



**EL PODCAST COMO UNA HERRAMIENTA PARA VISIBILIZAR EL
EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES A TRAVÉS DE EMPRENDIMIENTOS DE
ARTESANÍAS Y MANUALIDADES EN CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER**

CARMEN CELINA GUTIÉRREZ CALDERÓN

LINA FERNANDA LÓPEZ CÁRDENAS

LESZLIE NOREYNIS VIDES NAVARRO

COMUNICACIÓN SOCIAL, AMPLIACIÓN CÚCUTA

NORTE DE SANTANDER

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

2023



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co

SC-CER96940



**EL PODCAST COMO UNA HERRAMIENTA PARA VISIBILIZAR EL
EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES A TRAVÉS DE EMPRENDIMIENTOS DE
ARTESANÍAS Y MANUALIDADES EN CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER**

CARMEN CELINA GUTIÉRREZ CALDERÓN

LINA FERNANDA LÓPEZ CÁRDENAS

LESZLIE NOREYNIS VIDES NAVARRO

Tutora

C.s. Mg. MARÍA ESPERANZA RODRÍGUEZ SUÁREZ

Modalidad de trabajo de grado: Producción para Medios de Comunicación Radio

COMUNICACIÓN SOCIAL, AMPLIACIÓN CÚCUTA

NORTE DE SANTANDER

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

2023



SC-CER96940

“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Resumen

En Cúcuta, Norte de Santander, existen algunos retos asociados con el desempleo y la informalidad laboral que han posicionado a las mujeres cabeza de familia como emprendedoras naturales, líderes de sus entornos familiares y comunitarios. La presente investigación sustenta el proceso de producción del seriado podcast denominado ‘Mujeres que cuentan historias a través de su arte’, un espacio sonoro creado para visibilizar el empoderamiento femenino que tiene lugar cuando se construyen sinergias a partir de las habilidades y tradiciones manuales como fuente de desarrollo para incentivar la autonomía económica de las artesanas.

En su estructura, se presentan los referentes sociales y contextuales que describen el problema comunicativo, en el cual básicamente se identifica que las plataformas digitales con sus diferentes formatos son una oportunidad para incrementar el reconocimiento y posicionamiento de las marcas locales. Sin embargo, no siempre son direccionadas de esa forma porque existe desconocimiento, una brecha generacional o falta de interés en torno a esta clase de historias, puesto que en los medios de comunicación tradicionales se presentaba a las mujeres de formas estereotipadas y limitantes.

En la metodología se describe un análisis cualitativo articulado por medio de técnicas como la entrevista semiestructurada. En ese sentido se consultaron ocho protagonistas, quienes se dedican a diferentes expresiones artísticas enalteciendo las tradiciones familiares, a partir de las cuales se configuraron ocho episodios que narran sus orígenes, motivaciones y consejos para otras emprendedoras, buscando además que puedan incrementar el alcance en el reconocimiento de sus marcas y darse a conocer ante nuevos consumidores. La serie se transmitió por las emisoras Atalaya 96.2 FM y Radio San José de Cúcuta 1160 AM.

Palabras clave: empoderamiento femenino, emprendimiento, artesanías, plataformas digitales, podcast.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Abstract

In Cúcuta, Norte de Santander, there are some challenges associated with unemployment and labor informality that have positioned women heads of household as natural entrepreneurs, leaders of their family and community environments. This research supports the production process of the podcast series called 'Women who tell stories through their art', a sound space created to make visible the female empowerment that takes place when synergies are built from the skills and manual traditions as a source of development to encourage the economic autonomy of craftswomen.

In its structure, the social and contextual references that describe the communicative problem are presented, in which it is basically identified that digital platforms with their different formats are an opportunity to increase the recognition and positioning of local brands. However, they are not always addressed in this way because there is a lack of knowledge, a generation gap or lack of interest in this kind of stories, since in traditional media women are presented in stereotypical and limiting ways.

The methodology describes a qualitative analysis articulated through techniques such as semi-structured interviews. In this sense, eight protagonists were consulted, who are dedicated to different artistic expressions, extolling family traditions, from which eight episodes were configured that narrate their origins, motivations and advice for other entrepreneurs, also seeking to increase the scope in the recognition of their brands and make themselves known to new consumers. The series will be broadcast on Atalaya 96.2 FM and Radio San José de Cúcuta 1160 AM.

Key words: female empowerment, entrepreneurship, handicrafts, digital platforms, podcast.



