

**Educomunicación y participación ciudadana: el caso de la Revista Fusacity en Arbeláez,
Cundinamarca**

Rudy Esperanza Daza Criado

Asesor

Lindón Yani Vélez Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH
Comunicación Social

2024

Resumen

El artículo analiza la estrategia educomunicativa denominada Revista Fusacity en el municipio de Arbeláez, Cundinamarca, enfatizando su función como catalizador de la transformación, la innovación y el cambio social en las comunidades. El estudio, que emplea un enfoque cualitativo y un marco exploratorio-descriptivo, utilizó métodos como análisis de documentos, diálogos semiestructurados y observación no participante para captar la interacción y los patrones sociales dentro de la publicación. Se estudia el uso de teorías de autores, como (Restrepo, 1990; Dagon, 2004; Kaplún, 2010) se destaca cómo el uso de estas teorías de la comunicación puede promover cambios sociales positivos. La publicación ayuda a resaltar el trabajo de la comunidad del municipio de Arbeláez, particularmente de las mujeres, fomentando actividades amigables con el medio ambiente y reforzando la cultura y el patrimonio local. Utilizando la escala Technology Readiness Level (TRL), se analizó la calidad de maduración de los emprendimientos, determinando que las publicaciones alcanzan distintos grados de maduración, reflejando su evolución y adaptación. A pesar de la falta de apoyo municipal, la Revista Fusacity ha establecido alianzas con entidades como canal 13 y ha participado en proyectos del Ministerio de Cultura. El estudio demuestra cómo los medios comunitarios contribuyen al desarrollo local y la sostenibilidad, fortaleciendo la participación comunitaria y el cambio social.

Palabras clave: Cambio social, innovación social, sostenibilidad, participación Revista Fusacity, Arbeláez, medios comunitarios, identidad cultural

Abstract

The article analyzes the educommunicative strategy called Fusacity Magazine in the municipality of Arbeláez, Cundinamarca, emphasizing its function as a catalyst for transformation, innovation and social change in communities. Employing a qualitative approach and an exploratory-descriptive framework, the study used methods such as document analysis, semi-structured dialogues, and non-participant observation to capture interaction and social patterns within the publication. The use of theories of authors such as (Restrepo,1990; Dagron, 2004; Kaplún, 2010) is studied, highlighting how the use of these communication theories can promote positive social changes. The publication helps highlight the work of the community of the municipality of Arbeláez, particularly women, promoting environmentally friendly activities and reinforcing local culture and heritage. Using the Technology Readiness Level (TRL) scale, the quality of maturation of the ventures was analyzed, determining that the publications reach different degrees of maturation, reflecting their evolution and adaptation. Despite the lack of municipal support, Fusacity Magazine has established alliances with entities such as channel 13 and has participated in projects of the Ministry of Culture. The study demonstrates how community media contributes to local development and sustainability, strengthening community participation and social change.

Keywords: Social change, social innovation, sustainability, participation, Fusacity Magazine, Arbeláez, community media, cultural identity

Tabla de Contenido

Introducción	5
Metodología	6
Resultados y discusión	9
Conclusiones y recomendaciones	12
Referencias bibliográficas.....	14

Introducción

La investigación objeto de estudio adoptó un enfoque cualitativo con diseño exploratorio-descriptivo para analizar las dinámicas comunicativas y culturales de la estrategia en educomunicación denominada Revista Fusa City en Arbeláez, Cundinamarca. Esta estrategia promueve la innovación social a través de la comunicación para el cambio social en la provincia del Sumapaz. Mediante entrevistas, trabajo de campo y observación no participante, se estudió cómo esta estrategia logra fomentar la participación comunitaria, empoderar a los emprendedores, y mostrar sus trabajos a través de redes sociales, rescatando las tradiciones culturales del municipio, siguiendo los lineamientos de Bettaglio (2021) quien destaca el potencial del periodismo gráfico, la autonarración y los testimonios para impulsar transformaciones sociales. Este proyecto se enmarca dentro de una tradición más amplia de comunicación alternativa en América Latina, que, desde los años setenta, ha sido vista como herramienta para el desarrollo local (Restrepo, 1990; Dagron, 2004).

