

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



**PROYECTO DE GRADO**

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE DESARROLLA EL CENTRO DE INFORMACIÓN JUVENIL (C.I.J.) PERIFÉRICA, EN BENEFICIO DE LOS JÓVENES Y ADOLESCENTES DE LA ZONA LA MERCED DEL DISTRITO 13, DEPENDIENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE LA PAZ 2017- 2019.

**POSTULANTE:**

**CATARI AGUIRRE NATIVIDAD**

**TUTORA:**

**Lic. LUCY AMPARO CANDIA PACHECO**

**LA PAZ - BOVIVIA**

**2020**

## ÍNDICE

Introducción .....	I
--------------------	---

### CAPÍTULO I

#### 1. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMA

1	Antecedentes .....	3
1.2	Pre diagnóstico de la situación problema .....	5
1.2.1	Objetivo general del pre diagnóstico.....	6
1.2.2	Objetivo específico del pre diagnóstico .....	7
1.3	Planteamiento de la situación problema.....	8
1.4	Formulación del problema.....	9
1.5	Justificación.....	10
1.5.1	Relevancia de la intervención .....	11
1.5.2	Viabilidad y factibilidad .....	11
1.5.3	Cultural .....	11
1.5.4	Social .....	11
1.5.5	Política .....	12
1.6	Objetivos .....	12
1.6.1	Objetivo general .....	12
1.6.2	Objetivo específicos .....	12

### CAPÍTULO II

#### 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1	Enfoque metodológico .....	13
2.2	Enfoque mixto.....	13
2.3	Técnicas de investigación.....	14
2.3.1	La encuesta .....	15
2.3.2	Entrevista a profundidad.....	15
2.3.3	Observación participante.....	15

2.3.3.1	Cuadro de técnicas e instrumentos.....	17
2.4	Paradigma de la investigación.....	18
2.4.1	Abordajes y enfoques en el campo de la comunicación .....	18
2.5	Localización .....	19
2.5.1	Macro localización .....	19
2.5.2	Micro localización .....	19
2.6	Población beneficiaria.....	19
2.6.1	Directa .....	19
2.6.2	Indirecta.....	19
2.7	Universo .....	19
2.8	La muestra.....	20

### **CAPÍTULO III**

#### **3. MARCO TEÒRICO CONCEPTUAL**

3.1	Comunicación .....	21
3.1.1	Comunicación en su concepto tradicional.....	22
3.2	Clases de comunicación .....	23
3.2.1	Comunicación directa e indirecta.....	23
3.2.2	La comunicación recíproca y unilateral.....	23
3.2.3	Comunicación pública y privada.....	24
3.4	Modelo comunicacional.....	24
3.4.1	Modelo de comunicación horizontal.....	24
3.4.2	Comunicación horizontal.....	25
3.4.3	Características de la comunicación horizontal.....	27
3.5	Concepto de información .....	27
3.6	Comunicación popular .....	29
3.7	Comunicación participativa .....	29
3.7.1	Vías para la participación.....	31
3.8	Comunicación grupal .....	32

3.9	Participación juvenil.....	33
3.10	Empoderamiento y participación juvenil .....	34
3.11	Comunicación educativa .....	36
3.12	Modalidades educativas .....	37
3.12.1	Educación no formal .....	38
3.12.2	Educación abierta.....	38
3.13	Juventudes.....	38
3.14	Comunicación juvenil .....	42
3.15	Participación juvenil.....	43

## **CAPÍTULO IV**

### **4. MARCO REFERENCIAL**

4.1	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.....	44
4.2	Instituto de la Juventud .....	44
4.2.1	Visión .....	44
4.2.2	Misión .....	44
4.3	Objetivo de la Institución .....	44
4.4	Organigrama del Instituto de la Juventud .....	45
4.5	Programa del voluntariado .....	46
4.6	Área de oportunidades y empleabilidad.....	46
4.7	Jóvenes en acción.....	46
4.7.1	Ley Municipal Autonómica N 253 de Juventudes.....	46
4.7.2	POA 2017.....	47
4.7.3	PLAN 2040.....	47
4.8	PLAN DE GOBIERNO 24/7.....	47
4.8.1	Política 1.....	47
4.8.2	Política 2.....	48
4.9	Área de participación ciudadana.....	48

4.10	Encuentro de identidades juveniles.....	48
4.11	Asambleas macro distritales de la juventud .....	49
4.12	Consejo Municipal de la Juventud .....	49
4.13	Espacios públicos y cultura juvenil.....	49
4.14	Centros de In/formación Juvenil CIJ.....	50
4.15	Centros de In/formación Juvenil Periférica .....	51
4.15.1	Población.....	51
4.16	Directrices del marco jurídico.....	52
4.16.1	Constitución Política del Estado Plurinacional .....	52
4.16.2	Convención Iberoamericana de los derechos de los Jóvenes .....	53
4.16.3	Ley Nacional de la juventud ley 342.....	53
4.16.4	Ley Municipal de las Juventudes del Municipio de La Paz .....	54

**CAPÍTULO V**  
**DIAGNÓSTICO**  
**5. ESTRATEGIA METODOLÓGICA,**  
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.**

5.1	Diagnóstico .....	56
5.2	Diagnóstico participativo .....	57
5.3	Propósito del diagnóstico .....	57
5.4	Aplicación del diagnóstico.....	57
5.4.1	Encuesta.. ..	57
5.4.1.1	Datos generales de la población encuestada .....	58
5.4.2	Problemas identificados .....	64
5.4.2.1	Información y conocimiento .....	64
5.4.2.2	Actitudes .....	64
5.4.2.3	Prácticas .....	65
5.5	Observación participante.....	65
5.6	Entrevista a profundidad .....	66
5.6.1	Entrevista 1.....	67

5.6.2	Entrevista 2.....	67
5.6.3	Entrevista 3 .....	68
5.7	Descripción detallada de FODA.....	69
5.8	Matriz general.....	71
5.9	Matriz de estrategias de factores.....	72
5.9.1	Matriz de estrategias de factores internos.....	72
5.9.2	Matriz de estrategias de factores externos.....	73
5.10	Situación de la institución y estrategias a formular ...	74
5.10.1	Interpretación.....	74

## **CAPÍTULO VI**

### **6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

6.	Objetivos .....	77
6.1	Objetivo general .....	77
6.2	Objetivos específicos .....	77
6.3	Audiencias.....	78
6.3.1	Audiencias primarias.....	79
6.3.2	Audiencias secundarias .....	79
6.4	Estrategia comunicacional.....	79
6.5	El Taller.....	80
6.5.1	Recursos y medios de apoyo.....	80
6.5.1.1	Folleto tríptico.....	81
6.5.1.2	El volante.....	81
6.5.1.3	El WhatsApp.....	81
6.6	Diseño de la propuesta.....	81
6.6.1	Fase 1 .....	81
6.6.2	Fase 2 .....	82

6.6.3	Fase 3 .....	83
6.6.4	Fase 4.....	86
6.7	Evaluación de los talleres.....	87
6.8	Logros generales.....	87
6.10	Validación de la propuesta.....	87
6.11	Alcances de la estrategia.....	88
6.12	Horizonte de tiempo.....	89
6.12.1	A mediano plazo.....	89
6.12.2	A largo plazo.....	89
6.13	Extensión.....	90
6.13.1	Extensión durante 6 meses.....	90

## **CAPÍTULO VII**

### **7. CONCLUSIONES**

7.	Conclusiones .....	94
	Bibliografía .....	95

## INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia las juventudes se han hecho escuchar y son entendidas como actores principales del desarrollo de los países y sobre todo en Bolivia donde el 72 % de la población es joven según el censo 2012.

En este sentido el presente documento desarrolla la temática de: “Estrategia comunicacional de difusión y participación para informar sobre las actividades que desarrolla el Centro de Información Juvenil (C.I.J.) Periférica, en beneficio de los jóvenes del distrito 13 de la ciudad de La Paz dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.).

El Centro de Información para Jóvenes (C.I.J.) Periférica, es un espacio donde las juventudes pueden desarrollar actividades culturales, académicas y deportivas al mismo tiempo que se ofrecen talleres de educación sexual y temas que pueden ser entendidos como una necesidad para ellos.

El C.I.J. Periférica está ubicada en la zona “La Merced”, en la actualidad tiene escasa participación de jóvenes, los pocos participantes que vienen o asisten al C.I.J. son de vecindades aledañas. En la entrevista realizada al presidente de Junta de Vecinos nos indica que los jóvenes no asisten a dicho centro ya que no están informados de las actividades que se llevan a cabo. No existe un cronograma o plan de medios de información por parte de los responsables del C.I.J. razón por la cual no toman interés a la institución.

Para las autoridades municipales, la escasa participación juvenil, es preocupante pero no hacen nada para mejorar, es por esta razón que el presente proyecto pretende la intervención para lograr mayor participación juvenil, en el Centro de Información para Jóvenes Periférica.



Las juventudes son denominadas actores estratégicos para la sociedad, también considerados, así como columna vertebral de nuestro país Bolivia, porque ellos son los que día a día contribuyen al desarrollo de la economía boliviana.

Muchos jóvenes se dedican a realizar actividades de nivelación escolar, cultura, arte, deportes, entre otras acciones que realizan generalmente para desestresarse o en algunos casos para nivelarse en su proceso de aprendizaje. Existen jóvenes en nuestro país, que necesitan atención para administrar adecuadamente sus tiempos libres. Y si bien no existen espacios donde las juventudes puedan desarrollar dichas actividades. La ciudad de La Paz cuenta con los denominados Centros de Información y Formación para Jóvenes, que es dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. Espacios que son diseñados con diferentes áreas y el acceso a la misma es gratuita.

## **CAPÍTULO I**

### **DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMA**

#### **1. ANTECEDENTES**

El Censo de Población y Vivienda de 2012, realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), revela que en Bolivia existen 2.534.394 personas entre 16 y 28 años de edad. Santa Cruz posee 717.070 jóvenes, seguido de La Paz con 658.041. Otro de los aspectos importantes es la migración campo-ciudad.

“El Censo de 1976 mostró mayor cantidad de jóvenes en el área rural (51,8%) que en las zonas urbanas (48,2%), pero desde 1992 los jóvenes se concentraron en las ciudades (64,1%) y dejaron el campo (35,9%). En 2012, la zona rural tenía el 28% de la población joven, mientras que las ciudades poseían el 72%.” (Instituto Nacional de Estadística, Censo de Población y Vivienda, 2012, p. 25).

Los datos muestran el problema migratorio de los jóvenes, que no cuentan con la asistencia a los centros educativos ni tampoco con un trabajo estable, esta situación obliga a los adolescentes a migrar a otros espacios donde ven más oportunidades, para satisfacer sus necesidades.

La temática de juventudes en nuestro país y en el contexto latinoamericano ha atravesado diferentes momentos y cambios fundamentales en los últimos años, desde la visión de este grupo generacional en situación de vulnerabilidad, hasta la concepción de estos en el marco del ejercicio de derechos y a la ciudadanía plena, lo que supone su inclusión en todos los ámbitos de desarrollo nacional, se suman a este escenario las condiciones propiciadas por el gobierno actual, para la inclusión de todos los sectores como actores trascendentales de los procesos de cambio donde de manera evidente, poblacional y generacionalmente las y los jóvenes se constituyen en uno de las y los actores estratégicos.

Sin embargo, es necesario reconocer que, a pesar de todas estas condiciones, existen aún barreras y limitaciones que ha venido arrastrando, sobre todo en relación al significado de las juventudes y la poca participación, así como el rol que se les ha asignado.

Hay que recalcar que esta metodología deberá permitir una definición y ejecución participativa del plan estratégico, incluyendo a los actores, partícipes, jóvenes, personal de información, municipios, validación y posterior ejecución.

Los Centros de Información Juveniles (C.I.J.) tienen las características de lanzar clases llamadas las “Vacaciones Divertidas” durante el receso de las vacaciones que tienen las unidades educativas, donde se realizan diferentes actividades de lunes a viernes con más horas pedagógicas en comparación con las clases que se dan regularmente.

Los C.I.J. están ubicadas en diferentes Macrodistritos, de la ciudad de La Paz, de este modo, se tiene el CIJ Periférica, CIJ Cotahuma, CIJ Mallasa, CIJ Max Paredes y CIJ Pampahasi y CIJ Sur, hasta la presente gestión. El Centro de Información Periférica en donde se trabajó el proyecto de grado, se apertura el 6 de febrero de 2011 que pasó por varios cambios de zonas, entre ellas (Achachicala, Challa Pampa sub Alcaldía, Villa Fátima).

En febrero de 2015, por decisión de la Secretaría Municipal de Desarrollo Social se cerró el CIJ Periférica por temas de remodelación de infraestructura. Años más tarde, en la gestión 2016 se decidió volver abrir, con nuevos espacios en la Zona Kishurani villa el Carmen, calle dos, en los predios de una Sede Social. (Instituto de la Juventud. Informes, 2015, p.56).

En la actualidad se encuentra ubicada en la av. Periférica a dos cuadras del colegio la Merced. Es un espacio que contribuye al desarrollo de las juventudes que al mismo tiempo brinda la posibilidad de participar activamente en las acciones y movilizaciones que realiza el Instituto de la Juventud para la promoción de los jóvenes. Es por esta razón que se ha preparado cursos y talleres en distintas temáticas juveniles, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los adolescentes y jóvenes del Municipio.

## 1.2 PRE-DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN PROBLEMA

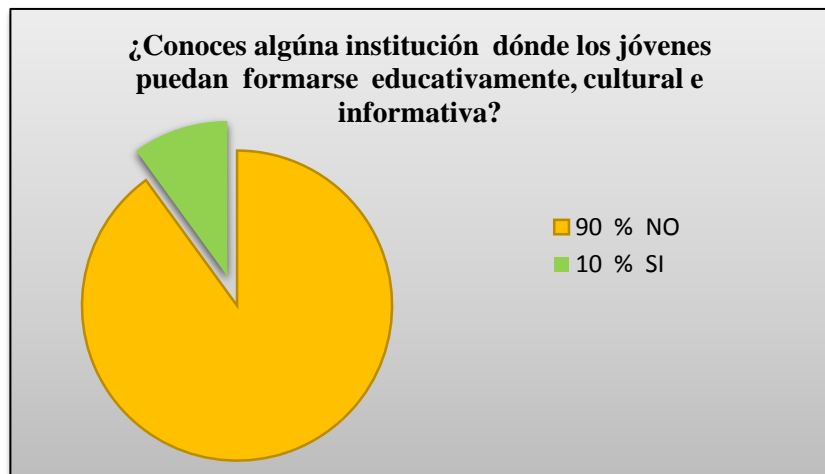
### 1.2.1 OBJETIVO GENERAL DEL PRE DIAGNÓSTICO

- Establecer un análisis cuantitativo y cualitativo del problema a intervenir.

### 1.2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO DEL PRE DIAGNÓSTICO

- Aplicar una encuesta en la que los jóvenes de la Unidad Educativa “La Merced” del distrito 13 periférica, puedan expresar inquietudes.
- Aplicar el pre diagnóstico a jóvenes de 16 a 18 años, 4to, 5to y 6to de secundaria entre mujeres y varones.

GRÁFICO 1



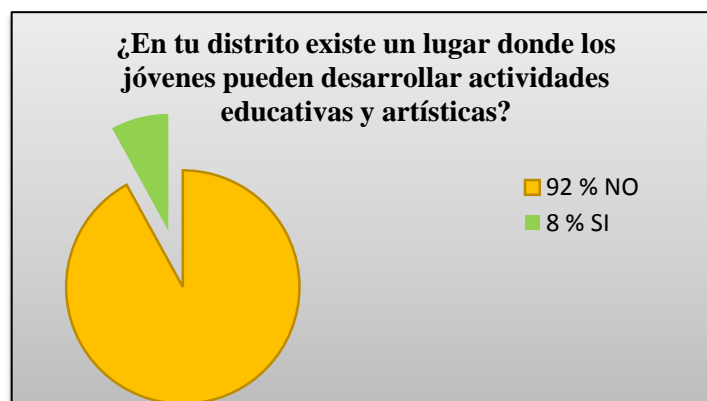
En una investigación preliminar realizada a los estudiantes del colegio “La Merced” de la ciudad de La Paz. Responden NO el 90% (27 jóvenes) y con él SI el 10%, (3 jóvenes) es decir, que los jóvenes encuestados en su gran mayoría indican que no conocen un lugar o espacio donde puedan formarse educativamente y culturalmente.

**GRÁFICO 2**



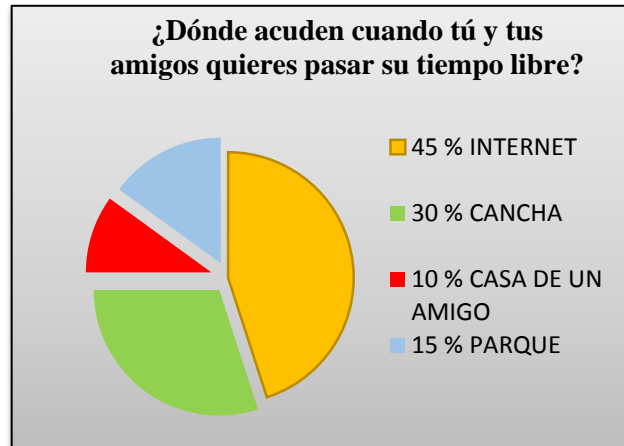
El 96% de los jóvenes no escucharon hablar de los centros de Información para Jóvenes en La Paz, el resto 1% conoce lugares como el CARE Centro de Rendimiento Educativo impartido por la Dirección de Educación del GAMLP, pero no está en funcionamiento ya que solo se activan en vacaciones de verano y materias para niños. El 3% restante conoce el CIJ periférica porque escucharon hablar de él.

**GRÁFICO 3**



Los jóvenes responden en un 92% NO, vale decir, la mayoría no sabe de la existencia de lugares donde el GAMLP brinda actividades para desarrollar conocimientos y aptitudes y el 8% responde SI, que sabe de existencia de espacios para jóvenes CIJs.

**GRÁFICO 4**



El 45% pasa su rato libre en el internet, el 30% pasa su rato libre en la cancha, el 10% en la casa de un amigo o una amiga, el 15% en el parque. Evidentemente estos datos son preocupantes porque el joven no se está enfocando hacia su integridad y formación para un mejor desarrollo. Más aún porque en su mayoría dedica el tiempo libre al internet.

**GRÁFICO 5**



El 99% acudiría a estos espacios, porque para ellos nos está demás adquirir nuevos conocimientos. El 1% no sabe si acudiría en eso hay que trabajar. Haciendo un análisis

profundo se puede evidenciar que en su mayoría desconocen la existencia de este espacio para jóvenes.

### **1.3 PLANTEAMIENTO DE LA SITUACIÓN PROBLEMA**

“Hasta el 2030 la población de jóvenes en todo el mundo entre 15 y 29 años alcanzará una cifra de 158 millones de personas. En Bolivia hasta el 2010, representaban un tercio de la población total con casi 3 millones de habitantes. En La Paz el 40% de la población es joven” (Plan Quinquenal de Juventudes, 2005, P. 33).

Los datos reflejan que la población joven va en crecimiento en todo el mundo. Bolivia vive importantes cambios sociales demográficos, más aún cuando la población juvenil va creciendo significativamente y obligado a nacer nuevos centros poblados.

En tema de las juventudes en nuestro país y el contexto latinoamericano en los últimos años ha pasado por diferentes procesos y cambios, desde la visión de este grupo generacional en situación de vulnerabilidad hasta la concepción de los mismos en el marco de los ejercicios de la ciudadanía plena; lo que supone su inclusión en todos los ámbitos de desarrollo nacional.

A esto se suma las condiciones que el gobierno central ha propiciado en beneficio de los jóvenes, para la inclusión de todos los sectores como actores trascendentales de los procesos de cambio, donde de manera evidente, poblacional y generacionalmente las y los jóvenes se constituyen en uno de los actores estratégicos. (Plan Nacional de Juventudes “para vivir bien” La Paz Bolivia, 2008, p. 77).

La verdadera situación es, reconocer que a pesar de todas estas condiciones aún existen barreras y limitaciones que se han visto arrastrando, sobre todo en relación al significado de las juventudes y los espacios de participación para los mismos.

El Centro de Información Juvenil (C.I.J.). Tiene también la facultad de coordinar con otras unidades organizacionales del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz;

promoviendo la participación juvenil en los distintos espacios de encuentro, debate y discusión de los destinos de la ciudad.

