



**Afro-comunicación: comunicación estratégica para visibilizar los procesos sociales del
Comité Afrodescendiente de la ciudad de Itagüí, Antioquia**

Elaborado por:

Neissy Johana Longa Parra

Seleccione tipo de documento para optar al título de Comunicador

Asesores

Ana Lucia Mesa Franco, Magíster (MSc) en Historia

Melquiced Blandón, Doctor (PhD) en Ciencias Humanas y Sociales Ejemplo Ciencia de la
Información

Universidad de Antioquia
Facultad de Comunicaciones y Filología

Comunicaciones

Medellín, Antioquia, Colombia

2024

Cita

(Longa Parra 2024)

Referencia

Estilo APA 7 (2020)

Longa Parra N.J (2024). *Afro-comunicación: comunicación estratégica para visibilizar los procesos sociales del Comité Afrodescendiente de la ciudad de Itagüí, Antioquia* [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.



Comité afrodescendiente de Itagüí



Biblioteca Carlos Gaviria Díaz

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

A Dios, fuente de inspiración, fortaleza y guía en cada paso de este camino, cuya luz ha iluminado nuestras acciones y propósitos.

A mi familia, pilar fundamental de mi vida, por su amor incondicional, apoyo constante y por ser el motor que impulsa cada uno de mis sueños.

A la diáspora negra y a todas las personas que, con su esfuerzo y dedicación, trabajan incansablemente en la preservación y promoción de la identidad afrocolombiana. Este proyecto está dedicado a ustedes, quienes lideran procesos sociales y culturales en la construcción de una sociedad más justa, equitativa y orgullosa de su herencia.

A todos los que creen en la fuerza de nuestras raíces, en el poder de la comunidad y en la importancia de visibilizar y celebrar nuestra historia. Este esfuerzo busca honrar su legado y contribuir a la dignificación y fortalecimiento de nuestras identidades.

Agradecimientos

A las docentes Adriana Seguro y Adriana Ruiz, por su invaluable acompañamiento, guía y dedicación a lo largo de este proceso formativo. Sus enseñanzas han sido faro de conocimiento y motivación, dejando huella profunda en mi camino profesional y personal.

A la diáspora negra, a todas esas personas que trabajan incansablemente en los procesos sociales para conservar y fortalecer la identidad negra afrocolombiana. Su esfuerzo constante por mantener viva nuestra historia y tradiciones nos inspira a reconocer y valorar nuestras raíces.

A la historia y a la memoria histórica, porque son ellas las que nos otorgan un punto de partida sólido para transformar el presente. A través de la comunicación, podemos reivindicar, reconstruir y proyectar un futuro donde nuestras voces, experiencias y luchas sean reconocidas y respetadas. Gracias a todas las generaciones que han tejido este legado, porque su resistencia y resiliencia son la base de todo cambio.

Contenido

1. Introducción	10
2. Planteamiento del Problema	11
3. Objetivos	18
3.1. Objetivo General	18
3.2. Objetivos Específicos	18
4. Antecedentes	19
4.1. Contexto municipal	19
5. Marco Teórico	21
5.1. Acción Participativa	21
5.2. Comunicación Organizacional	22
5.3. Comunicación Interna	23
5.4. Comunicación Estratégica	24
5.5. La Estrategia como plan	25
5.6. Identidad Étnica	26
6. Metodología	27
7. Hallazgos y Análisis	30
7.1. Discusión Comunicativa	30
7.2. Hallazgos	33
7.2.1. Primer Objetivo Específico	35
7.2.2. Segundo Objetivo Específico	37
7.2.3. Tercer Objetivo Específico	39
7.2.4. Análisis de los hallazgos primer objetivo	40

7.2.5. <i>Redes Sociales</i>	42
7.2.6. <i>Análisis de los hallazgos objetivo 2</i>	44
7.3. Recomendaciones	45
Referencias Bibliográficas	53

Lista de Tablas

Tabla 1. Sistematización	33
Tabla 2. Plan de Comunicaciones: Matriz de comunicación estratégica COMAI	47

Lista de Figuras

Figura 1.	Medios de la organización	41
Figura 2.	Medios con el Comité Afro.....	42
Figura 3.	Redes sociales	42

Lista de Anexos

Formulario de Google.....	30
Entrevistas semiestructuradas.....	30

1. Introducción

De manera general, este trabajo de grado aborda la importancia de la comunicación para la población afrodescendiente y tiene un enfoque en la perspectiva teórica de la comunicación estratégica a través de la creación de un plan de comunicaciones que facilite la visibilización de los procesos sociales al interior del Comité Afrodescendiente ubicado en el municipio de Itagüí, Antioquia. En ese orden de ideas, el objetivo general fue reconocer desde un enfoque teórico transversal de la comunicación estratégica, la manera más efectiva de comunicar y visibilizar los procesos realizados por el Comité Afrodescendiente de Itagüí para el fortalecimiento de su identidad social. Se espera que el plan de comunicaciones aquí propuesto sirva como referente para otros comités con características similares.

A nivel metodológico, se adoptó la investigación de tipo Acción Participativa (IAP), la cual se desarrolló bajo el contexto y las dinámicas sociales propias del Comité Afrodescendiente. Para la recolección de información, se realizaron reuniones y talleres donde la investigadora participó proactivamente dentro del procesos sociales en el Comité, se realizaron entrevistas y se obtuvieron piezas visuales y gráficas, cuyo análisis tuvo impacto directo en la formulación e implementación de una estrategia de comunicaciones para el Comité Afrodescendiente objeto de estudio.

A modo de conclusión, se encuentra que el Comité Afrodescendiente de Itagüí se concibe internamente como una organización fragmentada, dispersa y con bajo nivel de organizativo en el ámbito social, además de contar con un reglamento organizativo básico que en la práctica no se aplica. Lo anterior, repercute en los procesos de socialización y divulgación del Comité requiriendo acciones para su fortalecimiento.

2. Planteamiento del Problema

Las dinámicas sociales y económicas asociadas a la población afrodescendiente en Colombia se caracterizan por ser notablemente complejas a nivel histórico, puesto que, al entenderse como formas de configuración social y comunicativa con sus respectivos fenómenos sociales y comportamientos humanos, dan sentido de inclusión en su contexto, facilitan la identidad social en sus vidas y generan efectos tanto positivos como negativos en la participación ciudadana dentro de diferentes políticas, grupos sociales y comités comunitarios en el país que son claves para entender la fragmentación social actual de la población afro.

Comprender este tipo de fenómenos sociales en la población afro es fundamental para dar cuenta del cómo se constituyen socialmente sus prácticas organizacionales, los lenguajes inclusivos y las estrategias de comunicación, así como la fragmentación institucional en las relaciones asincrónicas entre el Estado social moderno, los entes gubernamentales y la sociedad civil, los cuales constituyen la base de las relaciones colectivas de las ciudades y participaciones individuales de las comunidades en diferentes departamentos y municipios.

La fragmentación social de la población afro en Colombia se dio a lo largo de la historia y se ha expresado de diferentes maneras. Por ejemplo, desde el siglo XVI cuando la población negra-mulata y afrodescendiente hizo presencia en el territorio nacional debido a los esclavos coloniales, hasta el siglo XIX, la fragmentación se expresó en la mano de obra esclava de estas minorías como mineros, trabajadores de haciendas o servidumbre para sostener la economía colonial implicando una estructuración sociocultural, económica y política jerarquizada con base a la raza, la cual ha permanecido

hasta el día de hoy pese a los esfuerzos y avances en materia de derechos, reconocimiento e inclusión (Urrea et al., 2001).

Al respecto, la Comisión de la Verdad (2021) mencionó que todos los procesos de autorreconocimiento en los ámbitos étnico y racial, así como aquellos procesos de resistencia en zonas urbanas han sido impulsados por situaciones de racismo, segregación, discriminación y percepción de extranjerización a nivel estructural que se ha arraigado en la sociedad. Particularmente, se señala que la mayoría de las situaciones constituyen pequeños actos de micro-racismo, los cuales permiten la perpetuación de los imaginarios raciales de connotación negativa y las violencias simbólicas en contra de la población afrodescendiente, incluyendo, sus procesos organizativos (Comisión de la Verdad, 2022).

Según un informe de Personería Municipal de Medellín (2020) se verificó la presencia continua de factores desencadenantes de vulneración de derechos como la pobreza, y otros derivados de condiciones geoestratégicas como la presencia de grupos armados y dinámicas de criminalidad. Tal y como se describe, las comunas localizadas en el noreste y oeste de la ciudad tenían mayor presencia de dichos factores, siendo las comunas Manrique, Aranjuez, Villa Hermosa, Robledo, San Javier y Belén aquellas con un problema mucho más grave

En el periodo comprendido entre 1997 y 2017, diferentes grupos de personas pertenecientes a la población negra se consolidaron como grupos organizados en el departamento de Antioquia con el fin defender y visibilizar su cultura; se registraron 18 consejos comunitarios en el departamento, y 14 de ellos tenían títulos colectivos otorgados por el Instituto Colombiano de Desarrollo Rural (Incoder) (Cardona, 2017).

Como es el caso de la Asociación de comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras en Itagüí (AFROI), entre otros grupos identitarios y sociales, ésta ha buscado emprender su propia lucha social para recuperar y mantener las prácticas, tradiciones y establecer esa idea reciente de identidad afro como un punto de partida para la inclusión común de sí mismos en las dinámicas políticas, democráticas y de desarrollo económico del país, a su vez que se busca facilitar el tránsito hacia un acceso equitativo e igualitario a los bienes y servicios de la cultura tales como la posibilidad de participar, autoorganizarse, crear comunidades y obtener recursos económicos públicos.