SC-CER96940

“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Tabla de Contenido

Capítulo I Problema	12
1.1 Contextualización	12
1.2 Descripción del problema comunicativo	18
Capítulo II Marco Teórico.....	22
2.1 Antecedentes.....	22
2.1.1 Internacionales	22
2.1.2 Nacionales.....	27
2.1.3 Locales	33
2.2 Marco Teórico	37
2.2.1 Radio	37
2.2.2 Podcast	44
2.2.3 Educomunicación.....	49
2.2.4 Equidad de género.....	53
2.2.5 Emprendimiento y empoderamiento femenino.....	57
Capítulo III Propuesta de producción.....	60
3.1 Presentación de la Propuesta	60
3.2 Objetivo	62
3.4 Cronograma de Producción	63





3.5 Etapa de Preproducción	63
3.5.1 Selección de temas y fuentes a consultar	63
3.5.2 Método de investigación	64
3.5.3 Guiones requeridos para la producción.....	66
3.6 Etapa de Producción	91
3.6.1 Grabación material sonoro y registro fotográfico	91
3.6.2 Selección y análisis del material	93
3.7 Etapa de Postproducción.....	93
3.7.1 Edición y montaje de la producción radiofónica	93
3.7.2 Ficha técnica	94
3.7.3 Evidencia de la emisión de las producciones radiofónicas	100
3.7.4 Portada podcast	102
Capítulo IV Conclusiones y Recomendaciones	106
4.1 Conclusiones.....	107
4.2 Recomendaciones	109
Referencias Bibliográficas	110





Lista de Tablas

Tabla 1 Cronograma.....	63
Tabla 2 Selección de fuentes y temas a consultar	63
Tabla 3 Guion podcast primer episodio tejiendo sueños.....	66
Tabla 4 Guion segundo episodio juventud emprende	58
Tabla 5 Guion podcast tercer episodio creando con los ojos del alma	72
Tabla 6 Guion podcast cuarto episodio dándole vida a la creatividad.....	75
Tabla 7 Guion podcast quinto episodio dando vida a la arcilla	78
Tabla 8 Guion podcast sexto episodio retoques llenos de magia.....	82
Tabla 9 Guion podcast séptimo episodio la naturaleza del arte	85
Tabla 10 Guion podcast octavo episodio bordando ideas y recuerdos	88
Tabla 11 Ficha técnica primer episodio	94
Tabla 12 Ficha técnica segundo episodio.....	95
Tabla 13 Ficha técnica tercer episodio	95
Tabla 14 Ficha técnica cuarto episodio	96
Tabla 15 Quinto episodio	97
Tabla 16 Ficha técnica sexto episodio.....	97
Tabla 17 Ficha técnica séptimo episodio	98
Tabla 18 Ficha técnica octavo episodio	99



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Lista de Figuras

Figura 1 Realización entrevista a Isabel Gutiérrez (Bisutería Creaciones Iza).....	91
Figura 2 Realización entrevista a Luz Esperanza Mojica (Tienda Artesanías Jireth).....	92
Figura 3 Evidencia fotográfica edición podcast desde Adobe Audition	93
Figura 4 Carta Atalaya 96.2 FM	95
Figura 5 Carta Radio San José de Cúcuta.....	96
Figura 6 Portada Podcast.....	97
Figura 7 Portada primer episodio	97
Figura 8 Portada segundo episodio	98
Figura 9 Portada tercer episodio.....	98
Figura 10 Portada cuarto episodio.....	104
Figura 11 Portada quinto episodio	104
Figura 12 Portada sexto episodio	100
Figura 13 Portada séptimo episodio	100
Figura 14 Portada octava episodio	101



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Lista de Anexos

Anexo A. Fotos evidencia entrevistas	123
Anexo B. Cuestionario Entrevista	126



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
 Pamplona - Norte de Santander - Colombia
 Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Introducción

El emprendimiento es un tema relevante en la actualidad que convoca el interés de diferentes públicos, especialmente con el ascenso de los formatos, productos o servicios que se promueven a través de los canales digitales. En esa línea se ha identificado que las artesanas emprendedoras de la ciudad de Cúcuta han ganado reconocimiento en años recientes gracias al impacto socioeconómico de su labor emprendedora, esto a través de diferentes estrategias digitales y organizativas, de las cuales se hace eco la serie podcast producida en el marco de este trabajo de investigación.

