicará, desde el concepto de estrategia como método, desde el concepto de comunicación como constructor de sentidos y desde el concepto de lo público como aquello que es común y de interés para todos.

Estas ideas simplificadas de los tres conceptos que componen la estrategia de comunicación posibilitan la división del proceso comunicativo que acompañará la formulación de los planes, para entender la funcionalidad de los productos y procesos comunicativos programados por cada fase.

El concepto de estrategia desde el enfoque metodológico permite entender el cómo se logrará el objetivo general del plan, en este caso, el cómo la comunicación estimulará la comprensión, la confianza y la participación.

**8.1.2 Campos de actuación de la comunicación.** Apropiación y activación de sentidos y prácticas comunicativas: conjunto de actividades que se combinan entre sí con el único fin de que las comunidades reconozcan y proyecten, tanto interna como externamente, símbolos de identidad del proceso de construcción de su Plan de Vida. Estos son expresados a través de medios gráficos, verbales, culturales, etc.

Los procesos, desde la teoría comunicativa, están enmarcados en el contexto de la comunicación corporativa y la comunicación informativa. La primera, hace referencia al manejo eficaz de las señales que se envían hacia la comunidad, señales que, inevitablemente, revierten sobre la imagen y condicionan los márgenes de credibilidad del proceso.

La segunda, busca garantizar que las comunidades se expresen frente a la sociedad y le comuniquen su relato, escenario comúnmente asociado a los medios de comunicación y de manera más específica al periodismo, en el que se juegan la veracidad, la transparencia, suficiencia y oportunidad de la información emitida hacia la sociedad y donde operan el manejo de medios y piezas comunicativas.

**8.1.3 Principios de la comunicación.** La orientación de los procesos comunicativos requiere de una postura filosófica que brinde soporte en valores para la promoción del desarrollo humano y social de los individuos que constituyen el público objetivo y el público productor de mensajes. Estos principios son:

- **La transparencia.** Los procesos de comunicación garantizarán el reflejo natural de las acciones que se desarrollen en cada una de las fases de la formulación de los Planes.
- **La coherencia.** La gestión de la comunicación ofrecerá una visión de correspondencia entre el decir y el actuar de los actores involucrados en los Planes Estratégicos.
- **La cohesión.** La estrategia de comunicación pública fomentará la unión entre los representantes de las organizaciones, el equipo técnico y la comunidad para que se refleje en la integración de voluntades para la formulación de los Planes Estratégicos.
- **La confianza.** Este valor es un componente esencial, en las relaciones que se establezcan entre representantes de las organizaciones que intervengan en nombre de la comunidad, en los Planes Estratégicos y los procesos de comunicación se nutrirán de él para fortalecer la interlocución con los actores sociales.

## 8.2 IMPORTANCIA DE LA ESTRATEGIA

La comunicación, como se ha abordado, genera una serie de relaciones, que atraviesan de manera transversal los diferentes espacios donde, como seres sociales, los conglomerados humanos, encuentran una visión compartida. Además la Estrategia de Comunicación:

- Contribuye a la generación de opinión pública, dado que en el escenario público confluyen y compiten diversos intereses particulares y el fin último del debate es la búsqueda del interés común a todos. De igual manera, los actores o fuerzas vivas de la localidad pueden obtener aquí un espacio que permita colectivizar sus marcos de comprensión y actuación de modo que otros puedan ser movilizados a favor del desarrollo de la zona.
- Es un espacio para el auto-reconocimiento de los actores, personajes y ciudadanos de las localidades, lo que permite ir encontrando cuáles son los elementos comunes que se comparten y a partir de los cuales se construye identidad del Corredor Oriental, y se consolida como un escenario para la convivencia pacífica y el desarrollo.
- Proporciona el ambiente necesario para la comprensión del propósito a conseguir y de la metodología a aplicar, según corresponda. Si un Plan de Vida pretende realizar un proceso de planeación participativa para promover el desarrollo del Corredor Oriental, buscando el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, los procesos y productos de comunicación, debe orientarse

estratégicamente para estimular la comprensión, la confianza sobre este proceso y la participación en él.

### **8.3 ESCENARIOS Y ACTORES**

Los grupos de públicos destinatarios de la estrategia de comunicación pública se clasifican en tres grandes niveles:

**8.3.1 Comunidad de la zona.** En este nivel se agrupa los habitantes de la zona conformado por grupos de familias, adultos mayores, adultos, jóvenes y niños, a quienes se llegará con productos de comunicación de difusión amplia, mensajes de índole informativo y persuasivo, con el fin de lograr en ellos una actitud favorable hacia actividades públicas.

**8.3.2 Organizaciones sociales.** En este nivel se incluye las organizaciones comunitarias de orden artístico, ambiental, cívico, político, de representatividad ciudadana, administradores y funcionarios públicos del municipio y medios masivos de información.

**8.3.3 Institucionalidad publico privada.** En este nivel incluye a las instituciones y empresas vinculadas con el Plan de Vida y que representan tanto la orientación del proceso como la vinculación a la dinámica institucional de la zona.

### **8.4 COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA**

Para el desarrollo de esta estrategia de comunicación, se han planteado los siguientes componentes que son de corte transversal a todo el proceso de formulación de los planes:

**8.4.1 Identidad visual.** Se compone del uso de la identidad gráfica de los planes en los diferentes escenarios y la generación de piezas de comunicación y publicitarias que fomentarán el uso de la imagen en impresos y elementos digitales, los pendones y los productos que se generen en este componente como:

- Logosímbolo.
- Concepto gráfico y publicitario.
- Aplicación en pendones, pasacalle, plegables.
- El diseño de la identidad visual permitirá el uso de estos productos en todas las fases, dándole permanencia al sentido integrador del Plan de Vida.

**8.4.2 Información pública.** Esta variable se compone de la gestión informativa dirigida a medios masivos y a los medios locales, con el fin de divulgar los avances del proceso e incluir en la agenda pública el proceso generado para la formulación de los Planes.

Esta variable contiene los siguientes productos:

- Agenda de Medios (Free Press): gestión de la información ante los medios de comunicación regional y local.
- Realización de boletín de prensa y productos informativos audiovisuales.
- Creación de una Red de comunicadores del Corredor Oriental para que apropien el proceso y lo incorporen a los medios locales, institucionales y comunitarios.

## 8.5 DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN POR FASES

### Cuadro 2. Fase I preparación

RESULTADOS	ACCIONES	PRODUCTOS
Se pretende que la comunidad del sector se sienta identificado con el logotipo y se involucre en su diseño.	A partir de la encuesta realizada y con la colaboración de habitantes se construirá un logotipo que simbolice el Plan de Vida	Logotipo
El eslogan va a caracterizar de manera escrita lo que para los habitantes del Corredor Oriental significa la construcción participativa de un Plan de Vida	Después de escoger palabras claves escogidas por la comunidad encuestada, se acordará una frase que identifique el proceso.	Eslogan
La asistencia de la comunidad a la minga que se realizará en esta fase de encuentro, es la principal función del Pendón	Se realizará el pendón junto con habitantes del Corredor Oriental y un diseñador grafico	Pendón
Será un plegable informativo, para que los habitantes se enteren del proceso que se está siguiendo para su desarrollo integral y sostenible.	Se recolectará en él, información concreta y de fácil entendimiento para la comunidad.	Plegable
Pretende atraer a la comunidad a involucrarse en la construcción del Plan de Vida.	Se colocará la idea central que se pretende dar a conocer del proceso.	Afiche
Se desea dar a conocer tanto interna como externamente del Corredor, la evolución del proyecto mediante diversos tipos de informes	Se realizarán reportes a cerca de los acontecimientos más significativos.	Informes de Prensa
La gente se sentirá más involucrada en el proceso, al verse reflejada en un video y tendrá un efecto externo a la comunidad.	Se realizarán videos con información a cerca de la minga para transmitir por canales regionales y nacionales.	Videos Comunitarios

Fuente: esta investigación

### Cuadro 3. Fase II construcción de visión

RESULTADOS	ACCIONES	PRODUCTOS
Otorgará información del Plan a la comunidad del Corredor Oriental y de todo Pasto y convocará a la minga planeada.	Se acompañará a habitantes del sector a emisoras locales para hablar a cerca del Plan.	Agenda de Medios
Seguirá promocionando el plan de vida y la asistencia a los eventos realizados.	Se escribirá a cerca de la zona y el impacto que causa la construcción participativa del Plan de Vida.	Publicaciones en Diario local
Generará Identificación de la población con su sector.	Se elaborará una cuña para luego ser difundida por emisoras de la ciudad de Pasto.	Cuña Radial
Identificación con el sector	Se construirán vídeos con la gente del lugar para transmisión para la televisión.	Vídeos
Informará de los acontecimientos de mayor interés de esta fase.	Se realizaran los boletines necesarios para informar sucesos de importancia dentro del proceso.	Boletines de prensa
Se pretende publicar las fotos para la identificación con su sector y el Plan de Vida	Se tomarán fotos en los eventos tales como la minga, talleres, reuniones.	Registro Fotográfico
Convocará a la comunidad a la minga que ayudará a la construcción de visión a cerca del plan.	Se diseñará con información a cerca de la minga y colocará en sitios estratégicos para su mayor visibilidad.	Pasacalles
Su fin es crear lazos de unión entre comunidad reuniéndola en la minga.	Con información concreta a cerca del significado de construcción de visión.	Afiche
Informará a la gente el momento en el cual se encuentra el proceso.	Con información detallada de la fase y convocando a la minga	Plegable
Ya que es el medio más usado en la región se pretende convocar mayor cantidad de gente.	Con información a cerca de la minga	Perifoneo

Fuente esta investigación

### Cuadro 4. Fase III planteamiento estratégico


RESULTADOS	ACCIONES	PRODUCTOS
Se pretende proporcionar información de esta nueva fase e información de la estrategia a seguir	Con información a cerca del Desarrollo Humano Integral y Sostenible	Carpeta
Convocará a la mayor cantidad de comunidad posible a la minga	Se diseñará con información a cerca de la minga a realizarse	Afiche
Ayudará en el proceso de construcción de sentidos entre los habitantes.	Registrar los eventos realizados en esta fase	Video(s)
Dará a conocer el desarrollo del proyecto.	Realizar entrevistas a habitantes de la comunidad en emisoras locales.	Agenda de Medios
Publicarlos para que la gente no pierda interés en el proceso y continúe colaborando.	Dentro de los eventos tales como minga, talleres.	Registro fotográfico

Fuente: esta investigación



## 8.6 SEGUIMIENTO – EVALUACIÓN

Cuando se piensa en realizar colectiva y participativamente un proyecto político al interior de nuestras comunidades, los medios de comunicación adquieren una dimensión estratégica en la construcción de la democracia, a partir de la configuración de espacios que permitan la deliberación pública. Para esto, la comunicación debe buscar que las personas puedan acceder a la información pública con el fin de tener los elementos necesarios para deliberar, concertar y diseñar su Plan de Vida.

 **Procesos de discusión y concertación.** Todos los espacios requieren del proceso de comunicación para motivar el encuentro voluntario para escuchar y opinar sobre los documentos y propuestas que se realicen durante las diferentes fases de construcción del Plan de Vida. Los eventos, talleres, foros y reuniones se constituyen en espacios de comunicación de doble vía, en los que el intercambio de información de manera personalizada y directa, consolidan las relaciones, generan confianza y motivan la convocatoria a próximos encuentros de socialización.

En este componente se trabajarán los siguientes procesos:

- Diseño y realización de talleres.
- Organización y realización de foros abiertos.
- Orientación de los componentes comunicativos en las actividades de los planes.

## **9. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

### **9.1 PLAN DE VIDA**

Es un proceso general que nos permite conocer, planificar y transformar de manera organizada las necesidades de una comunidad, respetando el proyecto de vida de cada individuo con el sentir, ser, actuar y pensar de cada actor social del Corredor Oriental; integrando las dimensiones humanas presentadas en el plan de vida como son: social, cultural, política, económica y ambiental, que permitan el logro de objetivos y metas que satisfagan las necesidades actuales para generar proyectos de mayor alcance para el futuro y permitir la continuidad del proceso.

**9.1.1 Quiénes participan en el plan de vida.** Los participantes del Plan de Vida son: Las Juntas de acción comunal, Instituciones Educativas, Representantes de Organizaciones Sociales, Juntas de Acueductos Comunitarios, Ediles, Corregidores, niños, jóvenes, mujeres, adultos mayores, estudiantes universitarios, comités parroquiales, comunidad.

**9.1.2 ¿Para qué un plan de vida?** Para construir a partir de pactos y concertaciones de los diferentes intereses de los actores sociales que inciden sobre el desarrollo de un territorio, destacándose la participación como elemento fundamental. Es por esto que se busca motivar a los actores que inciden sobre el desarrollo del territorio para que participen en la construcción colectiva de su futuro y se formule de manera participativa su PLAN ESTRATEGICO.

- Para aprovechar las potencialidades y enfrentar juntos los retos comunes de las localidades que integran al Corredor Oriental.
- Para pensar en el desarrollo en forma estratégica y articular los actores.
- Para dinamizar la Planeación participativa como ejercicio de la democracia y la convivencia.

**9.1.3 Principios Orientadores del Plan de Vida.** Reconocimiento de los saberes, integración, apropiación y sentido de pertenencia, autogestión y generación de compromiso, rescate y ejercicio de valores, participación, adecuado y concertado manejo de conflictos, todo gira en torno a la educación y capacitación de las comunidades, mecanismos de control, articulación de las regiones.