El municipio de Itagüí ubicado en el departamento de Antioquia tiene una diversidad cultural amplia y grandes matices sociales. Desde hace más de 10 años, Itagüí viene siendo un municipio de alta densidad afro según la caracterización realizada, cuenta con variadas maneras de pensar, territorios marcados por la presencia de esta población, viviendas y barrios donde las personas requieren comunicarse de mejor manera con sus raíces, construir socialmente con sus compañeros de tradiciones y tener una mejor vida cultural, entender mejor sus necesidades económicas y formas de pensamiento identitario raizal.

Lo anterior, guarda relación directa con algunos estudios institucionales del gobierno local en donde se habla sobre la presencia de distintos grupos poblacionales como lo son los indígenas y los afrodescendiente; este municipio tiene entre sus objetivos institucionales locales, ser una de las más importantes ciudades culturales de Antioquia a través de diferentes programas gubernamentales y líneas estratégicas según el Plan de Desarrollo del Municipio de Itagüí (Consejo Municipal de Itagüí, 2020). De manera explícita, en el Plan de Desarrollo municipal se adopta como objetivo el fortalecimiento de las condiciones que son requeridas para el desarrollo, el conocimiento, la accesibilidad y el disfrute de todo tipo de prácticas culturales y artísticas, así

como de los bienes o servicios en el marco de la equidad, los procesos de reconciliación y la sana convivencia (Consejo Municipal de Itagüí, 2020).

Así pues, con la búsqueda del fortalecimiento de la cultura para la construcción de ciudadanía, la Alcaldía de Itagüí ha visibilizado, promulgado y articulando políticas, sectores sociales, además de espacios urbanos con mayores dinámicas culturales. Asimismo, se ha promovido la creación de espacios de participación ciudadana que contribuyen a generar mejores capacidades locales para el ejercicio pleno de la participación ciudadana, la democracia y la corresponsabilidad de la sociedad en la construcción de un Itagüí incluyente, justo y equitativo a partir de la dinamización de la cultura como lo indica la normatividad colombiana (Ley 70, 1993).

De esa manera es vital reconocer a las comunidades negras que han ocupado tierras baldías en las zonas rurales ribereñas de los ríos de la Cuenca del Pacífico con una relación directa con sus prácticas tradicionales de productividad y relacionamiento cultural vinculadas al derecho a la propiedad colectiva y de conformidad con lo dispuesto en diferentes artículos de la constitución política de Colombia; proponen actualmente a la población afro y sus comunidades una oportunidad de desarrollo social vital para que las personas puedan participar de otras maneras en la democratización de sus vidas y en las políticas modernas del progreso social nacional.

En este sentido la población afrodescendiente en algunos municipio se constituyen como grupos organizados de personas para lograr la garantía de sus derechos y es ahí donde la comunicación estratégica permite fortalecer los procesos de comunicación organizacional y planeado construyendo y desarrollando estrategias que permitan el fortalecimiento cultural, la

visibilidad y reconocimiento del grupo étnico ya que estos grupos organizados terminan siendo organizaciones sociales trabajando por los derechos de la población en el territorio.

Así mismo el propósito que promueva establecer mejores mecanismos para la protección de la identidad cultural y de los derechos de las comunidades negras de Colombia como un verdadero grupo étnico, y el fomento de su desarrollo económico y social, con el fin de garantizar que estas comunidades obtengan condiciones reales de igualdad e inclusión de oportunidades frente al resto de la sociedad colombiana.

En este trabajo de grado se identifican cuatro principios que integran y dan entrada a que las diferentes dependencias del gobierno ya sean locales, departamentales o nacionales, para buscar estrategias para empoderar y proteger la diversidad cultural, según Ley 70 de 1993, los cuales estén enmarcados en el reconocimiento y la protección de la diversidad étnica y cultural, el derecho a la igualdad de todas las culturas que conforman la nacionalidad colombiana, el respeto a la integralidad y la dignidad de la vida cultural de las comunidades negras, al igual que la participación y la protección de las comunidades negras y sus organizaciones, sin detrimento de su autonomía, en las decisiones que las afectan y en las de toda la Nación en pie de igualdad.

Las denominadas comunidades negras están realmente animadas por diversos grupos sociales externos, políticas gubernamentales y programas sectoriales que las motivan a organizarse, exigir la garantía de sus derechos y ser en su mayoría reconocidas al hacer veeduría y control de los procesos de reparación y reivindicación de sus derechos frente al estado colombiano. Para la población afrodescendiente, en el contexto de estos derechos contemporáneos, se relaciona la necesidad de tener grupos organizados de personas con los líderes sociales que buscan representar a la población, siendo el caso el Comité Afrodescendiente de Itagüí en sus procesos comunitarios.

De esta manera es que surge el Comité Afrodescendiente de Itagüí como una iniciativa ciudadana local que busca, principalmente, articular las acciones de las organizaciones de base que existían en el año 2016 en el territorio Itagüiseño. Para el año 2017 se formaliza su existencia mediante un acuerdo municipal, el cual fundamenta y legaliza sus acciones. Este también recoge el interés de la Gobernación de Antioquia por organizar y formalizar los procesos que desarrollan las comunidades afrodescendientes en el departamento lo que permite que las comunidades logren reconocerse internamente e iniciar un proceso de trabajo conjunto y formalizarse frente a las instituciones estatales mediante la existencia de objetivos comunes.

En lo que se refiere al Comité Afrodescendiente de Itagüí, éste está conformado por 5 organizaciones de base con población afrodescendiente de Itagüí, siendo Afroí, Lazos y Vínculos, Afroyakaar, Funda y Afrodahamiri. Asimismo, las personas que lideran estos grupos son quienes configuran, organizan, toman sus decisiones y han llevado variados procesos sociales territoriales en el marco de la lucha común por los derechos de la población afrodescendiente de su municipio. Los objetivos principales del comité afrodescendiente son:

1. Establecer el funcionamiento y reglas del Comité Afrodescendiente del municipio de Itagüí, el cual se encargará, junto con las autoridades competentes, para garantizar el reconocimiento, protección, aplicación y desarrollo de los derechos integrales de la población afrodescendiente en el municipio de Itagüí (COMAI, 2017).
2. Garantizar su participación en la vida cultural, social, económica y política del municipio, a través de gestión, planificación, ejecución, de actividades y proyectos

en beneficio de la comunidad afro con recursos del sector público o privado, tanto local, como nacional o internacional (COMAI, 2017).

Sin embargo, el Comité Afrodescendiente de Itagüí viene presentando en los recientes años dificultades para cumplir sus objetivos organizacionales, por ejemplo, falta de representatividad democrática, desorganización interna, falta de cohesión entre sus miembros, debilidad en los procesos de comunicación y divulgación de sus resultados. Lo que se contrasta con el propósito de sus dirigentes actuales el cual es tener una excelente difusión de sus proyectos y gestiones para lograr mayor apropiación social, el fortalecimiento de su identidad cultural, la participación inclusiva en mayores espacios culturales del territorio y el reconocimiento de derechos a veces olvidados por el gobierno local.

Dichas dificultades han llevado al Comité a ser un colectivo poco cohesionado intentando, sin buenos resultados, lograr un diálogo constructivo, unificado y ágil con sus públicos objetivos internos y externos, imposibilitando de manera incremental la divulgación efectiva de sus procesos sociales, y finalmente, aportando a las garantías de sus derechos fundamentales de reconocimiento institucional.

El Comité Afrodescendiente constituye un objeto de estudio necesario y válido para este trabajo de grado, particularmente, dada la importancia de tener un enfoque de comunicación estratégica en este tipo de organizaciones sociales para lograr efectos positivos con su devenir como grupo social más cohesionado y mejor reconocido por sus grupos objetivos. En ese sentido, se espera que su proceso de participación colectiva sea más inclusivo con la construcción y reconstrucción de novedosas estrategias comunicativas que resignifiquen la inclusión de sus procesos sociales, que generen más acciones para el fortalecimiento cultural y

que faciliten mayores consensos sociales entre sus miembros y la institucionalidad local y nacional.

Después de lo que se expone anteriormente, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la manera más efectiva de comunicar y visibilizar los procesos del Comité Afrodescendiente de Itagüí en Antioquia para el fortalecimiento de su identidad social?

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Reconocer desde la comunicación estratégica la manera más efectiva de comunicar y visibilizar los procesos realizados por el Comité Afrodescendiente de Itagüí en Antioquia, para el fortalecimiento de su identidad social.

3.2. Objetivos Específicos

1. Identificar los principales procesos de comunicación estratégica llevados a cabo actualmente para divulgar las gestiones sociales realizadas por el Comité Afrodescendiente.
2. Comprender cómo se dan esos procesos de comunicación entre el Comité Afrodescendiente y sus públicos objetivos a partir de la perspectiva teórica de la comunicación estratégica.
3. Elaborar una estrategia comunicativa para acercar a la comunidad Itagüiseña a la labor del Comité Afrodescendiente y mejorar sus relaciones con el municipio.

4. Antecedentes

4.1. Contexto municipal

Como participante del Comité Afrodescendiente y líder social del municipio de Itagüí he observado de manera empírica a través de mi experiencia con ellos en actividades, discusiones internas y eventos culturales, una carencia en las fuentes documentales y multimediales a la hora de reconocerse en los procesos comunicativos de los afrodescendientes en Itagüí, tanto en su historia social y documental, como en las prácticas internas, estilos de conversación y estrategias de difusión interna y externa debido a que todo queda mayormente en la tradición oral.

De manera directa, desde su inicio como grupo viene teniendo dificultades estructurales para reconocerse realmente como una organización afrodescendiente poderosa y formalizar sus procesos de comunicación pues la mayoría se dan desde la informalidad y la inmediatez teniendo en cuenta lo que son hoy en día, su historia y su proceso de conformación comunitaria, redes de trabajo y consolidación organizacional funcionando como un medio de participación a nivel municipal y departamental teniendo en cuenta las actividades que organizan en trabajo conjunto con la administración municipal.