En primera instancia, este documento presenta la situación problema en torno a lo que ha sido el camino recorrido para la construcción de la equidad de género a nivel internacional, los indicadores que son relevantes en el entorno nacional y las dinámicas que inciden en la conformación de nuevos negocios liderados por mujeres a nivel local. Así mismo, se describe el potencial de las plataformas multimedia para aumentar el alcance de los emprendimientos al darlos a conocer, en el caso del mercado artesanal, ante nuevos potenciales clientes con edades más jóvenes y visibilizar lo que han significado estos proyectos para los proyectos de vida, la dignidad y la economía de sus creadoras.

En el segundo capítulo, se desarrolla el marco teórico dirigido a explorar las investigaciones y publicaciones académicas relacionadas con la producción de podcast enfocados en el empoderamiento femenino de los cuales se extrajeron algunas ideas y enseñanzas.



Seguidamente, se configuran los aportes teóricos en torno a temas claves como la radio, el podcast, educomunicación, el emprendimiento o la equidad.

En el tercer capítulo, tiene lugar la presentación de la propuesta enunciando las actividades realizadas para completar la preproducción, producción y postproducción de la serie. En las páginas finales se establecen las conclusiones y recomendaciones generadas a partir del desarrollo del proceso. En conjunto, esta experiencia es una invitación para poner rostro y humanizar las historias detrás del movimiento por el empoderamiento femenino, comprendiendo que no se trata de una expresión de mercadeo solamente, sino que refleja los esfuerzos, horizontes y posibilidades que se han abierto para ellas, quienes cuidan, construyen, tejen, moldean e imaginan una ciudad mejor.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Capítulo I Problema

1.1 Contextualización

Las mujeres son un grupo poblacional que ha enfrentado históricamente a nivel global discriminación, control social, barreras y limitaciones según la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2021). En ese sentido la conquista de sus derechos de autonomía, libertad y participación, han sido el resultado de luchas a cargo de movimientos sociales, los cuales empezaron a despuntar de la mano con los colectivos feministas, los cuales emergieron en la década de 1840 en Estados Unidos e impulsaron la realización de lo que fue la Primera Convención por los Derechos de las Mujeres en Seneca Falls, Nueva York en 1848, donde el derecho al sufragio era un punto esencial de su agenda.

Hacia 1893, Nueva Zelanda se convirtió en el primer país del mundo en aprobar el derecho el voto. Sin embargo, esa causa tomó varias décadas más en otros países como Gran Bretaña, sólo ocurrió hasta 1918 con varias condiciones, mientras que en Estados Unidos se aprobó en 1920, aunque solo para las mujeres de raza blanca, mientras que las mujeres de raza negra solo obtuvieron este derecho para 1967. Entretanto en Arabia Saudí se formalizó apenas en el 2015, no obstante, las mujeres de esa nación siguen dependiendo de la titularidad de los hombres para todas las decisiones importantes de sus vidas (Amnistía Internacional, 2022).



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



En lo referente a la participación social y política a nivel internacional, continúa siendo un tema relevante hasta la actualidad, donde siguen presentándose problemáticas anacrónicas que son recogidas por ONU Mujeres (2021):

Hoy, 1 de cada 3 mujeres sufre violencia a lo largo de su vida; 830 mujeres mueren cada día de causas evitables relacionadas con el embarazo; sólo 1 de 4 parlamentarios son mujeres a nivel mundial; y hasta 2086 no se cerrará la brecha salarial si no se contrarresta la tendencia actual. La desigualdad de género es endémica (2021, párr. 35).

De la misma forma son muchos los retos en materia de trabajo para las mujeres, quienes empezaron a incorporarse a la fuerza laboral tímidamente desde la Revolución Industrial, pero de forma masiva a raíz de la I y la II Guerra Mundial, cuando los hombres partieron al campo de batalla y fueron ellas quienes los sustituyeron en las fábricas para garantizar la continuidad de la producción, evitando así el derrumbe de la economía. Fue precisamente para esa época que surgió el famoso cartel con la ilustración creado por Miller (1943) que señalaba ‘We can do it’ o ‘podemos hacerlo’.

Con el paso del tiempo, se han detectado innumerables techos de cristal, una metáfora propuesta por Marilyn Loden (1978) que designa las barreras que no suelen ser reconocidas por las instituciones o empresas empleadoras, pero que limitan el potencial y el ascenso de las mujeres, entre las cuales se destacan menores salarios, baja tasa de puestos directivos,



compaginar el ejercicio profesional con la experiencia de la maternidad (como se citó en BBC Mundo, 2017).