## 9.2 FASES DEL PLAN DE VIDA

El Plan de Vida está conformado por cinco fases después de las cuales se logrará cumplir con el objetivo final del mismo. Estas fases son

- Preparación
- Construcción de Visión
- Planteamiento Estratégico
- Programas y Proyectos
- Gestión del Plan

La siguiente gráfica muestra cómo se llevará a cabo el proceso:

Figura 2. Fases del Plan de vida



Fuente: Fundación social

### 9.2.1 Primera fase: Preparación

**Figura 3. Primera Minga por la vida y la cultura Colectivo de adultos mayores, Corregimiento de La Laguna, 23 de Julio de 2006**



Fuente: esta investigación

En esta fase se construyeron las etapas del proceso de formulación del plan; se acordó que se realizarían Mingas denominadas “Mingas por la vida y la cultura”.

Se realizaron actividades de preparación de la primera minga donde se difundió en 7 localidades el propósito y se motivó a la comunidad para que participaran a través de la cultura y el deporte.

Se hicieron reuniones con los coordinadores de las diferentes localidades para la generación de un balance de la primera minga y un taller de preparación de la segunda fase.

Se llevó a cabo la Primera Minga de encuentro donde se reconocieron los actores de las diferentes localidades en medio de expresiones artísticas y culturales de su

entorno, hecho que permitió que empezaran a sentirse identificados con la planeación y construcción de anhelos comunes. 4300 personas dieron fe del éxito del naciente proceso.

Como eje transversal al proceso de construcción del Plan de Vida del Corredor Oriental de Pasto, la comunicación es vista como una herramienta que promueve la participación de todos los actores involucrados.

La comunicación ayudó a asumir el desarrollo promoviendo mutuos conocimientos, construcción de campos simbólicos propios y gestando sentimientos de pertenencia e identidad local. De esta forma se produjo confianza propiciando una crítica constructiva, se dieron a conocer proyectos existentes y así fluyó la participación como medio para crecer en medio de la integración. Así mismo se demostró que es clara la urgencia de buscar mecanismos de expresión por parte de nuestras comunidades para dar rienda suelta a la creatividad y dar así respuesta a sus problemas cotidianos.

#### ◆ Instrumentos

**Figura 4. Desarrollo Taller de comunicación Colectivo de comunicaciones del Corredor Oriental, Fundación Social, 2006**



Fuente: esta investigación

**Figura 5. Taller de comunicación Alejandra Ruano, Colectivo de comunicaciones del Corredor Oriental, Fundación Social, 2006**



Fuente: esta investigación

Para comenzar en esta primera fase de Preparación se diseñó y aplicó una encuesta a una muestra poblacional de las diferentes localidades del Corredor Oriental con el fin de obtener información que permita implementar una Estrategia de Comunicación pertinente y que sea apropiada por sus habitantes. Este instrumento permitió encontrar a personas de todas las edades con facilidades y aptitudes para la comunicación, quienes fueron la semilla para conformar la red de comunicadores.

Este colectivo participó en los talleres de Comunicación para el Desarrollo en los cuales se los capacitó en técnicas básicas de redacción, géneros periodísticos, periodismo comunitario. De estos encuentros donde se aprende haciendo, surgieron textos y fotografías que permitieron el nacimiento de "Expresiones de mi gente del Corredor Oriental", periódico bimensual elaborado por los asistentes a estos espacios de capacitación.

#### ◆ **Piezas comunicativas de la Fase de Preparación:**

○ **Logotipo.** Después de analizar la encuesta realizada y asumiendo que el logotipo es una imagen que, en este caso, muestra el trabajo de mucha gente para lograr unos objetivos, se trabajó con habitantes del Corredor Oriental para realizar el diseño del logotipo a utilizar como representación del Plan de Vida de esta comunidad.

El empleo del “Sol de los Pastos” nos recuerda al ancestro indígena del que se enorgullece la comunidad. El sol está formado por cuatro figuras que representan a las personas, como base fundamental de los proyectos a desarrollar. El color verde distingue a las regiones en su mayoría agrícolas.

■ **Eslogan.** Hace referencia a una frase de fácil recordación que acompaña al logotipo y surgió de la misma gente. El eslogan que se construyó participativamente es: “Juntos por nuestro Plan de Vida del Corredor Oriental”.

■ **Pendones.** Se trata de una banderilla más larga que ancha usada para proporcionar una información cualquiera. Los pendones se diseñaron siguiendo la ruta metodológica del proceso de Planeación y Gestión Participativa del Desarrollo Humano Integral Sostenible.

■ **Plegable.** Es un pequeño documento para ser entregado a la población, generalmente doblado en tres partes. Su texto e imágenes deben caber dentro de un espacio preciso. El que se diseñó en este caso es informativo a cerca del Plan de Vida del Corredor Oriental.

■ **Afiche.** El afiche es un recurso de comunicación compuesto por un pliego de papel que comunica de un modo muy claro y directo una idea central o un mensaje único que busca agradar, al sugerir más de lo que dice, busca convencer o seducir explícitamente. Fue implementado para la Primera Minga realizada.

■ **Publicación en diario local.** Esta publicación se realizó con los resultados del taller de comunicación realizado a la comunidad.

■ **Videos comunitarios.** Hace referencia a un proceso de registro de imagen y sonido electromagnético mostrando componentes de la comunidad que ella misma desea resaltar. Los vídeos fueron realizados con el grupo de comunicación existente en el Corredor Oriental.

Figura 6. Afiche No. 1 Invitación a la minga por la vida y la cultura



Fuente: esta investigación



Figura 7. Plegable Informativo No. 1 (Parte Exterior)

**ANTECEDENTES DEL PLAN DE VIDA DEL DESARROLLO DEL CORREDOR ORIENTAL**

El Corredor Oriental del municipio de Pasto, se encuentra conformado por los corregimientos de Buesaquillo, Cabrera, La Laguna y Mocondino, en el sector rural y la Comuna 3, en el sector urbano.

La Administración Municipal, apoya el proceso de planeación participativa.

Las organizaciones sociales y los dirigentes han venido desarrollando acciones formativas para la participación comunitaria en la gestión municipal que implica el fortalecimiento de los procesos organizativos.

Las Entidades e Instituciones Educativas se han vinculado de manera participativa en el proceso.

**CÓMO SE CONSTRUYE EL PLAN**

A través de encuentros que se han denominado **"MINGAS POR LA VIDA Y LA CULTURA"** Donde participan todos los Actores sociales.

Se realizarán en diferentes fases:

- Minga por la Vida y la Cultura **ENCUENTRO**
- Minga por la Vida y la Cultura **CONSTRUYENDO SUEÑOS**
- Minga por la Vida y la Cultura **PUNTOS DE ENCUENTRO (Proyectos)**
- Minga por la Vida y la Cultura **GESTIÓN PARA EL DESARROLLO**

**DESARROLLO INTEGRAL LOCAL**

**CORREDOR ORIENTAL DE PASTO**

Un espacio para la **Formulación Participativa del PLAN DE VIDA del Corredor Oriental**

Cabrera, Buesaquillo, Mocondino La Laguna y Comuna 3.

REPUBLICA DE COLOMBIA  
ALCALDIA MUNICIPAL DE PASTO

FUNDACION SOCIAL PROYECTO EDUCACIONAL

COYORCIO Red de desarrollo local y planeación pertinente

Fuente: esta investigación

Figura 8. Plegable Informativo No. 1. (Parte Interior)

**¿QUÉ ES UN PLAN DE VIDA DE DESARROLLO?**

Es un proceso de reflexión colectiva sobre las potencialidades y retos de un territorio, para construir participativamente una visión de futuro compartida que oriente e impulse transformaciones y contribuya a articular los diferentes actores para construir desarrollo y mejorar la convivencia comunitaria y la calidad de vida de los pobladores.

El plan estratégico se traduce en proyectos claves para el desarrollo armónico, articulado a las dinámicas del municipio y de la región.

**¿QUIENES PARTICIPAN EN LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE VIDA DEL DESARROLLO DEL CORREDOR ORIENTAL?**

- Alcaldía Municipal
- Corregidores
- Entidades
- Instituciones Educativas
- Instituciones Sociales
- Organizaciones Sociales
- Grupos Asociativos
- Juntas Administradoras Locales
- Juntas de Acción Comunal
- Iglesias
- Universidades
- Juntas Administradoras Locales
- Organizaciones Culturales y Ambientales
- Empresas
- Mujeres
- Jóvenes
- Niñas y Niños
- Líderes Comunitarios

**¿PARA QUE SIRVE EL PLAN DE VIDA?**

- Para aprovechar las potencialidades y enfrentar juntos los retos comunes a las 5 localidades del Corredor Oriental
- Para pensar en el desarrollo en forma estratégica y articular los actores.
- Para dinamizar la planeación participativa, como ejercicio de la democracia y la convivencia.
- Para canalizar y optimizar los recursos públicos y privados.

Entendemos el desarrollo como un proceso continuo, sistemático, participativo y sostenible que contribuya al mejoramiento de las condiciones sociales, económicas, culturales, políticas y ambientales, en el marco del Desarrollo Humano, Integral y Sostenible - DIHS-

Fuente: esta investigación

**Figura 9. Publicación en Diario Local**



Fuente: GONZALEZ, Edgar. Corredor oriental, si tiene quien le escriba. En : Diario del Sur San Juan de Pasto (2 ago., 2006); p. 8A.

### 9.2.2 Segunda Fase: Construcción de visión

**Figura 10. Construcción de visión habitantes corregimiento de Mocondino, Colegio Cristo Rey, San Fernando, julio 2006**



Fuente: esta investigación

Esta fase se organizó con el fin de compartir la Visión del Plan que se construyó en los encuentros corregimientales y comunal.

Continuando con el propósito de construir una comunicación más cercana, más respetuosa con la diferencia y que abra novedosos espacios de encuentro para el desarrollo y el diálogo de saberes, se realizó un taller de formación donde los dinamizadores se apropiaron de la metodología para luego replicarla en las diferentes localidades.

Cada localidad presentó sus avances, según agenda construida previamente para la minga. Esta fue denominada “Minga Construcción de Sueños”, y tuvo lugar en la Institución educativa Cristo Rey de San Fernando, espacio donde se congregaron 500 personas.

Esta actividad fue seguida de una serie de talleres en cada comuna y corregimiento que estuvieron centrados en la construcción de una visión de futuro.

**Figura 11. Minga construcción de sueños niños del Corredor Oriental, Colegio Cristo Rey, San Fernando, julio 2006**



Fuente: esta investigación.

- **Piezas comunicativas de la fase construcción de visión:**

📺 **Agenda de medios.** Consistió en la realización de visitas con líderes e instituciones del Corredor Oriental a las emisoras locales de Pasto: Radio Viva, Ondas del Mayo, Ecos de Pasto, RCN, Caracol. El objetivo fue informar a cerca del Plan de Vida y de la Minga “Construyendo Sueños”.

📰 **Publicaciones en el diario local.** Se realizaron siete publicaciones en el Diario del Sur, periódico local, alusivas a la Minga Construcción de Sueños, tanto invitando a asistir a este evento como el desarrollo del mismo, al proceso de construcción participativa del Plan de Vida y convocando a otras poblaciones a vincularse en él.

📻 **Cuña radial.** Es un espacio publicitario breve que se incluye en un programa de radio. Primero se realizó la cuña radial promocional de la minga y posteriormente se difundió en Radio Sucesos y en Misión Nariño de RCN, la misma cuña se replicó en las emisoras comunitarias del Corredor Oriental.

📺 **Videos comunitarios.** Se realizó el video “Los sueños de mi gente del Corredor Oriental de Pasto”, el cual motivó aún más a los diferentes actores que durante la Minga vieron reflejado en este producto su pensamiento, testimonio y visión de futuro del proceso. Gracias a una alianza estratégica con la Gobernación de Nariño, este video se emitió a través de Señal Colombia Institucional, Telepacífico y Telepasto, en el programa periodístico “Nariño Territorio de Encuentros”.

📰 **Boletín de prensa.** Es una nota profesionalmente redactada y concisa. Su extensión no debe ser mayor a una hoja que describe una noticia. Se diseñaron dos boletines de prensa: uno anterior (promocional) a la Minga Construyendo sueños y uno posterior a esta (difusión de resultados).

📷 **Registro fotográfico.** La fotografía es la técnica de grabar imágenes fijas sobre una superficie de material sensible a la luz. La imagen es el medio más idóneo para llegar a la gran mayoría de los ciudadanos y en el registro fotográfico se ven reflejados los habitantes. Así que fue realizado en la Minga y en los talleres, tanto los ofrecidos por parte de la Fundación Social, como en los de comunicación.

📰 **Pasacalles.** Se trata de un Cartel que cruza la calle por lo alto, proporcionando una información específica. Se diseñaron e instalaron pasacalles con la participación del grupo de comunicaciones comunitario Sin Límite, en vías principales de acceso corregimentales del Corredor Oriental.

📄 **Afiches.** Una vez diseñados los afiches se distribuyeron en sectores estratégicos del Corredor Oriental, tales como escuelas, colegios, centros de salud, carteleras de Iglesias, etc.

📄 **Plegables.** Los plegables se diseñaron con el fin de difundir la información de la segunda Minga Construyendo Sueños y del proceso del Plan de Vida del Corredor Oriental, posteriormente se distribuyeron entre la comunidad.

📄 **Perifoneo.** Consiste en hablar por altoparlantes, siempre y cuando éstos estén instalados sobre un vehículo. En el Corredor Oriental de Pasto el perifoneo es uno de los medios de comunicación que más llega a la gente por lo cual se lo utilizó un día antes de la segunda minga en cada uno de los corregimientos en mención.

📄 **Periódico.** Se trata de un impreso que se publica con determinados intervalos de tiempo proporcionando información. **“Expresiones de mi gente del Corredor Oriental No 1”**, este fue el nombre del periódico diseñado, redactado y distribuido por y entre los habitantes del Corredor Oriental con el fin de que se sientan más identificados con el proceso de construcción del Plan de Vida.