La cultura afrodescendiente en ese municipio a través de la Secretaría de Participación e inclusión social se ha venido difundiendo a través de las festividades o eventos que realiza la administración municipal que finalmente son un mandato nacional frente al ejercicio de un real cumplimiento de la normativa vigente a nivel nacional en pro de los derechos afrodescendientes (Ley 70, 1993; Ley 725, 2001).

Tal como el 21 de mayo, día Nacional de la Afrocolombianidad. Esta festividad fue declarada por el Congreso de la República a partir de la Ley 725 de 2001, donde se estableció

esa festividad como el Día Nacional de la Afrocolombianidad, con el propósito de rendir homenaje a la población afrocolombiana y hacer de este día una oportunidad y reconocimiento cultural en el país frente a la abolición de la esclavitud; igualmente, en el municipio existe la semana de la participación , donde se le da un día a cada grupo poblacional con enfoque diferencial para compartir mediante muestras culturales sus tradiciones más representativas y se motiva la participación afrodescendiente.

Durante estas festividades es que se ve un mayor ejercicio formal de la comunicación mediante algunas piezas gráficas, multimediales e invitaciones, que son puestos a información y conocimiento del público algunos días en las redes sociales de la administración municipal o se agregan a la página web de la alcaldía, allí se evidencia la saturación constante y desmesurada de contenidos, lo que no logra realmente tener un protagonismo comunicativo coherente con la visión del comité, por lo cual, a veces no se tiene un alcance significativo en la participación en eventos o actividades culturales y ancestrales de la población con sus públicos objetivos.

A través de la relación institucional actual entre el comité y la administración local se ha logrado obtener algo de material multimedial que da cuenta de algunos procesos realizados son el fin de visibilizar a el comité. Entre los cuales se pueden identificar el archivo digital de la Secretaría de Participación y la Alcaldía, pero no son compartidos con la ciudadanía constantemente, no hay unas redes sociales autónomas, en el sentido de que no han creado sus redes sociales propias y se apoyan netamente en las páginas oficiales de la alcaldía y en sus WhatsApp personales como método de difusión , lo que posiblemente también influye negativamente en la deficiente estrategia del proceso comunicacional para la divulgación de esas gestiones sociales afroitaguseñas pues al no existir una estrategia de comunicación clara y

medios autónomos es poco probable que se visibilice de forma efectiva y que hay un control de la periodicidad de la divulgación de los contenido y el impacto en la población.

5. Marco Teórico

5.1. Acción Participativa

Kramer et al. (1986), señalan que "la Investigación-Acción Participativa, se comprende como investigación social, su interés es obtener conocimientos no científicos, sino social y practico " (p. 149). Este tipo de metodología se ocupa del estudio de una problemática social específica que requiere solución y que afecta a un determinado grupo de personas, sea una comunidad, asociación, escuela o empresa; en este caso una organización social y cultural de enfoque étnico.

Según Creswell (2012), la investigación acción participativa “implica una inclusión completa y abierta de los participantes en el estudio, como colaboradores en la toma de decisiones, comprometiéndose como iguales para asegurar su propio bienestar” (p. 583). Esta es la principal particularidad de esta vertiente metodológica. Es así como los individuos que conforman el comité afrodescendiente como grupo de estudio principal colaboran activamente como integrantes del equipo que dirige la investigación, de tal manera que se conjunta el trabajo del equipo de investigadores como facilitadores- y el grupo o comunidad, que funge como autogestor del proyecto en pro de sus propios intereses y transformador de su propia realidad (Bernal, 2010).

5.2. Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional es un conjunto total de mensajes que se intercambian entre las personas que hacen parte de una organización desde la misma variedad. Luego, también puede comprenderse como aquel conjunto de técnicas y actividades que se orientan a la facilitación y la agilidad en el flujo de la información y mensajes entre miembros-organización y entre organización-entorno, además de referirse a la influencia que se pueda causar en las opiniones, percepciones, aptitudes y conductas en los grupos de interés (Fernández, 2009).

En este sentido, la comunicación organizacional tiene un efecto directo en el Comité Afrodescendiente como un colectivo integrado autónomo de cinco organizaciones o grupos de personas, los cuales buscan una serie de objetivos comunes en pro del reconocimiento de la población afrodescendiente, donde su contenido social está fragmentando como un todo desde su propia concepción como organización alineada a objetivos comunes. Desde la perspectiva de los miembros, el Comité constituye una organización del ámbito social que debe y puede hacer uso de las estrategias, métodos y técnicas de la comunicación para lograr a través de la difusión de su identidad afro en sus procesos y proyectos locales, mejores cambios sociales en su territorio.

El Comité funciona como una organización reglamentada en el Artículo 014 donde se formaliza su existencia, se fundamenta y se legalizan sus acciones dando el paso normativo que lo reconoce ante la Alcaldía como un espacio de participación que reúne a las cinco organizaciones afrodescendientes del municipio. Para ellos, la comunicación se ve como un proceso intrínseco de las relaciones directas con sus diferentes públicos y la cohesión de éstos en la búsqueda constante de cumplir sus premisas y objetivos bajo un reglamento de trabajo conjunto.

5.3. Comunicación Interna

La comunicación es propia del ser humano y se encuentra en todos los procesos del desarrollo de la vida, por lo que el ejercicio continuo del ser humano cuando interpreta y se transforma a través de la praxis social de la comunicación en diferentes grupos, adquiere importancia para contrastar el paradigma del desarrollo humano moderno y cuestionar la estructura de poder existente en la desigualdad de oportunidades para las comunidades afro mediante sus procesos de comunicación interna con sus prácticas, opiniones, discursos y discusiones sociales y políticas que envuelven a la comunidad.

En este sentido, la comunicación como una estrategia para lograr cambios sociales se entiende a partir de una premisa teórica en la cual los encuentros dialógicos entre los integrantes o miembros de un mismo colectivo son los que definen por sí mismos qué quieren hacer y cómo quieren hacerlo partiendo de aquello que ya son, además de usar la comunicación un vehículo que sirve para fortalecer el trabajo colectivo para transitar y lograr los cambios que esperan (Sala, 2017).

Desde la perspectiva teórica de comunicación interna, existe una relación directa entre organización social y la comunicación como tal, ampliando la visión que procede desde la misma noción de organización básica, entonces, se precisa voltear la mirada hacia la diversidad y las diferencias culturales, entre otras cuestiones que hacen parte de lo que entendemos por ambiente interno de las organizaciones, pues es a partir de ese ambiente que una organización se hace, se identifica y se vuelve viva (Marchiori, 2011).

En el caso del Comité Afrodescendiente, ésta es una organización del ámbito social que busca reconocer, visibilizar y garantizar los derechos de la población negra, afrodescendiente, palenquera o raizal del municipio de Itagüí, Antioquia. Por ello, se enmarca en

un reglamento que clarifica la funciones y acciones de manera parcial en pro de sus objetivos, y en suma, planifica de forma anual las estrategias que le permitirán llegar a ese fin común: ser una organización que trabaja por el cambio social y por una comunidad vulnerada históricamente como resultado de la colonización, la esclavitud y las jerarquías raciales (Antón y Del Popolo citados por Hernández, 2020).

En consecuencia, se estaría abordando la comunicación con énfasis en un cambio social como un tipo de comunicación de la identidad y de la afirmación de valores para el Comité. No solo amplifica las voces ocultas o negadas, sino que pretende potenciar su presencia en la agenda pública mediante el diálogo público en donde las comunidades se apropian de una situación social y establecen términos que consideran justos en el proceso de interacción cultural que se produce una real construcción ciudadana. Ciertamente, se hace necesario este tipo de modelo para la reconstrucción de la memoria de la trayectoria histórica de la población afrodescendiente en el municipio de Itagüí en tanto representa un modelo novedoso para las comunicaciones desde la prioridad que se le da a la imaginación, la preparación y la ardua labor para alcanzar un aprendizaje dialogal y un trabajo intensivo en la escucha activa para minimizar las distancias sociales (Servaes y Malikhao, 2007).

5.4. Comunicación Estratégica

Cuando se habla de comunicación estratégica, se hace referencia a la forma en la que se puede gestionar intangiblemente una organización, siendo el factor social principal compartir información con sentido como una estrategia con foco en poblaciones, organizaciones y empresas. Para ello, es necesario planificar acciones comunicativas relacionadas y coherentes con su misión, su visión, sus objetivos y sus metas de tal manera que sea posible cumplirlos en el plazo esperado.

En ese orden de ideas, la comunicación estratégica alinea los objetivos en una organización comunitaria, en el caso del Comité Afrodescendiente se hace necesaria debido a que si bien no es una empresa, funciona como una comitiva de personas que van en la misma línea ideológica y que, están organizadas y articuladas bajo un reglamento como se expresa de manera teórica permitiendo avanzar un paso más allá.

Con la comunicación estratégica se pretende avanzar un paso más allá, no hay que limitarse sólo a integrar diferentes técnicas comunicacionales en los territorios restringidos de productos y las marcas, la comunicación debe ser articulada de manera inteligente a través de una gestión global y con la aplicación lógica eminentemente estratégica (Scheinsohn, 2009). En particular, la construcción estratégica dentro de las organizaciones se da en la utilización de técnicas y métodos de comunicación que faciliten la consecución de un apoyo estratégico de las personas en su misionalidad con la jerarquía, las relaciones y los procesos mediante nuevas alternativas de interacción social interna y externa.