En esa medida se han fortalecido líneas de investigación en torno al feminismo interseccional (Lázaro y Jubani, 2017) que se enfoca en las condiciones diversas y particulares que experimentan las mujeres en diferentes tipos de estructuras sociales, por lo cual el racismo, el clasismo, se manifiestan como formas de poder opresoras que favorecen la exclusión basada en prejuicios que son tomados como verdades o normas sociales en diferentes partes del mundo, influenciando sus políticas públicas, sistemas sociales, entre otros aspectos claves.

Ante la posibilidad y necesidad de efectuar análisis diferenciados, la realidad de las mujeres trabajadoras en América Latina no es la misma que la de las mujeres en Nueva Zelanda o Suecia, países reconocidos por sus logros en cuanto a la paridad de género. Según cifras de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), “En los últimos 50 años, la participación laboral femenina pasó de 20% a 65%” (2022, p. 18), aunque más del 70% permanece en la informalidad, lo cual reduce sus garantías de autosuficiencia, superación de la pobreza, acceso a salud, pensión o la construcción de una estabilidad económica confiable.

En Colombia, el empoderamiento económico de las mujeres enfrenta unos retos específicos asociados con la brecha de género, puesto que la participación de los hombres en el mercado laboral alcanza el 74% y ellas lo hacen en un 54% de los casos, incluso aunque están más educadas en lo referente a los años de formación y escolaridad, pero tienen una carga



invisible y no remunerada asociada con el cuidado familiar que disminuye su participación. “Las mujeres dedican únicamente 5,6 horas al día al trabajo remunerado, en comparación con las 7 horas que dedican los hombres en promedio” (Universidad Externado de Colombia, 2021, párr. 5).

Por su parte, durante el primer semestre del 2022 “la tasa de desempleo femenino pasó de 17,1% a 14,5%, en contraste con 10,4% a 9% para hombres” (DANE, 2022, p. 27). En esa línea mientras la tasa de los hombres alcanzaba un dígito, la tasa femenina es de dos dígitos y los superaba en más del 5%.

En el contexto de Cúcuta, Norte de Santander, esta ciudad alcanza la brecha más amplia del oriente colombiano con una diferencia porcentual del 3.7% por encima de Santander, Cundinamarca, Boyacá o Meta porque la tasa de desempleo para los hombres es del 11.7% y en las mujeres del 15.4%. Asimismo, en la ciudad, el 90% de las mujeres dedica hasta 7 horas y 54 minutos a trabajos no renumerados, pero los hombres solo destinan 3 horas y 17 minutos (Diario La Opinión, 2023).

De hecho, varias mujeres locales han optado por emprender ante la falta de oportunidades y son ellas quienes mayoritariamente lideran los microemprendimientos de la región. Así lo ha registrado el Grupo de Altos Estudios de Frontera (ALEF), de la Universidad Simón Bolívar (2019), quienes asociaron este estilo de vida con una cifra entregada por el DANE (2019)



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



señalaba que el 44% de las mujeres eran jefes de hogar en la ciudad, siendo responsables de la economía de sus familias.

Sin embargo, el emprendimiento al ser una actividad que apunta a “ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita” (Ávila, 2021, p. 35) es una actividad económica desafiante debido a sus características ligadas con la innovación, creatividad, incertidumbre, competitividad y estabilidad, lo cual las motiva a ser recursivas, desarrollar diferentes habilidades y confiar en su propuesta de valor.

En el ámbito de los micronegocios locales, un área que ha venido experimentado un apoyo institucional relevante es el sector artesanal, donde las mujeres creadoras y emprendedoras son las protagonistas. En ese sentido la Secretaría del Banco del Progreso en alianza con Artesanías de Colombia, viene desarrollando programa para fortalecer los oficios culturales que contribuyen a cuidar la identidad del municipio con sus estéticas, técnicas y tradiciones, ofreciéndoles capital semilla, así como asesoría técnica en diseño, producción y comercialización (Artesanías de Colombia, 2021).

En el marco de esa iniciativa se han visibilizado las artesanas de la ciudad quienes se ocupan de áreas tan diversas como “tejeduría, joyería, bisutería, metalistería, cerámica, talla en madera, trabajos en cuero y en cacho, entre otros” (Cúcuta Cultural, 2022) y han participado de la Feria Alborada: Mercado Artesanal, encontrando en este espacio una vitrina de promoción, pero



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



también, se han atrevido cada vez más a buscar medios de difusión alternativos para dar a conocer su trabajo.