Los adolescentes y jóvenes son seres que necesitan espacios para desarrollar una serie de sentimientos, estados de ánimo, inteligencia, razón o creatividad, requieren relacionarse con otras y otros jóvenes desde que nacen hasta que mueren, según el psicólogo Jean Piaget, además asegura que estos seres humanos necesitan amor, reconocimiento aceptación, solidaridad, seguridad, justicia, sentido de pertenencia, respeto comunicación y el ejercicio de sus derechos para desarrollarse en su entorno familiar, estudiantil y recreativo.

Este problema se identifica claramente en la organización gubernamental del Centro de Información Juvenil (C.I.J.) Periférica, que pese a la experiencia de más de 6 años los responsables tuvieron dificultades ya mencionadas, además se debe al cambio de los trabajadores es así como lo confirma la actual responsable del C.I.J. Periférica. Además, que no existe un guía del cómo hacer difusión a los jóvenes.

La organización tiene una estrategia y esta se basa en utilizar página de Facebook como un medio donde informar las diferentes actividades que se realizan en el C.I.J. Periférica. De acuerdo a este panorama, resulta importante el aporte del presente proyecto de grado, que busca desarrollar una herramienta o medio de comunicación y participación que contenga herramientas metodológicas, a fin de orientar el trabajo de los responsables de la institución y con un fin mayor que a los jóvenes le interesen ser partícipes d este Centro de Información Juvenil.

En base a los argumentos expuestos formulamos el problema de investigación en los siguientes términos:

#### **1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**



La desinformación en los jóvenes sobre las actividades que desarrolla el Centro de Información Juvenil (C.I.J.) Periférica, distrito 13 dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAML P).

## **1.5 JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto de investigación contribuirá con una adecuada información y formación a los jóvenes del Macrodistrato Periférica sobre las actividades que desarrolla el Centro de Información Juvenil (C.I.J.), existente en el sector. En la actualidad las juventudes, quienes deberían ser los beneficiados con la existencia de la institución, tienen insuficiente información sobre el (C.I.J.), por lo que no acceden a la dicha institución.

Se ve la necesidad de elaborar el proyecto porque tradicionalmente los padres, las madres, los docentes y facilitadores. Se han educado a una forma tradicional de vida, es decir, de colegio a casa de casa a colegio. Es por eso que se ha diseñado espacios de información y formación para jóvenes, lugares donde puedan desarrollar actividades de acorde a sus culturas creencias y tradiciones.

Se considera trascendente investigar, programar y diseñar un proyecto que pueda contribuir al desarrollo en beneficio de los jóvenes. Una estrategia muy importante en algunos países que tiene programas de educación, es por eso que en el presente proyecto se habla de las juventudes, en el sentido de que estas son una construcción social que es estructurada desde diversas visiones en diferentes identidades, culturas y cosmovisiones.

“la juventud es una categoría socialmente construida, para poder asignarle un orden a la realidad. se trata de una unidad didáctica que ayuda a comprender el mundo, reducir la incertidumbre, entender las relaciones entre la persona y darle un sentido a la construcción de significados, así como la niñez, adultez y vejez, cada una con diferentes perspectivas y expectativas” (Plan Nacional de las Juventudes, para vivir bien, La Paz, Bolivia, 2008, p.62).

El plan nacional de las juventudes ley de juventudes a 5 años considera referentes conceptuales y normativos a nivel nacional e internacional con la perspectiva de comprender la representación de las juventudes bolivarianas, sus dinámicas individuales y colectivas.

### **1.5.1 RELEVANCIA DE LA INTERVENCIÓN**

El proyecto es relevante porque tendrá un impacto social, que mejorará las perspectivas, visiones, objetivos en la vida cotidiana de los jóvenes, porque se pretende la inclusión de futuras generaciones en el Centro de Información para Jóvenes.

### **1.5.2 VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD**

El proyecto es viable porque existe la preocupación de la poca afluencia de jóvenes en el Centro de información para jóvenes y por otra parte existe predisposición del Instituto de la Juventud en apoyar en el proyecto.

### **1.5.3 CULTURAL**

Culturalmente el proyecto es viable porque las juventudes son entendidas como el reconocimiento de los diferentes escenarios de pertenencia en los cuales se desarrollan y desenvuelven los jóvenes del País, desde los ámbitos rurales y urbanos, hasta las prácticas y visiones occidentales e indígenas, expresadas en múltiples manifestaciones de estilos de vida transversalidad por la razón de género.

Se busca una puesta en escena de la participación de las diversidades como una de las formas de subvertir el estigma de inclusión.

### **1.5.4 SOCIAL**

En este ámbito el proyecto es viable, con la información beneficiara a los estudiantes, a los profesores y padres de familia. Reduciendo la deserción escolar. Con la propuesta del

proyecto se pretende agudizar o mejorar la problemática identificada, dentro de dicha institución.

### **1.5.5 POLÍTICA**

Este ámbito es viable, porque se tiene las principales leyes que hacen énfasis en nuestra temática son las que a continuación describimos.

- La Constitución Política del Estado Plurinacional Nacional de Bolivia.
- Plan Nacional de Juventudes.
- Plan Nacional Quinquenal de Juventudes.
- Ley 3420 Ley De La Juventud.
- Ley 256 Ley Municipal De Las Juventudes.

### **1.6 OBJETIVOS**

#### **1.6.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un plan de estrategia comunicacional para promover la participación e información en los jóvenes y adolescentes sobre las actividades que desarrolla el Centro de Información Juvenil (C.I.J.) Periférica, de la zona “La Merced”.

#### **1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Realizar un diagnóstico a los jóvenes de 14 a 18 años para determinar el grado de conocimiento o desconocimiento sobre el Centro de Información Juvenil (C.I.J.).
- Desarrollar talleres informativos para informar y concientizar a los jóvenes acerca de las actividades que el Centro de Información juvenil Periférica desarrolla dentro de la institución.
- Establecer los medios de comunicación e información, para facilitar la interacción entre los jóvenes y los encargados del Centro de Información Juvenil

## **CAPÍTULO II**

### **2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 ENFOQUE METODOLÓGICO**

La metodología del proyecto se compone en varias etapas y cada una de estas se compone de tareas específicas, las cuales permiten la elaboración de la investigación que tiene como fin resolver un problema que, en este caso compete al campo de la comunicación e información.

Entonces se apunta a resolver el problema elaborando una estrategia comunicacional a través de la información para que se promueva la participación de jóvenes en el Centro de Información Juvenil (C.I.J.).

El enfoque que se aplicará será, el enfoque mixto cualitativo-cuantitativo, con el modelo predominante del cualitativo. Este enfoque será empleado de manera combinada, ya que ambos complementarán todo el proceso de investigación.

Las técnicas a utilizarse son la observación participante, entrevista y la encuesta con los instrumentos: diario de campo, guía de preguntas y encuestas. Posteriormente se pasará a interpretar los resultados para el desarrollo de la investigación.

Y, por último, la estrategia comunicacional a ser aplicada a través de talleres de información se constituirá en una herramienta e instrumento de información para activar participación juvenil en el C.I.J. Periférica, de esta manera se pretende dar prioridad al proyecto comunicacional de esta investigación.

#### **2.2 ENFOQUE MIXTO (cualitativo – cuantitativo)**

El proyecto comunicacional se basa en el método cuali - cuantitativo con el modelo predominante cualitativo, debido a las necesidades de la realidad del contexto, se hicieron necesarias el uso de método cualitativo, porque tiene como objeto la

descripción de las cualidades mostrando la realidad, presenta datos interpretaciones, análisis, experiencias, percepciones y valores. Con las técnicas correspondientes se pudo observar, interpretar, analizar, percibir, determinar, evaluar, de manera pertinente.

Sampieri menciona “El modelo mixto constituye el mayor nivel de integración entre los enfoques cualitativo y cuantitativo, donde ambos se combinan durante todo el proceso de investigación” (SAMPIERI, 2003, Pág.85). En este sentido el presente proyecto de investigación tendrá un enfoque mixto, donde se interrelacionan lo cualitativo y cuantitativo, además las técnicas de investigación también serán aplicadas de ambos enfoques, para lograr una investigación más completa y fructífera.

### **2.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

El autor Munch define el término de la siguiente manera: “La técnica es el conjunto de instrumentos y medios a través de los cuales se efectúa el método. Si el método es el camino, la técnica proporciona las herramientas para recorrer ese camino. La técnica propone las normas para ordenar las etapas del proceso de investigación”. (MUNCH, y ANGELES,2000, pág. 14)

Por consiguiente, determinamos que las técnicas son instrumentos de recolección, clasificación y análisis de datos. Será un instrumento que ayudará a recolectar información sobre lo que se quiere estudiar. Las técnicas que se utilizaron para el diseño de la estrategia metodológica del diagnóstico están con el modelo predominando cualitativo.

Para el presente proyecto comunicacional se requieren “técnicas que permitan realizar indagaciones a través de los fenómenos de la realidad, donde se podrá obtener datos, descripciones a partir de las narraciones, interpretaciones, fotografías, grabaciones” (RODRIGUEZ, 1996, Pág. 59). Las técnicas de investigación se dividen en dos grandes grupos: cualitativa y cuantitativa. La primera se basa en detectar tendencias generalizadoras en el comportamiento y actitudes de las personas y la segunda se basa en observaciones cuantificables a través de datos estadísticos mediante la encuesta.

### **2.3.1 LA ENCUESTA**

En el trabajo se aplicará la técnica de la encuesta que pertenece al enfoque cuantitativo que consiste en la recogida de los hechos, las opiniones, los juicios y las motivaciones de las personas, en este caso de los jóvenes de la zona la Merced, a través de la técnica del cuestionario. El autor Camacho define la encuesta de la siguiente manera; “Las encuestas proporcionan la información del sistema de comportamiento, percepciones, opiniones y supuestos de una población extensa” (Camacho, Dávila, comunicación masiva de la audiencia a la competencia, 4 ediciones, La Paz. 2010).

Con esta técnica se logrará determinar el porcentaje de las y los jóvenes y sus ideales, lo que piensan de manera específica sobre el Centro de Información para Jóvenes Periférica (C.I.J.P.) la misma se aplicará a los jóvenes de 14 a 18 años de la Unida Educativa más cercana a la zona “La Merced”.

### **2.3.2 ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD**

Las autoras Josefa y Mirta hacen referencia a la entrevista en profundidad, nos dicen: “son documentos personales que permiten registrar emociones, sentimientos, expresiones gestuales, que de otra manera se pierde, porque son producto de una relación directa entre entrevistador y entrevistado” (GARCÍA y otros 2009; Pág.93).

Lo anterior deja en claro que la entrevista en profundidad implica un intercambio verbal, cara a cara, entre dos o más personas. Utilizamos esta técnica con el objetivo de obtener información o manifestaciones de opiniones de nuestra población investigada.

Sin embargo, el adjetivo, profundidad, es trabajada en el marco del “método de investigación cualitativo, que se caracteriza por reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto a sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresa con sus propias palabras” (IDEM, pág. 94).

En ese entendido este tipo de entrevista nos permitirá conocer las perspectivas, experiencias o situaciones que tiene cada persona, ya que abierta y voluntariamente tendrán a bien precisar estos aspectos. Se aplicará para obtener información a través de preguntas en forma personal directa y verbal a los facilitadores y padres de familia.

### **2.3.3 OBSERVACIÓN PARTICIPANTE**

Esta técnica ayuda al investigador a ser parte del lugar de la investigación dice el autor Cary, “aquella observación en la cual el observador o investigador asume el papel de miembro del grupo, comunidad o institución investigando, y como tal, participa en su funcionamiento cotidiano (se inmiscuye)” (CARY, R., 2009; 48).

Desde el momento que escogió el lugar de estudio, inmediatamente formó parte de la población estudiada, participó con el único instrumento de observación, no interviniendo en el desarrollo de sus actividades. La observación se realizará dentro y fuera de Unidades Educativas, se observará el: cómo, cuándo y por qué se organizan sus actividades los jóvenes.

#### **2.3.3.1 CUADRO DE TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

*FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a los conceptos planteados por los distintos autores descritos anteriormente.*

## **2.4 PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.4.1 ABORDAJES Y ENFOQUES EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN**

El enfoque metodológico es el socio crítico que sustenta el proyecto comunicacional, “una sociedad transformadora en la interpretación del contexto económico, político, social y cultural, para promover una sociedad considerada como un todo, que involucra un cambio en la sociedad. Por otra parte, la teoría crítica parte de una asunción tanto de los objetos observados como los sujetos observadores de la ciencia que están constituidos socialmente y por tanto deben ser analizados e interpretados dentro de su contexto histórico social.” (TORRICO, 1997, pág., 78-79).

La utilidad metodológica socio crítica es utilizado porque considera una sociedad transformadora en el contexto de la realidad con el fin de promover un cambio en la sociedad, es decir que para el proyecto comunicacional es tomado en cuenta, ya que es necesario investigar el contexto de la realidad actual de la comunidad, con el fin que exista un cambio en la población. Esto es mediante el contexto, económico, político y cultural que permita analizar, interpretar las necesidades y dificultades a través de sus propias realidades, experiencias, prácticas rutinarias para lograr un cambio paulatino en la sociedad.

Por otro lado, planteamos la teoría crítica de Mario Kaplún, que menciona “la verdadera comunicación no es dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino que la comunicación está por dos o más seres o comunidades que intercambian y comparten experiencias, conocimientos mediante medios y canales y a través de este proceso la comunicación se vuelve comunitaria” (KAPLUN, 1997, pág. 33).

De este modo Kaplún manifiesta que no solo basta con el emisor que habla sobre la situación ni tampoco por un receptor que escuche de forma funcional o lineal, sino que la verdadera comunicación debe ser entre dos o más personas.



En tal caso apunta a que la comunicación debe ir más allá de una simple comunicación, todo esto involucra compartir la información, adquirir ideas y conocimientos, experiencias, prácticas y esto se logra mediante la estrategia comunicacional que involucra métodos adecuados que sirvan como refuerzo en el proceso de enseñanza y aprendizaje para que la verdadera comunicación se efectivice.

## **2.5 LOCALIZACIÓN**

### **2.5.1 MACRO LOCALIZACIÓN**

La ubicación geográfica donde se realizará la propuesta comunicacional será en el Centro de Información para Jóvenes Periférica (C.I.J.P.) que está ubicado en el Macrodistrito 3 del Municipio de La Paz.

### **2.5.2 MICRO LOCALIZACIÓN**

Será en la casa comunal “La Merced” ubicada en la calle Bolivia. Distrito 13, de la zona también llamado “La Merced”.

## **2.6 POBLACIÓN BENEFICIARIA**

### **2.6.1 DIRECTA**

Los beneficiarios directos serán los jóvenes de la zona “La Merced”, porque ellos podrán participar activamente en todas las actividades que desarrolle la institución de C.I.J.

### **2.6.2 INDIRECTA**

Los beneficiarios indirectos de la propuesta comunicacional serán los padres de familia, seguidamente las autoridades políticas y junta de vecinos ya que con la estrategia comunicacional se podrá lograr que los jóvenes utilicen su tiempo de manera adecuada.

## **2.7 UNIVERSO**

El universo está constituido por todos los habitantes, entre mujeres y hombres, niños y jóvenes. Que radican en la zona “La Merced”.

- a) Autoridades (presidente, vicepresidente, secretaria de culturas, secretario de actas, secretario de deportes, secretario de hacienda).
- b) Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (secretaria de desarrollo humano, gerente del instituto de la juventud, responsable de educación, y la responsable del centro de información juvenil periférica).
- c) Población escolar (director, profesores, estudiantes adolescentes y jóvenes, administrativos de los centros educativos).
- d) Población en general.

## **2.8 MUESTRA**

La muestra no probabilística, donde no todas las personas que viven o trabajan por la zona serán motivo de entrevista, sino más bien es para la población que estén dispuestos a responder el cuestionario. Se llevó a cabo el diagnóstico a los padres de familia, hogares, autoridades municipales públicas, padres de familia, directores facilitadores y jóvenes. Cantidad 187 encuestados.

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

#### **3.1 COMUNICACIÓN**

El diccionario: Real Academia de la Lengua Española da a conocer el significado de la palabra comunicación como: “acción y efecto de comunicar, descubrir, manifestar, hacer saber a alguien algo”. La palabra comunicación es una transmisión de señales mediante códigos comunes que se da entre el emisor y el receptor, donde se pueda manifestar y transmitir el mensaje a la persona que se quiere comunicar o quiere comunicarse con los demás. (Real Academia de la Lengua Española 2006 pág., 45).

Según la Unesco la comunicación es “el intercambio de ideas, mensajes e información. Puede revestir formas diversas y recurrir tanto a medios de comunicación social tradicionales...Gracias a la comunicación, las personas expresan sus ideas, conocimientos y capacidades creativas y las comparten con otros individuos o públicos...” (UNESCO, 2009, pág. 118).

También se menciona que “la comunicación es el proceso voluntario e involuntario, mediante el cual dos o más agentes, individuos, grupos, culturas se transmiten o intercambian mensajes, datos, ideas valores, juicios, creencias, percepciones emociones sentimientos, ideologías, a través de un sistema o más o menos compartido de señales, símbolos, signos, conductas, a lo que llamamos lenguaje” (DURANDIN, 2000).

La comunicación se menciona cómo: “el proceso de interacción social democrática, basado en el intercambio de símbolos, mediante el cual los seres humanos intercambian voluntariamente experiencias en condiciones de libre e igualitario acceso, diálogo y participación. Todos tienen el derecho a comunicarse para satisfacer necesidades de comunicación por el disfrute de recursos de comunicación. Los seres humanos se comunican con múltiples propósitos. El principal no es el ejercitar influencia sobre el comportamiento de otros “(BELTRAN L. 1980, pág. 33).

La cita menciona que la comunicación es el proceso de interacción social basado en el intercambio de símbolos, este proceso sucede mediante experiencias en condiciones de libre e igualitario acceso, de igual manera mediante el diálogo y la participación. El ser humano no puede vivir sin comunicarse y se comunica mediante múltiples propósitos, por lo cual el principal objetivo es ejercitar la influencia sobre el comportamiento de otros.

Por otro lado, los autores, Sánchez, Ramírez, Canales y Domínguez citan a Ojalvo cuando menciona que “la comunicación es complejo, de carácter material y espiritual, social e interpersonal que posibilita el intercambio de información, la interacción y la influencia mutua en el comportamiento humano, a partir de la capacidad simbólica del hombre” (SÁNCHEZ Y OTROS, 2015, pág. 24).

### **3.1.1 LA COMUNICACIÓN EN SU CONCEPTO TRADICIONAL**

La definición tradicional de comunicación se remonta hasta Aristóteles, quien sostuvo que la retórica estaba compuesta de tres elementos: el locutor, el discurso y el oyente; su propósito: “la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”. Posteriormente, se tiene a Laswell, quien refinó la proposición de Aristóteles, agregándole dos elementos, es decir, Aristóteles identifica: el quién, el qué y él a quién de la comunicación, pero Laswell agrega el: cómo y para qué.

Por tanto, se logra una forma de identificar el acto de comunicación, respondiendo a las siguientes preguntas:

¿Quién?

¿A quién?

¿Dice qué?

¿Con qué efecto?”

¿En cuál canal (medio)?

Este concepto tradicional de comunicación describe el proceso de transmisión de mensajes entre el emisor y el receptor. Sin embargo, este paradigma clásico tiene como

propósito que el comunicador logre la persuasión del receptor, quedando la retroalimentación como instrumento para lograr los objetivos del comunicador o emisor.

Este concepto de comunicación tradicional dio lugar a varias críticas, así nos la hace saber el autor Ramiro Beltrán en su ensayo: “Adiós a Aristóteles con la Comunicación Horizontal”, y la interpretamos de la siguiente manera:

- Los modelos de comunicación tradicionales son unilaterales, y confunden la comunicación con la transición de información, donde el emisor es activo y el receptor es pasivo, por tanto, es un ejercicio unilateral de influencia individual.
- Tiene la noción errónea de que la comunicación es un acto, cuando en realidad es un proceso, en la que todos los elementos actúan dinámicamente.
- Finalmente, estos modelos confunden entre información y comunicación.

### **3.2 CLASES DE COMUNICACIÓN**

Según el comunicador social Roslyn Verde, en su texto Lenguaje y Teorías de información y Comunicación, existen tres clases de comunicación, a continuación, desarrollamos cada una de ellas.

#### **3.2.1 Comunicación directa e indirecta**

La comunicación directa, se realiza sin intermediarios, es inmediata, cara a cara, en un mismo tiempo y espacio. Por otro lado, la comunicación indirecta, es transmitida a través de un tiempo y espacio.

#### **3.2.2 La comunicación recíproca y unilateral**

La comunicación recíproca es una verdadera comunicación, por ejemplo, una conversación o diálogo, donde el emisor y el receptor intercambian constantemente sus papeles. Sin embargo, la comunicación unilateral, es cuando solo una parte emite el mensaje y la otra parte sólo recibe el mensaje, ahí

estamos en un verdadero acto de información, entonces volvemos a recordar que informar no es comunicar.