Por último, vale la pena destacar que la comunicación estratégica contribuye con todas las decisiones colectivas de la organización que son tomadas con relación al mejoramiento y desarrollo de las personas, los equipos de trabajo, los procesos que se llevan a cabo y en los resultados obtenidos en un contexto social, económico y político coherente con la realidad que les acontece. Debe existir una interacción integral entre lo que se piensa comunicar, lo que se difunde y lo que finalmente interpretan los públicos.

5.5. La estrategia como plan

La estrategia representa un aspecto muy importante en las decisiones que toman las personas que tienen a cargo la gestión de una organización, independiente de sus características. Es justamente en la estrategia que se planifica la forma óptima de llegar a cumplir con las

políticas, los objetivos y las metas trazadas como individuos y como colectivos.

Consecuentemente, el Comité Afrodescendiente como organización social y comunitaria puede plantearse estrategias que le permitan lograr esa visibilidad que requieren sus procesos entendiendo que “la estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas” (Chandler, 2003, p.).

Concretamente, en este trabajo de grado se abordó el concepto de estrategia desde la concepción de del profesor Henry Mintzberg quien explica que la estrategia como plan tiene dos características fundamentales: primero, la elaboración previa de acciones que se emprenderán, y segundo, el desarrollo conciente de dichas acciones considerando el propósito con el que se realizarán (Montoya, 2005).

5.6. Identidad Étnica

La identidad étnica constituye el sentido de pertenencia que tiene un individuo a un grupo étnico y se construye en un campo social en el que hay más de una identidad en común. De acuerdo con Gorosito (2013) la identidad étnica es un plano donde convergen las identidades diversas que dan lugar a la cultura en toda su expresión y donde se las diferencias se entremezclan para conformar un espacio lógico, social, real y pragmático sin silenciar la oposición.

Ahora, los grupos étnicos son poblaciones cuyas condiciones y prácticas sociales, culturales y económicas, los distinguen del resto de la sociedad y que mantienen su identidad a lo largo de la historia, como sujetos colectivos que aducen un origen, una historia y unas características culturales propias “las identidades, de nacionalidad, etnia y género, entre otras, son dinámicas y socialmente construidas” (Padilla, 2006, p.3).

En Colombia podemos encontrar diversidad y grupos étnicos como, indígenas, gitanos y población Negra, Afrocolombiana, Palenquera y Raizal (NARP) en la cual se enmarca este trabajo de grado.

6. Metodología

El presente trabajo de grado se fundamentó inicialmente en un enfoque cualitativo a través del cual se incorporaron los instrumentos de investigación 1) entrevista semiestructurada, 2) acción participativa y 3) análisis comunicativo con la estrategia organizativa del colectivo comunitario. Sin embargo, se apoyó también en instrumentos que arrojaron resultados cuantitativos como lo fue un formulario en Google. Por lo que se considera una investigación mixta Según “La investigación hoy en día necesita de un trabajo multidisciplinario...refuerza la necesidad de usar diseños multimodales”. (Hernández et al., 2014).

Por una parte, se implementaron entrevistas semi estructuradas aplicadas vía online a los miembros del Comité, esto permitió indagar sobre la realidad social, aquella que subyace a las relaciones de este grupo de personas, facilitando indagar, cuestionar y reflejar su identidad comunicativa. En este caso, se identificó y analizó una capa diferente a la realidad social básica del comportamiento y relaciones internas de las personas cuando ellos se reúnen en sus proyectos hacia una realidad comunicativa que se constituye en unos fenómenos de la comunicación tales como discursos, posiciones, opiniones, percepciones y significados.

Para realizar el diagnóstico se realizaron encuentros introductorios vía *Google Meet* de forma presencial donde mediante la observación participante se profundizó en las dinámicas inter e intra-grupales llevadas a cabo en la organización y el contexto en el que se da la investigación.

La observación se dio mediante la participación en una serie de reuniones propias de la organización, pero también se realizó de forma no sistemática a lo largo de todo el proceso en encuentros individuales de forma virtual. En este segundo, entendemos que la observación resulto siendo un elemento indispensable e ineludible que tiene que estar presente de forma transversal y continuada a lo largo de una IAP estas están constatadas en el diario de campo de la investigación (Ver anexos).

De otro modo, se utilizaron la experiencia in situ y el análisis de la experiencia para obtener una visión particular del proceso histórico de reconstrucción de sus percepciones y significados a través de hechos narrados por las personas en la comprensión de la realidad que tienen, particularmente la necesidad de “un cambio social significativo” y “una mejoría en las estrategias de comunicación”.

La investigación social cualitativa apunta a la comprensión de la realidad como resultado de un proceso histórico de construcción a partir de la lógica de los diversos actores sociales, con una mirada "desde adentro", y rescatando la singularidad y las particularidades propias de los procesos sociales (Galeano 2018, p.20).

El enfoque cualitativo es esencial para este trabajo, en tanto se centra en la comunicación estratégica y la comunicación con enfoque en el cambio social, lo que se complementó teóricamente con una observación empírica de las realidades de las personas y las percepciones y sentido de realidad en el pensamiento de las personas.

Se contrastó teóricamente a la comunicación participativa enfocada en un potencial cambio social, teoría que propone ver a la comunidad como el núcleo del desarrollo. Lo anterior, implica la elevación de los espíritus de una comunidad local para que esté orgullosa de su propia cultura,

intelecto y medio ambiente; busca educar y estimular a la gente para que sea activa en los mejoramientos individuales y comunitarios. Por lo tanto, “implica un nivel de involucramiento en la gestión y planificación de los sistemas de comunicación” (Servaes y Malikhao, 2007, p, 48).

Uno de los aspectos más importantes es el respeto por el consenso y el respeto por la apropiación cultural de dicha comunidad, pues “en los procesos de investigación, los propios colectivos investigados participan en la recreación y construcción conjunta de su propio conocimiento” (Barranquero y Sáenz, 2010, p, 9). Lo que se utilizó en el análisis de la experiencia de las personas, particularmente en ~~opiniones nociones y opiniones~~ ~~identidades~~ como “falta de cohesión”, “baja participación” y “mejores mensajes a través de canales diferentes de comunicación”.

En este trabajo de grado se llevó a cabo un Diagnóstico Rápido Participativo (DRP), estrategia metodológica para identificar, recopilar y analizar información producida por diferentes grupos poblacionales sobre ciertos aspectos particulares de la realidad, mediante la aplicación de herramientas de investigación tales como la observación participante, cuando de asistencia a reuniones del grupo. La utilización del DRP tiene su punto crítico en la aplicación de un conjunto de técnicas de obtención de información. Por lo tanto, la implementación de entrevistas semiestructuradas, la interacción de grupos, la triangulación, la observación participante, la interpretación hermenéutica y, sobre todo, en la visualización conjunta de la información ayuda mucho al proceso (Bermejo et al., 2004).

En los instrumentos de recolección se implementó igualmente un grupo focal para contextualizar a la organización, sus participantes y relaciones respecto a sus percepciones

individuales y conocer cómo perciben la estructura organizacional del comité con los 5 líderes que son presidentes, luego se organizó una entrevista semiestructurada y finalmente se diseñó un plan estratégico de comunicaciones.

Formulario de Google

Se implementó un formulario de Google a una persona por organización perteneciente al Comité Afrodescendiente, quienes son delegados con voz y voto, lo que permitió identificar las necesidades e intereses del Comité Afrodescendiente desde la perspectiva interna como primer sondeo de la información para este formulario se propusieron preguntas que permitieron identificar la realidad actual del Comité Afrodescendiente como organización.

Entrevistas semiestructuradas

Como segundo instrumento se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas a los presidentes de las organizaciones que son los líderes jerárquicos en el comité integrantes del Comité Afrodescendiente de Itagüí con el fin de extraer la información desde la percepción estratégica interna de la organización para elaborar la estrategia más efectiva para acercar a la comunidad Itagueña a la labor del Comité Afrodescendiente y su relación con el municipio.

7. Hallazgos y Análisis

7.1. Discusión Comunicativa

Se evidencia desde la experiencia con la metodología de acción participativa realizada con las personas del Comité Afrodescendiente, en las entrevistas y en el proceso de planificación

comunicativa, que no existe realmente una identidad fluida, clara y coherente en los medios y las mediaciones de los mensajes entre sus miembros, lo cual tiene efecto negativo en la identidad social del Comité Afrodescendiente y en su bajo nivel de posicionamiento en el territorio y en la institucionalidad del mismo municipio.