Es así como los integrantes de la Red de Comunicadores presentaron el periódico comunitario “Expresiones de mi gente del Corredor Oriental”, en el marco de actividades masivas como las Fiestas Patronales de Cabrera y la inauguración de la pavimentación de la vía entre Pasto y el corregimiento de La Laguna.

📄 **Camisetas.** Se realizaron camisetas con publicidad impresa, alusiva al Plan de Vida y estas fueron distribuidas entre algunos de los habitantes de la comunidad en la Segunda Minga: Construyendo sueños.

**Figura 12. Camisetas Plan de Vida (1)**



Fuente: esta investigación

**Figura 13. Camisetas Plan de Vida (2) Líderes comunitarios del Corredor Oriental, Colegio Cristo Rey, San Fernando, Julio 2006**



Fuente: esta investigación

Figura 14. Afiche No. 2. Invitación a la Minga “Construcción de Sueños”



Fuente: esta investigación



Figura 15. Periódico “Expresiones de mi Gente del Corredor Oriental No 1” (Página 1)



Fuente: esta investigación

Figura 16. Periódico “Expresiones de mi Gente del Corredor Oriental No 1”. (Pagina 2)



# EL ABC...

## Del Corredor Oriental de Pasto



**Qué es el Plan de Vida del Corredor Oriental?**

R/ Es un proceso de reflexión colectiva sobre las potencialidades y retos del territorio, conformado por los corregimientos de Bucsaquillo, Cabrera, La Laguna, San Fernando, Mocondino y la Comuna Tres de Pasto. Aquí se construye participativamente una visión de futuro compartida que orienta e impulsa transformaciones y contribuye a articular a diferentes actores para construir desarrollo y mejorar la convivencia comunitaria y calidad de vida de los pobladores.





**Para qué sirve el Plan de Vida?**

R/ -Para aprovechar las potencialidades y enfrentar juntos los retos comunes de las localidades que integran al Corredor Oriental.  
 - Para pensar en el desarrollo en forma estratégica y articular los actores.  
 - Para dinamizar la planeación participativa, como ejercicio de la democracia y la convivencia.  
 - Para canalizar y optimizar los recursos públicos y privados.  
 - Aquí entendemos el desarrollo como un proceso continuo, sistemático, participativo y sostenible, que contribuye al mejoramiento de las condiciones sociales, económicas, culturales, políticas y ambientales en el marco del desarrollo humano integral y sostenible.





**Cúales son los fundamentos para la construcción del Plan de Vida?**

R/ Están dados en el enfoque del Desarrollo Humano Integral y Sostenible.  
 - Es un proceso general que nos permite conocer, planificar y transformar de manera organizada, las necesidades de nuestra comunidad, respetando el proyecto de vida de cada individuo, con el sentir, ser, pensar y actuar de cada actor social del Corredor Oriental, integrando las dimensiones: social, cultural, política, económica y ambiental, que nos permitan el logro de objetivos y metas que satisfacen las necesidades actuales, para generar proyectos a futuro y así lograr continuidad en el proceso.  
 - Vemos al Desarrollo Humano Integral y Sostenible como el proceso mediante el cual se ejecutan ideas y proyectos comunitarios que buscan mejorar la calidad de vida, desde y para la gente.





**Cúales son los principios orientadores del Plan de Vida?**

R/ Reconocimiento de saberes, integración, apropiación y sentido de pertenencia, autogestión y generación de compromiso, rescate y ejercicio de valores, participación, adecuado y concertado manejo de conflictos, todo gira en torno a la educación y capacitación de las comunidades, mecanismos de control, articulación de las regiones.





**Cúales son los valores que se fortalecen en la Planeación Participativa?**

R/ Solidaridad, compromiso, empoderamiento, consenso, unión, articulación persona-comunidad, interdisciplinariedad, equidad, flexibilidad, tolerancia, concertación, responsabilidad, respeto a la diferencia, diálogo, identidad, honestidad.



Respuestas suministradas por la comunidad

**Expresiones de mi Gente**

COMITE EDITORIAL  
RED DE COMUNICADORES CORREDOR ORIENTAL

Orlando Joja, Meiba Joja, Climaco Armero, Amanda Joja, Scría Josa, Alba Nely Josa, Rosario Joja, Alejandra Ruano, Ana María Joja, Yuri Quijano, Albeiro Villota, Juan Gabriel Joja y Manuel Villota.

ENTIDADES DE APOYO:  
PROFESIONALES FUNDACIÓN SOCIAL  
ALCALDIA MUNICIPAL DE PASTO

IMPRESIÓN:  
Visión Creativa 7230284 Pasto

### Estos son los protagonistas del Plan de Vida!

*Juntas de Acción Comunal - Instituciones Educativas  
Dirigentes Comunitarios - Representantes de Organizaciones Sociales - Juntas de Acueductos Comunitarios - Ediles - Corregidores - Niños - Jóvenes - Mujeres - Adultos Mayores - Estudiantes Universitarios - Comités Parroquiales - Comunidad.*

EL DATO CLAVE:

Cinco mil personas participaron de los dos mingos.  
"Mingo de Encuentro" y  
"Mingo por la Vida y la Cultura"



Fuente; esta investigación

Figura 17. Periódico “Expresiones de mi Gente del Corredor Oriental No 1” (Pagina 3)



## Soñar es... creer en el futuro

**Con ánimo de hacer realidad sus sueños, habitantes del Corredor Oriental le apostaron al desarrollo de un Plan de Vida...**

(Artículo publicado en Diario del Sur el miércoles 2 de agosto -06)



*Construimos la PARTITURA del Plan de vida como proyecto colectivo hacia el Desarrollo Humano Integral y Sostenible.*

**C**uando de mingas se trata, llegan a la mente imágenes de una gran cantidad de personas trabajando con picas, palas y una buena merienda... Pero en San Fernando todos esos elementos se

Mocondino y la Comuna Tres) desarrollaron dentro de su Plan de Gestión Participativa y Desarrollo Humano Integral Sostenible, la Segunda Minga por la Vida y la Cultura, en la Institución Educativa Cristo Rey de San Fernando. Con gran creatividad y entusiasmo, cada comunidad preparó de la mejor manera, sus planes, proyectos y sueños, los mismos que esperan lograr a futuro, para construir desarrollo local y mejorar la convivencia. José Vicente Guancha, Rector de la Institución Educativa Cristo Rey de San Fernando, manifestó que este tipo de actividades promueve la convivencia y permite aprovechar las potencialidades de la comunidad, a fin de afrontar en conjunto los retos comunes. “Nos hemos unido para planear y

gestionar de forma participativa, proyectos productivos, actividades culturales, sociales, recreativas y hacer realidad un gran porcentaje de los sueños que tenemos”, dijo Rafael Rentarín, otro de los líderes del Corredor Oriental. Contar con una universidad en este sector de Pasto, crear una gran empresa productora de lácteos, generar opciones de empleo local, son los sueños de miles de niños, jóvenes y adultos, del sector con mayor proyección de la capital nariñense. Isabel Botina, líder que habita en el corregimiento de La Laguna aseguró: “Los sueños de mi comunidad están enfocados hacia el logro de varias metas: ambientales, sociales, culturales, económicas y políticas, todo por un mañana mejor”.





El movimiento que se abre, está representado por las MINGAS POR LA VIDA Y LA CULTURA, grandes encuentros donde la danza, el canto, las representaciones hacen presencia como invitados especiales haciéndole un homenaje a la vida. Se recoge en los

espacios de formación con los dinamizadores, en talleres de réplica y socialización en la comuna y corregimientos y reuniones para la preparación y evaluación del proceso.

### El Corredor Oriental, si tiene quien le escriba!

**C**on mucho entusiasmo, ganas de aprender y de contarle a sus comunidades los logros alcanzados en el Corredor Oriental de Pasto, comunicadores comunitarios de Buesaquillo, Cabrera, La Laguna, San Fernando, Mocondino y la Comuna Tres, se integraron. La idea de constituir un Colectivo de Comunicaciones uno de sus más esperados sueños- por fin se hizo una realidad. Gracias al apoyo de la Fundación Social, entidad comprometida con el desarrollo del Plan de Vida de los 60 mil habitantes del Corredor Oriental, estos líderes se capacitan en Comunicación para el Desarrollo y diversas técnicas de periodismo comunitario. Orlando Jojoa, Melba Jojoa, Climaco Armero, Amanda Jojoa, Sonia Josa, Alba Nely Josa, Rosario Jojoa, Alejandra Ruano, Ana María Jojoa, Yuri Quijano, Albeiro Villota, Juan Gabriel Jojoa y Manuel Villota, hacen parte del Colectivo de Comunicaciones, que cuenta con el Comunicador Social Edgar González, como facilitador del proceso. Este grupo, busca fortalecerse y generar una Estrategia que permita la comunicación al interior de sus comunidades así como también la utilización de los medios masivos de comunicación, para fortalecer su desarrollo humano integral y sostenible. Un proyecto inmediato de estos comunicadores comunitarios es crear un periódico que fortalezca su sentido de integración y trabajar el video como herramienta para incrementar su autoestima y sentido de pertenencia, en este Corredor Oriental, la zona con más proyección en la capital de Nariño, gracias a la unión de sus habitantes.

## Así Vamos

Estamos en la Tercera Fase: la del Planteamiento Estratégico.

Se realizó el Tercer Taller de Formación en Gestión Participativa del Desarrollo y vamos para el Cuarto Evento.

En octubre se realizará la Tercera Minga denominada “Minga del Pensamiento”, en cada una de las localidades.



*La conformación y capacitación de la Red de Comunicadores de nuestro Corredor Oriental, otra de las fortalezas del Plan de Vida. Tenemos nuestras propias formas de narrar el pasado, contar el presente y proyectar positivamente el futuro.*

Fuente esta investigación

Figura 18. Periódico “Expresiones de mi Gente del Corredor Oriental No 1” (Pagina 4)



Fuente: esta investigación

Figura 19. Publicaciones en el Periódico Nariñense “Diario Del Sur”

Corredor oriental de Pasto

# En la ruta hacia el desarrollo

El próximo domingo 23 de julio se vivirá la Segunda Minga por la Vida y la Cultura, en San Fernando.

**R**osario Jojoa, en Mocondino; Carlos Mora, en el barrio Popular; Jimmy Botina, desde La Laguna, tienen un sueño en común: El deseo de desarrollo e integración para sus comunidades.

Ahora ellos, junto a otros habitantes, organizaciones comunitarias e instituciones educativas de Cabrera, Buesaquillo, Mocondino, La Laguna, San Fernando y la Comuna Tres de Pasto trabajan por el Plan de Vida del Corredor Oriental de Pasto.

Esta iniciativa comunitaria es un proceso de reflexión colectiva sobre las potencialidades y retos de un territorio, para construir participativamente una visión de futuro compartida, que oriente e impulse transformaciones y contribuya a articular los diferentes actores para construir desarrollo y mejorar la convivencia pacífica comunitaria y calidad de vida de sus pobladores.

El corredor oriental de Pasto es un territorio comprendido por un área rural y una urbana, las cuales se entrelazan desde su división política y esto hace que estén conectadas todo el tiempo.

La zona rural se caracteriza por tener prácticas y proyectos productivos en torno a la comercialización, la reforestación, la seguridad alimentaria, entre otros, contando con un alto potencial de desarrollo ecológico y ambiental. A su vez, a la zona urbana la caracterizan organizaciones de tipo informal dedicadas al trabajo en diferentes oficios técnicos.

El corredor oriental se convierte en el escenario de encuentro para poner en común las necesidades y retos que se vislumbran desde dos áreas con espacios y prácticas de vida, que convergen en la identidad cultural y social de los habitantes.

Son conscientes de sus potencialidades a nivel hídrico, como reserva del vital líquido en la ciudad. Por su territorio pasarán las vías que conectarán al sur con el interior del país, su paisaje privilegiado, con gran vocación turística y agroindustrial, en fin, cuando hay visión compartida en un territorio existe un fuerte sentimiento de identificación y compromiso en el corazón de la gente, de manera que el camino hacia el futuro lo realizan todos.

Participan los corregidores, entidades, instituciones educativas, instituciones sociales, organizaciones sociales, grupos asociativos, juntas administradoras locales, juntas de acción comunal, iglesias, universidades, juntas administradoras locales, organizaciones culturales y ambientales, empresas, mujeres, jóvenes, niñas, niños y líderes comunitarios.

### Para qué sirve el Plan de Vida

- Para aprovechar las potencialidades y enfrentar juntos los retos comunes a las cinco localidades del corredor oriental.
- Para pensar en el desarrollo de forma estratégica y articular los actores.
- Para dinamizar la planeación participativa, como ejercicio de la democracia y la convivencia.
- Para canalizar y optimizar los recursos públicos y privados.

"Entendemos el desarrollo como un proceso continuo, sistemático, participativo y sostenible que contribuye al mejoramiento de las condiciones sociales, económicas, culturales, políticas y ambientales, en el marco del Desarrollo Humano, Integral y Sostenible", explica José Vicente Guancha, rector de la Institución Educativa Cristo Rey de San Fernando, anfitrión de la Segunda Minga por la Vida y la Cultura, que se realizará en este plantel, acogiendo una gran caravana de alegría que reconocerá el territorio del corredor, para luego concentrarse en San Fernando y así construir juntos esa visión, esos sueños de un territorio posible, a corto y mediano plazo.



Panorámica de la iglesia de San Pedro de la Laguna, una de las capillas doctrineras con una rica historia cultural y religiosa en la zona.



Minga comunitaria efectuada en Mocondino, con el fin de arreglar el terreno que servirá para la construcción de la sede de la organización comunitaria.

### Antecedentes del Plan de Vida

Las organizaciones sociales y los dirigentes han venido desarrollando acciones formativas para la participación comunitaria en la gestión municipal que implica el fortalecimiento de los procesos organizativos.

Las entidades e instituciones educativas se han vinculado de manera participativa en el proceso.