### **3.2.3 Comunicación pública y privada**

En la comunicación privada lo expresado se dirige únicamente a la persona determinada o aún número de personas, son mensajes solo para los interesados.

En la comunicación pública, el círculo de los receptores no está estrechamente limitados, entonces la comunicación pública tiene carácter social y público.

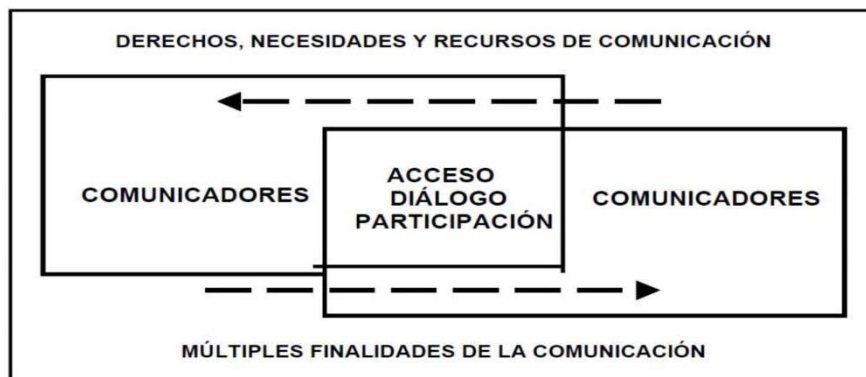
## **3.4 MODELO COMUNICACIONAL**

El autor José Carlos Lozano, establece que: “es conveniente utilizar técnicas cualitativas para profundizar en los hallazgos de las cuantitativas, y empezaron hacer observación participante y entrevistas a profundidad. Muchos investigadores críticos, por su parte, comprendieron que las técnicas cuantitativas contribuyen a obtener los datos descriptivos y básicos indispensables para investigaciones”.

Desde esta perspectiva, en el proyecto se usa el siguiente modelo de comunicación que está basado en el enfoque crítico, que plantea estudiar la comunicación dentro del contexto social, y reflexivamente cuestiona el rol de la comunicación entre otros.

Luis Ramiro Beltrán propone la comunicación democrática, considera que la comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación.

### **3.4.1 MODELO DE COMUNICACIÓN HORIZONTAL DE LUIS R. BELTRÁN**



Fuente: (BELTRÁN, 1979: 18-19)

En este sentido, todas y todos tenemos el derecho a comunicarnos para satisfacer sus necesidades de comunicación por medio del goce de recursos de la comunicación, hacia un modelo de comunicación horizontal, para el cumplimiento de este goce Beltrán expresa el acceso es la precondition para la comunicación horizontal.

“Comenzando por que las oportunidades similares para todas las personas de recibir mensajes, no puede existir interacción social democrática, el diálogo es el eje de la comunicación horizontal porque si ha de tener lugar la genuina interacción democrática, toda persona debería tener oportunidades similares para emitir o recibir mensajes con el fin de evitar la monopolización de la palabra por el monólogo” (BELTRÁN 1979 pág. 84/85).

La participación es la culminación de la comunicación horizontal para que, sin oportunidades similares para todas las personas de emitir mensajes, el proceso permanece gobernado por la minoría.

Ante este modelo de comunicación, comprende la importancia de la horizontalidad porque permite el acceso, diálogo y participación donde actores y co - actores se vuelven protagonistas de esa interacción.

Este enfoque socio crítico buscará promover la participación con una relación de independencia, es decir mayor acceso, diálogo y participación, mejor satisfacción de la

necesidad de la comunicación, más efectivos los derechos a la comunicación más y en mejor forma, serán utilizados los recursos de comunicación.

### **3.4.2 COMUNICACIÓN HORIZONTAL**

Luis Ramiro Beltrán, en su ensayo: “Un Adiós a Aristóteles” hace un aporte sobre la Comunicación Horizontal en la cual argumenta lo siguiente; “que todo el mundo tiene derecho a la comunicación con el ejercicio efectivo del derecho a recibir mensajes y al mismo tiempo de emitirlos, puesto que es una exigencia natural individual, como un requisito de la exigencia social sobre el uso de los recursos de la comunicación para compartir exigencias y es mediante el diálogo que se da lugar a la interacción democrática y a la participación de la comunicación horizontal”. (BELTRÁN, 2001, p. 12).

El autor también enfatiza en la diferencia entre la comunicación y la información, puesto que resulta recurrente que muchos caen en esta confusión de darle un mismo significado. La comunicación es básicamente horizontal porque existe la retroalimentación, es decir prevalece la interacción, en tanto la información es vertical, puesto que no existe la posibilidad de retroalimentación por lo que resulta unilateral.

La comunicación horizontal es vital para la existencia de una sociedad unida con miras a un mejor desarrollo social, cultural, político, económico, etc., porque es la base del entendimiento entre personas (emisor y receptor), es la que lleva a saber, conocer, orientar y expresar los sentimientos y preocupaciones, así como a relacionarte con los demás entendiendo su pensar, sentir y actuar.

Referente al tema Alfonso Gumucio nos dice que la comunicación horizontal es democrática: “...porque crece favorecida por la capacidad organizativa de las comunidades, rescatando principios básicos de la expresión democratizadora. El carácter endógeno de los mensajes es una consecuencia de ello: el pueblo no es un receptor pasivo sino un productor de mensajes comunicacionales. Es este proceso se establece las formas dialógicas de comunicación, el diálogo y las interacciones culturales basadas en



el reconocimiento y en el respeto de las diferencias culturales del pueblo” (BERLO, 1969, p. 6).

Este proceso se genera en diferentes organizaciones sociales, ya que estas se encuentran constituidas por diferentes culturas. El ser social tiene la naturaleza de interacción y adaptación en su entorno social. El mismo autor afirma contundentemente que no existe organización democrática que no haya desarrollado en su interior mecanismos de comunicación participativa.

### **3.4.3 CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN HORIZONTAL**

La comunicación Horizontal se caracteriza por lo siguiente:

1. El libre e igualitario proceso de ACCESO, DIÁLOGO y PARTICIPACIÓN está basado sobre los DERECHOS, las NECESIDADES y los RECURSOS de comunicación y orientado hacia la realización de múltiples PROPÓSITOS, no siendo la persuasión primordial.
2. El acceso entendido como el ejercicio efectivo del derecho a recibir mensajes, es la precondition para la comunicación horizontal. El DIÁLOGO entendido como el ejercicio efectivo del derecho a emitir y a escribir mensajes, es el eje crucial de la comunicación horizontal. La PARTICIPACIÓN entendida como el ejercicio efectivo del derecho a emitir mensajes, es la culminación de la comunicación horizontal. Acceso, diálogo y participación son interdependientes entre sí.

### **3.5 CONCEPTO DE INFORMACIÓN**

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, “informar significa en sus diferentes acepciones: dar noticia de alguna cosa...” (J. GARCÍA, 1998, pág. 308). Para tal efecto informar significa dar la noticia de alguna cosa hacia el pueblo, para que llegue el mensaje o al destino que se quiere llegar.

También se menciona que “la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje”. (GONZALES, 2000, pág. 28).

La palabra “información”...tiene dos vertientes: puede indicar un proceso o un producto. Significa que es su primera acepción acción y efecto de informarse, y en la segunda noticia o conjunto de noticias resultantes de esa acción o efecto. Ambas palabras españolas proceden del verbo latino informare...que indica proceso o dirección...” (J. GARCÍA, 1998, pág. 309).

La información también tiene dos significados, uno es de que se puede indicar un proceso o un producto, donde significa la acción y efecto de informarse en el otro es que la noticia o conjunto de noticias resultado de esa acción o efecto.

Pero, Luis Ramiro Beltrán menciona la diferencia entre comunicación e información. “La comunicación no es un acto sino un proceso por el cual una individualidad entra en cooperación mental con otra hasta que ambas llegan a constituir una conciencia en común... La información es, por el contrario, sólo una transcripción unilateral del mensaje de un Emisor a un Receptor... (NOSEDA, 1972, pág. 6 - 8).

A la vez hace referencia que la comunicación no es un acto sino es un proceso de una persona que entra en conjunto mental con otra, para que ambas lleguen a pensar de la misma forma, construir una conciencia en común de determinada noticia. Mientras que la información es todo lo contrario, se refiere a la transcripción unilateral del mensaje entre el emisor y el receptor.

La comunicación e información tienen diferentes funciones, desde el punto de vista de Luis Ramiro Beltrán, pero ambas tienen la misma función de informar, dar a conocer, mandar mensaje hacia la otra persona, es decir comunicar, informar y conocer.

Como información denominamos al conjunto de datos, ya procesados y ordenados para su comprensión, que aportan nuevos conocimientos a un individuo o sistema sobre un

asunto, materia, fenómeno o ente determinado. La palabra, como tal, proviene del latín *informatiō, informatiōnis*, que significa ‘acción y efecto de informar’.

La importancia de la información radica en que, con base en esta, podemos solucionar problemas, tomar decisiones o determinar cuál alternativa, de un conjunto de ellas, es la que mejor se adapta a nuestras necesidades. El aprovechamiento que hagamos de la información, en este sentido, es la base racional del conocimiento.

La consecuencia más importante de la información es cambiar el estado de conocimiento que un individuo o sistema maneja con respecto a determinado fenómeno o cuestión, todo lo cual influirá en las acciones, actitudes o decisiones que se tomen a partir de la nueva información. Por ejemplo, al informarnos sobre el estado del tiempo y enterarnos de que va a llover, sabremos que nuestra mejor hipótesis para evitar mojarnos es llevar un paraguas con nosotros al salir.

### **3.6 COMUNICACIÓN POPULAR**

Este tipo de comunicación se produce cuando generamos mensajes para el pueblo, se busca concientizar al pueblo de su realidad y una reflexión para generar una discusión, así el autor Mario Kaplún, en su texto *el comunicador popular*, pregunta: ¿Cómo se logra la comunicación popular? Y responde: Nosotros individualmente no tenemos que ser los únicos emisores, pues el principal emisor es la comunidad. Es la comunidad la que tiene que comunicarnos a través de nosotros, es decir nos constituimos en su emisor. Nosotros somos facilitadores, organizadores, etc. En suma, los animadores de esa comunicación.

Para Gumucio “el carácter popular de esta comunicación está determinado por el lugar en que ocurre: el pueblo. Sin embargo, ello no garantiza a priori su naturaleza alternativa con relación a la comunicación dominante. De ahí que lo popular en nuestro concepto, debiera ligarse más estrechamente a lo organizativo, y cuando hablamos de comunicación popular, debiéramos remitirnos a instancias de comunicación que se

desarrolla en el campo del pueblo organizado, lo que supone participación democrática y sentido crítico” (GUMUCIO, A., 1989; 12).

En este sentido la temática de la comunicación popular se articula con la realidad social convirtiéndose en un instrumento que adopta las necesidades sociales para un proceso de información y posterior cambio.

### **3.7 COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA**

La comunicación participativa nos facilita conocer las necesidades e intereses de los grupos organizados, además nos permite acceder a los espacios y relaciones más equitativas donde las personas comparten sus experiencias, sentimientos, costumbres y propuestas para mejorar su organización de manera grupal o individual.

El escenario que promueve la comunicación participativa es el pueblo. A ese respecto Alfonso Gumucio resalta que “Es participativa porque su motor, su motivación central, su mecanismo interior es el pueblo; el medio de los mensajes es el pueblo entendiendo como el conjunto de la sociedad civil trabajadora, las grandes mayorías...” (GUMUCIO, A., 2001; 9).

Esta afirmación, muchas veces, en nuestra realidad no se cumple en su totalidad, se la usa como un elemento de conocimiento e información para tomar decisiones externamente, dejando de lado la importancia de participación que genera una sociedad democrática y equitativa en su propio seno.

La comunicación participativa también puede ser entendida como un modelo de hacer comunicación en tanto la misma facilita la interacción en la vida cotidiana y se encamina a conocer las necesidades e intereses del entorno social.

En suma “Participación es la situación en la cual los integrantes de un grupo toman parte, tanto en el proceso de comunicación en sí como en los objetivos últimos del

proceso” (MERINO, G, 1988:27). Es decir, todos son parte de una determinación del proceso social, todos los integrantes están involucrados en la toma de decisiones.

El método clásico de la comunicación considera que el papel primordial de los mensajes es lineal, porque enfatiza en las situaciones de emisión y recepción, privilegiando el papel del emisor. El profesor Laswel al predecir el mundo de la comunicación rotuló a este tipo como “modelo oligárquico, que sirve a los propósitos de los centros de poder transnacionales: (al empeñarse en la consolidación: Al enseñarse en la consolidación de un orden público mundial oligárquico, los instrumentos de la comunicación son empleados para adoctrinar y distraer” (BELTRÁN 1991 pág. 28).

Ante este modelo vertical que un orden jerárquico de arriba hacia abajo y excluyente, existen nuevas medidas como la de Laswel, Freire, mata entre otros que reflejan otra alternativa de comunicación denominada modelo participativo que es trabajo a profundidad a profundidad de Beltrán.

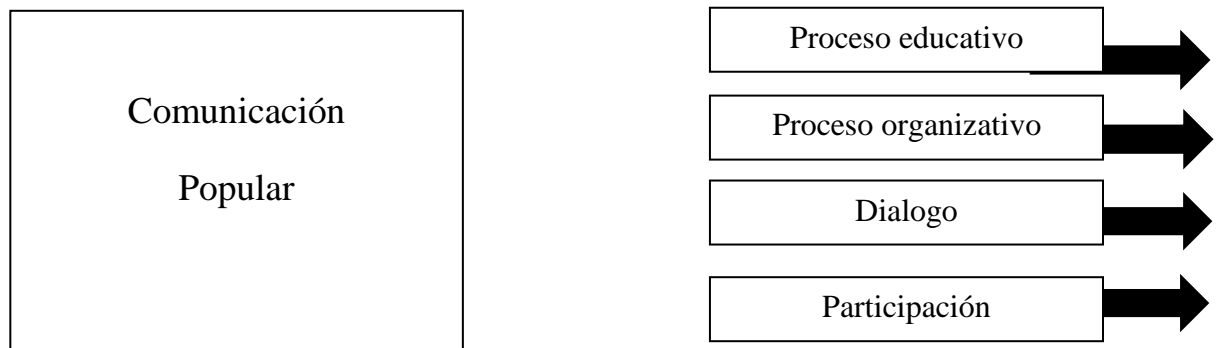
El modelo participativo, considera el proceso de comunicación como sinónimo de diálogo, y horizontalidad poniendo en común el aprendizaje, el mismo Luis Ramiro Beltrán hace visible “... que el proceso de iteración social democrática, basada en el intercambio de experiencias, por lo cual los seres humanos voluntariamente comparten experiencias bajo condiciones de acceso, diálogo y participación libre e igualitario. Toda persona tiene derecho a comunicarse y relacionarse para satisfacer sus necesidades personales accediendo a los recursos de comunicación” (BELTRÁN 199.pág. 30-31).

Este modelo de comunicación posibilita espacios y relaciones de poder más equitativos en donde las personas comparten experiencias, información, sentimientos y propuestas para crecer individual y colectivamente.

### 3.7.1 VÍAS PARA LA PARTICIPACIÓN

En este punto podemos enunciar las dimensiones básicas, así como establecer el marco referencial de una comunicación popular, democrática y eficaz. Kaplún, en su texto el comunicador popular, destaca las siguientes características.

1. Ha de estar al servicio de un proceso educativo liberador y transformador. La comunidad ha de ir formándose con ella, comprendiendo críticamente su realidad y adquiriendo instrumentos para transformarla.
2. Ha de estar estrechamente vinculada a la organización popular.
3. Ha de ser una auténtica comunicación; es decir, tener como metas el diálogo y la participación.



Fuente: Kaplún, 1985: 85.

### 3.8 COMUNICACIÓN GRUPAL

En cuanto a su connotación “esta expresión es la más original, novedosa, durante las últimas décadas quienes estaban involucrados en experiencias de comunicación denominados también alternativa, dialógica, horizontal, participativa, democrática y popular, fueron de alguna forma consensuados en sus encuentros, reuniones para procesar el término de comunicación grupal que involucra a los anteriores, además implica un trabajo de coyuntura a anteriores experiencias” (PROA, 34).

Esta forma de comunicación está dirigida a pequeños grupos en los que cada miembro puede participar intercambiando ideas y experiencias. La comunicación grupal se muestra en forma abierta inacabada, provocativa, estimulando y motivando al resto del grupo a buscar soluciones, abordando temas de la zona o comunidad, en la que no se reduce a asuntos personales para pasar el tiempo ni para dar información, sino al contrario presenta inconvenientes para la familia; entonces de esta forma la organización, comunidad o la zona trabaja en función del desarrollo colectivo.

Además, tiene rasgos fundamentales para trabajar con sectores económicamente pobres y populares, apoya a los sectores sociales marginales, fomenta la organización y participación comunitaria, ataca las causas que generan la pobreza, coadyuva a un diálogo sincero y fraterno, entre otros objetivos.

El autor Daniel Prieto respecto a este tipo de comunicación sostiene que. “... los grupos aparecen como la instancia de comunicación, se ha apostado y se apuesta mucho a ellos para transformar las relaciones basadas en el autoritarismo... sin interlocución, dentro de una opción, dentro de un modelo interactivo, no hay aprendizaje en el sentido en que lo anhelamos, es decir como apropiación, como construcción” (PRIETO, D., 1999; 103).

En consecuencia, la comunicación grupal se sustenta en la aprobación de la palabra como discurso de la libertad respecto al manejo de la comunicación, este valor se basa en la interacción de todos los participantes para la construcción de realidades que preocupan al grupo como una perspectiva analítica orientada a resolver problemas. Por lo tanto, debe primar el diálogo para generar una adecuada comunicación grupal, pues “el diálogo es una relación horizontal de A con B, nace de una matriz crítica y genera criticidad. Cuando los dos polos del diálogo se ligan así, con amor, con esperanza, común de algo. Sólo ahí hay comunicación. Sólo el diálogo comunica” (BENASSINI, C., 1986; 105).

### **3.9 PARTICIPACIÓN JUVENIL**

Cuando pensamos en nuestros adolescentes y jóvenes participando activamente de proyectos los reconocemos como agentes que influyen en sus pares, en los adultos y en sus comunidades.

Los vemos interactuando, reflexionando sobre las distintas formas de participación social, enfrentando los cambios propios de la globalización y las transformaciones sociales y culturales. Sabemos de su vulnerabilidad, de sus necesidades de confrontar y lograr autonomía de pensamiento y acto, al tiempo que reconocemos en ellos un rol social valorado, como ciudadanos y actores estratégicos del desarrollo.

Escuchamos hablar de políticas que favorecen la participación de adolescentes y jóvenes; pero si deseamos que ellos participen tenemos que considerar que “formar para la participación” implica sensibilizar para querer participar, aprender para saber participar y finalmente organizarse para poder participar.

El principio base es la solidaridad y es en esencia participativa, no sólo en el aspecto ejecutivo, sino en aquellos procesos que hacen al análisis y a la toma de decisiones. Abrir ámbitos de participación genera compromiso, despierta la conciencia de que existen posibilidades de acción; generando espacios abiertos, sujetos a mutuo debate crítico, respetuoso y no excluyente.

### **3.10 EMPODERAMIENTO Y PARTICIPACIÓN JUVENIL**

La *Prof. Dina Krauskopf* enfatiza sobre la inserción social de adolescentes y jóvenes como verdaderos actores estratégicos del desarrollo y no se los considera solamente receptores de nuestros proyectos.

Como facilitadores se entiende que, al empoderar a los adolescentes, reconociendo sus derechos y capacidades, aceptando sus aportes y auspiciando la toma de decisiones, se favorece el autocuidado y que es posible una promoción de la salud eficaz que ofrece



oportunidades prácticas de fortalecer habilidades y capacidades individuales y comunitarias. Nuestro objetivo es contribuir, en la formulación de propuestas de participación social con los adolescentes y jóvenes, a través del voluntariado. Participación es cooperación, implicación responsable, directa, activa y efectiva que repercute en la cohesión social, impulsando el intercambio de conocimientos y destrezas.

Revisemos las experiencias del Programa Regional de Adolescencia de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) nos propone un marco conceptual de desarrollo humano integral y promoción de salud. El marco conceptual plantea fortalecer el desarrollo del adolescente dentro del contexto de la familia y su ambiente socioeconómico, político y cultural y un cambio de paradigma que apoya el desarrollo a través de la participación de los adolescentes como una estrategia para prevenir sus problemas.