La mayoría de los integrantes del Comité Afrodescendiente, según esta investigación, apuntan en sus aseveraciones y discusiones a una ruptura discursiva en la comunicación interna lo podemos evidencia en la pregunta ¿cómo consideras que es la comunicación entre los miembros del Comité Afrodescendiente?, éste se encontraba dentro de la entrevista semi estructurada a lo que los integrantes respondieron:

"Nos falta más lastimosamente somos una comunidad que trabaja laboralmente y esto termina siendo un trabajo social entonces como cada uno hace sus tareas independientes y esto es algo a honor causa por lo que nos duele la comunidad estamos muy ocupados; por ello la comunicación ha sido intermitente." (Participante 1 Afrodahamiri)

“Es disfuncional la comunicación entre los miembros de comité, pero esperamos mejorar esos aspectos para construir una participación ciudadana y la comunidad respete la institucionalidad de los miembros y la dignidad de las comunidades negras de Itagüí” (Participante 3 Funda)

“Muy regular no muy asertiva más que todo cuando tenemos que trabajar en pro de una población la cual representamos considero que tenemos que mejorar los medios de comunicación y empoderarnos para que cuando llegemos a los espacios de concertación no cambiemos lo que se acordó y no debamos delante de otros” (Participante 4 Afroyakar)

Lo anterior genera un efecto negativo en la apropiación reglamentaria, normativa y de participación social con la base comunitaria, los grupos representativos y las decisiones estratégicas propias del concepto afro. Como lo evidenciamos en los resultados de las entrevistas a la hora de preguntarles acerca del impacto de esta falta de comunicación en los procesos pues a la pregunta ¿Y esto ha dificultado los procesos que se generan dentro del mismo comité? Respondieron:

“Si, si lo ha dificultado por que todo se vuelve muy lento” (Participante 1 Afrodahamiri)

“Ni nosotros nos hemos respetado entre si ni la institucionalidad nos ha respetado, pero son aspectos a mejorar que espero con su intervención se de luces para mejorarla A nivel interno el reglamento no se ha aplicado, vienen errores fundamentales, porque lo que empieza mal, termina mal, por una mala logística es decepcionante, que a la ausencia de un líder o presidente, el vicepresidente (yo), no pueda asumir el cargo de presidencia por no manejar el reglamento del comité, dando a valer los derechos y respetar la dignidad de los integrantes, allí no existe un comité ético, no hay documentación, todo es hablado, sin una reunión o charla respecto a la elección de los integrantes” (Participante 3 Funda)

Esto ha generado en las pocas estrategias de comunicación de visibilidad como la promoción de algunos eventos y reuniones por medio del voz a voz y las redes de la alcaldía y como que ha implementado este comité una asimetría entre la estrategia, la planificación, las tácticas, las actividades, los resultados y la planificación comunicativa en la identidad dispuesta por los miembros del comité vs las emociones, disgustos, malentendidos y la institucionalidad territorial.

A continuación, se muestra la síntesis entre análisis de objetivos, instrumento, preguntas, categorías y respuestas (Ver tabla #1).

Tabla 1. Sistematización 2023

OBJETIVOS	INSTRUMENTO	PREGUNTAS	CATEGORÍAS	RESPUESTAS	SUB CATEGORÍAS	CONCLUSIONES	HALLAZGOS
Reconocer desde la comunicación estratégica la manera más efectiva de comunicación para visibilizar los procesos realizados por el comité afrodescendiente de Itagüí para el fortalecimiento de la identidad							
		Como funciona el COMITÉ Afrodescendiente	Estas categorías responder al marco teórico	tiene una mesa directiva compuesta por VICEPRESIDENTE, presidente y secretaria	poder	Tienen una jerarquía para las representaciones y la vocería	
				se votan las DECISIONES y gana la mitad mas uno o unanimidad		Funcionan co una democracia	
	Grupo focal	que rige al comité		el acuerdo 014, la constitución política, El reglamento interno y Las leyes afro			
1. Identificar los procesos de comunicación estratégica llevados a cabo actualmente para divulgar las gestiones sociales realizadas por el comité afrodescendiente.	Formulario	1. ¿Con cuáles de los siguientes medios cuenta actualmente tu organización? Listado de redes, medios y canales	COMUNICACIÓN EXTERNA	Solo el 40% de las organizaciones (2) cuenta con teléfono, el 80% de las organizaciones (4) cuenta con línea de wpp y el 40% (2 Afroyakar y funda) cuenta con página web		Ni en las organizaciones ni en el comité hay un uso de redes sin embargo par el comité el medio de comunicación interna es wpp	el uso de redes sociales puede ser una estrategia que posibilite el logro de sus objetivos -se pueden implementar talleres de manejo de las redes principales
		2. ¿Con cuáles de los siguientes medios cuenta actualmente el comité afro? Listado de rede, medios y canales		El 80% determino que solo tiene wpp			
		3. ¿Cuentan con manual de comunicación interna? Si si que tan vigente la consideras. Vigente Desactualizada Obsoleta ¿POR QUE?	COMUNICACIÓN INTERNA	el 100% marco que no y que esta obsoleta			se debe crear un manual de comunicación para poder establecer una formalidad en los procesos de comunicación
		4. ¿Cuentan con manual de identidad corporativa? Si si, que tan útil lo consideras para efectos de la comunicación interna Muy útil Poco útil ¿Por qué?	IDENTIDAD CORPORATIVA	El 60% indica que no y que si es útil		si tienen claros unos colores organizacionales que nacen desde lo afro pero no existe una formalidad de estos	se debe crear un manual de identidad corporativa para poder establecer una formalidad en los procesos de comunicación ya que facilitara el reconocimiento de la marca - organización
	Formulario	5. En cuanto al clima dentro del comité, ¿qué tan favorable lo consideras para la comunicación interna? Muy favorable Neutral Nada favorable	COMUNICACIÓN INTERNA	El 60% determino que era neutral y el 40% que era nada favorable			

Fuente: Elaboración propia.

7.2. Hallazgos

Sistematización de la experiencia.

Para el análisis y la sistematización de los datos se utilizó una matriz que da cuenta de las siguientes categorías de análisis. La comunicación externa para entender que clase medios utilizan para comunicarse ya que según Andrade (2005) conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios”.

Comunicación interna entendida por Berceruelo, (2014) como:

“El enmarañado flujo de mensajes que nacen, se reproducen y circulan en todas direcciones en el seno de las organizaciones, y corresponde con aquella función gerencial que desarrolla la tarea de organizar y promover ese flujo de información que circula por los canales internos de la compañía y que contribuye a la obtención de mejores resultados” (p.30).

Lo que nos lleva a pensar en cómo se relacionan internamente y gestiona su comunicación que tiene que ver mucho con la estructura organizacional del comité.

Visibilizar procesos sociales de la mano con la comunicación para el cambio entendiendo que para poder impactar en el proceso social desde la comunicación es necesario generar un impacto en la comunidad la cual pide a gritos reconocimiento analizando que estrategias se implementaban o cuales serían las más acogidas por el grupo poblacional

Identidad corporativa la cual Capriotti (1999) define como la personalidad de la organización (p., este mismo analiza desde dos perspectivas: la filosofía corporativa y la cultura corporativa. Define a la primera como la concepción global de la organización establecida para alcanzar sus metas y objetivos, es decir lo que la institución quiere ser. La filosofía corporativa debe ser desarrollada, discutida, consensuada y compartida por todos los miembros de la entidad.

Acerca de la cultura corporativa, refiere que se trata de los principios básicos que las personas que conforman una organización comparten y aceptan, es decir, las pautas generales que orientan los comportamientos personales y grupales. La identidad además de ser, trabaja. Finalmente, la identidad corporativa termina siendo un conjunto de características que permiten a la organización su especificidad, estabilidad y coherencia.

7.2.1. Primer Objetivo Específico

Identificar los principales procesos de comunicación estratégica llevados a cabo actualmente para divulgar las gestiones sociales realizadas por el Comité Afrodescendiente.

En las entrevistas realizadas con los miembros del Comité Afrodescendiente se evidencia falta de cohesión en la planificación interna, no es estratégica debido a que no hay una claridad en los procesos comunicativos nacen del día a día y como una solución a con falta de teoría y análisis sin un profesional que asesore entre otros y menos tiene relevancia en la alineación de sus objetivos, según la percepción de sus miembros; como lo podemos evidenciar en el acuerdo normativo que fundamenta a la organización en contraste con las preguntas del formulario referente a la comunicación interna donde se nos expone que el 100% de los participantes reconocen que no hay un manual de comunicación interna, entonces, se evidencia que no hay una formalización de sus procesos comunicativos internos, lo mismo a nivel externo cuando en los diferentes instrumentos se pregunta respecto a medios y canales o estrategias.

En el formulario el 80% determino que solo tiene WhatsApp el cual al indagar en reuniones posteriores se determinó que no es de la organización como tal sino redes personales de los implicados que se ponen en función de las organizaciones por lo que efectivamente no viene planificando y menos aún a implementado procesos de comunicación estratégica formalmente, con algunas salvedades pues utilizan algunas redes sociales digitales.

Tienen problemáticas significativas a la hora de llegar a un acuerdo colectivo para la divulgación de las gestiones sociales realizadas, no muestran una cultura sólida institucional tanto nivel interno como externo, no existen campañas organizadas o planificadas desde el interior del comité, no tienen un concepto o estrategia que unifique.

Su estructura organizacional es jerárquica según el reglamento interno hay unos roles jerárquicos (presidente, vicepresidente, secretario) sin embargo, cuenta con un bajo nivel de alineación con la autoridad y el poder, en la medida que no cumplen a cabalidad el reglamento interno; la comunicación ellos la perciben horizontal, por lo que se tratan entre ellos como compañeros y pares. Es posible identificar la necesidad de crear un manual de identidad institucional del Comité Afrodescendiente para poder potenciar mayor formalismo y estructura en los procesos de comunicación facilitando el reconocimiento de la marca, procesos y organización. Lo que se puede evidenciar en la pregunta respecto al clima interno donde el 60% determino que era neutral y el 40% que era nada favorable además de la manifestación del participante 3 por el incumplimiento en el reglamento y la falta de comunicación cuando nos dice que:

“Ni nosotros nos hemos respetado entre si ni la institucionalidad nos ha respetado, pero son aspectos a mejorar que espero con su intervención se de luces para mejorarla A nivel interno el reglamento no se ha aplicado, vienen errores fundamentales [...] por una mala logística es decepcionante, que a la ausencia de un líder o presidente, el vicepresidente (yo), no pueda asumir el cargo de presidencia por no manejar el reglamento del comité, dando a valer los derechos y respetar la dignidad de los integrantes, ahí no existe un comité ético, no hay documentación, todo es hablado, sin una reunión o charla respecto a la elección de los integrantes y sus cargos, personalmente no estoy de acuerdo” (Participante 3 Funda)

Según la información obtenida a través de los instrumentos de investigación solo el 40% de las organizaciones cuenta con teléfono, el 80% de las organizaciones cuenta con línea de WhatsApp y el 40% (2 Afroyakar y funda) cuenta con página web. Siendo el caso, el 80% determinó que solo tiene WhatsApp. El 100% marco que “no y que está obsoleta”.