El Plan de Vida se construye a través de cinco rutas de encuentros que se han denominado: "Mingas por la vida y la cultura", donde participan todos los actores sociales. Igualmente, la realización de talleres con el apoyo de la Fundación Social y Suyusama, permiten la construcción de sueños, la socialización de propuestas, lo que permite conocer lo que se está realizando, explica Guillermo Torres, director regional de la entidad comprometida con el proceso.

Fuente: DE LA ROSA, Mauricio. En la ruta hacia el desarrollo. En : Diario del Sur. San Juan de Pasto (21 jul., 2006); p. 8B.

**Figura 20. Minga Cultural**



Fuente: DE LA ROSA, Mauricio. En la ruta hacia el desarrollo. En : Diario del Sur. San Juan de Pasto (21 jul., 2006); p. 7B.

**Figura 21. Minga en Mocondino Minga comunitaria, Habitantes de Mocondino, Julio 27 de 2006**



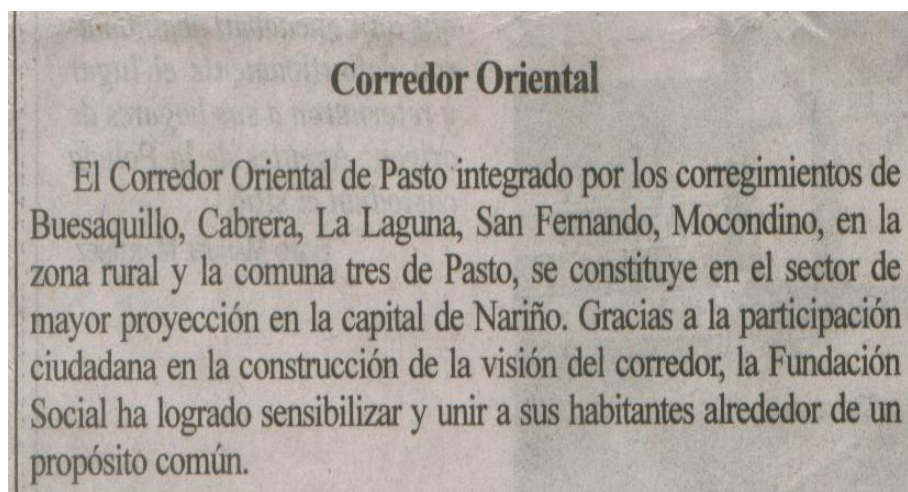
Fuente: DE LA ROSA, Mauricio. En la ruta hacia el desarrollo. En : Diario del Sur. San Juan de Pasto (21 jul., 2006); p. 8B.

**Figura 22. Corredor Oriental “Por la defensa de la vida y cultura” Segunda Minga por la Vida y la Cultura**



Fuente: DE LA ROSA, Mauricio. En la ruta hacia el desarrollo. En : Diario del Sur. San Juan de Pasto (5 Ago., 2006); p. 8A.

**Figura 23. Corredor Oriental y sus corregimientos**



Fuente: DE LA ROSA, Mauricio. En la ruta hacia el desarrollo. En : Diario del Sur. San Juan de Pasto (5 Ago., 2006); p. 8A.

Figura 24. Soñar es... Creer en el futuro Publicación Informe especial sobre proceso, Agosto 2 de 2006

# Soñar es... creer en el futuro

Con el ánimo de hacer realidad sus sueños y anhelos, habitantes del Corredor Oriental le apostaron al desarrollo de un plan de vida.

Cuando de mingas se trata, llegan a la mente imágenes de una gran cantidad de personas trabajando, picos, palas y una buena merienda... pero en San Fernando todos estos elementos se cambiaron por "sueños", sueños que miles de personas esperan hacer realidad algún día.

Fue así como habitantes del Corredor Oriental, del cual hacen parte la Comuna 3, los corregimientos de Cabrera, La Laguna, Bueasquillo, San Fernando y Mocondino desarrollaron dentro de su "Plan de gestión participativa y desarrollo humano integral sostenible" la II Minga por la vida y la cultura "Construyendo sueños", actividad que hace parte de un arduo proceso comunitario.

Con gran creatividad y entusiasmo cada comunidad preparó de la mejor manera sus planes, proyectos y sueños, los mismos que esperan lograr a futuro para construir desarrollo local y mejorar la convivencia comunitaria y la calidad de vida de los pobladores.

**Vitalizando los valores**

José Vicente Guancha, rector de la Institución Educativa Municipal Cristo Rey de San Fernando, manifestó que "este tipo de actividades promueve la convivencia y permite aprovechar las potencialidades de la comunidad, a fin de enfrentar, con las autoridades y entidades públicas y privadas, los retos comunes a las cinco comunidades del Corredor Oriental, las que se han unido para planear y gestionar de forma participativa, proyectos productivos, actividades culturales, sociales, recreativas y hacer realidad un gran porcentaje de los miles de sueños que tienen".

Contar con una universidad en el sector oriental de Pasto, crear una microempresa productora de lácteos, generar opciones de empleo local, entre muchos otros, son los sueños de niños, jóvenes y adultos que piensan no sólo en un presente sino también en un futuro que garantice óptimas condiciones y una mejor calidad de vida para todos.

Isabel Botina, líder del corregimiento de La Laguna, manifestó: "Los sueños de mi comunidad están enfocados hacia el logro de varias metas: ambientales, políticas y educativas". Señaló también que el principal sueño, y quizás el más importante para todos los habitantes de este sector, es preservar los recursos hídricos a fin de contribuir a tener un ambiente sano, limpio y agradable.

El trabajo, liderado por los habitantes de este corregimiento, ha sido el de cuidar los bosques, las fuentes de agua y los recursos naturales; aplicar acciones efectivas que contribuyan al logro de una imagen más limpia y amena del pueblo que permita cautivar a los turistas y, por qué no, a los mismos habitantes motivando su sentido de pertenencia y amor por la región.

Rafael Rentería Palacios como padre de familia y ante todo como docente de la Ciudadela Educativa ubicada en la Comuna 3, dio a conocer que el plan de vida aplicado en las cinco comunidades "ayuda y fortalece el desarrollo del corredor oriental, permite unir a la comunidad, despertar el espíritu solidario e incentivar la integración y la convivencia".

Manifestó, además, que su labor como docente no sólo ha sido educar a los estudiantes sino también formarlos de manera integral y contribuir con su trabajo a ofrecerles una mejor calidad educativa, basada en valores como la tolerancia, la solidaridad, el respeto y el trabajo en equipo.

**Por un mañana mejor**

Lograr una óptima calidad de vida no es nada fácil; sin embargo, líderes cívicos y comunales, autoridades civiles, religiosas, niños, jóvenes, adultos y ancianos le apostaron a la idea de tejer sueños e ilusiones pensando siempre en garantizar un mejor futuro para las nuevas generaciones.

El presidente de la Junta de Acción Comunal del barrio Santa Mónica, Luis Pantoja, manifestó que la II Minga de los Sueños es la oportunidad perfecta para plantear diferentes propuestas que se esperan lograr en el Corredor Oriental.

El líder comunal invitó a involucrarse de manera más activa en estos procesos que pretenden no sólo el desarrollo humano sino también el desarrollo social.

Niños, jóvenes, adultos y ancianos tejen sueños que esperan se conviertan en realidad a fin de garantizar a todos un mañana mejor.

Los niños también hicieron parte del proceso de vitalización de los valores y la cultura local.

Fuente: GOYES ANDRADE, Jaime. En la ruta hacia el desarrollo. En : Diario del Sur. San Juan de Pasto (2 ago., 2006); p. 8A.



**Figura 25. Verdaderos Líderes Publicación Liderazgo de participantes, San Fernando, Julio de 2006**



Fuente: GOYES ANDRADE, Jaime. En la ruta hacia el desarrollo. En : Diario del Sur. San Juan de Pasto (2 ago., 2006); p. 8A.

### 9.2.3 Tercera Fase: Planteamiento Estratégico

**Figura 26. Planteamiento Estratégico Líderes urbanos Corredor Oriental, Corredor Oriental, Septiembre 20 de 2006**



Fuente: esta investigación

En esta fase se realizaron talleres de formación para la construcción del camino estratégico para alcanzar los sueños de futuro en el que participarán los dinamizadores de las diferentes localidades. Se replicó en cada corregimiento y en la comuna, con socializaciones en barrios y veredas.

Se realizó el Encuentro Nacional de Planeación y Gestión Participación del Desarrollo Humano Integral y Sostenible, donde se compartieron experiencias con organizaciones de Bogotá, Medellín y el departamento de Putumayo.

En este sentido Ángela Pérez de la Unidad de Sabiduría del Pueblo Kofán, expuso cómo los habitantes de Orito, San Miguel y Valle del Guamuez en la zona fronteriza con Ecuador, Perú y Brasil, construyen participativamente su Plan de Vida con una metodología propia y partiendo de la reflexión histórica y análisis de sus problemas para proyectar así el futuro con acciones y proyectos que privilegian la defensa de su territorio, la conservación de sus recursos, la educación desde sus propios saberes y las escuelas de líderes.

**Figura 27. Escuelas de líderes habitantes del Corredor, taller de formación en liderazgo, septiembre de 2006**



Fuente: esta investigación

En base a su experiencia Ángela Pérez aseguró que la construcción participativa del Plan de Vida del Corredor Oriental de Pasto coincide con los procesos desarrollados en el Bajo Putumayo, pues parten del fortalecimiento de las

Organizaciones Sociales, para que estas sean gestoras de su propio desarrollo, “Destaco la visión de desarrollo que se genera al interior de estas comunidades, similares al trabajo que de tiempo atrás realiza nuestro pueblo Kofán, y que ha permitido la proyección de nuestras comunidades de forma armónica hacia el bien vivir”<sup>\*</sup>.

En este mismo encuentro Luz Viviana Gómez Lopera, de la corporación Nuevo Arco iris de Medellín destacó la experiencia que en materia de comunicaciones viene desarrollando la comunidad del Corredor Oriental de Pasto, “Aprecio el esfuerzo comunitario por hablar un mismo lenguaje para socializar así los alcances en la formulación de sus planes de desarrollo. Conocí el periódico ‘Expresiones de mi gente del Corredor Oriental’ y felicito a estas personas por integrarse independientemente si habitan en sector urbano o rural de la ciudad. Igual es de destacar el trabajo de acompañamiento de la Fundación Social”<sup>\*\*</sup>.

La corporación Nuevo Arco iris trabaja en la implementación de Planes Zonales en el corregimiento de Santa Elena de Medellín. Mediante la construcción de redes sociales articulan planes de gestión para el desarrollo.

**Figura 28. Planes zonales en el corregimiento de Santa Elena de Medellín líder del Corredor Oriental, Club Los Pinos, Pasto, Octubre 26 de 2006**



Fuente: esta investigación

<sup>\*</sup> ENTREVISTA CON Ángela Pérez. Funcionaria. Fundación Zioai Unidad de Sabiduría. San Juan de Pasto, 2006.

<sup>\*\*</sup> ENTREVISTA CON Luz Viviana Gómez, Funcionaria. Corporación Nuevo Arcoiris. San Juan de Pasto, 2006.

#### ◆ **Productos comunicacionales de la fase planteamiento estratégico**

📄 **Tarjetas de invitación.** Producto empleado para convocar. Estas tarjetas fueron diseñadas con el fin de invitar a la comunidad a hacer parte del Encuentro Nacional de Planeación y Gestión Participación del Desarrollo Humano Integral y Sostenible.

📄 **Escarapelas para invitados.** Es una tarjeta de identificación en la cual se coloca el nombre de los participantes y el evento en el que se encuentran, en este caso utilizada en el encuentro realizado en esta fase.

📄 **Carpetas.** Se diseñó un portafolio con información a cerca del Encuentro Nacional de Planeación y Gestión Participativa del Desarrollo Humano Integral y Sostenible.

📄 **Afiche.** Diseñado para convocar a los habitantes del Corredor Oriental y demás interesados en la construcción del Plan de Vida a participar en el encuentro.

📄 **Vídeo.** Se registraron los sucesos de mayor importancia ocurridos en el transcurso del encuentro nacional, tanto de la comunidad en general como de los diferentes ponentes.

📄 **Agenda de medios.** Una vez más se realizaron visitas con líderes comunitarios e institucionales a las diferentes emisoras de Pasto para relatar los avances en el proyecto de la Construcción del Plan de Vida, los propósitos cumplidos y a cumplir en el futuro.

📄 **Registro fotográfico.** Registro de fotografías de los habitantes y su colaboración y participación en talleres y eventos realizados en esta fase.

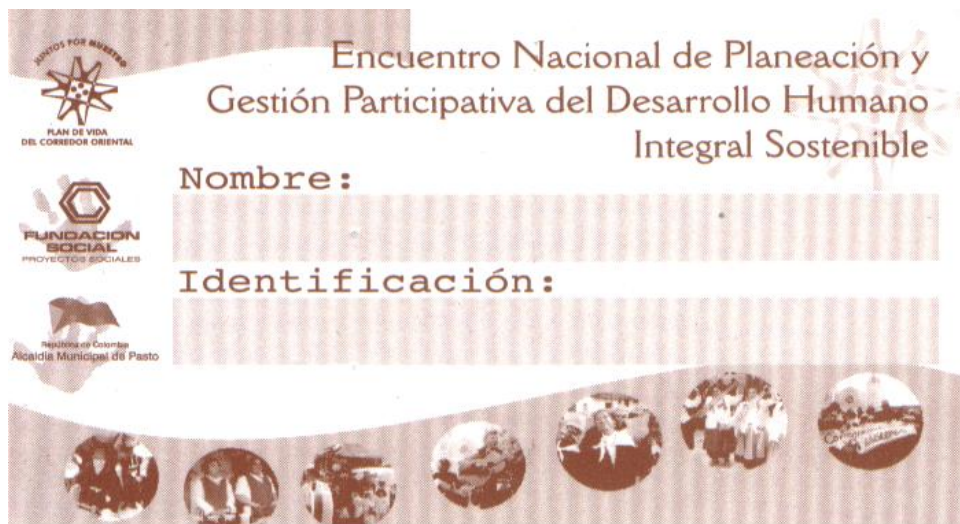
📄 **Publicación en el diario local.** Se realizó una publicación en el periódico “Diario del Sur” informando a cerca del progreso del proceso.