El desarrollo es definido como un proceso continuo a través del cual el adolescente satisface sus necesidades, desarrolla competencias, habilidades y redes sociales. Competencia como la habilidad para adaptarse a diversas ecologías y ambientes; así definida, entonces, la competencia está ligada a un contexto específico. Para apoyar el desarrollo de los adolescentes son claves la salud y el bienestar, la educación, la justicia, el empleo y la participación social. El desarrollo no ocurre aislado y en este marco es importante apoyar a las familias y las comunidades para que sus instituciones e individuos guíen y apoyen el desarrollo de los adolescentes (RODRIGUEZ Y COLS., 1998).

Los adolescentes tienen requerimientos básicos (derechos) que necesitan ser satisfechos: nutrición, ejercicio, recreación y acceso a servicios. Según la OMS, para tener un desarrollo saludable los adolescentes y jóvenes necesitan primero, haber tenido una infancia saludable; segundo, contar con ambientes seguros que los apoyen y brinden oportunidades, a través de la familia, los pares y otras instituciones sociales; tercero, información y oportunidades para desarrollar una amplia gama de habilidades prácticas, vocacionales y de vida; y cuarto, tener acceso con equidad, a una amplia gama de

servicios: educación, empleo, salud, justicia y bienestar (OMS, 1989). UNICEF agrega la

necesidad de un macro ambiente que los apoye, creado por las políticas y la legislación, los valores de la sociedad, los modelos de roles positivos, y las normas de conducta, con apoyo de los medios de comunicación.

El Carnegie Council for Adolescent Development, subraya además la importancia para el desarrollo de adolescentes el tener un sentido de pertenencia y oportunidades para participar y ser miembros activos y contribuyentes a su comunidad como padres, trabajadores y ciudadanos (TAKANASHI, 1996 pág. 23-24).

Debemos generar actividades interdisciplinarias que replanteen el posicionamiento actual de nuestros adolescentes trabajando en políticas de participación juvenil con su concurrencia. No podemos llegar a ellos sin ellos.

Si buscamos que adolescentes y jóvenes aumenten su capacidad de participación protagónica en las comunidades de las que provienen necesitamos:

- Promover diferentes estrategias con el objeto de mejorar y/o fortalecer la socialización, generando un sistema de apoyo básico, con espacios de orientación y capacitación en diferentes áreas de formación y oportunidades desde el punto de vista, social, cultural y educativo.
- Brindar herramientas de capacitación sostenidas en la diversidad, la solidaridad y el aprendizaje para la participación de adolescentes y jóvenes en la comunidad contribuyendo con su integración social.
- Apoyar y promover iniciativas de adolescentes y jóvenes; de tal manera ellos adquieren experiencia y confianza en sí mismos mientras que las organizaciones adquieren una perspectiva actual en cuanto a la cultura joven.
- Promover alternativas de uso del tiempo libre.

### **3.11 COMUNICACIÓN EDUCATIVA**

Al hablar de comunicación buscamos un resultado educativo. Decimos que producimos nuestros mensajes “para que el pueblo tome conciencia de su realidad” o “para generar una discusión”, consideramos que los medios de comunicación en tanto alternativos, pueden ser usados como instrumento para una educación popular, que fortalece el proceso educativo en función de intereses colectivos.

En este sentido, la concepción de educación subyace en nuestras prácticas de comunicación. A cada tipo de educación corresponde una determinada concepción y determinada práctica de la comunicación.

La educación es un proceso de comunicación, por cuanto los participantes en el acto educativo intercambian significados a través de procesos de conversación, la cual puede ser oral o escrita, donde los seres humanos descubren y utilizan para hacerse entender con los demás. Se menciona que: “la educación es un proceso permanente, en la que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento adquirido; este proceso es considerado como acción-reflexión, acción que el sujeto hace desde su realidad, desde su experiencia y su práctica social”. (KAPLÚN, 1983, pág. 30).

Según este autor toma en cuenta tres aspectos importantes que son: 1º la educación pone énfasis en los contenidos, 2º la educación pone énfasis en los efectos y 3º la educación pone énfasis en el proceso. Pero para el proyecto se tomará en cuenta la segunda opción que es la educación toma importancia a los efectos, en la cual dice “corresponde a la llamada de ingeniería de comportamientos, y consiste esencialmente en moldear la conducta de las personas con objetivos previamente establecidos”. (KAPLÚN, 2002, pág. 17).

### **3.12 MODALIDADES EDUCATIVAS**

La educación formal, el sistema educativo institucionalizado, cronológicamente graduado y jerárquicamente estructurado que abarca desde la escuela privada hasta la universidad.

La educación no formal. es toda actividad educativa organizada fuera del sistema o norma establecida y organizada con objetivos inmediatos (MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN, pág. 34).

### **3.12.1 EDUCACIÓN NO FORMAL**

Se caracteriza porque se realiza fuera de la escuela es decir no requiere de ambientes escolares. las pruebas de conocimiento están en función al trabajo que se ejecuta y no en función de la nota o del certificado, es una respuesta a las necesidades e interés inmediato del participante se toma en cuenta como referencia a nivel de conocimiento, exige dedicación (MINISTERIO DE EDUCACIÓN. REYES.2010 pág. 54).

Uno de los objetivos de la educación no formal es superar las deficiencias del servicio educativo regular, tomado en cuenta los medios de comunicación, ligados a proyectos específicos sobre educación.

### **3.12.2 EDUCACIÓN ABIERTA**

Según Gemito Seco Elena, nos explica, “que la educación abierta implica la necesidad de que el propio sujeto o estudiante defina sus objetivos determina su orientación profesional de especialidad, etc. Involucra por tanto la libertad de organizar su propio currículum, por su puesto distribuir y organizar su tiempo, elegir su ritmo de aprendizaje, definir sus metas y cómo lograrlas” (GEMITO, 1993, pág. 54).

En este tiempo el sistema de enseñanza precisa de: medios de comunicación: la radio, la televisión y audiovisuales. Falta de instituciones de apoyo y en algunos lugares bibliotecas virtuales, la educación por medio de correo es útil en algunas circunstancias.

Los sistemas de educación abierta pueden acercarse a públicos y grupos de población a los que no llegó la modalidad escolar, en especial grupos desfavorecidos, requiere responsabilidad y disciplina para el estudiante en su propio aprendizaje.

### **3.13 JUVENTUDES**

La edad aparece en todas las sociedades como uno de los ejes ordenadores de la actividad social. Edad y sexo son base de clasificaciones sociales y estructuraciones de sentido. Sin embargo, es evidente que en nuestra sociedad los conceptos generalmente utilizados como clasificatorios de la edad son crecientemente ambiguos y difíciles de definir. Infancia, juventud o vejez son categorías imprecisas, con límites borrosos, lo que remite, en parte, al debilitamiento de viejos rituales de pasaje relacionados con lugares prescritos en las instituciones tradicionales y, sobre todo, a la fuerte y progresiva heterogeneidad en el plano económico, social y cultural.

La categoría juventud es significativa, su uso conduce a un marco de sentidos, reconocemos su existencia en el análisis sociológico como lo evidencia la abundancia de estudios rotulados con este concepto. Sin embargo, el concepto "juventud" parece ubicarnos en un marco clasificatorio preciso para en seguida confundirnos, incluirnos en la ambigüedad e imprecisión. O peor aún, hacer aparecer como "lo mismo" a una variedad intolerable. Es necesario, entonces, acompañar la referencia a la juventud con la multiplicidad de situaciones sociales en que esta etapa de la vida se desenvuelve; presentar los marcos sociales históricamente desarrollados que condicionan las distintas maneras de ser joven.

El tema se complica cuando la "juventud" se refiere no sólo a un estado, una condición social o una etapa de la vida, cuando además significa a un producto. La juventud aparece entonces como valor simbólico asociado con rasgos apreciados -sobre todo por la estética dominante, lo que permite comercializar sus atributos (o sus habilidades) multiplicando la variedad de mercancías bienes y servicios que impactan directa o indirectamente sobre los discursos sociales que la aluden y la identifican.

A partir de mediados del siglo XIX y en el siglo XX, ciertos sectores sociales logran ofrecer a sus jóvenes la posibilidad de postergar exigencias sobre todo las que provienen de la propia familia y del trabajo-tiempo legítimo para dedicarse al estudio y la capacitación, postergando el matrimonio, permitiéndoles así gozar de un cierto período durante el cual la sociedad brinda una especial tolerancia.

La juventud termina, en el interior de las clases que pueden ofrecer a sus miembros recién llegados a la madurez física este beneficio, cuando estos asumen responsabilidades centradas, sobre todo, en formar el propio hogar, tener hijos, vivir del propio trabajo.

Este planteo supera a otros que usan, con menos precisión, la palabra "juventud" como mera categoría etaria que posee, sin distinciones, características uniformes. Así, hemos señalado en otro momento que "la condición histórico-cultural de juventud no se ofrece de igual forma para todos los integrantes de la categoría estadística joven".

Sarlo da cuenta de cómo "la juventud" se presenta en escena en la cultura actual, privilegiando su aspecto imaginario y representativo: la juventud no aparece "como una edad sino como una estética de la vida cotidiana...". "Frank Sinatra o Miles Davis nunca fueron jóvenes como lo fueron The Beatles...", "Orson Welles no era muy joven cuando a los 24 años filmaba El Ciudadano". "Bertold Brecht nunca fue joven, ni Benjamín, ni Adorno, ni Roland Barthes.

Es frecuente, en algunos estudios, observar un fuerte énfasis en el aspecto significativo, hasta el punto que se llega a desmaterializar el concepto juventud, a desvincularlo de aspectos historizados que están contenidos en el espesor de la palabra y en todo lo que ella alude. Como puede suceder en algunos enfoques culturalistas, cuando el aspecto signo invade la totalidad de un fenómeno social, lo fragmenta y, por ende, lo empobrece.

La juventud, como toda categoría socialmente constituida, que alude a fenómenos existentes, tiene una dimensión simbólica, pero también debe ser analizada desde otras dimensiones: se debe atender a los aspectos fácticos, materiales, históricos y políticos en que toda producción social se desenvuelve.

Se ha puesto de manifiesto, al plantear la condición de juventud, los aspectos relativos a las desigualdades sociales que están implícitos en la noción de "moratoria". Así, los estudios vinculados con el tema tienden correctamente a criticar el uso automático de las categorías etarias, cuando no distinguen entre las condiciones desiguales que encuentran

dependiendo del sector social a que pertenecen - personas pertenecientes a los mismos grupos etarios.

Los jóvenes de sectores medios y altos tienen, generalmente, oportunidad de estudiar, de postergar su ingreso a las responsabilidades de la vida adulta: se casan y tienen hijos más tardíamente, gozan de un período de menor exigencia, de un contexto social protector que hace posible la emisión, durante períodos más amplios, de los signos sociales de lo que generalmente se llama juventud. Tales signos tienden en nuestro tiempo a estatizarse, a constituir un conjunto de características vinculadas con el cuerpo, con la vestimenta, con el arreglo, y suelen ser presentados ante la sociedad como paradigma de todo lo que es deseable.

Es esta simbolización de la juventud, sus condiciones externas, lo que se puede transformar en producto o en objeto de una estética, y lo que puede ser adquirido por adultos para extender en el tiempo su capacidad de portación del signo "juventud". La juventud-signo se transforma en mercancía, se compra y se vende, interviene en el mercado del deseo como vehículo de distinción y de legitimidad.

Desde este punto de vista, los integrantes de los sectores populares tendrían acotadas sus posibilidades de acceder a la moratoria social por la que se define la condición de juventud, no suele estar a su alcance el lograr ser joven en la forma descripta: deben ingresar tempranamente al mundo del trabajo a trabajos más duros y menos atractivos, suelen contraer a menor edad obligaciones familiares (casamiento o unión temprana, consolidada por los hijos). Carecen del tiempo y del dinero moratoria social para vivir un período más o menos prolongado con relativa despreocupación y ligereza.

Aun cuando el desempleo y la crisis proporcionan a veces tiempo libre a jóvenes de clases populares, estas circunstancias no conducen a la "moratoria social": se arriba a una condición no deseada, un "tiempo libre" que se constituye a través de la frustración y la desdicha.

El tiempo libre es también un atributo de la vida social, es tiempo social, vinculado con el tiempo de trabajo o de estudio por ritmos y rituales que le otorgan permisividad y legitimidad. El tiempo libre que emerge del paro forzoso no es festivo, no es el tiempo ligero de los sectores medios y altos, está cargado de culpabilidad e impotencia, de frustración y sufrimiento.

### **3.14 COMUNICACIÓN JUVENIL**

Los jóvenes al emplear estas formas de escritura para transmitir mensajes a través de las nuevas tecnologías, recurren a un lenguaje que presenta características particulares, en primer lugar, relacionadas con el grupo o comunidad lingüística que lo maneja y, en segundo lugar, de acuerdo al contexto situacional en el que se produce la comunicación. La presión del cambio tecnológico ha provocado en el contexto social un impacto, especialmente en los jóvenes y adolescentes de este siglo como usuarios de las nuevas tecnologías y con ellas el empleo de unas nuevas formas de escribir, en las que desarrollan como principal registro el uso coloquial o familiar del lenguaje, para establecer relaciones de amistad y cercanía mediados por las pantallas digitales. Según Martínez y González (2009), a ese grupo de jóvenes usuarios de los medios digitales que mantienen conversaciones sobre todo para reforzar el contacto social y los enlaces entre los que participan en ellas, “además de considerar los aspectos sociológicos que han influido en la constitución de esta categoría o identidad social los denominan “los nativos digitales”, llamados así al grupo de jóvenes que han crecido acostumbrados al entorno digital de las nuevas tecnologías, capaces de crear una forma de escritura real para ellos y que simboliza su propia identidad; imitados por otras personas. Son diversos los medios digitales que en esta era de la globalización han dado respuesta a las necesidades de estos “Nativos digitales”, sin embargo, a lo que esta investigación concierne sólo se consideraron el chat, el correo electrónico y la mensajería de telefonía celular.



El primero de estos géneros electrónicos es el Chat, también conocido como “cibercharla”, el cual designa una comunicación escrita realizada de forma instantánea a través de Internet. Es un sitio virtual de diálogo entre personas de diferentes culturas, razas e ideologías que comparten intereses comunes. Su propósito es la conversación espontánea, interactiva e inmediata, generalmente entre los usuarios más jóvenes. Para Cassany (2006) el Chat es un género sincrónico, debido a que, en éste existe una interacción en tiempo real, donde se observa la presencia notable de la oralidad, a través del habla coloquial, con intervenciones muy breves y errores e incorrecciones, por otro lado, se puede manifestar por medio de su uso una alta carga “nuevas formas de comunicación juvenil en la producción textual” , mediante la supresión del lenguaje verbal utilizando los emoticonos, es decir, figuras que expresan los diferentes estados emotivos del ser humano. Por ejemplo: alegría, sorpresa, asombro y picardía. soberbia, tristeza, enfado, locura. enfermedades, sarcasmos y contar secretos entre otros. amor y relaciones sentimentales entre hombres y mujeres. Vale destacar que los emoticonos no sólo son inherentes al Chat, sino también a otros medios digitales, como la mensajería de textos por celular o SMS y el correo electrónico. MARTINEZ, E. Y GONZALEZ A. (2009). La comunicación digital: nuevas formas de lectura y escritura. Revista Quaderns Digitals (63). [www.quadernsdigitals.net](http://www.quadernsdigitals.net). Recuperado el 29 de Julio de 2010.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. MARCO REFERENCIAL**

#### **4.1 GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE LA PAZ**

#### **4.2 INSTITUTO DE LA JUVENTUD**

El Programa Instituto de la Juventud (P.I.J.) es la instancia del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz encargada de trabajar para el beneficio de los jóvenes del municipio. Para ello, orientamos nuestros esfuerzos hacia la generación de espacios de protagonismo de la juventud, donde se visibiliza su presencia, se entiende la influencia que ejercen y se comprende el rol estratégico que ocupan en el desarrollo de la ciudad.

Nuestro trabajo se enmarca en la Ley Municipal de Juventudes 253/2017, por lo que consideramos a la juventud como aquellas personas comprendidas entre 14 y 28 años, contamos con las siguientes áreas de trabajo:

##### **4.2.1 VISIÓN**

Construir una La Paz en la que los jóvenes quieran vivir, porque han encontrado en la ciudad un escenario para el desarrollo de sus sueños.

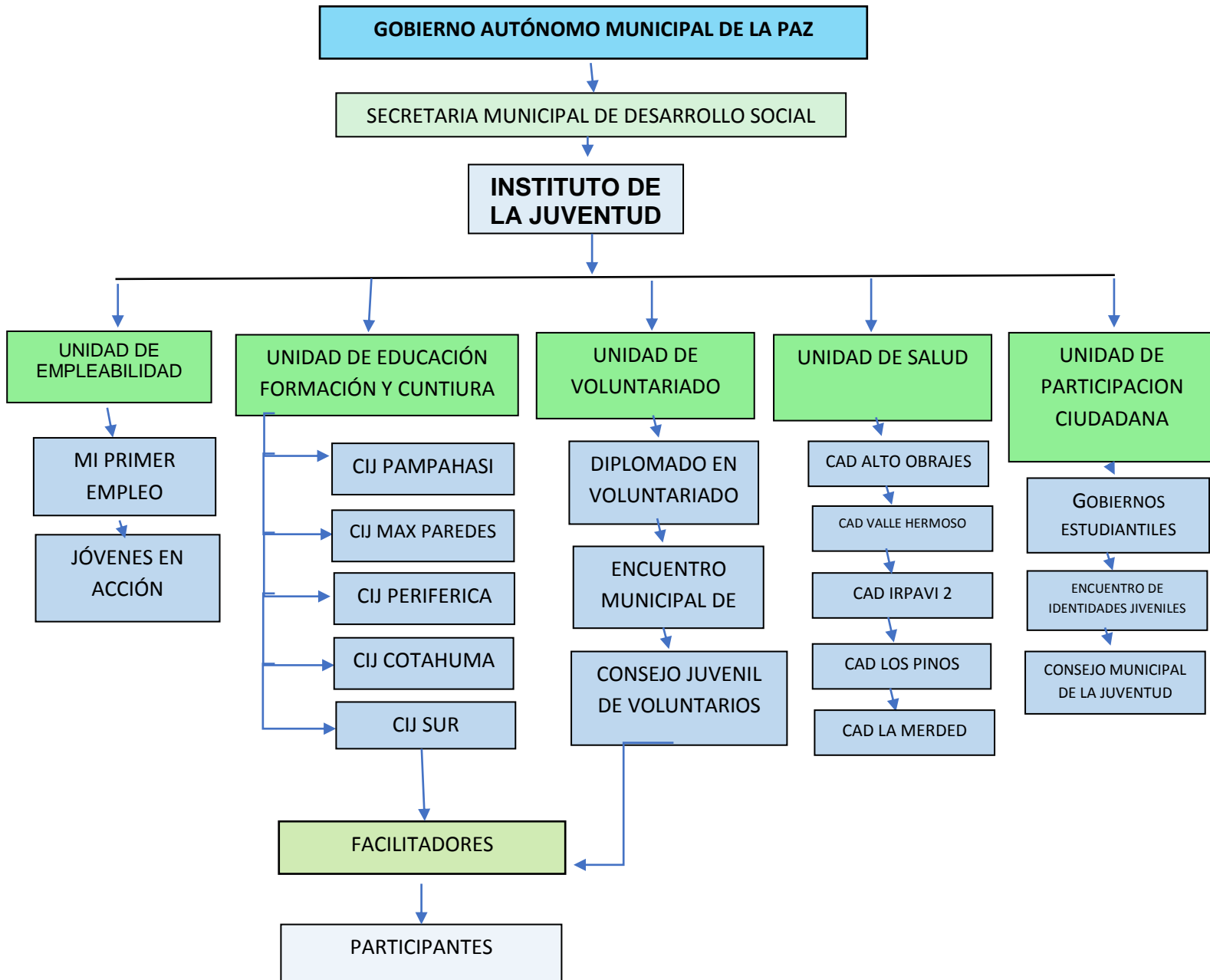
##### **4.2.2 MISIÓN**

Promover el diseño, transversalización y evaluación de políticas públicas implementadas a través de la ejecución de planes, programas y proyectos orientados a la promoción de las y los jóvenes, garantizando el ejercicio pleno de sus derechos y fomentando la corresponsabilidad.

#### **4.3 OBJETIVO DE LA INSTITUCIÓN**

Promover la interacción con los adolescentes y las juventudes bajo el criterio de horizontalidad, respetándose como actores fundamentales en el disfrute de su ciudadanía plena de su propio desarrollo.