7.2.2. Segundo Objetivo Específico

Comprender cómo se dan esos procesos de comunicación entre el Comité Afrodescendiente y sus públicos objetivos a partir de la perspectiva teórica de la comunicación estratégica.

El uso de redes sociales es una estrategia que posibilita el logro de los objetivos del Comité Afrodescendiente a través de la implementación de talleres de manejo de las redes, logrando mejorar la percepción de sus miembros que lastimosamente para ellos son una comunidad que trabaja y esto termina siendo un trabajo adicional al estar con el tema digital, como cada quien hace sus tareas y es algo a honoris causa, sin paga, por lo que les duele la comunidad, por ello la comunicación ha sido intermitente.

Se propone entonces fortalecer la comunicación interna por medio de talleres y capacitaciones enfocados en mejorar la conciencia del reglamento, el objetivo social de la organización, enfocados en la fluidez de la información y el sentido de participación comunitaria para lograr cambios sociales en el territorio. Logrando potenciar la percepción de sus miembros cuando dicen que “les parece que ha sido fluida, porque la verdad es que “nosotros como personas nos llevamos bien y en las organizaciones cada uno tiene su manera de trabajar y pensar”. Sin embargo, ese “estar bien”, no es tan claro y evidente cuando se presencia las reuniones y al mismo tiempo cuando se revisan los mensajes que se tienen entre ellos mismos. Existen diversas disputas y problemáticas de entendimiento.

Se identifica en las entrevistas que los miembros cuando se tienen que poner de acuerdo para algo no siempre lo han hecho, lo único es que tienen “la dificultad económica como en todo

lo de ellos”, sin recursos no pueden avanzar y esa es una dificultad para todos, además de lo administrativo.

“Siempre se está minimizando todo lo nuestro” dicen sus miembros y como la gente le perdió la credibilidad al estado y no participa de las actividades realizadas por la administración, eso también afecta al comité en el municipio, porque según su percepción “no podemos mostrar una capacidad ampliada de personas con nuestra población”. A ellos les gustaría que los vieran como “un grupo profesional, participativo y propositivo”, que más personas hagan parte de nuestros procesos.

La necesidad de visibilizar a través de mejores estrategias de comunicación que generen mayores impactos sociales es clave para todo el proceso de participación y desarrollo comunitario. Lo que según ellos permite “Potenciar lo que hemos logrado, ya que por medio del Comité Afrodescendiente se pueden dar a conocer todos los proyectos e iniciativas que este representa y siendo el caso, esa es la finalidad, visibilizarnos”. (Participante 2 Afroi)

Queremos que nos vean “Como una población pujante” (Participante 3 Funda).

“Me encantaría que la población conozca más a la comunidad afro, que es ancestral, que en Itagüí se lograron asentar familias enteras y generaciones desde la cultura afro y que nos integramos, además que conocieran nuestros procesos, luchas y logros y que reconozcan nuestra participación en la construcción u desarrollo del municipio”. (Participante 4 Afroyakar)

Se hace evidente en el análisis de las entrevistas y sobre todo en la experiencia empírica de las reuniones la importancia de las redes sociales y los Medios locales tales como revistas, emisoras y perifoneo.

Para lograr mayor fortalecimiento de la población a través por ejemplo de brigadas comunitarias conociendo a la gente con chirimías, que la gente salga y se asome y se puedan entregar volantes llamando la atención de la población.

Igualmente se hace vital participar en las actividades comunales y en los eventos de los institutos descentralizados teniendo una política pública afro clara. Que la población afro aparezca en todos los eventos a nivel local y que el comité interactúe con la población en cada uno de los barrios, tanto sí que los funcionarios públicos asistan porque según ellos “no nos están respetando ni tomando en serio y eso empieza desde que la institucionalidad nos dé un lugar en la agenda pública”.

Tener una relación estrecha con las entidades y un fortalecimiento y empoderamiento, realizar comunicados, diseñar publicidad a través de una revista virtual bimestral, emitir informes y reportes relevantes por WhatsApp, participar en programas de Teleantioquia, utilizar la página web de la Alcaldía y realizar encuentros en los territorios por cabildos de información.

7.2.3. Tercer Objetivo Específico

Elaborar una estrategia comunicativa para acercar a la comunidad Itagüiseña a la labor del Comité Afrodescendiente y mejorar sus relaciones con el municipio.

Según las entrevistas realizadas, los miembros le dejan “el trabajo real a la institucionalidad” y esto también impacta negativamente a pesar de ser fortalecida con recursos económicos se conciben a sí mismos como un espacio independiente del gobierno.

Este último objetivo con su análisis se convierte en el hallazgo principal que responde a todos los insumos recolectados de los instrumentos para el cumplimiento del alcance del trabajo de grado, entonces lo óptimo en este momento es proponer un nuevo plan de comunicación

estratégica con algunas estrategias y tácticas que puedan fortalecer a la organización y enrutarla a cumplir sus objetivos.

Es viable realizar una planeación estratégica de la comunicación tras haber analizado la situación en la que se encuentra la organización. Esto permite establecer objetivos de comunicación, especificar procesos, acciones, canales, tácticas y recursos empleados para cumplir los objetivos (Aljure, 2015).

El plan tiene por objetivo fortalecer los procesos de comunicación de la organización con actividades que faciliten aumentar y mejorar la difusión de los proyectos, rutas y atención, logrando beneficios sociales para la comunidad y cumplir el objetivo principal que es potenciar espacios de interlocución entre la administración y las comunidades afro del municipio.

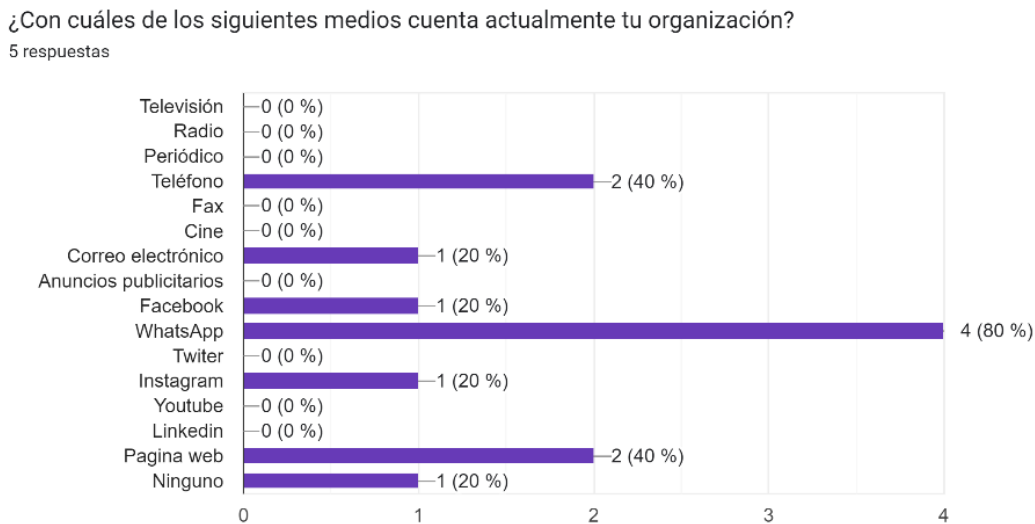
Reconociendo la participación comunitaria y el respeto social, invitando a otras entidades a nivel municipal a que contribuyan con el desarrollo integral de la población afrodescendiente del municipio de Itagüí.

7.2.4. Análisis de los hallazgos primer objetivo

Las personas actúan más por efecto de la orden y/o instrucción que realmente por el entendimiento, empoderamiento y efectiva significación y actitud comunicativa positiva sobre los procesos. Esto tiene relevancia en la interpretación de los participantes, persiste una especie de posverdad, se generan efectos negativos en las interpretaciones variadas de los datos en las entrevistas pues las percepciones de cómo funciona la comunicación interna en su mayoría la describen negativa sin embargo un solo entrevistado la describe como positiva, y en la observación y vivencia de la investigadora este participante tiene un rol de poder e influencia en la gestión organizacional del comité por lo que se entiende que la no aceptación de la realidad

completa de cómo es su clima interno no permite tomar decisiones en pro de mejorar dicha situación ; la comunicación falla y no tiene sentido realista para los miembros en sus diversas discusiones internas. Lo cual se puede evidenciar en las opiniones, prejuicios y sentimientos de algunos participantes que tienen más poder que otros en la toma de decisiones y en las posturas individuales y colectivas

Figura 1. Medios de la organización



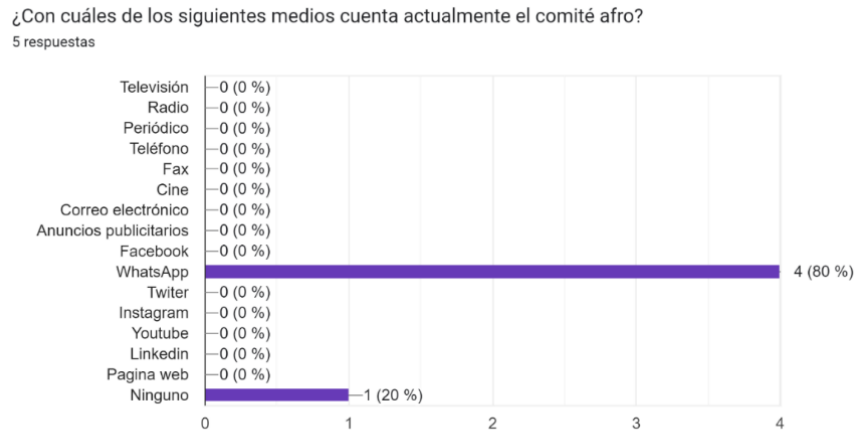
Fuente: Elaboración propia.