**Figura 29. Tarjeta de Invitación**



Fuente: esta investigación

**Figura 30. Escarpela de Identificación**



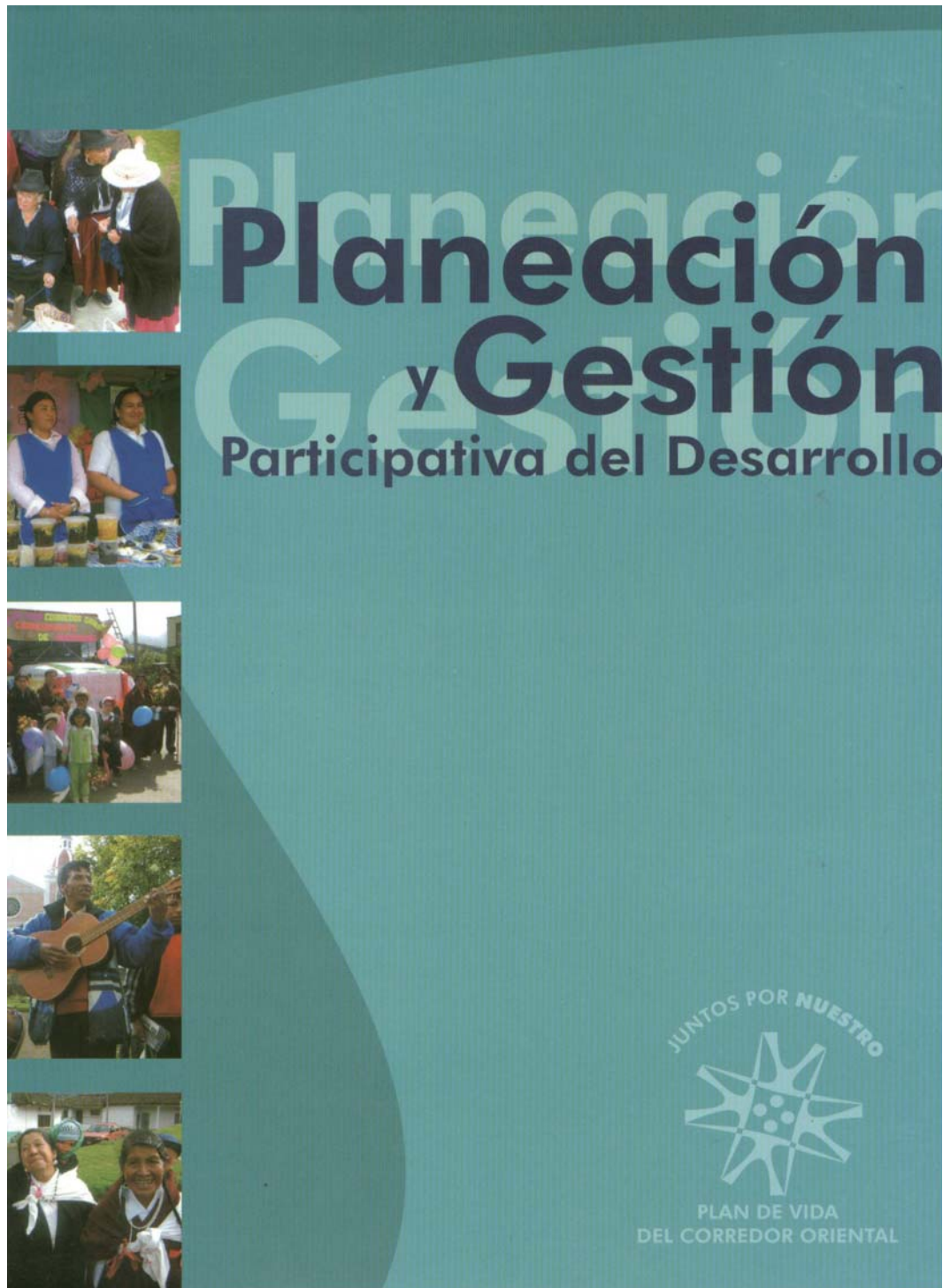
Fuente: esta investigación

Figura 31. Afiche No 3. Invitación al “Encuentro Nacional de Planeación Participativa del Desarrollo Humano Integral y Sostenible”