#### 4.4. ORGANIGRAMA DEL DEL INSTITUTO DE LA JUVENTUD



**fuelle:** (Programa Instituto de la Juventud, Manual de Funciones, 2015, pág.68).

#### **4.5 PROGRAMA DE VOLUNTARIADO**

En el Programa Instituto de la Juventud concebimos la acción voluntaria como una actividad de involucramiento ciudadano activo y capaz de lograr una transformación social tanto en las áreas de intervención como en quien ejerce la actividad, por lo que hemos generado las siguientes acciones:

#### **4.6 ÁREA DE OPORTUNIDADES Y EMPLEABILIDAD**

El desempleo juvenil, es hoy en día, uno de los mayores problemas que enfrenta la juventud. El ciclo culminación de estudios, inicio de empleo y experiencia laboral se ha convertido en una traba que impide a los jóvenes la inserción real y en condiciones de legalidad en el mundo del trabajo.

Por lo mismo, muchos de ellos se dedican a actividades lejanas a las de su formación, en condiciones precarias y que no garantizan que el empleo sea una fuente de bienestar.

El Área de Oportunidades del Instituto de la Juventud, se encarga de diseñar, planificar, ejecutar, monitorear y evaluar, todos aquellos programas y proyectos que promuevan el desarrollo integral de las juventudes en el ámbito socio-económico. En este entendido, el Programa Instituto de la Juventud cuenta con dos iniciativas relativas al tema:

#### **4.7 JÓVENES EN ACCIÓN**

Todos los Programas y Proyectos del Área de oportunidades responden a la Ley Municipal Autónoma N°253 de Juventudes y conforme al POA 2017, Plan 2040 y Plan de Gobierno 24/7.

##### **4.7.1 LEY MUNICIPAL AUTONÓMICA N.º 253 DE JUVENTUDES**

Amparados en la Ley N.º 553, Título III – Políticas Municipales, Capítulo III, Artículos 24 (Derecho al Trabajo), 25(Inserción Laboral), 26 (Programas Laborales) y 27 (Emprendimiento Juvenil).

#### **4.7.2 POA - 2017**

Para la Presente Gestión 2017 el área de oportunidades de acuerdo al Plan Operativo Anual (POA) se encarga de dar ejecución, a la categoría programática N° 34-0000-063 para Fortalecimiento a las oportunidades de Jóvenes en el Municipio (Programa Mi Primer Empleo)

#### **4.7.3 PLAN - 2040**

Dentro del Plan 2040 los programas y proyectos del área de oportunidades están enmarcados y/o responden en general al siguiente eje estratégico:

La Paz emprendedora, innovadora, próspera y acogedora: son factores importantes que impulsan el desarrollo económico local, La Paz, municipio de innovadores y emprendedores, integrada de manera equilibrada y recíprocamente a su región metropolitana. Dentro de este Eje en el punto 1.12 se plantea el Programa: Promoción de Actividades Económicas con cuatro líneas de acción: a) Promoción de inversiones, b) Cultura emprendedora, c) Promoción y generación de Empleo y d) inteligencia de mercados.

#### **4.8 PLAN DE GOBIERNO 24/7**

Los planes y proyectos del área de oportunidades que responden al plan de gobierno municipal 24/7 están enmarcados de manera general en la política 1 y política 3.

##### **4.8.1 POLÍTICA 1**

Ciudad Inteligente con una economía innovadora y atractiva para el mundo; Municipio interactivo, con acceso universal a la tecnología, un gobierno electrónico transparente y con servicios y trámites para todos. Ejes de Acción:

- Innovación y generación de oportunidades.

- Ampliación de oportunidades laborales.
- Emprendedurismo.
- Desarrollo de Políticas Municipales para promover iniciativas de inversión privada en el municipio.
- Generación de asistencia empresarial para el desarrollo y promoción de emprendimientos económicos en el municipio.

#### **4.8.2 POLÍTICA 2**

La Paz en Paz, seguros y libres de violencia; Promover el sentido de la responsabilidad social en el cuidado y protección a los niños y adultos mayores asumiendo todos, más allá de la responsabilidad familiar básica dicha obligación. Ejes de Acción:

- Prevención Social.
- Promover las habilidades y capacidades de las y los jóvenes abriendo oportunidades para su independencia económica.

#### **4.9 ÁREA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA**

Como Instituto de la Juventud, buscamos que los jóvenes conciben la participación ciudadana más allá de la actividad partidaria, y que, por lo mismo, comprendan que sus actividades como colectivas artísticas, grupos de voluntariado o como jóvenes independientes generan incidencia social. Con este fin, hemos creado una serie de espacios para que te involucres, conozcas y construyas la ciudad, junto a nosotros:

#### **4.10 ENCUENTRO DE IDENTIDADES JUVENILES**

Cada gestión, escogemos una temática acerca de la cual debatimos, reflexionamos y proponemos soluciones. De esta manera, el Encuentro de identidades es un espacio que nos congrega para repensar nuestro municipio y construir, desde una visión juvenil, la ciudad que queremos.

El Instituto de la Juventud se convierte, entonces, en un agente articulador, ya que acompaña las conclusiones a las que se arriban en el Encuentro y apoya a los jóvenes a la implementación de lo acordado.

#### **4.11 ASAMBLEAS MACRO DISTRITALES DE LA JUVENTUD**

Entendemos que la transparencia es una política que fortalece nuestras acciones, por lo mismo una vez por año nos reunimos con los jóvenes de cada macrodistrito y les exponemos cuáles han sido nuestras acciones en favor de ellos y específicamente del territorio al cual pertenecen, además de cómo se han administrado los recursos que nos han sido asignados como unidad organizacional.

En las Asambleas participan Sub alcaldes, dirigentes vecinales, MAE de nuestra unidad y jóvenes en general, por lo que son espacios donde las juventudes pueden hacer conocer de manera directa sus inquietudes, necesidades y demandas hacia las autoridades. En este sentido, las asambleas macro distritales son espacios de retroalimentación y crecimiento.

#### **4.12 CONSEJO MUNICIPAL DE LA JUVENTUD**

Cada dos años, los jóvenes de la ciudad escogen mediante el voto directo a una agrupación que los representara ante el gobierno municipal y la sociedad civil en general. Para ello, previamente, se postulan distintas agrupaciones juveniles quienes presentan sus propuestas en favor de la juventud.

Después de ser elegidos, el Instituto se convierte en una instancia de apoyo, pero son ellos quienes ejecutan sus proyectos, para posteriormente rendir cuentas a la juventud que los ha elegido.

#### **4.13 ESPACIOS PÚBLICOS Y CULTURA JUVENIL**

El Instituto de la Juventud a través del Área de Cultura, tiene como fin apoyar a las y los jóvenes artistas del municipio en diferentes ámbitos. A lo largo de estos años, desde la formación del Instituto de la Juventud en el año 2015, se lograron coordinar eventos para promocionar el talento joven a nivel musical, incentivando así a bandas conformadas por jóvenes, grupos de baile e incluso a cantantes de diferentes géneros a participar en nuestro Escenario de la Juventud.

Cabe recalcar que también colocamos todo lo que está en nuestras posibilidades para realizar diferentes tipos de actividades para la juventud. Es así que, si tú quieres proponer o participar de un evento, te invitamos a dejarnos un mensaje o comunícate con nosotros a través de nuestras redes sociales para poder brindarte una mejor atención.

#### **4.14 CENTROS DE INFORMACIÓN JUVENIL (CIJs)**

Conscientes de que vivimos en un entorno competitivo, donde las habilidades propias representan la generación de oportunidades, se han creado los CIJs (Centro de In/Formación para Jóvenes).

Estos centros son espacios encargados de generar y promover escenarios de educación alternativa complementaria permanente e integral de capacidades, habilidades y competencias dirigidas a las y los jóvenes. Constituyen también escenarios de vinculación entre el municipio, la comunidad y los mismos jóvenes, de modo que su existencia refleja una estrategia para su inclusión activa.

Los CIJs brindan a las jóvenes posibilidades de formación de habilidades y capacidades para la vida, en las áreas de refuerzo escolar, formación artística y formación deportiva. Con este concepto, se crea una oferta de clases específica enfocada en la demanda de los jóvenes y la demanda de un contexto actual.

Un elemento diferenciador es que la enseñanza se da de “jóvenes enseñando a jóvenes”, lo cual representa no sólo una oportunidad para quienes desean poseer experiencia en facilitación, sino que garantiza que los conocimientos impartidos sean actuales. Del



mismo modo, con el objeto de no perder la calidad de la educación, los facilitadores seleccionados tienen un nivel de formación acreditado.

Los centros de información para jóvenes CIJs están ubicados en los 6 macrodistritos urbanos de la ciudad de La Paz, son espacios de capacitación y fortalecimiento donde se trabaja directamente con las y los adolescentes jóvenes.

Los CIJs trabajan en distintas actividades informativas y recreativas tanto como en los CIJs y las diferentes unidades educativas, universidades e institutos entre otros. desarrollando en las y los jóvenes habilidades y competencias para la vida y el ejercicio pleno de la ciudadanía.

Estos espacios juveniles han sido diseñados fundamentalmente para la construcción de la ley municipal de juventudes (PLAN SECTORIAL DE JUVENTUDES 2013 MUNICIPIO DE LA PAZ).

#### **4.15 CENTRO DE IN/FORMACIÓN PARA JÓVENES PERIFÉRICA**

El Centro de Información Periférica se apertura el 6 de febrero de 2011 que pasó por varios cambios de zonas, entre ellas (Achachicala, Challa Pampa sub Alcaldía, Villa Fátima) En febrero de 2015 por decisión de la Secretaría Municipal de Desarrollo Social, se decidió cerrar el CIJ Periférica por temas de remodelación de infraestructura. Años más tarde, en la gestión 2016 se resolvió la apertura nuevamente, con nuevos sitios en la Zona Kishurani Villa el Carmen, calle dos en los predios de una Sede Social. (INSTITUTO DE LA JUVENTUD. INFORMES, 2015).

En la actualidad se encuentra ubicada en la av. Periférica a dos cuadras del Colegio La Merced. Es un espacio que contribuye al desarrollo de las juventudes que al mismo tiempo brinda la posibilidad de participar activamente en las acciones y movilizaciones que realiza el instituto de la juventud para la promoción de los jóvenes. Es por esta razón se han preparado cursos y talleres en distintas temáticas juveniles, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los adolescentes y jóvenes del Municipio.

#### **4.15.1 POBLACIÓN.**

El centro de Información Juvenil Periférica, actualmente cuenta con 43 jóvenes participantes, en la zona “La Merced” donde está ubicada el CIJ viven 198 adolescentes y jóvenes comprendidos entre 14 a 18 años. Cabe recalcar que a una cuadra de la zona existe una unidad educativa el cual acoge a 896 estudiantes nivel secundario.

#### **4.1.6 DIRECTRICES DEL MARCO JURÍDICO**

##### **4.16.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL**

La Constitución Política del Estado Plurinacional Nacional de Bolivia, en relación a los principios, valores y fines del estado. En su art 9, numeral 4 establece que los fines y funciones esenciales del estado además los que establece la constitución de la ley, nos dice, “garantizar. Principios, valores, derechos, y deberes reconocidos y consagrados en esta constitución” (CPEPNB, 2010).

En ese marco en el art. 59, párrafo V de esta norma suprema queda claramente establecido que el estado y la sociedad garantiza la protección, promoción y activa participación de las y los jóvenes en el desarrollo productivo social, económico y cultural, sin discriminación alguna, de acuerdo con la ley, asimismo en el art. 302 párrafo I, numeral 2 señala que, entre las competencias exclusivas de los gobiernos municipales autónomos, se encuentra “planificar y promover el desarrollo humano de su jurisdicción”.

En este artículo la Constitución Política del Estado establece las garantías para la promoción y activa participación de las juventudes en el ámbito cultural, deporte y artístico. Al mismo tiempo indica que son competencias de los Gobiernos Municipales hacer el estricto cumplimiento del mandato de la constitución.

##### **4.16.2 CONVENCIÓN IBEROAMERICANA DE DERECHOS DE LOS JÓVENES LEY DE 2 DE MAYO - 2008**

## **CAPÍTULO II ARTÍCULO 21 - LOS JÓVENES TIENEN DERECHO A LA PARTICIPACIÓN**

2. Los estados se comprometen a impulsar y fortalecer procesos sociales que generen formas y garantías que hagan efectivas la participación de jóvenes a sus derechos en organizaciones que alienten su inclusión.

3. Los estados se comprometen a promover que las instituciones gubernamentales y legislativas fomenten la participación de los jóvenes en la formulación de políticas y leyes referidas a la juventud, articulando los mecanismos adecuados para hacer efectivo el análisis y discusión de las iniciativas de los jóvenes, a través de sus organizaciones y asociaciones.

## **CAPÍTULO III ARTÍCULO 22 - DERECHO A LA EDUCACIÓN**

1. Los estados reconocen que la educación es un proceso de aprendizaje a lo largo de toda la vida, que incluye elementos provenientes de sistemas de aprendizaje escolarizado, no escolarizado e informales que contribuyen al desarrollo continuo e integral de los jóvenes.

## **ARTÍCULO 24 - DERECHO A LA CULTURA Y ARTE**

1. Los jóvenes tienen derecho a la vida cultural y libre creación y expresión artística. La práctica de estos derechos se vincula con su formación integral.

2. Los estados se comprometen a estimular, respetar y promover la creación artística y cultural de los jóvenes. A fomentar, respetar y proteger las culturas autóctonas y nacionales, así como a desarrollar programas de intercambio y otras acciones que promuevan una mayor integración cultural entre jóvenes de Iberoamérica.

## **4.16.3 LEY NACIONAL DE LA JUVENTUD - LEY N° 342 LEY DE 5 DE FEBRERO DE 2013**

#### **ARTÍCULO 48. (RECREACIÓN, ESPARCIMIENTO Y DISPOSICIÓN DEL TIEMPO LIBRE)**

Las entidades territoriales autónomas, en el marco de sus competencias, diseñarán e implementarán políticas públicas para lograr el sano esparcimiento, recreación y disposición responsable del tiempo libre de las jóvenes y los jóvenes, de manera gratuita y especializada, brindando la infraestructura y financiamiento adecuado.

#### **ARTÍCULO 49 (PROMOCIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL)**

Las entidades territoriales autónomas, en el marco de sus competencias, fomentarán las diversas manifestaciones y expresiones artísticas culturales e interculturales de las jóvenes y los jóvenes. Asimismo, crearán:

1. Espacios artísticos y culturales de formación y réplica de conocimientos, saberes y manifestaciones artísticas en forma continua, facilitando para ello la infraestructura, equipamiento y los recursos necesarios. (LEY N° 342: LEY DE LA JUVENTUD. PÁG. 36).
2. Casas comunales de culturas, para el desarrollo del teatro, la música, la pintura, la danza y otras que surjan de la iniciativa de las jóvenes y los jóvenes.

#### **ARTÍCULO 50 (INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN)**

**I.** Las entidades territoriales autónomas, en el marco de sus competencias, crearán centros comunitarios de tecnologías de información y comunicación, priorizando el acceso y uso para las jóvenes y los jóvenes.

**II.** El Ministerio de Comunicación, garantizará la producción de programas y/o espacios en todos los medios de comunicación orientados a la promoción y protección de los derechos y deberes de la juventud.

#### **ARTÍCULO 27 (FORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE LIDERAZGOS)**

El nivel central del Estado y las entidades territoriales autónomas, de acuerdo a sus competencias, establecerán políticas y programas de promoción y capacitación de liderazgo, reconociendo las capacidades y aptitudes de las jóvenes y los jóvenes (LEY N° 342: Ley de la Juventud; pág. 26).

#### **4.16.4 LEY MUNICIPAL AUTONÓMICA N.º 253 POR LAS JUVENTUDES DEL MUNICIPIO DE LA PAZ**

##### **TÍTULO III - POLÍTICAS MUNICIPALES CAPÍTULO I - CENTROS DE ESPACIOS Y EDUCACIÓN**

**Artículo 13:** (Centros de Información y Formación para Jóvenes).

Los Centros de Información y Formación para Jóvenes dependientes del Instituto de la Juventud , son espacios de formación y educación alternativa, continua y sistemática para las juventudes del municipio de La Paz, por lo que trabajan en el desarrollo del conocimiento y capacitación permanente, abordando temáticas de refuerzo académico, formación artística y deportiva, desarrollo humano productivo, habilidades para la vida y cualquier otra de interés para las juventudes y que contribuyan al ejercicio pleno de sus derechos.

Los centros de información y formación juveniles están diseñados justamente porque así, la Ley 253 promulgada el 21 de septiembre del 2017 indican aquello; que estos espacios están establecidos para el desarrollo de actividades juveniles, trabajan en habilidades para el desarrollo de la vida de los jóvenes.

## **CAPÍTULO V**

### **5 DIAGNÓSTICO**

#### **METODOLÓGICA, INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

##### **5.1 DIAGNÓSTICO**

La Guía de elaboración de diagnósticos menciona que la utilidad del diagnóstico “es conocer mejor la realidad, la existencia de las debilidades y fortalezas, entender las relaciones entre distintos actores sociales que se desenvuelven en un determinado medio...” (RODRIGUEZ J., 2007, pág. 27).

En este sentido nos permite identificar los problemas. Se logra establecer secuencialmente la importancia o prioridad, como también cuales son las causas y efectos del problema. Por otro lado, nos permite diseñar estrategias a partir de la comunicación, proponer alternativas y decidir las acciones para posteriormente realizar la planificación.

Es la parte fundamental para comenzar con el proyecto comunicacional, mediante la identificación del problema para posteriormente realizar una estrategia comunicacional adecuada. Según el libro de la CEPAL – NACIONES UNIDAS (2005) sobre la metodología del Marco Lógico “el diagnóstico permite la identificación del problema de solución, en la que se analiza la situación existente para crear una visión de situación deseada y seleccionar las estrategias que se aplicarán para conseguirla” (CEPAL, NACIONES UNIDAS; pág. 36 2005).

En el diagnóstico mediante las técnicas (observación) e instrumento (diario de campo) se pudo conocer más a profundidad: las actitudes y comportamientos de las y los jóvenes que viven en la zona “La Merced” los que asisten al colegio, los que caminan en las calles cercanas al CIJ, los que se encuentran en las plazas parques y mercados.

Por otro lado, el diagnóstico mediante la técnica “Entrevista a Profundidad” con el instrumento (guía de preguntas) se obtuvo datos sobre el grado de conocimiento de la institución “Centro de Información para Jóvenes”, las misma se aplicó a los padres de familia, juntas de vecinos y facilitadores que radican en la zona “La Merced”.

Por último, el diagnóstico mediante las técnicas (encuesta) e instrumento (cuestionario) se puede conocer conocimientos e inquietudes de los jóvenes, conocer el grado de conocimiento que tienen sobre el (C.I.J.).

## **5.2 DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO**

El diagnóstico participativo ayudó en la investigación a que los jóvenes participen de forma directa, las técnicas realizadas como la entrevista a autoridades municipales, presidente de la Junta de Vecinos, director de la unidad educativa más cercana, padres y madres de familia, profesores y facilitadores y jóvenes. Se realizó el diagnóstico con las técnicas: Observación participante, encuesta y entrevista a profundidad que fueron necesarias para el diagnóstico.

## **5.3 PROPÓSITO DEL DIAGNÓSTICO**

El propósito de este diagnóstico es identificar, describir las dificultades existentes para buscar alternativas de mejoramiento de información que los jóvenes presentan y se logre la participación de la población juvenil en el Centro de Información para Jóvenes Periférica (C.I.J.P.).

## **5.4 APLICACIÓN DEL DIAGNÓSTICO**

### **5.4.1 ENCUESTA**

La consulta fue aplicada a todos los jóvenes comprendidos entre 14 a 18 años de la zona “La Merced” en total fueron consultados 187 jóvenes.

Clasificación de resultados obtenidos:

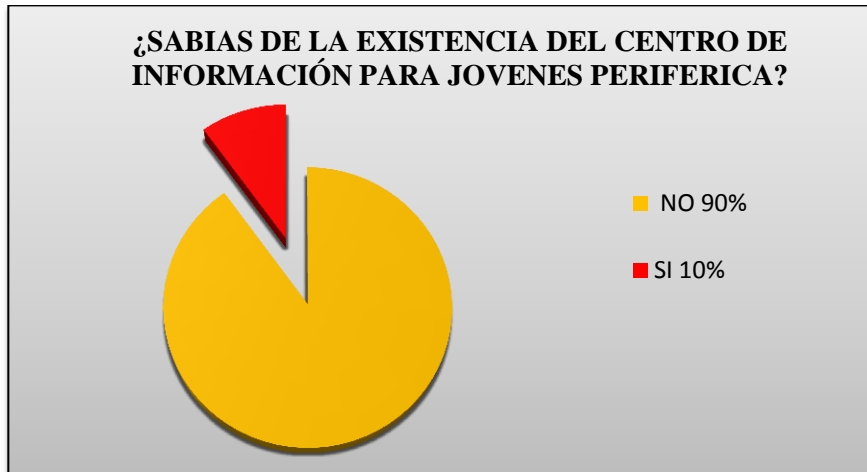
A través de los resultados obtenidos por medio del cuestionario y su posterior sistematización (ver cuadros estadísticos) es posible elaborar el siguiente perfil social de los jóvenes consultados y su relación con el tema de participación.