En esta figura se muestran los medios con que cuenta la organización. WhatsApp tiene un 80% que muestra prevalencia de uso de este canal de comunicación en las organizaciones.

Este canal de comunicación es utilizado como de uso compartido de datos, no genera realmente comunicación efectiva entre los miembros, se muestran algunas reuniones, fechas para la interacción básica con el teléfono fijo. Envío de mensajes a través del correo electrónico y la

página web tienen algunos espacios de interacción. Pero no existe realmente desarrollo social digital entre los miembros, interacción inteligente y confianza en las relaciones sociales. El aprovechamiento de este medio de WhatsApp, aunque tiene un porcentaje alto del 80% no es suficiente como mecanismo de interacción efectiva en las organizaciones.

Figura 2. *Medios con el Comité Afro*



Fuente: Elaboración propia.

En esta figura, se evidencian los principales medios con que cuenta el comité afro donde se pone en evidencia que algunas personas perciben que realmente no se utilizan medios efectivos para el proceso, para solo 1 persona (20%).

7.2.5. *Redes Sociales*

Así mismo se pone disposición del comité las siguientes **redes sociales y suite de Google** para gestionar la organización que facilitarán la interacción social en leads y seguidores para generar influencia digital.

Figura 3. *Redes sociales*



Nota. En esta figura se muestran algunas de las redes sociales más utilizadas actualmente.

Fuente: Elaboración propia.

Se encontró que las organizaciones y el Comité Afrodescendiente no hacen uso efectivo y estratégico de las redes sociales digitales, a pesar de que conocen los beneficios básicos de sus mensajes y canales en la comunicación con sus públicos externos. Ellos esperan que la administración gubernamental local invierta más recursos económicos en la administración del comité y la gestión de esas redes, no tanto en que ellos mismos puedan comprender, diseñar y gestionar sus procesos comunicativos.

El Comité Afrodescendiente debería apropiarse de sus canales digitales y gestionar cómo llegar a sus públicos para lograr mayor visibilidad, solicitando apoyos en la gestión de la información y el conocimiento técnico para el manejo e implementación de las distintas redes digitales. Sin embargo, como lo indica el reglamento al ser un espacio autónomo no depende realmente de la administración municipal para su total funcionamiento. Por lo tanto, el no gestionar su comunicación externa impide verdaderamente que lleguen a lograr los objetivos planteados.

Un manual de comunicación interna en este trabajo se convierte en una estrategia comunicativa que le permitirá a los integrantes del Comité Afrodescendiente optimizar los procesos de comunicación al interior de la organización, mediante la transmisión de mensajes

claros y concretos, a través de canales específicos, que permitan a cada integrante del mismo, conocer sus planes, objetivos, y metas y su grado de participación y esfuerzo en esta tarea, generando mayor sentido de pertenencia y fortaleciendo la cultura organizacional.

Esto también ayudará a fortalecer la cultura organizacional del comité y potenciar los canales de comunicación internos que permitan mejorar el clima y relaciones comunitarias. Igualmente establecer una comunicación más efectiva teniendo en cuenta los tiempos individuales, sociales y familiares de los integrantes, a través de métodos de comunicación diferentes a solo WhatsApp, con los que se puedan comunicarse con más eficiencia.

Para lograr los objetivos planteados por el Comité afrodescendiente mencionados en su Reglamento interno del mismo es necesario fortalecerse organizacionalmente, reorientar las relaciones internas de sus integrantes y estructurar unos planes de comunicación, manuales corporativos y todo aquello que faciliten optimizar los procesos y minimizar las brechas discursivas e imparcialidades que hoy en día existen.

7.2.6. Análisis de los hallazgos objetivo 2

Existen discrepancias comunicativas, informativas y en hechos de comunicación organizacional en el objeto de estudio del trabajo de grado, esto significa que una cosa es lo que piensan sus miembros, otra cosa es lo que se hace en el Comité Afrodescendiente internamente y otra muy diferente es lo que se comunica a sus públicos objetivos.

Hay recurrentes delegaciones de la presidencia para realizar estrategias, reuniones y tareas. Dicen ser “horizontales” en su estructura organizacional, pero esto no concuerda con una estructura jerárquica efectiva en las relaciones internas, ni con la disposición de la comunicación organizacional incluyente desde un foco estratégico, no se permite el diseño y ejecución de

mejores estrategias con los medios y mensajes que potencien los fines de la organización y el mejoramiento de la institucionalidad.

La mayoría de los integrantes del Comité Afrodescendiente según esta investigación apuntan en sus aseveraciones y discusiones a una ruptura discursiva en la comunicación interna, no se entienden bien entre ellos, no existe unidad discursiva entre la misión y objetivos y las actividades propias. Lo que genera un efecto negativo en la apropiación reglamentaria, normativa y la participación social desde la misma base comunitaria, los grupos representativos y las decisiones sociales propias del afro.

Un integrante con un gran poder de opinión interno debido su trayectoria complementa cuando dice que la idea es no “solo emitir algunos mensajes a través de redes sociales, medios digitales y de difusión en grupos internos de reuniones, sino que se requiere mayor apoyo presupuestal, social y político por parte de las entidades públicas y administrativas del municipio”.

La visibilización de los procesos del Comité Afrodescendiente es un objetivo por conseguir de manera perentoria, implementando de esa manera un plan de comunicaciones, un cronograma, algunas redes sociales activas, una revista virtual bimestral que facilite identidad étnica interna para los procesos y el fomento positivo de las relaciones de poder entre sus miembros.

7.3. Recomendaciones

El Comité Afrodescendiente tiene actualmente una identidad étnica fragmentada, entonces fortalecer los procesos de comunicación de la organización con actividades que faciliten aumentar y mejorar la difusión de los procesos, rutas y atención, logrando beneficios sociales para la comunidad.

Además, se debe hacer un análisis estructural al reglamento interno y cómo se está aplicando y en general a la estructura organizacional formalizándola y documentándola mediante un manual corporativo, direccionamiento estratégico según el caso, no solo para la eficacia en los procesos sino también para la construcción de memoria dentro de la organización. Pensar en organizarse a nivel interno e ir puliendo la organización a nivel estructural permitirá aproximarse a la construcción de una comunicación estratégica integral ya que así se pueden identificar con mayor exactitud las estrategias y herramientas desde la comunicación que permitan lograr los objetivos de

A continuación, el plan de comunicaciones en sus diferentes dimensiones, gestión, tácticas y productos (ver Tabla 2).

Tabla 2. Plan de Comunicaciones: Matriz de comunicación estratégica COMAI

Matriz de comunicación estratégica COMAI									
Gestión	Tácticas	Productos	Cronograma a Corto Plazo				Responsables	Indicadores de medición	Formato de medición
			Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre			
I Definir la estrategia global de comunicación del comité, en aras de generar visibilidad de la organización la lealtad de sus diferentes audiencias, en torno a los planes estratégicos y de gobierno. Orientar los procesos de comunicación internos y externos. Garantizar que las acciones de comunicación cuenten con la veracidad, oportunidad y consistencia requeridas, para la equidad y coherencia en la información.	Identificación de públicos	Matriz de Públicos					Se reparten por comisiones	Cantidad de públicos impactados	Revisión en canales
	Capacitación de comunicación asertiva	Habilidades para la gestión social						Manejo de la comunicación interna	Formulario
	Gestión de la crisis	Plan de Crisis						Manejo de la crisis	
	Revisión de estructura organizacional	Nueva mesa directiva						Funcionamiento organizativo	

<p>Posicionar y conducir una imagen positiva del comité. · Analizar las acciones, las expresiones y percepciones de los diferentes públicos que puedan afectar la gestión interna y definir planes de acción.</p>									
<p>Crear, divulgar y promover el cumplimiento de las políticas de comunicación interna. · Diseñar, producir y direccionar mensajes/líneas narrativas. · Diseñar, producir y gestionar medios/canales de comunicación internos. · Diseñar, gestionar y hacer seguimiento a la estrategia digital interna. · Diseñar e implementar planes estratégicos de comunicación y divulgación/campañas. · Organizar actos,</p>	<p>Diseñar políticas de comunicación interna</p>	<p>Manual de comunicación interna que estipule horarios, canales, etc.</p>							
	<p>Fortalecer la comunicación por medio de talleres</p>	<p>Espacios de aprendizaje asertivo sobre comunicación organizacional</p>					<p>Ambiente organizacional</p>		
<p>Actos internos</p>									
<p>Gestión de boletines internos</p>	<p>Infografías, comunicados internos con el objetivo de permanecer en contacto</p>						<p>Efectividad en la comunicación</p>		
<p>Agenda electrónica</p>	<p><i>Google calendar</i> sincronizado</p>								

certámenes y estrategias de participación, reconocimiento y acompañamiento. · Hacer pedagogía interna sobre los procesos de comunicación, información y formación.										
Línea gráfica	Ratificar los colores corporativos	Paleta de colores							Recordación	Encuesta a publico externo
	Identificar as tipografías corporativas	Tipografías oficiales								
· Hacer seguimiento a los asuntos gubernamentales (local y nacional) de los sectores que nos pueden afectar · Trazar lineamientos para la participación del comité en programas, proyectos, investigaciones o entidades claves para el posicionamiento en la región y el país.	Estrategia digital Externa	Redes, Suite de Google, página web,							Redes	
	Producción de material documental que den cuenta de los procesos que realiza el comité afrodescendiente de Itagüí	Revista								
	Plan de Redes Sociales	Plan de contenidos adaptados								

<ul style="list-style-type: none"> · Definir y gestionar las relaciones con la comunidad, las empresas y los colegios entre otros. · Elaborar y ejecutar el plan de relacionamiento del presidente con los públicos clave. · Mantener informan al público interno · Diseñar, producir y gestionar medios/canales de comunicación externos. · Diseñar, gestionar y hacer seguimiento a la estrategia digital externa. 		para cada red social							
	Plan de medios masivos	Apoyos en las diferentes dependencias y en espacios e televisión de la Alcaldía, Eventos							
	Identificar sectores de interés								
<p>Almuerzos con políticos funcionario legisladores invitaciones a reuniones cívicas con la participación activa en los centros de participación en reuniones con distintos sectores y actores de diversidad cultural.</p>									

Fuente: Elaboración propia.