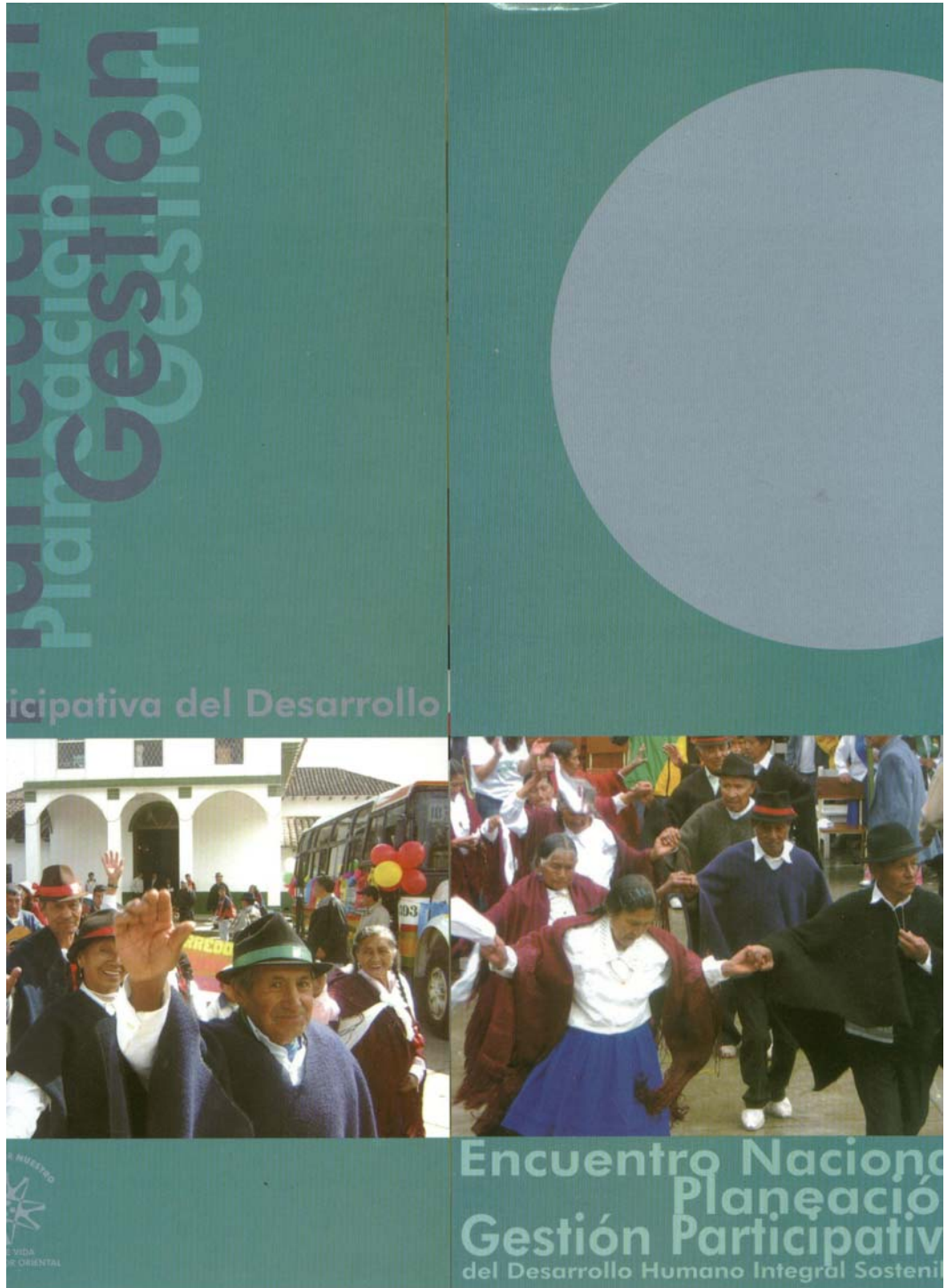
Fuente: esta investigación

Figura 32. Carpeta Carátula Principal



Fuente esta: investigación

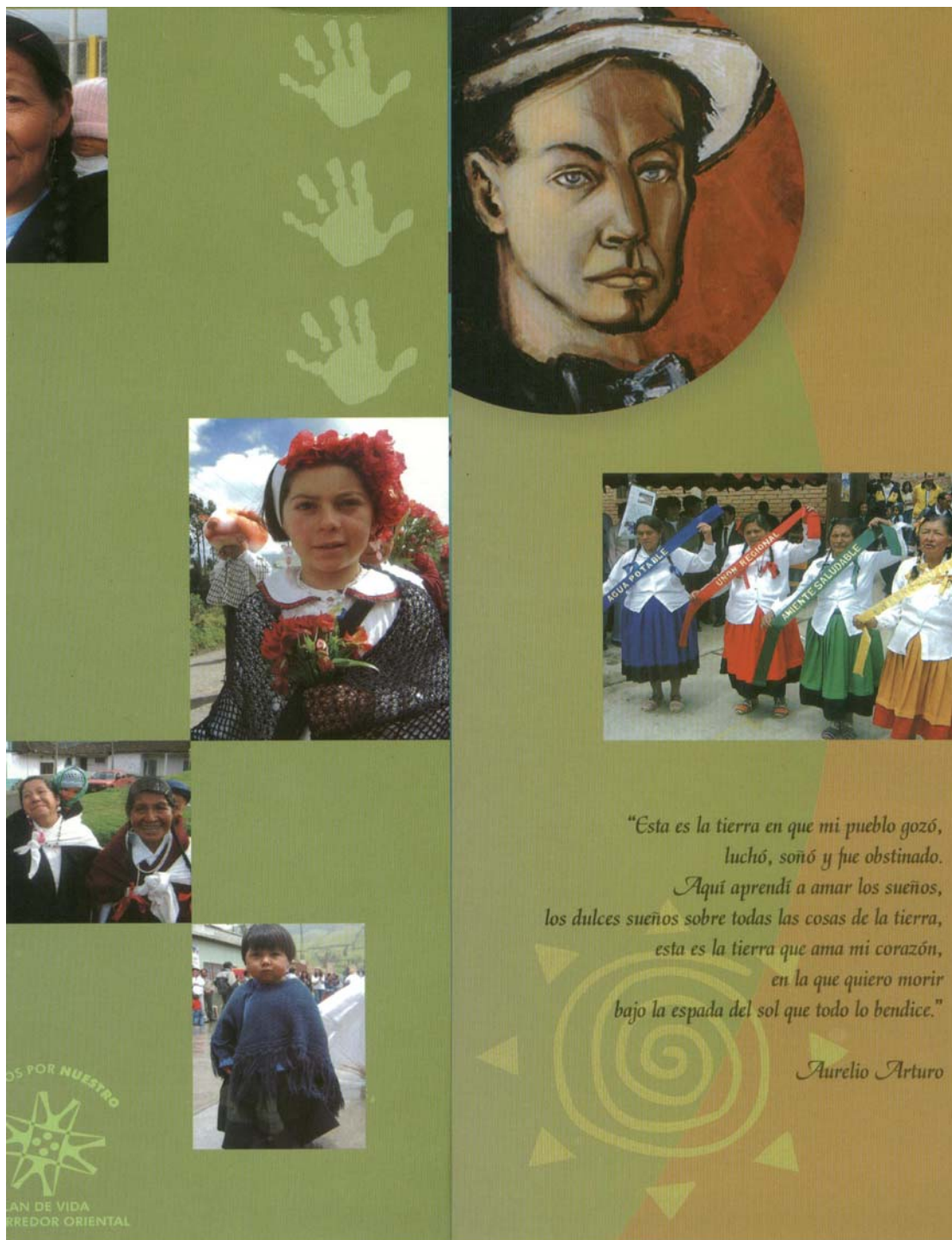
Figura 33. Carpeta Contraportada



Fuente: esta investigación

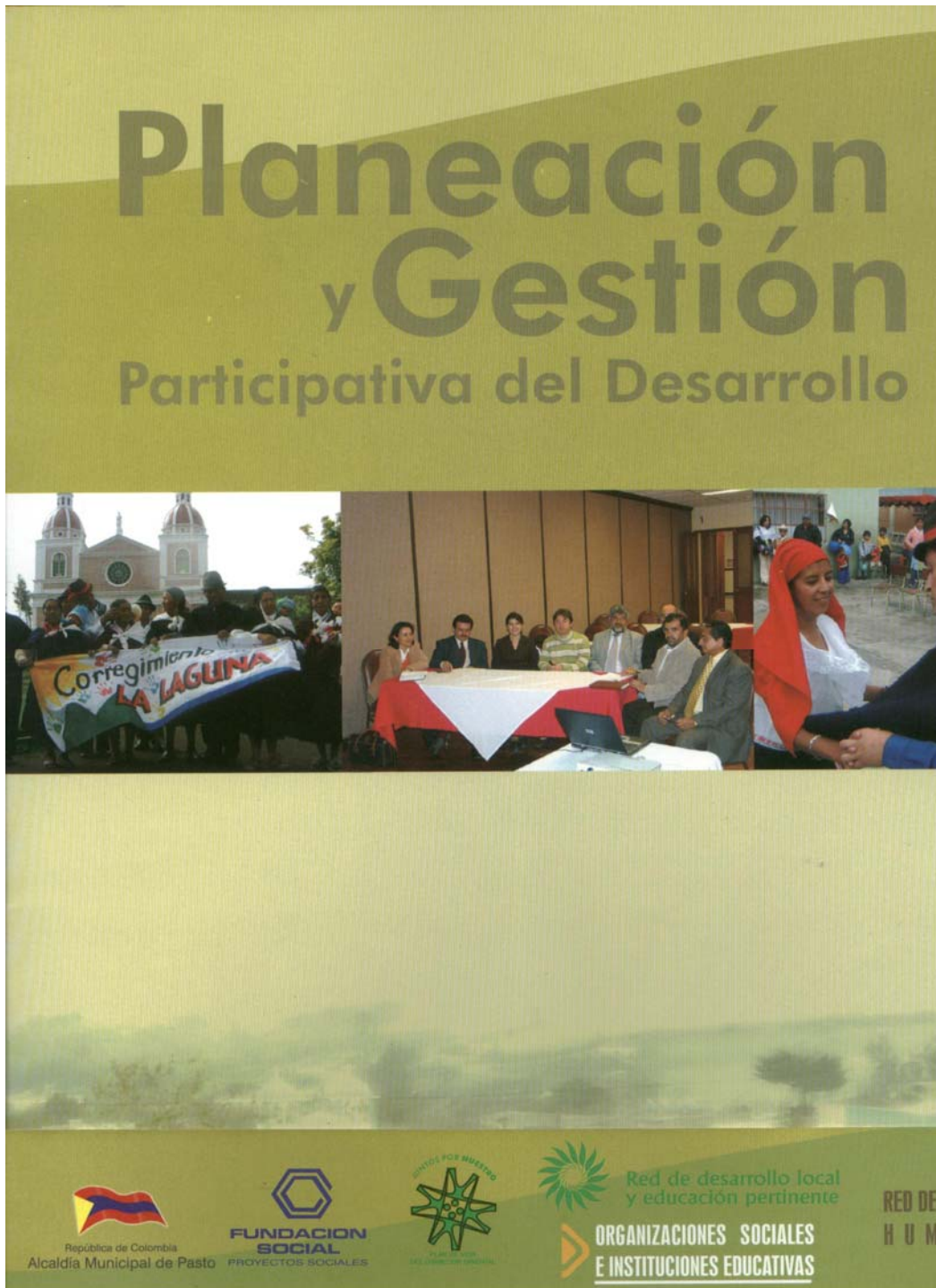


Figura 34. Carpeta Contenido 1



Fuente esta investigación

Figura 35. Carpeta Contenido 2



Fuente: esta investigación

**Figura 36. Publicación en el Diario Local**



DE LA ROSA, Mauricio. El corredor oriental busca soluciones. En : Diario del Sur. (19 ago., 2006); p. 8A.

**9.2.4 Cuarta fase: formulación de programas y proyectos.** Esta fase se encuentra en actual implementación y se pretenden realizar dos talleres de formación para la formulación de programas y proyectos.

Participaran los dinamizadores de las diferentes localidades para luego socializarlo en cada localidad y posteriormente en barrios y veredas. Se realizará posteriormente otra Minga por la Vida y la Cultura con una reunión previa de preparación.

Se pretende identificar los proyectos necesarios para la conseguir en un futuro el Desarrollo Humano Integral y Sostenible.

**9.2.5 Quinta fase: gestión del plan.** En esta fase se realizará un taller de formación, con su replica en localidades y socialización en barrios y veredas, seguido de la una Minga por la Vida y la Cultura, donde se presentará formalmente el Plan de Vida del corredor oriental y planes de las localidades.

Se llevará a cabo un último taller de formación en el que se realizará la evaluación y clausura del proceso.

La Estrategia de Comunicación está compuesta por una serie de acciones que se entrelazan, como una gran trama, para que la población reconozca y proyecte interna y externamente símbolos de identidad del proceso de construcción de su Plan de Vida, a través de medios gráficos, verbales, culturales, etc.

La comunicación, entonces, es entendida como un proceso integral y dinámico que crea las condiciones para los saberes, vivencias y prácticas de los actores de estas comunidades para que puedan movilizarse y propiciar diálogos, generar

encuentros, producir, compartir y circular sentidos, fortalecerse como individuos y organizarse autónomamente como sujetos de construcción de región. En la medida en que estos sujetos potencien sus habilidades y capacidades comunicativas se fortalece la gestión participativa del desarrollo.

Desde este punto de vista la tarea de construcción de la sostenibilidad es un ejercicio fundamentalmente comunicativo, porque exige una participación amplia de todos los actores sociales para generar diálogo, concretar acuerdos, para asumir responsabilidades, tomar decisiones y generar consensos, todo ello en aras de lograr los sueños políticos, económicos sociales, culturales y ambientales de una región.

Se realizó una encuesta en la cual se determinaron factores influyentes en los medios de comunicación a utilizar.

## **10. COMUNICACIÓN Y DESARROLLO**

El talento, la creatividad y la comunicación son las mejores herramientas para derrotar el pesimismo que embarga con frecuencia a quienes realizan la gerencia social. Los nuevos gerentes sociales están llamados a pensar y redefinir el desarrollo con un fuerte ingrediente de participación, inversión en la cultura y movilización de procesos comunicativos. Esto se logra respondiendo a las necesidades sociales con acciones coherentes para formar tejido social, con la habilidad de negociar y gestar proyectos en cooperación y en red, con el respeto permanente de la diversidad y con la capacidad para comunicarse consigo mismo y con los demás.

Todo proceso comunicativo, a la vez que contribuye a que las instituciones sociales gubernamentales o privadas mejoren la calidad de sus servicios, ayuda a la gerencia social y refuerza sus vínculos con la comunidad, reconociéndole a ésta su derecho a un rol activo y planificador. Siendo lo comunicativo un escenario de encuentro y transformación, ofrece una alternativa inigualable para profundizar el diálogo entre la gerencia social y la comunicación comunitaria. El empoderamiento de las comunidades a través de la radio y la televisión comunitaria, medios que se consideran empresas sociales, puede dinamizar tanto a las organizaciones como a las comunidades y brindar elementos gerenciales en lo social para que los grupos humanos tomen en sus manos la construcción de su destino.

### **10.1 GERENCIA SOCIAL Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA**

La gerencia social no puede separarse del contexto económico y sociocultural, ni del patrón de desarrollo vigente hoy en el mundo. A pesar del modelo económico hegemónico centrado en la lógica del mercado (neoliberalismo) y de la agudización de la pobreza en América Latina, surgen instrumentos y conocimientos que permiten actuar con mayor eficiencia y eficacia en el terreno social para avanzar hacia una forma de desarrollo más humana y sostenible.

Todo esto, sin embargo, sólo será posible si se piensa en nuevos abordajes de lo social en los que prevalezca el concepto del desarrollo para la gente. Es indispensable, por consiguiente, diseñar y planear formulas más reales de administración, gestión y control de programas sociales, con lo cual la gerencia social se configura como un nuevo esquema integral de intervención.

## 10.2 RETOS DEL GERENTE SOCIAL

El gerente social deberá tener como retos primordiales, además de una comprensión detallada de la política social y las necesidades de los grupos sociales vulnerables, contar con un sistema de información preciso y ordenado, enmarcado en una estrategia comunicativa que se dirija a la comunidad a la cual sirve como profesional experto. Otras características que menciono a continuación ayudan a comprender aún más la enorme importancia de los gestores y los gerentes sociales:

- El gerente social debe aprender a leer la diversidad, entendiendo las lógicas de las culturas locales y el entorno regional.
- Debe ser un traductor, es decir, ser capaz de actuar como intérprete y facilitador de los procesos comunicativos y sociales que se dan en el tejido cultural y social.
- Ante todo, ha de ser un excelente negociador.
- Debe mantener la historia en la memoria. El desarrollo no es sólo construir, también es preservar.
- Tiene que estar conectado con el mundo, pues deberá construir redes e intercambiar información y experiencias, aprender de otros y mostrar los éxitos.
- Debe ser un gestor de oportunidades y saber aprovechar las que se le presenten.
- Debe ser un jugador a largo plazo: el desarrollo es un proceso con una meta virtual que nunca se alcanza.
- Debe producir hechos en el corto plazo.
- Contribuir a la construcción de un sistema local de información y comunicación que permita valorizar la cultura, los productos y los valores locales, y seleccionar entre las informaciones que circulan globalmente aquellas que puedan tener impacto en nuestro territorio. Se busca crear un sistema local interactivo que facilite los datos sobre la realidad local y la articulación de las redes locales con el exterior.
- No convertir la información en un fin en sí misma, sino ponerla al servicio de los objetivos generales y específicos de un plan estratégico de desarrollo para que alimente las acciones de intervención, los programas y los proyectos.

- Dotar el sistema de una cultura de la información que incluya el conocimiento de la realidad local y datos fiables, ente otros.

### **10.3 UNA COMUNICACIÓN PARA LA GERENCIA SOCIAL**

La comunicación es inseparable de la gerencia social. Todo proceso comunicativo facilita los mecanismos y ayuda a promover una gerencia para la comunidad, a la vez que contribuye a establecer una mejor calidad de los servicios de las instituciones sociales, ya sean gubernamentales, ya privadas, como las cooperativas, las Juntas de Acción Comunal o cualquier otra forma de organización comunitaria.

Analizando, se puede decir que la comunicación no es independiente del desarrollo social. Si definimos el desarrollo como la capacidad de orientar recursos, estrategias y mecanismos para el bienestar de las personas, la comunicación debe entonces fomentar en esas personas una activa participación encaminada a buscar consensos, evitando al máximo el asistencialismo en que suelen caer algunos de los programas y proyectos del gobierno.

Si bien la comunicación por sí sola no produce cambios sociales, éstos tampoco ocurren si no existe una comunicación abierta y democrática. La comunicación, por lo demás, ya ha impulsado cambios sustanciales en América Latina. Recuérdense los procesos revolucionarios en Chile y Cuba, y el movimiento de comunicación popular comunitaria que se ha venido dando en Colombia desde los años setenta, el cual tomó algunas de las banderas políticas de aquel entonces.

Además la comunicación constituye una herramienta fundamental para dinamizar los procesos de cambio social y no se circunscribe a los medios de comunicación. Sin embargo, la función de estos últimos es decisiva, porque, como mediadores de opinión e información, contribuyen a motivar, informar y estimular la participación de organizaciones comunitarias para el desarrollo.

La comunicación tiene que hablar de cultura. En la última década se ha venido explorando este concepto, que ha calado en las ciencias sociales y en particular en quienes trabajan en procesos comunicacionales para el desarrollo social.

Una manera de responder a la hegemonía de los mensajes es asumir la práctica comunicativa como un compromiso para el cambio, sin estar sujetos a concepciones equivocadas o adulteradas. La comunicación popular, por ejemplo, ha sido duramente combatida por quienes, desde otro ángulo, la ven como bloque de resistencia contra el orden institucional. Digámoslo una vez más: la comunicación debe entenderse en las dimensiones de lo cultural, la experimentación y la apropiación, sin reducirse a la difusión.

Los procesos de comunicación comienzan a ser mirados como escenarios de encuentro y transformación de la sensibilidad y el orden sociales, con lo que se plantea una reubicación de la comunicación en una mirada cultural. Lo que está en juego en los procesos de comunicación es la cuestión simbólica. La sociedad, no está solamente reproduciéndose, sino cambiando y reconfigurándose, por eso se habla de los usos sociales de la comunicación.

#### **10.4 ACCIONES COMUNICATIVAS PARA UNA GERENCIA DE MEDIOS COMUNITARIOS**

La tendencia del desarrollo social marcada por la orientación descentralizadora de la Constitución de 1991 hace énfasis en el desarrollo local, lo que supone abrir espacios para la participación comunitaria en un ámbito democrático. Esto, a su turno, implica la necesidad de una fuerte estrategia comunicativa en los ámbitos local y regional mediante la cual asumir la gerencia social en el terreno de los medios comunitarios.

Los actores sociales organizados en diferentes formas de intervención son quienes deben apropiarse de los circuitos de comunicación comunitaria, con el propósito de afianzar la participación popular y ampliar la capacidad productiva de las comunidades. Por ello es importante subrayar que, cuando se habla de desarrollo local, se hace referencia a varias y múltiples estrategias. No sólo a instrumentos de gestión y de gerencia social, sino además a estrategias organizativas, formativas e investigativas. Pensar lo comunicativo es también facilitar el movimiento de gerencia social como entorno para el diseño y la formulación de políticas públicas en lo social.

Ahora, si la gerencia social remite a la gestión participativa, lo comunicativo, por consiguiente, está presente en la medida en que integra los procesos de gestión de la actividad social para el desarrollo. Puede entonces hablarse de un ámbito de la comunicación comunitaria que, a través de elementos gerenciales en lo social, promueve una participación colectiva pedagógica en la que los grupos populares asumen la construcción de su destino. La comunicación comunitaria es de índole educativa, didácticamente participativa, y la realizan comunicadores o educadores que provienen de sectores populares y medios de la población, respaldados por instituciones sociales como ONGs, Juntas de Acción Comunal, organizaciones campesinas, etc.

No debe olvidarse que nos encontramos frente a comunidades con muy baja institucionalidad, baja definición de roles que garanticen un campo de actuación estable, redes de actores establecidas en la informalidad de la vida cotidiana y una apropiación de medios y sistemas de comunicación por parte de las comunidades igualmente informal, espontánea y particular en los diferentes contextos. También debe tenerse en cuenta que al hablar de una comunicación para el desarrollo comunitario y social se alude a una toma de posesión y de posición merced a la



cual pueda demostrarse que somos capaces de un "quehacer" comunicativo democrático, integrador e innovador.