En la ciudad, se ha evidenciado que las mujeres que se dedican a la artesanía lo hacen en parte por ser una herencia familiar, donde sus abuelas, madres o tías compartieron alguna técnica ancestral con ellas; otras la descubrieron de forma aleatoria en la juventud buscando nuevas fuentes de ingreso, aunque en conjunto todas comparten la necesidad de conectar y crear un mercado interesado en sus creaciones. En ese horizonte las plataformas digitales de acceso gratuito son de gran ayuda.

De acuerdo con los investigadores Romo, Erazo, Narváez y Moreno (2020), “las estrategias digitales proporcionan un direccionamiento adecuado sobre el uso de los medios comunicacionales para cumplir con la visión y objetivos de la empresa” (p. 24). En este caso las emprendedoras buscan darse a conocer en nuevos segmentos que les permitan incrementar el posicionamiento de sus marcas, así como las ventas de sus productos, cada vez más, desarrollan perfiles en redes sociales y buscan ampliar sus redes de difusión al participar de nuevos espacios de comunicación.

En este contexto los podcasts se presentan como un formato adecuado para compartir sus historias de vida, el origen y el valor agregado de sus proyectos. En la perspectiva de Ortiz, Moreno y Vargas (2022) es un medio nativo digital que al construirse como medio independiente se inspira en la cultura colaborativa para la narración de relatos que celebren o enriquezcan la



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



identidad de las comunidades. En ese esfuerzo busca desarrollar una agenda con temáticas propias de énfasis alternativo que permita dar a conocer aspectos significativos para la sociedad.

No obstante, las artesanas no siempre saben cómo utilizar las herramientas de comunicación digital pues existen brechas generacionales al respecto. Tampoco saben cómo llegar a los creadores de contenido digital y, en ocasiones, su proceso para darse a conocer en las redes les toma un tiempo considerable. En esa medida, poner al servicio de ellas, opciones de comunicación digital, menos conocidas a nivel local, pero con un público creciente, puede ser una estrategia de valor para ellas y sus negocios.

1.2 Descripción del problema comunicativo

Las emprendedoras del sector artesanías y manualidades en Cúcuta, Norte de Santander, tienen el propósito, pero también el desafío, de visibilizar su marca y propuesta de valor, lo cual, al no contar con suficiente presupuesto para invertir, demanda mayores dosis de pensamiento disruptivo, abandonando el pensamiento lineal que señalaba que solo podían darse a conocer a través de los medios tradicionales: Radio, prensa o televisión.

En pleno siglo XXI, los emprendimientos tienen acceso a diferentes plataformas digitales lo que en algunos casos les genera nuevas exigencias, puesto que cada red social puede contribuir al cumplimiento de objetivos específicos, además que cada una puede tener públicos diferentes, aunque permiten desarrollar una presencia digital constante, posicionamiento de marca, contacto con el cliente y ventas, entre otros.



Generalmente su presencia se asocia con las redes sociales, pero existen otros escenarios digitales de valor para los emprendedores como son los podcasts, un formato creado en el 2004 como una solución tecnológica encaminada a retransmitir inicialmente los programas de las emisoras de radio. El término fue propuesto por el periodista británico Ben Hammersley, pero su auge solo se dio entre los años 2012 y 2014 cuando la empresa Apple incluyó en sus dispositivos Iphone una aplicación para escucharlos logrando 5 millones de descargas durante el primer mes (McHugh, 2021).

De hecho, el podcast es un formato que permite visibilizar los emprendimientos culturales y creativos porque según lo ha explicado Saborío (2018) suele especializarse en temáticas que encuentran un nicho de oyentes, los cuales desean conocer más, profundizar en diferentes aspectos de su área de interés y tomar acción en torno a la construcción de comunidades digitales o presenciales que contribuyan a la evolución o consolidación de un sector determinado.

Por otra parte, su adopción en América Latina y países como Colombia tomó otro ritmo a partir del 2020 donde su exposición aumentó en la región en un 142% según el informe '*Voxnest, State of the Podcast Universe Report*', en cuanto al país es uno de los mercados con mayor crecimiento en la escucha de podcast junto a España y México contando con oyentes entre los 25 y 44 años principalmente (Podcaster@s, 2022).

Las características de este formato que han incrementado su atractivo para la audiencia, radican en su libertad para contar historias, elegir temáticas novedosas, visibilizar a quienes no



tienen voz, se puede escuchar en cualquier momento y lugar, construye narraciones evocadoras que conectan emocionalmente, profundiza y ofrece contexto, entre otras, que lo convierten en un espacio pertinente para comunidades que buscan incrementar su impacto social (Rodríguez, 2022).