Esta estrategia educomunicativa surge como un contenido alternativo que rescata saberes del municipio de Arbeláez, promueve la sostenibilidad ambiental y da voz a grupos marginados (Dagron, 2004; Kaplún, 2010). Las publicaciones muestran los saberes ancestrales del municipio resaltan la riqueza cultural de la zona, generando un impacto significativo en la identidad local y contribuyendo al bienestar financiero de los emprendedores. Además, la investigación emplea el marco TRL (Modelo de madurez tecnológica) para medir el progreso evolutivo de la estrategia comunicativa como innovación social, enfatizando su eficacia en la organización, la asimilación social y la influencia comunitaria. Es así, como esta estrategia de educomunicación se consolida como un medio para el cambio social en el municipio.

Metodología

La investigación se estructuró bajo un enfoque cualitativo y un diseño exploratorio-descriptivo. Este abordaje fue adecuado para el análisis profundo de las dinámicas comunicativas, sociales y culturales relacionadas con la estrategia en educomunicación denominada Revista Fusa City, con el objetivo de entender su impacto en las comunidades del municipio de Arbeláez, Cundinamarca. Esta indagación buscó explorar cómo la estrategia de educomunicación ha influido en la comunicación para el cambio social, la innovación y la sostenibilidad, además de fortalecer la seguridad alimentaria y las cadenas productivas, al tiempo que promueve la participación ciudadana y refuerza la identidad cultural en el municipio, a través de cada material audiovisual publicado por la revista.

Como primer paso, se realizó la revisión documental que permitió contextualizar el rol de los medios de comunicación comunitarios en América Latina. Este paso se centró en teorías de comunicación para el cambio social, con autores clave como (Restrepo, 1990; Dagron, 2004; Kaplún, 2010) aportaron al marco teórico necesario para entender cómo esta estrategia de educomunicación conecta con las corrientes de comunicación alternativa y participativa, enfocándose en el desarrollo local de Arbeláez. Finalmente, la Revista Fusacity se ubicó como un tipo de innovación social que trabaja como lo indica Jailer *et al.*, (2020) “desde la organización social con fines productivos y los emprendimientos”.

Este análisis teórico proporcionó una base sólida para comprender cómo la revista y sus estrategias comunicativas se adhieren a los principios de estos modelos y cómo esto se refleja en las dinámicas comunicativas de las producciones audiovisuales publicadas.

Luego se realizó el trabajo de campo utilizando una combinación de diferentes técnicas cualitativas. Inicialmente se realizó la planificación y estructuración de un guion que incluyó

ocho (8) preguntas relacionadas con los antecedentes de la experiencia, los resultados obtenidos, los desafíos que enfrentaron y la visión futura del proyecto.

La aplicación del primer instrumento luego de elaborado el guion fue con el fundador de la iniciativa Oscar Velásquez a través de la entrevista en video realizada por Daza (2024), donde Él detalla la visión, los objetivos y los logros de la estrategia. Además de esta información, se utilizaron instrumentos de análisis como un cuadro comparativo para identificar la innovación social, una matriz de actores sociales y una matriz de caracterización de la experiencia para lograr un conocimiento más amplio del impacto social de la estrategia.

Paralelamente, se realizó observación no participante durante la producción de contenidos de la revista con la asociación ARMUCAFE, donde este enfoque nos permitió comprender directamente las interacciones de los participantes, el manejo de plataformas digitales y la organización de actividades de capacitación y empoderamiento, especialmente entre las emprendedoras del municipio que estuvieron más involucradas. Las observaciones revelan cómo las redes sociales y otras plataformas de comunicación aumentan la visibilidad de los productos locales y ayudan a fortalecer la identidad cultural y la economía del municipio de Arbeláez.