#### **5.4.1.1 DATOS GENRALES DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA**

<b>EDAD</b>	Las edades de los jóvenes examinados fluctúan dentro de un promedio de 14 a 18 años. De estos el 45 % tiene 17 años cumplidos significa que están aún paso de salir bachilleres 11 % de ellos cuenta con 16 años que están cursando 5to de secundaria. el 44 % por ciento indica que es menor a los 16 años cursando 3 y 4 de secundaria.
<b>GÉNERO</b>	De los 187 jóvenes, el 53% pertenece al sexo femenino y el 47% restante corresponde al sexo masculino. Lo que significa que existe una relativa igualdad de género en el grupo consultado.
<b>ESCOLARIDAD</b>	El 99.4 % de los jóvenes casi ha culminado con su educación escolar.
<b>PROCEDENCIA</b>	El 100% de los jóvenes vive en la zona La Merced.

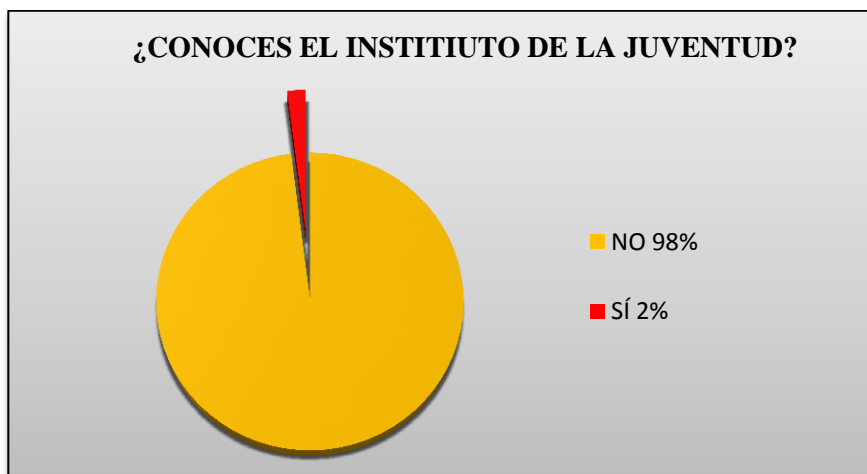
### **ENCUESTA**





El 90 % de los jóvenes comprendidos entre varones y mujeres de 14 a 18 años NO conocen el CIJ Periférica. Este dato debe ser tomado en cuenta porque es una alerta para que los jóvenes no sean partícipes del Centro de Información para jóvenes.

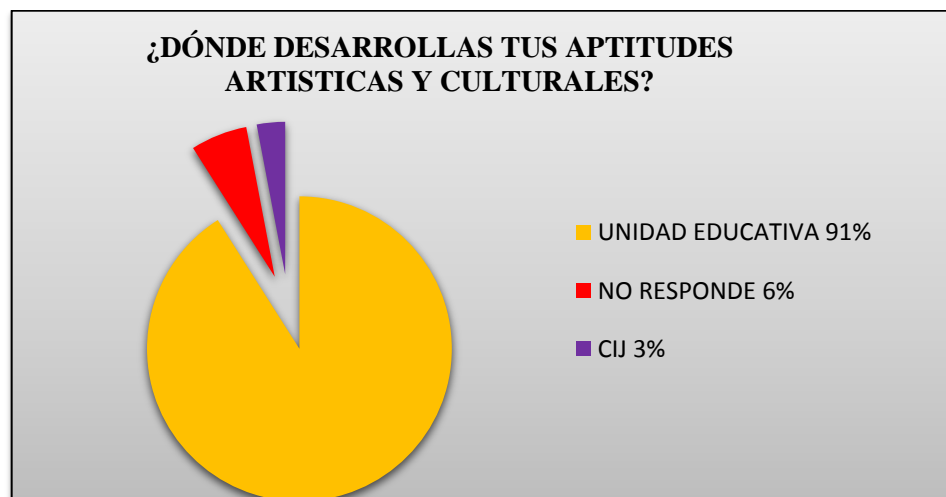
Esto se deduce a la imposibilidad de que ellos puedan asistir al centro de información juvenil periférica. Esto conduce a suponer que también desconocen la propuesta y oferta curricular que tienen los centros de información juveniles en el municipio.



Los resultados de la encuesta refieren que el 98% de las y los jóvenes NO conocen el Instituto de la Juventud, dato preocupante y el 2 % SÍ conoce por que es partícipe del CIJ Periférica.



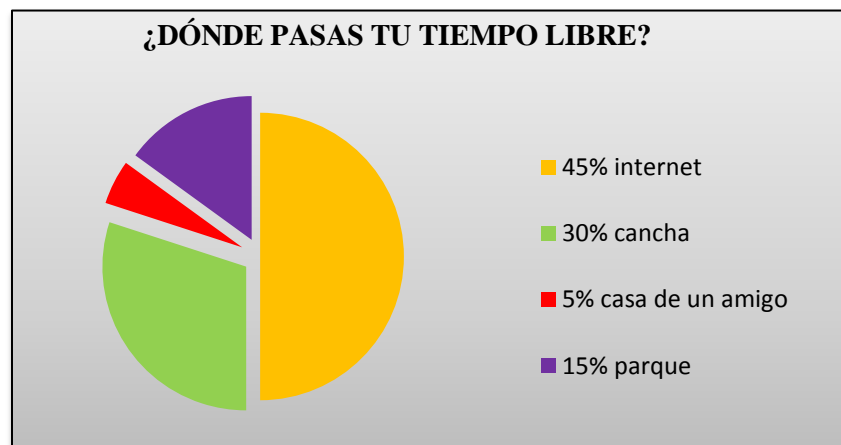
El 3 % SÍ conoce la Ley Municipal y el otro 97% desconocen la Ley, entonces queda demostrado que sin la socialización de la ley municipal de juventudes del municipio de La Paz esta ley no será conocida y menos aplicada.



En relación a esta pregunta los jóvenes responden, un 91% manifiestan que suelen involucrarse en actividades culturales, deportivas y académicas, pero en los espacios donde estudian, es decir, solo participan en actividades programadas en su Unidad Educativa y el 6% prefiere no responder, por la falta de información. El restante 3% son los que asisten al Centro de Información para joven Periférica.

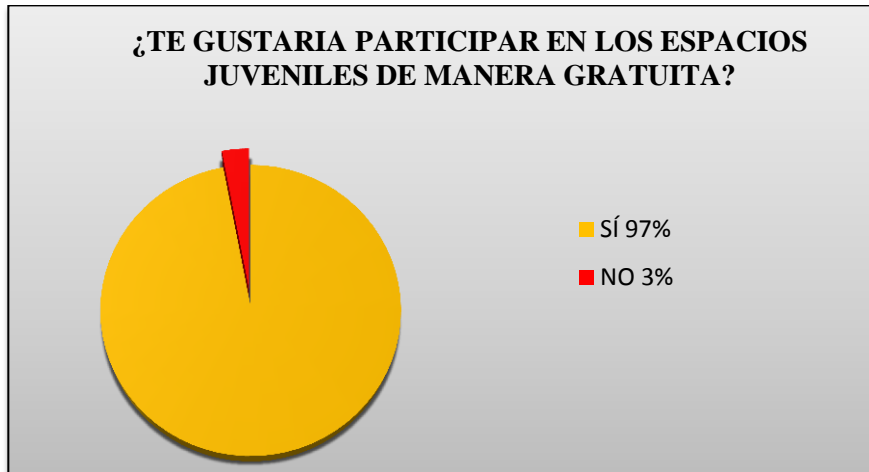


Solo un 10% responde que SÍ conoce una institución donde pueda desarrollarse y no es el CIJ periférica si no otras instancias no gubernamentales y el otro 90% NO conocen ninguna institución.



La población encuestada responde, el 45% pasa su tiempo libre en internet, un 30% en la cancha, otro 15% en el parque y los restantes prefieren pasar sus tiempos libres en la casa de un amigo.

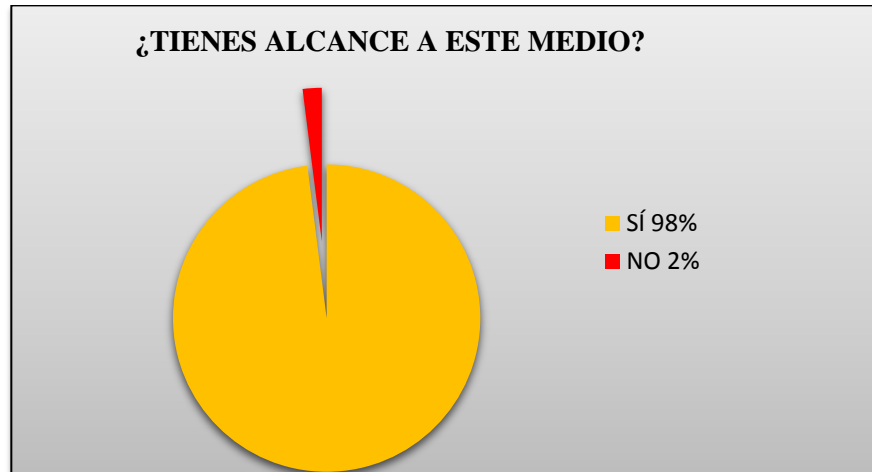
El presente documento pretende analizar cada una de las alternativas y anteponer una estrategia para promover la participación a través de una red social, ya que la mayor cantidad de los jóvenes pasan su tiempo libre en el internet.



Según los resultados de la encuesta, un 97% de los jóvenes SÍ quieren participar en los espacios juveniles y el otro 3% responden que NO. De acuerdo a los datos obtenidos se puede evidenciar que la gran mayoría de los jóvenes consultados presentan una actitud positiva, en el sentido de querer participar en los espacios del CIJ periférica y más aún por ser gratuito.



Un 81% de los encuestados prefieren informarse por el medio del WhatsApp, y el 19% por el medio de afiches, es decir, la mayoría de los jóvenes quieren ser informados por el medio de la aplicación WhatsApp, sobre las actividades que realiza el CIJ Periférica, y algunos prefieren ser informados por el medio de los afiches de información.



El 98 % tiene alcance a la aplicación WhatsApp, es un dato favorable para la implementación de una estrategia comunicacional, y un 2% no tiene acceso a este medio de comunicación.

#### **5.4.2 PROBLEMAS IDENTIFICADOS**

De acuerdo a la sistematización de los datos obtenidos se identifican las siguientes situaciones problemáticas de los jóvenes y su relación con la temática de participación, formación y educación.

##### **5.4.2.1 INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO**

- Falta de participación de los jóvenes en el centro de información juvenil periférica en las actividades que este centro desarrolla.
- Desconocimiento de las leyes y normas en pro de la juventud.
- Falta de información sobre el Instituto de la Juventud del GAMLP.
- Escasa información de los diferentes CIJs existentes en la ciudad de La Paz.

##### **5.4.2.2 ACTITUDES.**

- Aceptación de la población juvenil al asumir ser partícipes de estos espacios, que por falta de información no lo hacen.

- Creciente pérdida de credibilidad, por parte de la población juvenil al ser gratis estos espacios.

### **5.4.2.3 PRÁCTICAS**

- Carencia de programas educativos sobre la difusión de estos espacios juveniles.
- falta de contribución en la solución del problema de la población junta de vecinos y, por consiguiente, desarrollo de pasividad como una característica negativa de los adolescentes – jóvenes.
- Falta de políticas que tomen en cuenta el potencial de los jóvenes en la resolución de problemas
- Los procesos de información y comunicación sobre las actividades que se desarrollan en el CIJ, no suelen tomar en cuenta las realidades particulares de la población a quien se las dirige.

Las acciones que se tomen para enfrentar estas problemáticas no deben ser producto de la improvisación, ellas necesariamente deben ser planteadas y ejecutadas de forma estratégica y metodológicamente para asegurar mayor eficiencia y eficacia en el planteamiento de la estrategia.

## **5.5 OBSERVACIÓN PARTICIPANTE**

El diagnóstico de la observación se realizó bajo los siguientes aspectos:

- Actitudes, prácticas de cada uno de los beneficiarios directos e indirectos involucrados en el presente proyecto de grado.
- Se observó la situación actual de la zona, plaza principal, Centros Educativos, mercados más cercanos y lugares donde los jóvenes frecuentan en sus ratos libres.

A las 10 de la mañana cuando el CIJ abre sus puertas se puede evidenciar que los jóvenes a esa hora salen a las librerías a comprar láminas o al internet a investigar sus trabajos y otros a jugar a la cancha y uno que otro a jugar en el tilín (juegos en red) ubicado a dos cuadras de la Unidad Educativa del mismo nombre de la zona.

En cuanto al CIJ está con un facilitador dictando la materia de Física (apoyo académico) con la presencia de 4 jóvenes y el responsable del CIJ atendiendo una madre de familia.

Al promediar la entrada al colegio la Merced 13:30 a 14:00 se ve jóvenes corriendo al colegio, también se ve poca afluencia de padres de familia parados en la puerta de dicha institución. En tanto que el CIJ está vacío.

A la salida del colegio se nota que la mayoría de los jóvenes salen a dar vueltas por las calles aledañas a la zona. Otros corren al parque y otros al CIJ. En su mayoría se esparce por las calles haciendo pequeños grupos y se ponen a charlar. Involucrándose con ellos se puede evidenciar que planifican salidas de sábados o asistir a alguna fiesta.

Es sorprendente que ninguno hable de actividades educativas. En el centro juvenil se dicta la materia de Break Dance, Baile Urbano y se nota que jóvenes hasta con el uniforme del colegio están sometiendo su tiempo a actividades culturales.

## **5.6 ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD**

### **5.6.1 ENTREVISTA 1**

**Fecha:** 3 de mayo de 2018

**Entrevistado:** Oscar Navia, director del “Colegio la Merced”

Según el Lic. Oscar Navia indica que dentro de la educación alternativa está aplicada a jóvenes y adultos (EDJA) es la educación a la que antes llamaban educación popular, porque es una educación escolarizada que hace muchos sectores organizados grupos personas y familias puedan hacer posible, capacitarse sin que necesariamente demandan una acreditación, se caracteriza la educación permanente porque da respuestas inmediatas a las necesidades de formación que hacen los diferentes sectores de la sociedad civil.

Le comentamos un poco de lo que es un Centro de Información para jóvenes y este con un gesto irónico contesta, es un espacio de recreación para todo joven, ahí seguro no exigen uniforme ni reglas de conducta, indica que es buen espacio para que los jóvenes

se integren entre sí; no lo ve como una competencia sino como un espacio de ayuda a sus estudiantes, indica que los mandara a ser partícipes a los que se encuentran con bajas notas.

Propone la iniciativa de trabajar con los estudiantes de la unidad educativa, ya que el CIJ se encuentra a una cuadra del colegio.

### **5.6.2 ENTREVISTA 2**

**Fecha: 3 de mayo de 2018**

**Entrevistado:** Juan Cruz (presidente de la junta de vecinos de la zona La Merced)

En un inicio muestra preocupación por que sus vecinos jóvenes no estén informados sobre la implementación de estos espacios. Indica que los pocos jóvenes que vio en el CIJ (casa comunal) son de otras zonas aledañas a la suya.

Para empezar, dice “me ha costado implementar el Punto Joven en esta casa comunal, no querían por la lejanía. pero he luchado por que justamente en la gestión 2016 yo era director del Colegio La Merced y creí que mis estudiantes vendrían para que reciban ayuda académica.

Al pasar del tiempo vi que no solo es académico también bailan y hacen talleres y juegos y me satisface ver que la juventud utilice su tiempo en el buen sentido de la palabra. Indica la posibilidad de ayudar para facilitar información a los padres de familia y por ende a los jóvenes. “Me gustaría que haya mayor participación”.

Muestra una sonrisa e indica que prefiere que los jóvenes estén en el CIJ. bailando y aprendiendo, formándose jóvenes de bien a que estén consumiendo bebidas alcohólicas, o en el internet entre otras cosas. Indica también que al recordar su juventud él se veía participando de estos espacios “en esos tiempos no había, quisiera volver a ser joven”.

Cuando le preguntamos si está de acuerdo con seguir cobijando a los jóvenes en su casa comunal indica que sí, el acuerdo entre GAMLP y junta de vecinos es por dos años más.



Indica también que le gustaría que los padres de familia también quisieran que sean partícipes de este proyecto, indica que con las experiencias que ellos tienen pueden aportar de gran manera a las juventudes.

### **5.6.3 ENTREVISTA 3**

**Fecha:** 3 de mayo de 2018

**Entrevistado:** Laura Asistiri (responsable municipal del Centro de Información y Formación Juvenil Periférica).

Se puede rescatar que a los años que ella lleva como responsable si bien el CIJ está sin mucha afluencia de jóvenes indica que en el periodo denominado vacaciones divertidas en centro está lleno y que en el transcurso del año esta con baja participación de los jóvenes, esto se debe a que la responsable no tiene una metodología y tampoco un cronograma de qué Unidades Educativas y organizaciones o instituciones van a visitar para informar de las actividades que se desarrollan en el CIJ Periférica. Hay que mencionar también que el problema de la baja participación de jóvenes en el CIJ es porque cada 6 meses se cambia de responsable, debido a que los contratos son eventuales.

Con una sonrisa indica que le gusta trabajar con jóvenes. “no sé cómo diseñar un tríptico o afiche, estudié psicología, a veces solo hago mis anuncios en Word o derivamos al área de comunicación de nuestra instancia mayor, pero tarda en diseñar y entonces hago nomas mis volantes” indica que en una gestión se hicieron trípticos informativos y que estos ayudaron de mucho a que los jóvenes puedan ser partícipes cuantitativamente.

Sola aquí, no me da el tiempo ni de socializar las clases o actividades, tengo que atender a los jóvenes padres de familia e ir a colegios, es complicado indica Laura Asistiri.

Indica también que no cuenta con una computadora y la que le dieron está en mal estado y se da modos para imprimir afiches y volantes a blanco y negro y poder repartirlos a los jóvenes. Otra de las dificultades del por qué los jóvenes no participan de manera fluente en el CIJ es porque no existe una política establecida de cómo diseñar, a veces

sacamos lo que se puede. Es parte de nuestro trabajo informar a las y los jóvenes de lo que aquí realizamos.

Con una sonrisa nos dice que en lo que necesite para la investigación del proyecto está dispuesta ayudarnos.