De lo anterior se desprende que debemos formarnos para entender que la comunicación es un factor indispensable para el desarrollo y que es esencial diseñar unas políticas sociales adecuadas para articular lo comunicativo en un equilibrio entre acceso y participación de aquellas prácticas sociales que se dan en la vida cotidiana de un pueblo. En la consolidación de una sociedad que le ha apostado a la democracia participativa urge instaurar mecanismos de comunicación horizontal, es decir, medios que permitan el acceso ciudadano a los espacios de opinión y control social de la gestión de lo público y, en general, que hagan visible la expresión de todos los ciudadanos.

Es oportuno indicar que todo proceso de comunicación para el desarrollo social está inscrito en una práctica dinámica e integradora sobre la que se pueden plantear algunas consideraciones:

- Hacer comunicación para el desarrollo social es abordar la creatividad, porque reta cualquier dosis tecnológica, sin desconocerla; aún más la supera con imaginación, de acuerdo con las necesidades más sentidas de la población.
- La comunicación para el desarrollo es participativa, porque todos los actores sociales tienen y toman parte en ella.
- Está relacionada estrechamente con la acción, porque promueve alternativas en la búsqueda de soluciones, teniendo presente un sentido de pertenencia a la práctica sociopolítica y económica.
- Es un derecho, porque si se excluyen los ciudadanos y las ciudadanas como agentes de desarrollo se corre el riesgo de caer en la banalidad y la tiranía.
- Es comunidad, porque a través suyo identificamos y proyectamos un quehacer comunicativo que le otorga a la comunidad la acción recíproca de una relación directa para gestionar el desarrollo.
- La dimensión cultural del desarrollo, por último, constituye un campo de actuación pedagógica y política. Es decir, es posible actuar en la dimensión cultural mediante iniciativas dirigidas a fortalecer las identidades y construidas a través de un diálogo social que consienta negociaciones simbólicas en la dinámica de forjar una sociedad solidaria.

Es preciso abrirle a la comunicación un horizonte cada vez más amplio en el terreno de lo social, consolidando un movimiento de gerencia social que sirva de eje articulador de las políticas sociales y, al mismo tiempo, se atreva a encabezar

procesos políticos para el bienestar de todos. Esos espacios de comunicación que abren las compuertas a una democracia participativa pueden caracterizarse por los siguientes aspectos:

- Plurales y expresivos: Ya que ofrecen posibilidades de comunicación para la expresión y validación del individuo libre, base del proyecto democrático. No se trata de eliminar las diferencias mediante el acto de poner en común, pero sí de negociar consensos en la dinámica del desarrollo preservando la individualidad.
- Públicos: Porque se dispone de medios de comunicación para el conocimiento público de las producciones, decisiones y acciones de lo colectivo.
- Deliberantes y participativos: Pues ponen en juego visiones e intereses particulares donde se negocian sentidos y se construyen decisiones colectivas. Esto es posible mediante la creación de espacios comunicativos de construcción colectiva.
- Equitativos: Una condición en la cual el proceso democrático intenta abrir a todos los ciudadanos los espacios de participación y control social de lo público.

## **10.5 MEDIOS COMUNITARIOS Y DEMOCRATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Es necesario reconocer que los medios de comunicación expresan lenguajes diversos y formas de representación que los caracterizan. Una de ellas es su permanente recurso escrito y audiovisual apoyando o negando las culturas. El enfoque simplista en que ha caído la definición de los medios de comunicación como instrumentos de transmisión ha sido superado, hasta el punto que los investigadores de diversas disciplinas en América Latina insisten en que los medios deben ser considerados mediadores sociales.

Hablar de mediación social obliga a pensar en un principio clave: los medios de comunicación son uno de los principales socializadores de las culturas. Se ha obligado a cambiar actitudes, se quiera o no, a concebir el saber y el conocimiento de una manera entretenida o a relacionarnos con afecto o violencia.

Los medios de comunicación se han convertido en los principales agentes socializadores, más importantes que la familia y la escuela. Estas dos instituciones secularizaron sus comportamientos y quedaron a la zaga de los medios, particularmente de la televisión. Hoy los medios de comunicación tienen un enorme potencial para proponer y estimular el desarrollo dentro de un modelo civilista y ético que nos conduzca al respeto de las diferencias individuales, de credo, raza, posición ideológica, científica o religiosa, pero ante todo a reconocer al otro como ser humano.

La comunicación también ayuda a construir campos simbólicos propios, gestando sentimientos de pertenencia e identidad local. Los conflictos se pueden explicitar y tratarse públicamente, se produce confianza, se propicia la crítica, se dan a conocer los proyectos existentes, motivando la participación y el control sobre los mismos, y se capacita para aprender a negociar. La comunicación, en resumen, es un medio y una finalidad del desarrollo: sirve para crecer y a su vez es un índice de integración y crecimiento.

## **10.6 GERENCIA SOCIAL DE LA INFORMACIÓN Y DESARROLLO COMUNITARIO**

La información es uno de los elementos fundamentales de la gerencia y la gestión social para el desarrollo. Algunas características para definir su campo de actuación son las siguientes:

- La información debe tener acceso público y, por tanto, codificarse de acuerdo con los diferentes contextos culturales, poniéndola así al servicio de toda la ciudadanía.
- La información ofrecida al público debe ser veraz, es decir, debe sustentarse en fuentes confiables y poseer sistemas de captura y sistematización explícitos.
- La información debe ser actualizada, esto es, alimentarse permanentemente de acuerdo con la dinámica global.
- Se debe fomentar la lectura crítica y desarrollarse la capacidad de producción de la información. Su poder reside en su circulación: debe poderse acceder a ella, elaborarse y ponerse en juego en lugares comunicativos.

El componente tecnológico es esencial en los medios para la comunidad y su capacidad comunicativa. Para fortalecer los medios comunitarios, como la radio y la televisión, las comunidades organizadas tienen que asegurar la sostenibilidad de aquellas empresas que busquen elevar la voz de las comunidades en los ámbitos locales, regionales y nacionales. Ello exige formar redes mediante las cuales ganar espacio en la agenda pública del país y configurar un movimiento expansivo.

El empoderamiento de estas comunidades se hace también a través del conocimiento y la apropiación de los lenguajes de los medios por parte de los equipos que trabajan en ellos. Por eso se insiste constantemente en la urgencia de implementar programas de alfabetización audiovisual y, al mismo tiempo, liderar procesos de crítica pública en la formación de las audiencias y comunidades en general.

## **10.7 PENSANDO EN LA GENTE**

La comunicación comunitaria se halla inserta en un entorno sociocultural y gerencial de los medios comunitarios. La buena gestión administrativa de la gerencia social, por lo tanto, puede impulsar procesos de participación a través de empresas sociales de medios de comunicación. La gestión administrativa y financiera puede estar orientada por los siguientes aspectos:

- Crear un clima de confianza, cooperación, participación y comunión entre los equipos humanos y técnicos que intervienen en los procesos gerenciales.
- Tener claro que un equipo humano y técnico con vínculos comunicativos fuertes para la intervención social es requisito indispensable para poner en marcha un proyecto, un programa o un plan.
- Considerar a todos los actores del desarrollo, tanto internos como externos, y definir con la mayor precisión sus competencias y funciones.
- Diversificar las fuentes de financiamiento de las acciones que se pretenda realizar, teniendo en cuenta la figura de alianzas estratégicas para el éxito de la gestión.
- Privilegiar los recursos con que se cuenta para la gestión social, dando un uso racional y valorando cada vez más el talento humano y la creatividad de las personas y los grupos.
- Manejar de modo transparente los recursos financieros mediante presentación de informes periódicos sobre ejecución y uso de los mismos, herramientas de control de gestión administrativa y auditorías comunitarias con sentido de pertenencia al proyecto, programa o plan.

## **10.8 PLANEAR UN PROYECTO COMÚN CON SENTIDO COMUNICATIVO**

- Partir de una realidad concreta para diseñar un proyecto común con sentido social. La creación de un canal comunitario o una emisora comunitaria pueden ser vehículos importantes para construir comunidad.
- El sentido de pertenencia, la recuperación de la memoria histórica y el compromiso pueden ser factores que den soporte a un proyecto común construido comunicativamente. Es, por supuesto, una tarea permanente que debe alimentarse y evaluarse periódicamente. Todos los aportes son bienvenidos; su posterior análisis podrá determinar prioridades o desaciertos.

- Un gerente social que trabaja con procesos de comunicación comunitarios está promoviendo el fortalecimiento de la comunidad o la sociedad civil y podrá aportarle su valiosa experiencia en la consolidación de organizaciones comunitarias. Además, deberá propiciar procesos de información de doble vía, formar y capacitar a su equipo humano y adaptar sus procesos gerenciales al ambiente sociocultural.

## **10.9 ESTRATEGIA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN**

- El propósito de un plan de comunicación es ser coherente, eficaz y estratégico.
- El plan debe comprender mensajes que den a conocer el modelo de desarrollo que se proponga, debe buscar la cooperación y compartir la información, y debe contar con el trabajo en red como metodología de acción común.
- Los ejes comunicativos sobre los cuales reposa un plan son:
  - Legitimar la estrategia de desarrollo o de intervención. Hacer evidente la importancia de los programas, proyectos y acciones.
  - Convencer al entorno y movilizar iniciativas.
  - Facilitar la cooperación interinstitucional y evitar resistencias.
  - Comunicar el programa de trabajo, ritmos y tiempos a la comunidad.
  - Los flujos de información deben circular en función de los públicos a que se dirigen. Los medios y las técnicas deben seleccionarse con el mismo criterio. Todo plan de comunicación es el directorio de públicos y la selección de los mismos.
  - Un gerente social que trabaje con procesos de comunicación deberá tener en cuenta a sus destinatarios y el sentido de lo que implica comunicar. Esto quiere decir:
    - No manipular, sino propiciar y facilitar.
    - Orientar y potenciar los actos creadores individuales, grupales o nacionales.
    - Ser ajeno al dogmatismo en un quehacer libre, abierto a la participación, y facilitar los consensos y los acuerdos.

- Fomentar el intercambio, la formación y la investigación-acción ofreciendo instrumentos para la socialización de la información y fomentando los canales de expresión.
- Acompañar los procesos de transformación social y cultural de una localidad o de una región.

### **10.10 UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN INNOVADOR**

Si se piensa que la comunicación es un factor inseparable de la gerencia social, esta última debe establecer claramente las áreas temáticas en las que se va a desenvolver y el radio de influencia donde pretende intervenir. En primer termino debe abordar la pregunta: ¿qué significa comunicar en la gerencia social?, para la cual se propone la siguiente respuesta:

- Comunicar bien desde la gerencia social significa hacer uso de la capacidad discursiva (palabra, sonido e imagen).
- Comunicar de manera constante a través de la práctica social.
- Apropiarse de las nuevas tecnologías, esto es, conocer los medios de comunicación, sus códigos y lenguajes, y las tecnologías de punta en sistemas de monitoreo y seguimiento de proyectos o programas (almacenar, recuperar y procesar información).
- Saber qué se comunica.
- Conocer el contexto desde el cual se comunica (local, regional, nacional).
- Respetar a los interlocutores.
- Comunicar con serenidad, sin herir la sensibilidad, y convocar a un encuentro de reflexión permanente.

Otras acciones que pueden ser lideradas por la gerencia social en lo que a las áreas técnicas se refiere son:

- Privilegiar un enfoque integral del desarrollo orientado al mejoramiento de las condiciones de vida de los grupos poblaciones con los que se trabaja en materia de crecimiento y desarrollo humano. Esto exige reconocer los valores y la identidad cultural del entorno territorial.

- Propiciar un desarrollo endógeno, facilitando el surgimiento de las iniciativas de carácter local, sectorial, territorial, etc. Aprovechar al máximo las energías, los recursos, etc.
- Fomentar la creación de grupos de estudio y de reflexión sobre el desarrollo social y humano.
- Promover mecanismos de encuentro e intercambio con el sector gubernamental y otras organizaciones locales, regionales, nacionales o internacionales, para dar mayor importancia a la inversión social. Sin inversión social los avances en el desarrollo económico no tendrán un futuro promisorio.
- Un sistema de comunicación creativo e innovador para la gerencia social no puede ser excluyente y debe tener como variable esencial la dimensión política, entendida como el restablecimiento de la confianza entre los múltiples sectores involucrados en los procesos de desarrollo social. Además debe tener en cuenta que una de las tareas claves de la gerencia social es preservar la relación horizontal y abierta en los procesos de participación. Sus acciones, por consiguiente, pueden centrarse en los siguientes aspectos:
  - Mantener siempre un clima de concertación y acuerdos con los grupos comunitarios con los que trabaja, a fin de construir consensos.
  - Trabajar por el reconocimiento de la diversidad cultural.
  - Fortalecer los espacios de la sociedad civil y estimular la creación de formas organizativas (asociaciones, juntas vecinales y otras).
  - Trabajar en la creación de redes sociales y de cooperación como estrategia fundamental de apoyo a la gerencia social para acceder a recursos externos en materia de información, mercados, tecnologías, etc.
  - Promover una conciencia de solidaridad y cooperación en el marco de una democracia participativa y real, de tal forma que las condiciones económicas, sociales y culturales proyecten siempre el bienestar de la población.
  - Buscar metodologías que rompan el paradigma del individualismo para actuar de una manera más dinámica, activa y propositiva en el diseño de una política social más acorde con las necesidades de la comunidad.

“La planeación participativa representa una opción para fortalecer la gobernabilidad ciudadana y por ende la democracia participativa, situación que se fortalece con la constitución de 1991”<sup>17</sup>.

La planeación participativa es un proceso flexible y dinámico de negociación en el cual sus beneficiarios tienen la posibilidad de intervenir ampliamente en las decisiones para solucionar los problemas priorizados, asegurar que los beneficios que se generen estén ajustados a sus aspiraciones y que las estrategias para lograrlos, estén de acuerdo con sus condiciones sociales, culturales, ambientales y con los recursos disponibles.