Finalmente, se utilizó el índice TRL (Technology Readiness Level) el cual media el progreso de maduración de las iniciativas y logró ubicar a la estrategia de educomunicación denominada "Revista Fusa City", como una organización con fines productivos y los emprendimientos, con un grado de maduración en gestión de las ideas y de la creatividad en un nivel TRL: 3, gestión del desarrollo interactivo aplicativo nivel TRL 5, gestión del proceso nivel TRL 6 y, finalmente, gestión de las oportunidades y gestión del cambio TRL 8; lo que llevó, que la estrategia de educomunicación se presente como una innovación social madura, que ha

logrado un impacto en algunos sectores de Arbeláez al ofrecer apoyo y abrir la puerta a la visibilización de contenido digital, con el objetivo de dar a conocer emprendimientos, historias y remembranzas del municipio.

La población del estudio fue diversa e incluyó miembros de la comunidad de Arbeláez. Las organizaciones incluidas fueron ARMUCAFE, Club de Amas de Casa de Zaragoza, Trapiche Panelero de Aguas Gordas, AMERA, artesanas y artistas. La participación de estos grupos fue crucial para comprender cómo esta estrategia impacta el desarrollo sostenible en algunas comunidades del municipio. Tanto los que consumen contenidos de la revista como los que participan activamente en actividades sociales y culturales y quieren visibilizar sus saberes mediante esta estrategia de educomunicación.

Esta metodología permitió combinar enfoques teóricos y empíricos. Contribuyendo a un análisis detallado y exhaustivo de la experiencia de la estrategia en educomunicación denominada Revista Fusa City y su aporte a la comunicación para el cambio social y cultural en Arbeláez.

Resultados y Discusión

La experiencia de la estrategia en educomunicación denominada Revista Fusa City Se considera un modelo de innovación social y tiene como objetivo ampliar las capacidades productivas y fortalecer la empresa de Arbeláez. Este análisis se realizó utilizando el Índice de Tecnología Aplicada a la Innovación Social (TRL) y evaluó cuatro aspectos clave: gestión de ideas y creatividad, desarrollo interactivo aplicativo, gestión del proceso y gestión de las oportunidades y del cambio de acuerdo a la metodología de (Jailler *et al.*, 2020).

En la gestión de ideas y creatividad, el proyecto nació para visibilizar a los emprendedores de Sumapaz, darle voz a la comunidad y abordar temas relacionados con la falta de espacio para la expansión de iniciativas comunitarias (CEPAL, s.f.). De acuerdo a la propuesta de Dagron (2004), este enfoque preliminar permitió identificar los problemas sociales y consolidó la participación de actores clave, como empresarios y presidentes de juntas de acción comunal, quienes desempeñaron un papel claro al contribuir al desarrollo del proyecto. Entendiendo que la comunicación para el cambio social ha demostrado ser eficaz para promover la inclusión y la participación activa en contextos locales (Servaes, 2022).

En términos del desarrollo de aplicaciones interactivas, la estrategia educomunicativa realizó actividades enfocadas a la producción de contenidos audiovisuales y escritos distribuidos a través de medios digitales y tecnológicos. Esto es consistente con Castells (2002) quien enfatiza la capacidad de las redes digitales para transformar las dinámicas sociales y económicas. Estos eventos no sólo aumentan la visibilidad de los emprendedores, sino que también fomentan la colaboración entre los miembros de la comunidad. Aunque el proyecto se encuentra en la etapa inicial de expansión a un alcance más amplio, ha tenido un impacto significativo en el fortalecimiento del tejido social y la promoción de la cultura local (Restrepo, 1990).

Estas actividades permiten fortalecer las capacidades de los participantes, promover la sostenibilidad de los proyectos y construir alianzas con otras iniciativas regionales (Rodas, 2021). Asimismo, se sistematiza el aprendizaje para asegurar la continuidad del proyecto y su posibilidad de replicación en otros contextos (Dagron, 2004).