8. Conclusiones

En el primer objetivo identificar los procesos de comunicación estratégica. Se evidencia que el Comité Afrodescendiente de Itagüí es una organización social donde, a pesar de que sus integrantes se reconocen como un grupo organizado de personas y cuenta con un reglamento organizativo que en la práctica diaria no funciona como tal y eso juega un papel negativo importante en la socialización y divulgación de sus procesos siendo de vital importancia que se fortalezca a nivel interno para así poder reconocer sus procesos y lucha social.

Es posible reconocer desde el enfoque teórico de la comunicación estratégica una manera más efectiva de comunicar y visibilizar los procesos realizados por el Comité Afrodescendiente de Itagüí para el fortalecimiento de su identidad. Esto lleva a entender con este trabajo de grado que en cualquier empresa u organización es necesario contar con estrategias de comunicación efectivas que permitan difundir la misión, visión y objetivos, logrando mejorar la identidad fragmentada socialmente y la poca praxis comunicativa.

El Comité Afrodescendiente, según las entrevistas y trabajo de campo realizado, tiene pleno conocimiento de la base social de sus procesos a mejorar en este momento, ya que la mayoría de las personas de la misma organización aceptan que la comunicación interna tiene unas falencias estructurales en la comprensión estratégica de los canales, medios y mensajes por diferentes razones personales y colectivas. Lo que lleva finalmente a no entender y difundir bien sus reglamentos y políticas organizacionales y sobre todo a generar mayor cohesión y participación social.

La preocupación más grande del Comité Afrodescendiente es mejorar su comunicación externa, la identidad social y los mensajes a la institucionalidad, ya que sienten

que no están siendo visibilizados realmente en los medios, se proponen algunas estrategias para poder llegar a cumplir sus objetivos organizacionales. La implementación de un plan de comunicaciones es clave para que facilite el mejoramiento en el posicionamiento y reconocimiento social en sus públicos objetivos.

En el segundo objetivo, frente a la necesidad de comprender cómo se dan los procesos de comunicación, permitió elaborar una estrategia más efectiva para acercarse a la comunidad Itagüiseña a la labor del Comité Afrodescendiente y su relación positiva con el municipio. Esto se evidencia como algo importante para sus miembros, contar con las personas adecuadas a cargo y los equipos necesarios para la implementación de estrategias, según las conversaciones y entrevistas se pueden realizar acciones que logren promocionar de la mejor manera los servicios, actividades y demás oferta cultural que tiene el Comité Afrodescendiente y, sobre todo, hacer más reconocida la marca propia.

Igualmente, la autora de este trabajo de grado encontró en la práctica otras maneras de difundir la información a través del trabajo en conjunto con otras entidades y, sobre todo, con la institucionalidad. Es cuestión de planificar mejor los contenidos y definir estrategias de posicionamiento y diálogo inteligente entre sus miembros. Para tales fines se concluye que la matriz de comunicación entre planificación y acción de tácticas comunicativas requiere de mayor identidad social y de diseño visual con alto impacto en las redes sociales y otras prácticas comunicativas físicas para esta organización social.

Con relación al tercer objetivo, al elaborar la estrategia más efectiva para acercarse a esta comunidad, cabe destacar que no contar con los recursos necesarios para dicha área será un inconveniente a la hora de diseñar, producir y divulgar contenidos. Se hace necesario contar con una línea conceptual gráfica y mantener constantemente actualizados todos los plegables de la

organización para transmitir información relevante. Es importante que el personal interiorice la misión, visión y valores del Comité Afrodescendiente y que se integren de forma óptima; de otra manera, no se podrán alinear objetivos.

Igualmente, el plan de comunicaciones propuesto y las redes sociales genera elementos de conexión comunicativa con aspectos digitales, lo que hoy en día permite mantener un constante contacto con sus públicos objetivos, así como llegar a nuevos grupos de interés gracias a mejores herramientas de segmentación tipo storytelling, clientes digitales, leads, y funnel de ventas. El diseño y creación de contenido gráfico o audiovisual puede sintetizar información de manera breve e interactiva para los públicos objetivos, esto tendrá un impacto positivo en el Comité.

El plan de comunicaciones que fue diseñado está fundamentado en mejorar la organización interna del comité de más de 200 personas y orientado hacia la implementación de una estrategia de mejoramiento de las relaciones interinstitucionales y el reconocimiento de los estamentos del gobierno local, particularmente la Alcaldía y al mismo tiempo el efecto social sobre los proyectos comunicativos internos con impacto directo entre medios y mensajes de las organizaciones de base.

Referencias Bibliográficas

Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: procesos, disciplina y táctica*.

España: Netbiblo, S.L.

Barranquero, A., y Sáez, C. (2010). *Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la*

comunicación. Congreso Internacional AE-IC. Disponible en:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5398003>

Bermejo, L. A., Lobillo, J. y Molina, C. (2004). Aportes del DRP (Diagnóstico Rural Participativo) a las metodologías participativas y aplicación a la gestión de los recursos naturales en la Gomera. Curso de Metodologías participativas para el desarrollo local, Universidad Complutense de Madrid, España. Disponible en:

https://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/08/m_LBermejo_APORTES.pdf

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educación.

Cardona, C. A. (2017). Proceso organizativo de las comunidades negras rurales de Antioquia. Ancestralidad, etnicidad y política pública afroantioqueña. *Estudios Políticos*, 1(50), 180-202. Doi: <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n50a10>

Consejo Municipal de Itagüí (2020). Plan de Desarrollo para el municipio de Itagüí “Itagüí ciudad de oportunidades 2020-2023”. Consultado el 28 de marzo de 2023. Disponible en: <https://itagui.gov.co/uploads/entidad/normatividad/ce0c2-acuerdo-2008-2020.pdf>

Creswell, J. (2012). *Investigación educativa. Planeación, conducción y evaluación en investigación cuantitativa y cualitativa, (4ª Ed)*. Estados Unidos: Pearson.

Capriotti, P. (1999): *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*, Ariel, Barcelona

Tomado de: Chrome-

[extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf](http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf)

Capriotti Peri, Paul. Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa [en línea]. (2009). Chile: Editorial Libros de la Empresa, 2009 [fecha de consulta: 04 de diciembre de 2014].

Constitución política de Colombia /Ilustradora Esther Cuellar – Bogotá: educar ediciones, 2007.

Congreso de la república. (2015, 1 diciembre). Ley 725 de 2001 - Gestor Normativo. Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4598>

Fernández, C. (2009). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.

Galeano, M. E. (2018). *Estrategias de investigación cualitativa. El giro en la mirada* (2ª ed.). Medellín, Colombia: Fondo Editorial FCSH, Universidad de Antioquia. Disponible en: <https://fundacion-rama.com/wp-content/uploads/2023/02/3091.-Estrategias-de-investigacion-%E2%80%A6-Galeano.pdf>

Gorosito, A. (2003). Identidad, Cultura y Nacionalidad. En *Globalización e Identidad Cultural* (p. 101-111). Buenos Aires, Argentina: CICCUS.

Hernández, R. D. (2020). Estado, derechos y políticas públicas de la población negra, palenquera y afrocolombiana. *Estado & Comunes*, 2(11), 17-36. Doi: https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v2.n11.2020.167

Kramer, D., Kramer, H., Lehman, S. y Omaner, H. (1986). *La Investigación Participativa en la Educación de Adultos*. San José, Costa Rica: CEMIE-PROCAMIE.

Ley 70 de 1993. Por la cual se desarrolla el artículo transitorio 55 de la Constitución Política de Colombia, 27 de agosto. D. O. 41.013.

Ley 75 de 2001. Por la cual se establece el Día Nacional de la Afrocolombianidad, 25 de diciembre. D. O. 44.662.

- Marchiori, M. (2011). Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto de las organizaciones. *Ciencias de la información*, 42(2), 49-54.
- Padilla, P. (2006). Resistencia Local y Discurso Global Comentarios en torno a la multiculturalidad y el neoliberalismo Universidad de Texas en Austin. V Congreso de la Red de Antropología Jurídica. DF México.
- Quiles, Cristina Haydeé, Di Meglio, Mariela Silvina, García, María Natalia y Ruiz, María Eugenia (2006). Los talleres de información orientada como estrategia de investigación acción. XIII Jornadas de Investigación y Segundo Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Recuperado el 19 de agosto de 2022, de <https://www.aacademica.org/000-039/315.pdf>
- Servaes, J., y Malikhao, P. (2007). Comunicación participativa: ¿el nuevo paradigma? *Revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, (4), 43-60.
- Scheinson, D. (2009) Comunicación Estratégica. En Cuaderno 24. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, pp. 145-150.
- Urrea, F., Ramírez, H. F. y Viáfara, C. (2001). Perfiles sociodemográficos de la población afrocolombiana en contextos urbano-regionales del país a comienzos del siglo XXI. CIDSE, Centro de Investigaciones y Documentación Socioeconómica. Consultado del 5 de junio de 2023. Disponible en: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/cidse-univalle/20121113043151/Art2.pdf>