Ahora bien, en Cúcuta las emprendedoras encuentran en la generación de contenido digital (influenciadores y *podcasters*) canales potenciales para compartir su trabajo, visibilizar sus propósitos creativos y comerciales, así como ampliar su radio de influencia con otros segmentos de la población. Por ejemplo, si normalmente venden sus productos a personas mayores de 40 años, es por medio de las plataformas digitales que pueden hablarle de forma directa a clientes más jóvenes.

En contraste, las mujeres artesanas público clave de este proyecto de investigación, desconocen en gran medida la existencia, producción y escucha de los podcasts, lo asocian de forma general con la experiencia radial clásica, pero no reparan en las particularidades estratégicas que los convierten en un formato compatible para poner de manifiesto los orígenes, motivaciones y dificultades que viven en el día a día para cumplir con su labor.

En el campo artesanal se presentan diferentes elementos y componentes intangibles que dificultan la percepción de valor por parte del mercado, en ese sentido no siempre los clientes consiguen apreciar las horas de trabajo, la creatividad y el valor único de una pieza elaborada a mano, sin intervención de máquinas industriales, tampoco logran dimensionar el impacto que



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



estos proyectos tienen en la calidad de vida de sus creadoras, familias, vecinos y comunidades al ser su principal fuente de ingresos.

Asimismo no siempre los artistas tienen la experiencia para expresarse en público y desarrollar o publicar mensajes en los canales digitales que contribuyan positivamente a la difusión exponencial de sus emprendimientos, de tal forma que producir un podcast en el que confluyan los aspectos creativos, pero también la humanidad de las artesanas, destacando sus sueños y motivaciones, es una forma de captar nuevas audiencias, quienes las van a conocer no solo como creadoras sino también como mujeres trabajadoras que han superado retos, pero que siguen adelante.

En la perspectiva de Ramos (2022) “en las narrativas digitales son las personas participantes quienes realizan la reflexión y el relato de lo que quieren expresar y compartir” (p. 128) eso es lo que se propone en este ejercicio de producción de una serie podcast, un espacio para visibilizar el empoderamiento, las transformaciones y los impactos que el trabajo artesanal ha tenido en un grupo de mujeres locales.

Considerando lo señalado se formula la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo el podcast al ser una herramienta de comunicación digital permite visibilizar el empoderamiento de las mujeres a través de emprendimientos de artesanías y manualidades en Cúcuta, Norte de Santander?



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Capítulo II Marco Teórico

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales

La tesis ‘Monstruas. Desarrollo y difusión de un podcast de entrevistas a mujeres de la farándula chilena discriminadas por la industria de medios’ desarrollada por Catalán (2023) para optar al título de periodismo de la Universidad de Chile. El objetivo general fue desarrollar un medio digital que presentaba la historia de mujeres contrahegemónicas a través de la realización de entrevistas a profundidad.

El diseño de la metodología consistió en un enfoque cualitativo que dirigió la investigación previa para la producción del podcast esto a través de entrevistas a *podcasters*, la aplicación de la técnica llamada Benchmarking comparativo con siete (7) de los espacios digitales sonoros más destacados del país, grupos de discusión con las participantes, entre otros, los cuales en conjunto permitieron configurar temas claves para su desarrollo como la libertad editorial, el tratamiento de contenido, la preocupación por el sonido, el financiamiento o las estrategias de difusión.

En los resultados exponía que para materializar el proyecto fue necesario ocuparse de la línea editorial estructurando el formato y las secciones, definir su identidad sonora con las locuciones, las cortinas, la post producción, etc. Posteriormente, la identidad visual con su



SC-CER96940

“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



imagen corporativa y las portadas de los episodios, así como su distribución en distintas plataformas y redes sociales.

El aporte del documento fue reflexivo porque describe de forma abierta y detallada el nivel de reto de crear medios digitales interesados en contar nuevas dimensiones de lo femenino, especialmente en contextos como América Latina. Asimismo, propone una ruta de conceptualización y producción que sirve de ejemplo para construir un podcast considerando su naturaleza multidimensional en lo técnico, creativo, social y periodístico.