El impacto del proyecto ha sido ampliamente reconocido por la comunidad en lo que respecta a la gestión de oportunidades y cambios. Los participantes reciben diversos grados de reconocimiento por su trabajo social, creando un sentido de apropiación y colaboración (Bourdieu, 1986). La creación de contenido digital por parte de los arbelaences, mostrando sus destrezas, artes culturales y tradicionales, se convierte en una forma de educomunicación que empodera a la comunidad al permitirle compartir sus conocimientos y experiencias con otras comunidades. Como lo señala Putnam (2000) sobre la importancia de la transferencia de conocimientos, impulsando el desarrollo local al generar aprendizajes colectivos y fortalecer el tejido social (pp. 15-148). La estrategia de educomunicación inspira a la inclusión social, la preservación de las tradiciones culturales y el empoderamiento de los empresarios locales. La integración como herramienta eficaz para el desarrollo social y económico (CEPAL, 2014).

El análisis también reveló algunas dificultades en el proceso. Estos incluyen la falta de financiación adecuada para la divulgación, las limitaciones tecnológicas de algunos miembros participantes de la comunidad y las barreras culturales que dificultan la adopción de nuevas estrategias de comunicación (Rogers, 2003). Sin embargo, el compromiso con la comunidad y la integración de enfoques participativos superan estas barreras, en consonancia con los principios de acción colectiva mencionados por Freire (2000) y el poder transformador de la educación crítica.

Finalmente, la estrategia educomunicativa nos ofrece ejemplos destacados de innovación

social que combinan creatividad, sostenibilidad y compromiso comunitario como es el caso de ARMUCAFÉ, la Asociación de Mujeres Cafeteras de Arbeláez, se destaca por sus prácticas de cultivo de café sustentable y orgánico. Manejan sus plantaciones de manera respetuosa con el medio ambiente y el café que producen está 100% libre de químicos nocivos. Además, elaboran su propia solución de fumigación a partir de cáscaras de café desechadas para controlar la broca. (Revista Fusacity, 2024).

Por otro lado, la asociación de mujeres campesinas "AMERA" de Arbeláez se dedica a la producción avícola. Producen huevos 100% semicriollos y no utilizan hormonas ni aceleran el proceso. Sus gallinas se alimentan de bore y zanahorias y pasan el 70% de su tiempo en lugares abiertos. El estiércol de aves se utiliza como fertilizante orgánico, lo que beneficia cultivos y pastos. (Revista Fusacity, 2024).

Ambas asociaciones han demostrado un fuerte compromiso con las prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, al tiempo que ofrecen a los consumidores productos de alta calidad. Esta estrategia de educomunicación no solo fomenta el desarrollo económico local, sino que también sirve como catalizador para la integración cultural y el fortalecimiento comunitario. (Hidalgo y Albors, 2008). La madurez medida por el Índice TRL hace de este proyecto una iniciativa confiable y repetible que puede servir como punto de referencia para otros entornos similares (Jailler *et al.*, 2020).

Conclusiones y Recomendaciones

La estrategia en educomunicación denominada Revista Fusa City en Arbeláez es un ejemplo de innovación social. Su enfoque en la producción de contenidos audiovisuales y digitales no sólo visibiliza problemáticas locales, sino que también empodera a emprendedores y fortalece iniciativas comunitarias productivas. Este caso demuestra que los medios comunitarios pueden ser un agente eficaz de cambio social al promover estrategias educomunicativas, narrativas inclusivas y sostenibles.