## 5.7 DESCRIPCIÓN DETALLADA DE FODA

FORTALEZAS	INTERPRETACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Participación e integración de la comunidad</li> <li>✓ Formación de personas líderes</li> <li>✓ Centros de información en diferentes macrodistritos</li> <li>✓ Actividades y cursos gratuitos</li> <li>✓ Capacitación para los jóvenes facilitadores</li> <li>✓ Ambientes adecuados</li> <li>✓ Variedad de actividades y cursos.</li> </ul>	<p>Las fortalezas que tiene la institución, son relacionadas con los objetivos ya que ambos promueven la participación e integración de la comunidad juvenil.</p> <p>El Centro de Información para Jóvenes (C.I.J.) fortalece la formación de personas líderes que cumplen la función de facilitadores para el desarrollo de las actividades y cursos gratuitos. Sin embargo, el ambiente de la institución acoge a todos los participantes, siendo un espacio de acceso directo y apropiado para los jóvenes que quieren ser parte del (C.I.J.).</p>
DEBILIDADES	INTERPRETACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Asistencia irregular de los estudiantes</li> <li>☐ Falta de una adecuada planificación de clase</li> <li>☐ Falta de apoyo de la alcaldía</li> <li>☐ Bajo presupuesto económico</li> </ul>	<p>Las debilidades de la institución Centro de Información para Jóvenes Periférica (C.I.J.P.) son aspectos que se deben mejorar de inmediato, ya que estas son aspectos negativos que podrían poner en riesgo el desarrollo de la institución.</p> <p>La falta de materiales y planificación de</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Falta de sueldo para los facilitadores</li> <li>☐ Falta de materiales para los cursos</li> <li>☐ Impuntualidad de los estudiantes</li> </ul>	<p>clase son aspectos que tiene como consecuencia, la inasistencia de los estudiantes. Por otro lado, la falta de apoyo económico de las instituciones correspondientes como la (gobernación y alcaldía) podrían generar la deserción de los participantes.</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>INTERPRETACIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Centros ubicados en lugares accesibles</li> <li>● Espacios de recreación cercanos al CIJ (parques y jardines)</li> <li>● Trabajos con Instituciones</li> <li>● Participación en actividades en comunidad desfiles, ferias, etc.</li> <li>● Gran población juvenil cercana al CIJ</li> </ul>	<p>Las oportunidades son aspectos positivos que apoyan el desarrollo del CIJ, ya que son espacios accesibles para los jóvenes, donde los mismos pueden desarrollar sus habilidades y destrezas permitiendo mayores posibilidades de mejorar sus aspectos negativos en la parte académica. La mayoría de los participantes son estudiantes que habitan cerca de la institución, por ello participan activamente en las actividades de la institución.</p> <p>En las inmediaciones de la institución CIJ cuenta con espacios de recreación, donde los jóvenes pueden tener actividades de recreación.</p>

<b>AMENAZAS</b>	<b>INTERPRETACIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Movilizaciones sociales que dificultan las actividades del C.I.J.</li> <li>❖ Juegos en red cercanos al C.I.J.</li> <li>❖ Desacuerdos de los vecinos con las actividades del C.I.J.</li> <li>❖ Competencia con otros centros</li> <li>❖ Influencia de personas alcohólicas</li> </ul>	<p>Las amenazas que presenta la institución Centro de Información para Jóvenes (C.I.J.) son aspectos que se deben mejorar de manera inmediata para no recaer en riesgos que afectarían el avance activo de la dicha institución.</p> <p>Las alternativas de solución deben ser ejecutadas con mayor inmediatez, para que la institución tenga un desarrollo efectivo.</p>

## 5.8 MATRIZ GENERAL

La descripción del FODA del Centro de Información y Formación para Jóvenes C.I.J. se lo realizó tomando los aspectos más relevantes en cada aspecto, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; para dicha descripción se analizó el actual funcionamiento del C.I.J. en los diferentes ámbitos ya mencionados; con lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

<b>FORTALEZAS</b>		<b>OPORTUNIDADES</b>	
1	Participación e integración de la comunidad	1	Centros ubicados en lugares accesibles
2	Formación de personas líderes	2	Espacios de recreación cercanos al CIJ (Parques y jardines)
3	Centros de información en diferentes Macrodistritos	3	Trabajos con Instituciones
4	Actividades y cursos gratuitos	4	Participación en actividades en comunidad, desfiles, ferias, etc.
5	Capacitación para los jóvenes facilitadores	5	Gran población juvenil cercana al CIJ
6	Ambientes adecuados		
7	Variedad de actividades y cursos		
<b>DEBILIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>	
1	Asistencia irregular de los estudiantes	1	Movilizaciónes sociales que dificultan las actividades del CIJ
2	Falta de una adecuada planificación de clase	2	Juegos en red cercanos al CIJ
3	Falta de apoyo de la alcaldía	3	Desacuerdos de los vecinos con las actividades del CIJ
4	Bajo presupuesto económico	4	Competencia con otros centros
5	Falta de sueldo para los facilitadores	5	Influencia de personas alcohólicas
6	Falta de materiales para los cursos		
7	Impuntualidad de los estudiantes		

## **5.9 MATRICES DE ESTRATEGIAS DE FACTORES INTERNOS (EFI) Y ESTRATEGIAS DE FACTORES EXTERNOS (EFE)**

Una vez descrita la matriz FODA se procedió a analizar mediante el orden de importancia que llevaba cada ámbito los factores internos y factores externos para poder identificar la situación actual del CIJ y su recomendable estrategia que debería de realizar.

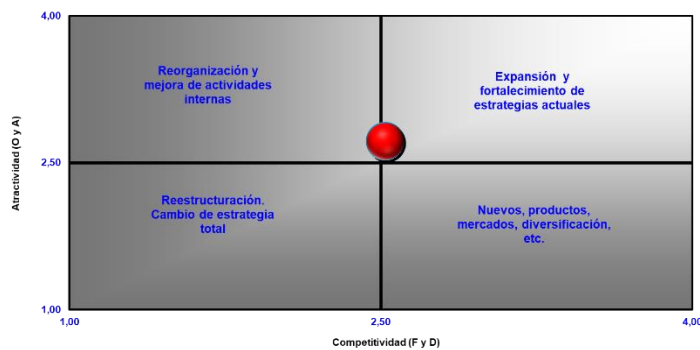
### 5.9.1 MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE FACTORES INTERNOS (EFI)

		EFI		
FORTALEZAS		PESO	IMPORTANCIA RELATIVA	PESO PONDERADO
1	Participación e integración de la comunidad	3	12%	0,36
2	Formación de personas líderes	4	12%	0,48
3	Centros de información en diferentes Macrodistritos	4	8%	0,32
4	Actividades y cursos gratuitos	3	8%	0,24
5	Capacitación para los jóvenes facilitadores	4	5%	0,2
6	Ambientes adecuados	4	4%	0,16
7	Variedad de actividades y cursos	3	3%	0,09
		<b>SUMATORIAS</b>	<b>52%</b>	<b>1,85</b>
DEBILIDADES				
1	Asistencia irregular de los estudiantes	1	11%	0,11
2	Falta de una adecuada planificación de clase	1	10%	0,1
3	Falta de apoyo de la alcaldía	2	10%	0,2
4	Bajo presupuesto económico	2	6%	0,12
5	Falta de sueldo para los facilitadores	1	5%	0,05
6	Falta de materiales para los cursos	2	3%	0,06
7	Impuntualidad de los estudiantes	1	3%	0,03
		<b>SUMATORIAS</b>	<b>48%</b>	<b>0,67</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>2,52</b>

### 5.9.2 MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE FACTORES EXTERNOS (EFE)

		EFE		
OPORTUNIDADES		PESO	IMPORTANCI A RELATIVA	PESO PONDERADO
1	Centros ubicados en lugares accesibles	4	14%	0,56
2	Espacios de recreación cercanos al CIJ (Parques y jardines)	4	11%	0,44
3	Trabajos con Instituciones	3	8%	0,24
4	Participación en actividades en comunidad, desfiles, ferias, etc.	4	7%	0,28
5	Gran población juvenil cercana al CIJ	4	5%	0,2
		SUMATORIAS	45%	1,72

AMENAZAS				
1	Movilizaciones sociales que dificultan las actividades del CIJ	2	16%	0,32
2	Juegos en red cercanos al CIJ	2	11%	0,22
3	Desacuerdos de los vecinos con las actividades del CIJ	1	10%	0,1
4	Competencia con otros centros	2	10%	0,2
5	Influencia de personas alcohólicas	2	8%	0,16
		SUMATORIA S	55%	1
		<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>2,72</b>



## 5.10 SITUACIÓN DE LA INSTITUCIÓN Y ESTRATEGIAS A FORMULAR

### 5.10.1 INTERPRETACIÓN

Con la descripción de los factores internos y externos plasmados en porcentajes de importancia se obtuvieron los siguientes datos

**Factores Internos (EFI) : 2,52**

**Factores Externos (EFE)**

Dichos resultados plasmados en el gráfico nos indican que el Centro de Información para Jóvenes periférica (C.I.J.P.) no demuestra una situación desequilibrada que le obligue a tomar una estrategia con mucha relevancia sobre las otras estrategias, sin embargo se observa una ligera inclinación hacia la estrategia de “expansión y fortalecimiento de estrategias actuales” es decir que se debe trabajar aún sobre lo que ya se tiene consolidado para poder obtener resultados más positivos en las próximas gestiones.

El hecho de que la situación actual del centro CIJ se encuentre relativamente en equilibrio demuestra también que está muy cercano de direccionarse a todas las demás estrategias que son: “reorganización y mejora de actividades internas”, “reestructuración, cambio de estrategia total”, “Nuevos productos, mercados, diversificación”; lo cual debe de servir de gran información para dar prioridad a mejorar aspectos internos del centro que eviten que el centro se dirija a una estrategia de reestructuración.





## CAPÍTULO VI

### 6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La problemática planteada en el capítulo I del proyecto: La desinformación en los jóvenes sobre las actividades que desarrolla el Centro de Información Juvenil (C.I.J.) Periférica distrito 13 dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP).

Para tal efecto la problemática queda respaldada tras la realización del diagnóstico, mediante las técnicas realizadas en el trabajo de campo, la colaboración de las autoridades y la junta de vecinos, esto garantiza que los objetivos que se plantean en el proyecto sean posibles y alcanzables para su realización, tomando en cuenta las capacidades y la colaboración en la participación de las y los jóvenes de la zona.

Es así entonces, con los resultados obtenidos en el diagnóstico, quedan respaldados y ratificados la causa y efecto en la problemática que aborda el presente proyecto:

**Causa:** desinformación de la existencia dentro del centro de información y formación para jóvenes Periférica La Merced.

**Efecto:** insuficiente participación de jóvenes en las actividades que desarrolla el centro de Información para Jóvenes Periférica La Merced.

Los proyectos sociales para ser resueltos con soluciones reales o bien posibles soluciones debe ser atacado en las causas para cambiar los efectos y encontrar la mejor alternativa o solución al problema y para esto se plantea la propuesta comunicacional.

De acuerdo a la realización del diagnóstico y la experiencia adquirida en el trabajo de campo y todo lo aprendido en el proceso se opta por elaborar una estrategia comunicacional que permita informar de la mejor manera: promover la participación de jóvenes. Para tal efecto se recurrió a los vecinos jóvenes de la zona donde tiene funcionamiento el Centro de Información Juvenil, porque ellos son los de mayor la

cercanía y son actores directos con el fin de considerarlos como agentes comunicacionales y también a la población en general. Por otro lado, se recurrió a las capacitaciones y estas actividades serán dinámicas y activas para la población y para esto también recurrirá a los medios impresos de información como el tríptico y el volante, esto traerá buenos beneficios ya que con este medio podrán informarse. Cabe mencionar que se pretende la participación frecuente de la población juvenil, para una retroalimentación y un método práctico que lo puedan utilizar con frecuencia.

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1 OBJETIVO GENERAL**

Lograr que los jóvenes destinatarios participen de las actividades desarrolladas por el centro de Información y Formación Juvenil Periférica La Merced, mediante una adecuada información sobre las actividades.

### **6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Motivar la participación de los destinatarios en el proceso de su enseñanza y desarrollo cultural deportivo y artístico.
- Impulsar a los jóvenes capacitados a que sean ellos mismos quienes promuevan y motiven la participación con el resto de los jóvenes como forma de aprovechar sus potenciales.
- Elaborar materiales impresos de información que se centre en mostrar las actividades que desarrolla el centro de información juvenil Periférica.
- Explicar mediante los talleres de participación la importancia de la existencia de dicho centro demostrando que en otros macros distritos es de vital importancia para el desarrollo de las juventudes.

### **6.3 AUDIENCIAS DEL PROYECTO**

Se entiende a la audiencia como un conjunto de personas o población meta con quienes se desarrolla un determinado tipo de actividades, cuyo producto se espera que sea una

conducta determinada, se contemplan dos tipos de audiencias beneficiarias: las primarias y secundarias.

### **6.3.1 AUDIENCIAS PRIMARIAS**

Dentro del proyecto la audiencia primaria se constituye como la población tomada en cuenta de forma prioritaria, con quienes se desarrolla una serie de actividades en forma directa y en busca del logro de ciertos objetivos, este caso: jóvenes de 16 a 18 años.

El proyecto está dirigido a los vecinos jóvenes que viven en la zona la merced donde tiene funcionamiento el Centro de Información Juvenil macrodistrito 3 Periférica de la ciudad de La Paz ya que como indica en la realización del diagnóstico se concluye que este grupo son los más indicados para poner en práctica las actividades planteadas como alternativas posibles para el problema principal.

Se trata de los jóvenes y adolescentes. Este grupo está en constante aprendizaje ya que como se encuentran en el colegio se ve un factor positivo para su aprendizaje e incluir estos temas en la curricular educativa para que puedan poner en práctica la información y conocimientos aprendidos en clases. Al mismo tiempo desarrollar sus conocimientos culturales y artísticos.

Además, es importante mencionar que las actividades planteadas en el proyecto es un éxito, producto de este proceso, la zona tendrá reconocimiento entre los demás círculos, distritos y zonas aledaños e inclusive municipios.

Tras el diagnóstico realizado en lo que se refiere a las alternativas viendo la realidad actual se determina las probabilidades de éxito en el (marco lógico) en donde se llega a analizar y comprobar como solución y para que exista un cambio en la realidad de la situación problema se ve necesario la participación de la población en general, por otro lado, se evidencia que no existen obstáculos e impedimentos de importancia que comprometan el éxito del presente proyecto.

Los vecinos jóvenes que viven regularmente en la zona la Merced de 55 familias aproximadamente (INE, 2012 CNPV dossier estadístico del municipio de La Paz) en las cuales varias familias con integrantes niños, adolescentes y jóvenes.

Las actividades planteadas en el presente proyecto estarán destinadas a las juventudes que viven regularmente en la zona, porque ahí donde existe el problema en cuestión, por otro lado, serán los jóvenes quienes aprovecharán todas actividades prácticas, de conocimientos, de beneficio por ser dinámica y práctico, además de su comprensión y entendimiento y que sean ellos los que puedan llevarlo a la práctica en su vida cotidiana. Con este fin y para el interés común de la población, se elaborará la estrategia comunicacional que será difundida en los talleres de información y los materiales impresos.

### **6.3.2. AUDIENCIAS SECUNDARIAS**

Es el grupo de personas que indirectamente es beneficiaria de la influencia que realizan las audiencias primarias. Las audiencias secundarias a las que se espera que llegue la estrategia comunicacional son:

- Profesores de unidades educativas
- Padres de Familia
- Juntas de vecinos
- Responsables municipales
- Facilitadores del CIJ
- Ciudadanía en general.

### **6.4 ESTRATÉGIA COMUNICACIONAL**

La estrategia comunicacional que se propone el presente documento se basa, principalmente, en la realización de un taller informativo en torno al tema de participación, esto se realiza de acuerdo a un plan de políticas comunicacionales que se explican a continuación:

Después de haber analizado el diagnóstico situacional del grupo en cuestión, se plantean los siguientes, tomando en cuenta los intereses y motivaciones de los destinatarios.

## **6.5 EL TALLER**

El taller es considerado una técnica de enseñanza aprendizaje, según la definición de Fernando Baytanero *“los talleres son un espacio social, organizados para facilitar un marco de actuaciones sobre un eje temático determinado, que permite al alumnado el vínculo entre su actividad directa y la construcción social de los acontecimientos”* (Fernández Batanero. *Cómo construir un currículo para todos los alumnos*, citado por López de la Cruz en la revista Cultural Lebrija, 2005, pág. 1.)

El taller se basa en el trabajo de un grupo y el intercambio oral de información, el mismo es utilizado para trabajar y profundizar desde el debate y el análisis colectivo de un tema predeterminado, muchos especialistas en investigación indican que este es el espacio propicio para la aplicación de los conocimientos adquiridos con anterioridad a situaciones nuevas de aprendizaje.

En el taller el proceso de enseñanza aprendizaje se dará de forma activa, pues los participantes buscan elaborar información en el marco de una colaboración recíproca entre sí, también se estimulan así mismos para expresar y compartir ideas, sentimientos y motivaciones que coadyuvan en el tema abordado. Generalmente un taller es manejado por facilitadores cuya labor es organizar y apoyar la participación de los asistentes.

### **6.5.1 RECURSOS Y MEDIOS DE APOYO**

Considerando las características y número del grupo en cuestión se consideró conveniente el taller de información de la temática de participación, Juventud y formación.

Se pretende realizar las actividades desarrolladas, marcando un orden detallado para realizar las actividades de acción. A continuación, se explican los aspectos en detalle.

### **6.5.1.1. FOLLETO TRÍPTICO**

Es un documento poco extenso, dividido en tres partes, su contenido se concentra en un solo tema, el tríptico sirve como instrumento divulgativo o publicitario. Se caracterizan por ser entregados mano a mano o por vía web.

### **6.5.1.2. EL VOLANTE**

Este es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla. su particularidad es que es distribuido directamente de mano a mano a las personas en las calles. Su contenido puede anunciar, poder, cuestionar o hacer constar algo. Su mensaje debe ser breve y conciso. (IBIDEM. Tecnóloga Educativa.com)

### **6.5.1.3 EL WhatsApp**

Una red social y medio de comunicación que por que lanza los resultados de la encuesta que se realizó a los jóvenes que en su mayoría indican que utilizan el WhatsApp y analizamos sea conveniente poder informar a través de este medio. Se podría armar un grupo de WhatsApp para que la información de las actividades y horarios puedan llegar de la manera más óptima posible.

La propuesta comunicacional dará orientación, conocimiento e información mediante talleres informativos y motivadores, mostrándoles a través de una exposición de todas las actividades que se desarrolla en el CIJ periférica. Plasmados en trípticos y volantes.

## **6.6 DISEÑO DE LA PROPUESTA**

### 6.6.1 FASE 1

#### INFORMAR SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE SE VAN DESARROLLAR

Se pretende realizar las actividades desarrolladas marcando un orden detallado para desarrollar las actividades de acción. a continuación, los aspectos en detalle:

ACTIVIDADES			
REUNIÓN	DURACIÓN	TEMAS A TRATAR	AUDIENCIAS
Reunión con autoridades de la zona “La Merced” para coordinar las actividades. Fijar fechas establecidas para las capacitaciones, talleres. Las autoridades se reunirán con la población en general y el coordinador para quedar e informar para que se llevará a cabo las capacitaciones.	4 semanas, el avance será progresivo de acuerdo con el aprendizaje de la población.	<ul style="list-style-type: none"><li>- La participación de jóvenes por qué, para qué, cómo, cuándo, dónde y su importancia.</li><li>- Ley municipal de las juventudes.</li><li>- Actividades y oferta de materias.</li><li>- Qué es el Instituto de la juventud</li><li>- Qué son los centros de información para jóvenes.</li><li>- Actividades juveniles.</li></ul>	5 grupos El número de integrantes será alterador de 28 jóvenes padres de familias entre otros.

**FUENTE:** *Elaboración propia de acuerdo a las informaciones recabadas.*

### 7.6.2 FASE 2

#### PLANIFICACIÓN DE LOS TALLERES

Para la implementación de la estrategia comunicacional se dan los primeros pasos y detalles, desarrollando el cronograma de actividades estableciendo el desarrollo de los talleres y el tiempo. Otro aspecto fundamental es que con la participación de los estudiantes se realicen dinámicas de interacción con los (trípticos y volantes), con el fin que los jóvenes sean partícipes del CIJ Periférica.

El trabajo de campo y la investigación se realizó a través de las entrevistas previamente realizadas, encuestas a los padres de familias, estudiantes, directores y profesores también la observación a los jóvenes que se realizó en el diagnóstico, el cual muestra los primeros resultados.