---

<sup>17</sup> FEDERACIÓN COLOMBIANA DE MUNICIPIOS, Op.cit., Disponible en Internet: <URL:<http://fem/planeacionpar.html>>.



## 11. CONCLUSIONES

Asumir al interior de este proyecto una estrategia de comunicaciones, como un ejercicio de participación, significó alcanzar logros relacionados con:

- El fortalecimiento de los mecanismos de coordinación al interior del Plan de vida.
- El intercambio de experiencias y saberes entre las comunidades y organizaciones participantes.
- Entrar en relación con expresiones culturales y procesos sociales y educativos existentes en las zonas de influencia del proyecto.
- Generar y circular información contextualizada y actualizada sobre la situación ambiental y social del Corredor Oriental de Pasto.
- Incidir en escenarios públicos y privados donde se toman decisiones relacionadas con este sector de la ciudad.
- Entregar un saldo pedagógico en tanto que permitió a las organizaciones una aproximación conceptual sobre los usos de la comunicación en este proyecto de desarrollo sostenible.
- La Implementación de la estrategia fue fruto de la gestión compartida pues se facilitaron los recursos de comunicación disponibles en las organizaciones vinculadas al proyecto.

A través de esta investigación se logró identificar de qué manera las organizaciones asumen la comunicación relacionada con el proyecto, qué propuestas tienen en relación con la utilización de medios, y con qué recursos de comunicación cuentan. Además permitió recoger inquietudes, sugerencias y propuestas para estructurar los talleres de comunicaciones, actividad que reunió al grupo de comunicadores comunitarios para formular de manera conjunta las bases de esta estrategia.

Otro de los resultados de la Estrategia fue detectar experiencias de comunicación en curso, que fueron aprovechadas en el proceso.

La comunicación participativa no es simplemente un modelo pensado para definir y transmitir mensajes; es un enfoque integral que logró un flujo de información en

doble vía entre todos los actores sociales. De otra parte, la comunicación participativa proporciona y hace sostenible en el tiempo la consecución de herramientas para priorizar las necesidades, oportunidades, problemas y soluciones para que la planificación sea más eficaz, tomando en cuenta los recursos disponibles y los insumos de todos los que están involucrados.

Las acciones de comunicación propendieron por el respeto y fortalecimiento de la diversidad étnica y cultural teniendo en cuenta las tradiciones, formas de pensar y habitar el mundo, la identidad, la autonomía, la unidad, el territorio, la transparencia y la reciprocidad de las comunidades involucradas.

La socialización de la información se hizo de manera democrática, equitativa, considerando las diferencias de género y generación.

La estrategia se orientó a promover la articulación entre las organizaciones para motivar dinámicas de trabajo conjunto y busca fortalecer sus capacidades para incidir políticamente en las decisiones que afectan a la región.

A raíz de la amplia difusión que logró la construcción participativa del Plan de Vida del Corredor Oriental de Pasto, líderes de diferentes comunas y corregimientos de la ciudad iniciaron procesos similares de participación ciudadana basados en el modelo adoptado en el Corredor Oriental.

El eco del proceso se extendió por toda la ciudad y con el concurso de la Alcaldía de Pasto, las comunas y corregimientos paralelo a la propuesta actual de cabildos (donde se da la distribución participativa del presupuesto) se empieza a hablar y a trabajar por esta propuesta integral, que va más allá de la priorización en la entrega de recursos públicos y muestra un nuevo modelo con un sentido más amplio en los aspectos cultural, social, económico, ecológico y de identidad entre otros.

## BIBLIOGRAFÍA

AGENCIA DE LOS E.U. PARA EL DESARROLLO INTERNACIONAL. Modelo de comunicación pública, organizacional e informativa para entidades del Estado. Washington : Casals y Associates Inc., 2004. 38 p.

ÁLVAREZ, Adolfo. Cooperativismo. México : Trillas, 1999. 47 p.

ARDILA, María Fernanda. Comunicación para la movilización social. Dirección de Acceso y Desarrollo Social del Ministerio de Comunicaciones. Magdalena Medio y Oriente antioqueño. Medellín : Ministerio de Comunicaciones, 2003. p. 8.

ARRUDA, Marcos. Humanizar lo infrahumano, la educación del ser humano integral – Homo evolutivo. Praxis y una economía de la Solidaridad. Río de Janeiro : Mac. Graw Hill, 2003. 210 p.

BURGOS, Marco Antonio. Economía Solidaria en América Latina. México : Trillas, 2002. 215 p.

CANCLINI, Néstor. Ediciones de periodismo y comunicación. La Plata : Trillas, 1997. 85 p.

CASARES, Julio Cesar. Diccionario Ideológico de la Lengua Española. Buenos Aires : Mac. Graw Hill, 2000. 410 p.

COLOMBIA. MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Capacitación en Gestión para la Asistencia Técnica Municipal. Planeación participativa Fascículo 2. Bogotá : Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 1994. p. 23.

DOUROJEANNI, Axel. Procedimientos de Gestión para el desarrollo sustentable. División de recursos naturales e infraestructura. Santiago de Chile : CEPAL, 2000. p. 11.

FEDERACIÓN COLOMBIANA DE MUNICIPIOS. “Planeación Participativa”. Conceptos. [en línea]. Colombia 12 de mayo de 1998. [citado 15 jun., 2006]. Disponible en Internet: <URL:<http://fem/planeacionpar.html>>.

FRANCO, María Cristina. Comunicación. [en línea]. Colombia 15 de septiembre de 2003. [citado 15 jun., 2006]. Disponible en Internet: <URL : [http://www.universidadabierta.edu.mx/SerEst/Apuntes/FrancoMaria\\_Comunicacion.htm](http://www.universidadabierta.edu.mx/SerEst/Apuntes/FrancoMaria_Comunicacion.htm)>

FUNDACIÓN SOCIAL. Serie DIL No 1. Una propuesta para superar la exclusión. Bogotá : Fundación Social, 2004. 92 p.

MARTÍN BARBERO, Jesús. El miedo a los medios: Política, comunicación y nuevos modos de representación. Debate político. Bogotá : FESCOL, 2000. 58 p.

MOLINER, María. Diccionario de Uso del Español. Caracas : Panamericana, 2001. 26 p.

PASQUALI, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. Caracas : Monteavila, 1990. 284 p.

PÉREZ, Ángela. Unidad de Sabiduría Pueblo Kofán. Bogotá : Mac. Graw Hill, 2000. 18 p.

PEREZ, Rafael Alberto. Estrategias de Comunicación. [en línea]. Colombia 20 de enero de 2001. [citado 20 may., 2006]. Disponible en Internet : >URL:<http://www.rafaelalbertoperez.com/>,>

RODA, Fernando. Información y Comunicación, Los medios y su aplicación. [en línea]. Ciudad 3 de marzo 2004. [citado 15 jun., 2006] Disponible en Internet : >URL:[http://casablanca.cervantes.es/Biblioteca/Fichas/Roda%20Salinas,%20Fernando%20Jes%C3%BAs\\_9880\\_12\\_1.shtml](http://casablanca.cervantes.es/Biblioteca/Fichas/Roda%20Salinas,%20Fernando%20Jes%C3%BAs_9880_12_1.shtml)>

SHRAMM, Wilbur. Procesos y efectos de la comunicación colectiva. México : Mac. Graw Hill, 1969. 216 p.

VANEGAS, Carlos Alberto. Gerencia social y procesos de comunicación comunitaria. [en línea] 12 de junio de 1999. [citado 15 may., 2006]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-92.html>>. p. 72 – 209.

# **ANEXOS**

## Anexo A. Formato de encuesta para la comunidad del corredor oriental

### Formato de Encuesta para la Comunidad del Corredor Oriental

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO**  
**ESPECIALIZACION EN GERENCIA SOCIAL**  
**DISEÑO E IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**  
**PARA LA CONSTRUCCION**  
**DEL PLAN DE VIDA DEL CORREDO ORIENTAL DE PASTO**

#### FORMATO DE ENCUESTA PARA LA COMUNIDAD DEL CORREDOR ORIENTAL

##### DATOS GENERALES

Nombre: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Organización y/o Institución: \_\_\_\_\_

1. ¿A quién cree usted que debe llegar la información sobre el Plan de Vida que están construyendo?

a. Instituciones educativas \_\_\_\_\_

d. Padres de familia \_\_\_\_\_

b. A la comunidad \_\_\_\_\_

e. Otro \_\_\_\_\_ Cuál? \_\_\_\_\_

c. Jóvenes \_\_\_\_\_

2. ¿Por qué medio de comunicación debe darse a conocer el Plan de Vida?

a. Radio \_\_\_\_\_

d. Folletos \_\_\_\_\_

b. Prensa \_\_\_\_\_

e. Pendones \_\_\_\_\_

c. Televisión \_\_\_\_\_

f. Otro \_\_\_\_\_ Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿Qué espacios hay en la localidad para difundir el proceso?

a. Parroquia \_\_\_\_\_

d. Hogar comunitario \_\_\_\_\_

b. Centro de Salud \_\_\_\_\_

e. Salón Comunal \_\_\_\_\_

c. Centros educativos \_\_\_\_\_

f. Otros \_\_\_\_\_ Cuáles? \_\_\_\_\_

4. ¿Qué le gustaría que simbolice principalmente el LOGOTIPO (imagen) del plan de vida? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. ¿Qué colores debe tener el logotipo y por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6.Cuál cree que podría ser el SLOGAN (frase) que identifique el Plan. Escríbala\_\_\_\_\_

7. ¿Usted cree necesario que se deba formular de manera participativa el Plan de Vida del Corredor Oriental? SI\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_ ¿Por qué?\_\_\_\_\_

8. Con qué medios de comunicación cuenta su localidad. PASAR A LA OTRA PREGUNTA.

a. Radio \_\_\_\_\_

d. Perifoneo \_\_\_\_\_

b. Prensa \_\_\_\_\_

e. Cartelera \_\_\_\_\_

c. Televisión \_\_\_\_\_

f. Otros\_\_\_\_\_ Cuáles?\_\_\_\_\_

9. ¿Cómo se informa la comunidad de lo que sucede en su entorno? PASAR A INFORMACION\_\_\_\_\_

10. Qué líderes existen en su comunidad que pueden aportar al proceso de comunicación.

*Nombres*

*Dirección y Corregimiento o Comuna*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

11. Qué recursos o potencialidades le gustaría que se destaquen en el Plan de Vida?\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

12. ¿Tiene alguna sugerencia para dar a conocer mejor el Plan de Vida del Corredor Oriental\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## **Anexo B. Pensamientos de la comunidad**

### **Pensamientos de la Comunidad**

#### **Carlos Mora, líder barrio Popular.**

Con la construcción participativa del Plan de Vida hemos encontrado nuestras necesidades, así como nuestras fortalezas, encaminándolas al desarrollo de las comunidades.

Tenemos gracias a la Fundación Social y a la Alcaldía de Pasto, una infraestructura básica, como el Nido Nutrir, la Institución Educativa del barrio Popular y últimamente contamos con un Centro de Atención Inmediata, CAI, que nos brinda seguridad y protección. Estos aportes estructurales propician cambios sociales y comunitarios.

Nosotros buscamos a la Fundación Social, para procesos como el de El Nido Nutrir, que brinda condiciones para que nuestros niños tengan seguridad alimentaria y así estimulen su aprendizaje.

El barrio Popular es un punto estratégico, pues es una zona donde termina lo urbano e inicia lo rural, siendo punto integrador y estratégico en el desarrollo del Plan de Vida.

#### **CORREGIMIENTO DE MOCONDINO, ASOCIACIÓN SANTO DOMINGO DE GUZMÁN. -142 asociados-**

#### **Leonidas Florencio Jojoa Naspirán.**

Somos una comunidad fortalecida y con la Asociación promovemos el trabajo comunitario y el ahorro- Mediante una gran minga, adecuamos un lote que va a servir de sede a nuestra organización social.

La minga promueve valores, estamos integrados en la alegría de compartir un café y edificar juntos nuestro progreso.

Mocondino, es un nombre que viene de la tradición oral, hace referencia a un Cacique Indígena que repartió sus tierras entre sus hijos: Pejendino y Jamondino. Este era un gran territorio comprendido entre las montañas del Campanero y los terrenos que ahora ocupa el Batallón Batalla de Boyacá.



Era una tierra netamente indígena, ahora poblada por mestizos dedicados a actividades agrícolas y con una fuerte relación comercial con lo urbano. Somos un corregimiento muy joven, pues alcanzamos esta designación hace poco más de dos años.

Con Canchala, Arrayanes, Puerres y Dolores, compartimos necesidades y visión de desarrollo compartido, que hemos ido integrando a otras zonas del corredor oriental.

### **José Arnulfo Jojoa Muñoz**

La gente poco a poco rompe con el individualismo, hace 14 años trabajamos en la Asociación y cada vez estamos más integrados. Estamos en un proceso de construcción común de políticas de desarrollo, es un desafío y un sueño proyectado para los próximos cincuenta años.

Buscamos no perder nuestra identidad campesina, no perder la esencia del trabajo rural, el campesino sostiene la vida, la solidaridad es parte fundamental de nuestra forma de ser.

### **Víctor Raúl Erazo, Secretario de Gobierno Municipal.**

El proyecto de la construcción del Plan de Vida del Corredor Oriental es estratégico para toda la ciudad. Por este sector lograremos la conexión con el centro del país, la proyección en todos los sectores es notoria. En lo ambiental, este corredor oriental es fuente y despensa de agua para Pasto.

Contamos con líderes empoderados, vemos que ha mejorado la convivencia y seguridad. Vemos compromiso y se hace honor al Slogan de la Alcaldía "Pasto Mejor".

El Plan de vida, implica a los futuros gobernantes, el conocimiento detallado de la priorización de necesidades trazadas por la comunidad.