A través de la participación activa de actores locales en la creación y difusión de contenidos, la revista promueve la cohesión social, fortalece la identidad cultural y contribuye a la comunidad de Arbeláez. Esto confirma la importancia del capital social en el desarrollo de proyectos colaborativos señalados (Bourdieu, 1986)

El análisis basado en el índice TRL muestra que la experiencia de la estrategia en educomunicación denominada "Revista Fusa City", ha alcanzado un nivel avanzado de madurez, lo que demuestra que el modelo es escalable y replicable en otros entornos si las estrategias se adaptan a las necesidades específicas de cada comunidad.

Sin embargo, también se descubrieron limitaciones importantes. Los ejemplos incluyen recursos financieros y técnicos limitados, la necesidad de mejorar la sostenibilidad a largo plazo y desafíos en la capacitación técnica de los participantes. Estas barreras resaltan la importancia de construir alianzas estratégicas y fomentar el aprendizaje permanente.

Para garantizar la existencia continua de la revista, se recomienda diversificar las fuentes de financiación mediante la búsqueda de subvenciones, patrocinadores y modelos de negocio basados en suscripciones o publicidad local. Se deben implementar programas de capacitación continua sobre herramientas digitales, producción audiovisual y gestión de redes sociales,

especialmente para mujeres y jóvenes de la sociedad, para promover la igualdad y la inclusión.

Construir alianzas con universidades, ONG y agencias gubernamentales puede facilitar el acceso a recursos, fortalecer las capacidades técnicas de los equipos y aumentar la eficacia de las iniciativas locales. Dado el éxito alcanzado, se recomienda replicar este modelo en otras comunidades rurales. Sin embargo, es necesario un diagnóstico preliminar para adaptar el enfoque a las necesidades y dinámicas específicas de cada lugar.

Se debe establecer un sistema de seguimiento y evaluación para medir periódicamente el desempeño del proyecto. Esto le permitirá identificar áreas de mejora, documentar el aprendizaje y demostrar el valor de su proyecto a posibles aliados o financiadores. Finalmente, continuar promoviendo la participación activa de los habitantes del municipio en todas las etapas del proyecto es fundamental para aumentar el sentido de propiedad y compromiso con la iniciativa.

Referencias bibliográficas

- Bettaglio, M. (2021). Innovación social a través de la narrativa gráfica: periodismo gráfico, autonarración y testimonios para el cambio social. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica*, 4.
<https://www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/RIESISE/article/view/5302>
- Bourdieu, P. (1986). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. In Green wood.
- Castells, M. (2002). La dimensión cultural de Internet.
https://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502_imp.html
- CEPAL. (s.f.). Innovación social en América Latina. <https://www.cepal.org/es/temas/innovacion-social>
- CEPAL. (2014). *Integración regional: hacia una estrategia de cadenas de valor inclusivas*. <https://repositorio.cepal.org/entities/publication/2336e16c-710b-47e7-bcbe-79c6c0539ede>
- Dagron, A. G. (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación & desarrollo*, 12(1), 2-23.. <https://www.redalyc.org/pdf/268/26800101.pdf>
- Daza, R. (2024). Entrevista sobre innovación [Video]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZMhpnrFLy/>
- Freire, P. (2000). *Pedagogía del oprimido*. WW Norton & Company.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/107505882/34900514-libre.pdf?1700359711=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DResena_de_Pedagogia_do_Oprimido_de_Paulo.pdf&Expires=1738295627&Signature=UM0vwsbUYmsY20CqCxqgZfRi9ByK1AVeE110h

SGlwUJPAS4Nhd7cxuZebzF5OZtr7P~HdI8FMMjZgvP~CkyeV-
bzD2AvFIE5yl4XphWk8b5~VjUnFFNChxtNvjAnWx5CRCy~pLN5up1gtOk~YIAEfWr
MDAU5JitY6wlp0-BpcjWDRbgul0IIDwnc0tGvXzjUS06-
IICpTt8nbtUX9icavzVwTtdCklGbm06VtkNIVo82GZQTC07goaSJtaY~II8FaeFx4ioYu
t0uJX8jylm9ensIX4S6QX4oe5G5Jh9BgADOwb2Xfh3DaTbCceryqA6YHaR15VY3LE
GWIFtrp6H--Q_ &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Hidalgo, A., & Albors, J. (2008). Innovation management techniques and tools: a review from theory and practice. *R&d Management*, 38(2), 113-127.