En Chile se produjo el podcast denominado ‘Atlas Textil’ una serie de diez (10) episodios dedicados a visibilizar la labor de las mujeres artesanas de la Patagonia, especialmente de la región de Aysén. Este espacio fue ideado por Camus y Silva (2022) una periodista e historiadora junto a una docente y tejedora, quienes obtuvieron el apoyo de parte de una convocatoria liderada por el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y de Las Artes.

La metodología consistió en investigar y presentar historias de vida, puesto que cada una de las mujeres invitadas comparten sus primeros aprendizajes en el oficio, las anécdotas con sus madres o maestras, su conexión con el entorno natural, su vida cotidiana e inspiración, así como su técnica textil.

Entre sus resultados lograron transmitir el espacio a través de una emisora comunitaria, Radio Santa María para que los miembros de la población tuvieran acceso, pero también lo subieron a la plataforma de Spotify para que llegara a cualquier parte del país, el continente y el



mundo. Sus hallazgos también reflejan su compromiso de compartir las historias silenciosas de sus protagonistas, quienes preservan la identidad y la cultura, sin recibir el reconocimiento que merecen.

El aporte fue sustancial porque es uno de los referentes claves para la realización de la presente propuesta en cuanto al manejo de los relatos, consiguiendo que las invitadas se sientan cómodas y tranquilas para compartir sus experiencias, consiguiendo extraer historias maravillosas, edificantes que suman valor a quienes se atreven a conocer más sobre el pasado y el presente de su entorno sociocultural.

La iniciativa de ONU Mujeres (2021) con la producción del podcast ‘Ellas, mujeres con poder en territorios dinámicos’ una serie conformada por diez (10) capítulos dedicados a contar las historias de mujeres que habitan en las zonas rurales de los países centroamericanos de Guatemala, Honduras y El Salvador, quienes comparten sus desafíos y experiencias para garantizar la equidad de género al interior de sus comunidades.

La recolección de la información fue a través de la investigación-acción y el trabajo de campo, acudiendo de forma directa a las regiones apartadas para recabar diversidad de testimonios, además de estudiando a través de la revisión documental lo que eran las políticas públicas de cada nación, generando un análisis crítico acerca de su nivel de reglamentación y aplicación en la realidad.





Los resultados evidenciaron que, en las experiencias de las mujeres consultadas, una dimensión para destacar es el empleo y los ingresos de las mujeres rurales, indígenas, quienes desde la precariedad levantan los proyectos de vida propios y compartidos, pero cuando reciben oportunidades y condiciones justas aportan a la dinamización, el crecimiento de sus territorios.

El aporte fue vital en cuanto al manejo del lenguaje de la producción, usando términos cercanos y accesibles que garanticen a los oyentes el poder situarse en el lugar de las protagonistas del podcast, comprendiendo sus orígenes, imaginando sus retos y aplaudiendo su valentía personal para salir adelante.

El proyecto investigativo ‘Producto sonoro: podcast de mujeres que participaron en el proceso de independencia de la real Audiencia de Quito’ presentada por Bernal (2022) para optar al título de Licenciada en Comunicación, cuyo propósito central era “presentar las historias de las mujeres que participaron en el proceso de Independencia a través de un formato innovador que permita que las historias lleguen a un grupo de personas más amplio y diverso” (p.7).

La metodología fue cualitativa, lo cual implicó adelantar una revisión bibliográfica para consultar libros de historia. En algunos encontraron una presencia mínima para las mujeres y en otras publicaciones un mayor desarrollo con datos claves. Después se aplicaron entrevistas a profundidad con docentes e investigadoras, siendo sus respuestas el insumo clave para la preparación de los guiones.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



En los hallazgos se resaltaba que lograron producir los tres (3) episodios siguiendo un grupo de criterios de excelencia: Estructura, es decir, el ritmo al presentar la información, contenido, en cuanto a su nivel de especialización y claridad, manejo auditivo en lo referente a la pertinencia de los sonidos y efectos, la calidad del audio respecto a la locución y el tiempo planteado de 8 a 10 minutos.

La contribución de esta tesis va principalmente hacia la conceptualización del podcast. En esa medida, la investigación del tema común a las historias y las entrevistadas funciona como un apoyo fundamental para potenciar sus narrativas. En esa línea, la educomunicación es un asunto teórico clave para promover la transformación, la participación y el cambio, lo cual es uno de los resultados esperados con la producción de este nuevo podcast en torno al emprendimiento artesanal femenino en Cúcuta.