### 6.6.3 FASE 3

#### PLANIFICACIÓN: IMPLEMENTACIÓN DE LOS TALLERES

Esta fase es el desarrollo mismo de los talleres y su planificación depende de los resultados obtenidos en el diagnóstico, se ha visto por conveniente organizar los talleres de la siguiente forma:

<b>INFORMAR PARA FORTALECER LA PARTICIPACIÓN</b>			
<b>Capacitación</b>	<b>Duración</b>	<b>Temas que se abarcaran</b>	<b>Audiencias</b>
Información pública capacitación formal, educación comunicativa. Recursos comunicacionales: tríptico y volante, exposición de las actividades	Se realizarán 5 talleres informativos divididos por edades. Cada taller tendrá una duración de 1 hora y 45 minutos, con un intervalo de 15 minutos para el refrigerio.	importancia de la participación juvenil, leyes municipales de la juventud, que es el instituto de la Juventud, que es el Centro de Información y formación Periférica. Presentar la oferta curricular y horarios de atención.	Se dividirá en 5 grupos Nro. de integrantes será alrededor de 28 jóvenes padres de familias entre otros.



desarrolladas en el instituto de la juventud y el CIJ Periférica			
<b>CAPACITACIÓN: 1ra, 2da, 3ra, 4ta, Y 5ta SEMANA</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Participantes:</b> serán los jóvenes de 14 a 18 años de la zona la merced quienes viven en la zona, con un promedio de 25 a 30 jóvenes por edad, sumados 184 jóvenes.</li> <li>● <b>Lugar:</b> los talleres se llevarán a cabo en el centro de Información y formación juvenil Periférica. Ubicado en la casa comunal de la zona la Merced. Se vio conveniente realizar estos talleres los fines de semana (sábado en la tarde) ya que se tendrá mayor participación de jóvenes.</li> <li>● <b>La junta de vecinos:</b> apoya en la convocatoria para los talleres dividiendo la asistencia de los vecinos jóvenes por calles y avenidas de la zona es decir que al primer taller asistirán jóvenes y padres de familia que viven en las calles A, B, C y D de la zona.</li> <li>● La encargada del centro de información de jóvenes estará ayudando en el proceso de bienvenida de los jóvenes al taller.</li> <li>● Una vez terminado esta actividad se procederá al refrigerio</li> </ul>	<b>MATERIALES</b>		
	<b>DIDÁCTICOS</b>	<b>OTROS</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Papel blanco</li> <li>● Papel de colores</li> <li>● Data show</li> <li>● Parlantes</li> <li>● Computador portátil</li> <li>● Micrófonos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marcadores colores</li> <li>- Cintas de embalaje.</li> <li>- Bolígrafos</li> <li>- Fotocopias para listas de asistencia</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>● al finalizar habrá una charla con los jóvenes para saber cuánto les beneficiará el taller</li> <li>● Se entregarán y socializarán trípticos a manera de retroalimentar y fortalecer los talleres.</li> <li>● Posteriormente se realizará una evaluación.</li> </ul>		
--	--	--

**TALLER INFORMATIVO CON EL APOYO A LOS MATERIALES IMPRESOS**

<b>CAPACITACIÓN</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>TEMAS A DESARROLLAR</b>	<b>AUDIENCIAS</b>
<p><b>El volante:</b> Información pública y comunicación para la motivación, busca invitar e informar a los jóvenes de la zona la Merced sobre la realización de los talleres y las actividades del C.I.J.</p> <p><b>El tríptico</b> pretende introducir a los posibles participantes dentro de la temática.</p>	<p>Se realizó durante la finalización del diagnóstico</p> <p>Una semana antes de la realización de los talleres</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades</li> <li>- Participación</li> <li>- Educación</li> <li>- Información</li> </ul>	<p>Dirigido a adolescentes y jóvenes de 16 a 18 años</p>

**PROCESO DE LA REALIZACIÓN**

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Primero se recolectó información como colores característicos del Centro de Información Juvenil Periférica. Logos que esta institución lleva.</li> <li>● La coordinadora nos apoyó con la información que debería ir diseñada en el tríptico.</li> </ul>	<b>MATERIALES</b>	
	<b>DIDÁCTICOS</b>	<b>OTROS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hojas de colores</li> </ul>	<p>Programas de edición</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Se ha diseñado un modelo que llegue a los jóvenes, en su lenguaje.</li> <li>● El tríptico diseñado en tamaño carta anverso y reverso</li> <li>● En el caso del volante se ha diseñado en dos tamaños (15cm x 10 cm y 22 cm x 28 cm).</li> <li>● Se ha impreso a full color.</li> <li>● Se ha repartirá a la finalización de cada taller informativo</li> <li>● El fin es que la población responda a lo que queremos llegar con este medio impreso.</li> <li>● Posteriormente se realizará una pequeña evaluación para saber qué tan importante ha sido para la población joven.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hojas bond</li> <li>✓ Impresora</li> <li>✓ Computador portátil</li> <li>✓ Alargadores</li> <li>✓ Lista de asistencia</li> </ul>	<p>Photoshop</p>
--	--	------------------

#### **6.6.4 FASE 4**

Se pretende la participación de los jóvenes y que estos sean activos recurrentes en las actividades mediante la implementación de un grupo de WhatsApp, para que mediante ello se pueda enviar información de las actividades del CIJ Periférica y las relaciones con los demás y más que todo exista cooperación y colaboración entre sí.

En los actores involucrados y todas las técnicas se puede denotar el gran interés de informarse, conocer y orientar, por lo que se necesita la motivación y la participación de los jóvenes.

A la finalización y durante de cada taller se realizará listas de asistencia en la cual podrán anotar algún número de referencia, es así que con esos datos se podrá crear un grupo de WhatsApp y quien lo administra (Encargado de Centro de Información Juvenil) podrá difundir las actividades y novedades que existan en el CIJ. Con este medio de información también se pretende integrar jóvenes de acuerdo a sus creencias y actitudes.

#### **6.7 EVALUACIÓN DE LOS TALLERES**

Esta fase consiste en evaluar la eficacia o no de los talleres

- Líneas de acción: serán dos: información pública y la movilización social. La primera busca difundir y exponer lo aprendido en los talleres y la segunda motivar a las audiencias secundarias hacia una comunicación participativa.
- Duración: después de los talleres.

## **6.8 LOGROS GENERALES**

- Propuesta de talleres de información a los jóvenes motivando la participación de los mismos.
- Información de forma indirecta a los padres de familia, facilitadores, junta de vecinos y responsables municipales.
- Capacitación basada en teorías de la comunicación.

## **6.9 VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

- La validación de la propuesta se constituye en las actividades que se pretenden realizar en el Centro de Información Juvenil (CIJ), es decir la propuesta comunicacional en base a las diferentes fases y de acuerdo a las posibilidades y realidades de los jóvenes.
- Por consiguiente, es válido y no tiene peligros ni obstáculo para que se efectúe las actividades. Todas las capacitaciones serán en la “Casa Comunal” de la zona “La Merced” no se le obligará a nadie en la asistencia como también en la participación. Cabe recalcar que la población está interesada en el proceso de enseñanza aprendizaje por lo cual cada actividad es reflejada en las capacitaciones están pensados en los jóvenes.
- Las actividades y las ideas están pensadas de acuerdo a las posibilidades y capacidades de las juventudes, esto de acuerdo al diagnóstico ya que la mayoría de la población sabe leer y escribir y se encuentra en proceso o terminó el bachillerato, por lo cual esta referencia hace cuenta de que las juventudes están aptas para las capacitaciones planteadas en el proyecto.

- Además, se cuenta con el apoyo de las autoridades para el proceso de las actividades y también el interés de la población sobre el funcionamiento de un espacio donde las juventudes puedan desarrollarse y formarse.
- Las actividades que se proponen son fruto de la intervención del diagnóstico y para verificar la coherencia lógica de la propuesta y evaluar su viabilidad, se detalla a continuación el cuadro de marco lógico.

## 6. 10 ALCANCES DE LA ESTRATEGIA

El proyecto pretende alcanzar los siguientes aspectos:

- **Alcance al cambio de hábitos:** Este alcance es para que las juventudes lleguen a cambiar los malos hábitos que actualmente realizan. Si bien la estrategia comunicacional pretende aportar a la ayuda y solucionar el problema con desinformación también trata de que la población cambie o que exista un cambio en cada uno de los jóvenes ya informados para mejorar la calidad de vida.
- **Alcance a optar participar de las actividades del CIJ:** Este alcance es para que la población joven adolescente opte por asistir a las clases y talleres que se realizan. Por otro lado, si bien no encuentran espacios de recreaciones para los mismos, se les invita a que puedan ser partícipes de los espacios del C.I.J. es un lugar donde pueden realizar diferentes actividades con asesoría que en este caso son los facilitadores.
- **Alcance al impacto social:** Este alcance pretende que exista un cambio en la sociedad, este fin es para que se mejore la calidad de vida como también el aspecto de la población joven. Que la zona sea como un ejemplo a seguir para otras vecindades donde existe similar problema.
- **Alcance a la participación de la población:** Este alcance es para que las juventudes puedan ser más participativos en la zona no solo para el proyecto sino para la comunidad. Su aporte es necesario para saber sus necesidades o bien para que exista una comunicación mutua. El hecho que al vecino le cuesta entablar conversación hace más dificultoso la comunicación. Entonces lo que se pretende

es que la población pierda el miedo o bien hable para podernos comunicar con más facilidad.

## **6.11 HORIZONTE DE TIEMPO**

### **6.11.1 A MEDIANO PLAZO**

- **Información adecuada de las actividades del CIJ.** - Lo que se quiere es que la población llegue a obtener la información correcta. Que todas las dudas y vacíos que presenten sean informadas.
- **Estrategia comunicacional con el uso de los materiales impresos.** - Lo que se quiere es que el volante y el tríptico le sirvan de información frecuente para tener una alternativa de capacitarse. Cabe mencionar que con la ayuda de las capacitaciones y dinámicas didácticas aportará de gran manera los materiales impresos para su fácil implementación.

### **6.11.2 A LARGO PLAZO**

- **Mejorará la armonía entre las juventudes.** - las relaciones humanas entre jóvenes y padres de familia aumentarán de forma progresiva.
- **Disminución de la deserción escolar.** - por lo que muchos jóvenes y adolescentes dejan el estudio por la pérdida de año llamado así en la curricular educativa y con el apoyo que se brinda en el Centro de Información Juvenil Periférica se pretende y la población en general disertante disminuirá paulatinamente.
- **Mejorar la calidad de vida.** - La calidad de vida habrá mejorado ya que la población sentirá que se siente útil y no solo es desarrollarse académicamente, sino que artística y culturalmente, al mismo tiempo podrá ser capacitado en diferentes áreas.

## **6.12 EXTENSIÓN**

La extensión del proyecto será alrededor de 6 meses de capacitaciones en las cuales estos cursos serán frecuentes. El desarrollo progresivo del proyecto será de acuerdo al avance de la participación juvenil.

Posteriormente se extenderá hasta otros 6 meses más para monitorear el avance y como ha llegado a la población tanto en sus hábitos como en el cambio social y académico. Primeramente se realizará las siguientes inspecciones:

### 6.12.1 EXTENSIÓN DURANTE 6 MESES

Cabe mencionar que estas inspecciones serán 3 y por ende habrá un cambio paulatino por la realidad y contexto actual de la población. Para que haya una probabilidad de éxito estos cambios serán progresivos.

Inspección	Comunidad en general	Grado de participación	Autoridades políticas y padres de familia y jóvenes
<b>1ra inspección:</b> después de un mes de culminar las actividades	Se realizará la inspección a toda zona Calles Plaza principal Unidad Educativa	Se realizará la inspección al centro de información juvenil para medir el aumento de participación juvenil	Se realizará la entrevista de cómo la población ha tomado la propuesta: - Cambios - Repercusiones - Mejoramiento positivo
<b>2da inspección:</b> al 3er mes	Se realizará la inspección a toda zona Calles Plaza principal Unidad Educativa	Se realizará la inspección al centro de información juvenil para medir el aumento de participación juvenil	Se realizará la entrevista de cómo la población ha tomado la propuesta: - Cambios - Repercusiones - Mejoramiento positivo
<b>3er inspección:</b> al 6to mes	Se realizará la inspección a toda zona Calles Plaza principal Unidad Educativa	Se realizará la inspección al centro de información juvenil para medir el aumento de participación juvenil	Se realizará la entrevista de cómo la población ha tomado la propuesta: - Cambios - Repercusiones - Mejoramiento positivo

## **CAPITULO VII**

### **7. CONCLUSIONES**

De acuerdo a los objetivos planteados a inicio de este proyecto de grado se llegó a las siguientes conclusiones:

Se realizó un estudio diagnóstico a los jóvenes comprendidos entre los 14 a 18 años de la zona La Merced para detectar conocimientos actitudes y prácticas que poseen estos respecto al tema de las juventudes.

En cuanto al espacio físico del Centro de Información Juvenil Periférica, los jóvenes no tenían conocimiento de este centro y desconocían las actividades que se desarrollan en dicha institución. Al principio los jóvenes se mostraban reacios en ser encuestados, pero con la confianza emprendida en ellos se hizo más sencilla el trabajo de investigación.

Es sorprendente saber que los jóvenes solo participan de las actividades en sus unidades educativas y no así en instituciones ajenas a ellos. Una buena parte de las y los jóvenes, en su tiempo libre acude a la cancha o al internet, pero la otra parte, tal vez desperdiciando su tiempo en actividades poco fructíferas. El restante se queda en casa dedicándose al ocio en la cual sus padres ven que es perjudicial el hecho que no estén utilizando su tiempo en algo que les puede servir.

Hablar de participación juvenil en la zona “La Merced” se hace un poco complejo al momento de indagar en las actividades cotidianas a los jóvenes, pero cuando se les brinda información eficiente de las actividades que ellos mismos pueden descubrir se les hace exquisito saber que ellos pueden desarrollarse independientemente; es decir, que hagan lo que les gusta en cuanto al arte, deporte y cultura.

El Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.) brinda espacios para las juventudes de acuerdo a un currículo diseñado para cada macrodistrito y de acuerdo a las necesidades de las juventudes, si bien el centro de información juvenil periférica hasta la fecha no cuenta con una amplia participación de jóvenes que es el público meta de este



centro. Sin embargo, se está trabajando para que dicho espacio crezca y sea para el beneficio de las y los jóvenes.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en esta investigación se determinó que la mejor manera de encarar los problemas identificados era a través de la realización de un taller informativo para ampliar conocimientos y concientizar a los jóvenes acerca de las actividades que el Centro de Información Juvenil Periférica desarrolla.

El uso de trípticos y volante fue efectivo para alcanzar los objetivos propuestos. El volante nos sirvió para difundir mensajes de acuerdo a la edad y el tríptico nos sirvió como intercambio de información y el contexto cultural de los jóvenes, facilitaron el diálogo y el intercambio personal de experiencias

Con los talleres se logró dotar de información a los jóvenes respecto a las actividades que realiza el CIJ Periférica. Esta información se convirtió en conocimiento que fue sometido a un proceso de discusión, análisis y reflexión entre los jóvenes quienes intercambiaban puntos de vista al respecto. Los jóvenes pudieron expresar su realidad de acuerdo a las temáticas e información y la apatía que en cierto modo les producía porque sentían que ellos no tienen por ejemplo talentos o no son semejantes para construir un país de cultura, deporte o arte.

Mediante la estrategia se logró que las y los jóvenes cambien la actitud hacia poder participar de las actividades que se realizan en el Centro de Información Juvenil Periférica, con eso comprendieron la importancia de la existencia de este espacio.

La estrategia de comunicación desarrollada aquí, ha sido resultado de estas consideraciones; se cree que para mejorar la participación de los jóvenes de forma cualitativa es necesario ahondar en la educación alternativa: no desde la perspectiva tradicional de enseñanza, sino desde una perspectiva en la que él o la joven transforme lo que aprende. se ha visto conveniente diseñar e implementar la estrategia de comunicación, pues es esencial; también dentro del ámbito educativo, no solo en referente a la participación. Como se puede advertir la estrategia comprende dos áreas de

estudio, la comunicación y la educación ambos se vuelcan sobre el tema de participación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Anguera M. (1985). Investigación cualitativa y cuantitativa. Madrid-España.pág 24.
- Beltrán L.R. (1980). Un Adiós Aristóteles: La comunicación Horizontal. Traducción realizada por la Universidad Católica Boliviana del original en inglés en la revista comunicación La Paz –Bolivia. P. 33
- Beltrán L. R. (2001). Democracia y comunicación. La Paz-Bolivia.
- Beltrán L.R. (2005). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un encuentro del siglo. La Paz. P. 10
- Cepal. (2005). Metodología del Marco Lógico para la planificación. Santiago de Chile. Edit. Arte y papel. P 20.
- Contreras E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la Planeación estratégica. P. 163.
- Camacho, Dávila, comunicación masiva. de la audiencia a la competencia, 4ta edición, La Paz. 2010. P. 67
- Congreso 12 ° virtual de psiquiatría 2011
- Consejo de la juventud España. 2004 formas de participación guía didáctica educación para la participación. P. 7,8,9,10,11
- Diccionario de la Lengua española (2004)
- Durandin, G. (2000). La información, la desinformación y la realidad. P.3.
- Fernández Batanero. (2005). Cómo Construir un Currículo para todos los Alumnos, citado por López de la cruz en revista cultural. Lebrija P. 1.

- García Franco. J. (1998). El concepto de información: Una aproximación transdisciplinar. Revista general de información y documentación. Vol. 8.p. 308, 309.
- Gonzales V. (2000). Profesión del comunicador. Cuba. Edit. Pablo de la corriente. P 28.
- Gemito, Elena. 1993. “Educación a Distancia un reto en Bolivia. Centro de documentación Ceiba Centro Bolivia. Investigación y Acción Educativa”. La Paz, Bolivia: Edición latina.
- Gumucio, Alfonso. 2001. Haciendo Olas. Historia de la comunicación participativa para el cambio social. Plural; Estados Unidos.
- Hueso Andrés y Cascant Josep,2012, Argentina, P. 1,2
- INE. (2012). Instituto Nacional de Estadística censo de población y vivienda. La Paz, Bolivia.
- Luis Ramiro Beltrán 1979, ensayo Adiós Aristóteles, la Comunicación Horizontal. editorial universidad, Michigan México. P. 84 y 85
- Kaplun M. (1983). Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación. Santiago de Chile. Edit. Ciespal, P. 30.
- Kaplun M. (1998). El comunicador popular. Quito–Ecuador. Edit. Ciespal. P 44.
- Kaplun M. (2002). Una Pedagogía de la Comunicación. Edit. Caminos. P 17.
- KAPLÚN, Mario. (1985). El Comunicador Popular. Quito, Ecuador: Ciespal.
- Mendicoa G. (2003). Sobre Tesis y Tesistas. Argentina. Edit. Espacio. P 99-106
- Munch y Ángeles. (2000). Métodos y Técnicas de Investigación. México D.F. Trillas, P. 34 y 35.

- Nueva Constitución Política del Estado Plurinacional (2010)
- Prieto Daniel. (1999). La comunicación grupal. Argentina. P.103.
- Ramírez I. (2013). Aportes de la metodología de la investigación. Enfoque crítico. Edit. Prisma. México. P. 67-68.
- Real Academia de la Lengua Española 2006 Pág., 45.
- Rodríguez G. (1976). Metodología de la investigación cualitativa. Edit. Ajibe, P. 36.
- Rodríguez J. (2007). Guía de elaboración de Proyectos,P. 2.
- Sampiere, R. (2003). Metodología de la investigación. 3ra edición. México D.F.
- Segarra M. Y Bou J.C. (2005). Conceptos tipos y dimensiones de conocimiento, Configuración del conocimiento estratégico. 2da edición, P. 178.
- Torrico E. (1997). La tesis en la comunicación, elementos para elaborarla. La Paz-Bolivia. Edit. Plural, P. 32.
- Torrico Erick.1997. Pensamientos sobre la Teoría Sociocrítica, P., 78,79.
- Unesco 2009. Comunicación, 9. 118.
- Ministerio de Educación. Dirección General de Educación. Edición Ciespal. Javier Reyes 1979 pág. 34.
- Ministerio de Educación, Educación no formal taller sobre actualización en taller no formal, versión preliminar centro de documentación radio san Gabriel 1980 La Paz Bolivia. P 57.
- Martínez, e. y Gonzalez a. 2009. La comunicación digital: nuevas formas de lecturaescritura. Revista Quaderms Digitals pag.63.
- Tafur Raúl. 1994, Introducción a la Investigación Científica. Lima Perú, P.

89,90

- Plan Sectorial de Juventudes municipio de La Paz 2013
- Plan Nacional de las Juventudes, para vivir bien, La Paz, Bolivia. 2013.

**Documentos recopilados. -**

- Ley nacional de la juventud Bolivia, Bolivia 2013
- Ley 256 ley municipal de las juventudes, La Paz. 2018
- Dossier estadístico del municipio de La Paz, dirección de planificación GAMLP. 2017
- Personalidad jurídica de la zona La Merced de 2003.
- Convenio interinstitucional entre el Instituto de Juventud y la junta de vecinos para el funcionamiento del CENTRO DE INFORMACIÓN JUVENIL PERIFÉRICA.
- Misión y visión del Instituto de la juventud.
- Datos de los estudiantes de los establecimientos, La Merced, Irene Nava Castillo, Nueva Jerusalén.
- Datos sobre la estructura y organización, asistencia de los estudiantes del Centro de información Juvenil Periférica.
- Datos obtenidos de informes, sobre las actividades que se desarrollaron antes de la intervención del proyecto.
- Presupuesto del Instituto de la Juventud.
- Organización del Instituto de la Juventud.

**Entrevistas realizadas. –**

- Juan Cruz, presidente de la junta de vecinos de la zona La Merced 3 de mayo de 2018
- Oscar Navia, director de la Unidad Educativa “La Merced” 4 de mayo de 2018

- Laura Asistiri, responsable municipal del centro de información y formación juvenil Periférica. GAMLP. 3 de mayo de 1018
- Daniela Ortiz gerente del Instituto de la Juventud. GAMLP. 4 de mayo 2018
- Susan Ramos Calle, líder juvenil Periférica. 9 de mayo 2018.
- Vanessa Mercado Mamani. Madre de familia y vecina de la zona La Merced.
- Fredy Sanjinés, coordinador casa comunales “Barrios y comunidades de verdad” GAMLP macrodistrito Periférica.