[https://oa.upm.es/2406/1/INVE MEM 2008 55568.pdf](https://oa.upm.es/2406/1/INVE_MEM_2008_55568.pdf)

Jailler Castrillón, É., González Zabala, S., Arias Arciniegas, C. M., Suárez Díaz, L., Carmona Hoyos, Y., Barrera López, D., ... & Ortiz Ospina, L. E. (2020). Construyendo la innovación social. Guía para comprender la innovación social en Colombia.

<http://doi.org/10.18566/978-958-764-809-6>

Kaplún, M. (2010). Una pedagogía de la comunicación (Vol. 10). Ediciones de la Torre.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8t_xO12cSOgC&oi=fnd&pg=PA2&dq=Una+pedagog%C3%ADa+de+la+comunicaci%C3%B3n+\(el+comunicador+popular&ots=9sC2mNW4yj&sig=-bZOoBKrSRjN0ygfNj0FixQoRJE#v=onepage&q=Una%20pedagog%C3%ADa%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20\(el%20comunicador%20popular&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8t_xO12cSOgC&oi=fnd&pg=PA2&dq=Una+pedagog%C3%ADa+de+la+comunicaci%C3%B3n+(el+comunicador+popular&ots=9sC2mNW4yj&sig=-bZOoBKrSRjN0ygfNj0FixQoRJE#v=onepage&q=Una%20pedagog%C3%ADa%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20(el%20comunicador%20popular&f=false)

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon Schuster.

https://books.google.com/books/about/Bowling_Alone.html?id=rd2ibodep7UC

Restrepo, M. (1990). La comunicación en América Latina. *Signo Y Pensamiento*, 9(16), 5-9.

<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3256>

Revista Fusacity. (2024, 23 de junio). Hecho por Manos de Mujeres Arbeláez [Video].

Facebook. <https://www.facebook.com/share/v/kfLsgbYtjjPzsfbf/>

Rodas Sánchez, M. M. (2011). Estrategia de comunicación para el posicionamiento de la imagen de ONU Mujeres, la nueva entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres en Guatemala, a través de medios de comunicación masivos y alternos (Doctoral dissertation, Universidad de San Carlos de Guatemala). http://www.repositorio.usac.edu.gt/1129/1/16_0895.pdf

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5.^a ed.). Free Press.

https://books.google.com/books/about/Diffusion_of_Innovations.html?id=9U1K5LjUOwE

Servaes, J. (2022). Communication for development and social change. In *The Routledge handbook of nonprofit communication* (pp. 23-31). Routledge.

[https://www.researchgate.net/profile/Rico-](https://www.researchgate.net/profile/Rico-Lie/publication/40102061_Rural_HIVAIDS_CommunicationIntervention_From_Using_Models_to_Using_Frameworks_and_Common_Principles/links/562e055b08ae04c2aeb4b217/Rural-HIV-AIDS-Communication-Intervention-From-Using-Models-to-Using-Frameworks-and-Common-Principles.pdf)

[Lie/publication/40102061_Rural_HIVAIDS_CommunicationIntervention_From_Using_Models_to_Using_Frameworks_and_Common_Principles/links/562e055b08ae04c2aeb4b217/Rural-HIV-AIDS-Communication-Intervention-From-Using-Models-to-Using-Frameworks-and-Common-Principles.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Rico-Lie/publication/40102061_Rural_HIVAIDS_CommunicationIntervention_From_Using_Models_to_Using_Frameworks_and_Common_Principles/links/562e055b08ae04c2aeb4b217/Rural-HIV-AIDS-Communication-Intervention-From-Using-Models-to-Using-Frameworks-and-Common-Principles.pdf)