La tesis ‘Comunicación y empoderamiento de la mujer: estrategia de comunicación como medio para visibilizar el rol que cumplen las mujeres Yachachiq de Canas (Cusco) en el desarrollo económico local’ presentada por Ruiz (2018) para optar al título de Licenciada en Comunicación para el Desarrollo de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Su objetivo principal era estudiar los impactos que causa la ausencia de estrategias comunicativas en la difusión y el posicionamiento de los colectivos de mujeres.

La investigación contó con una metodología principalmente descriptiva y analítica con enfoque mixto. Las técnicas empleadas fueron la encuesta, entrevistas a profundidad, el análisis



de casos y la observación participante. Las mujeres de la comunidad yachachiq conformaron la unidad de análisis para definir las percepciones que las condicionan o impulsan al ocupar sus actividades o proyectos al interior de la colectividad.

En los resultados, se explicaba que las mujeres no reciben reconocimiento por su aporte al desarrollo económico local que generan con sus iniciativas y que esto desestimula los logros de las generaciones más jóvenes. Asimismo, destacan esa máxima que señala: “lo que no se comunica no existe” y por eso destacan la necesidad de diseñar estrategias que las apoyen en ese sentido.

El aporte del proyecto se manifiesta especialmente en la forma para sistematizar, estructurar y presentar los hallazgos a través de las categorías de percepción, sistemas de relaciones, la presencia en los medios o el reconocimiento como proceso. De esa forma, se profundizó en cada uno de esos elementos, ofreciendo una lectura más completa y bien articulada de los testimonios recolectados, relacionándolos de formas narrativas y asertivas entre sí, dignificando el papel de las mujeres de todas las edades.

2.1.2 Nacionales

El artículo de investigación ‘Mujeres en la radio: una apuesta por el empoderamiento femenino y el cambio social’ de Saavedra, Osorio y Vega (2018), se desarrolló con el objetivo de construir nuevos espacios de diálogo, intercambio y aprendizaje que promueva imágenes menos limitadas o estereotipadas de las mujeres en los medios de comunicación.



La metodología consistió en el diseño mixto que combinó las fortalezas de los enfoques cualitativos y cuantitativos a través del tipo correlacional, interesado en establecer la asociación entre empoderamiento, agencia personal y radio participativa. La muestra fue de 20 mujeres de la ciudad de Barranquilla entre los 17 y 24 años. En las técnicas de recolección, trabajaron con la escala ESAGE (Escala para medir agencia personal y empoderamiento), el grupo focal y la evaluación participativa. El procesamiento de la información se realizó por medio de análisis estadístico y ejercicios de reflexión por parte de las participantes.

En los resultados señalaron que se produjeron seis (6) espacios radiales denominados: Voces femeninas, Típicamente, RadioFem, Infórmate en la U, Girls time y Wonder woman, los cuales fueron transmitidos como podcast a través de una Fan Page de Facebook creada en el marco del proyecto. Hacia el final del proceso, respondieron nuevamente el instrumento ESAGE reflejando un mayor nivel de participación, liderazgo e interés por aportar a la solución de situaciones que tienen lugar en sus entornos más cercanos.

El aporte fue esencialmente teórico porque las investigadoras desarrollan un marco referencial con autores como Bourdieu (2000) o Facio y Fires (2005) claves para contextualizar lo que ha sido la representación femenina tradicional en los medios y la necesidad de posicionar su voz como las narradoras protagonistas dentro de los contenidos actuales.

La tesis ‘La voz del liderazgo femenino un podcast sobre las características de las mujeres líderes en las empresas ganadoras del ranking PAR 2020’ realizada por Arenas (2021) para optar



al título de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana. Su objetivo general apuntaba a identificar y visibilizar los logros empresariales, humanos y personales de las empresarias.

El enfoque de la metodología fue cualitativo y se desarrolló con base en la triangulación de las fuentes consultadas. Primero, la revisión documental de textos e investigaciones relacionadas con el tema de estudio. Luego, la implementación de entrevistas a profundidad con mujeres líderes de organizaciones del país. La muestra estuvo integrada por cinco (5) expertas y en el marco teórico exploraron categorías como: Liderazgo, habilidades emocionales, relacionales, equidad de género y techo de cristal.

En los hallazgos, se describió el proceso de creación del podcast ‘Liderazgo en Femenino’ el cual decidieron estaría dirigido a latinas entre los 15 y 40 años de edad que buscaran conocer los procesos y la diversidad de experiencias de aprendizaje de otras mujeres. En conjunto las invitadas abordaron asuntos en los que iban coincidiendo desde la confianza en sí misma, la validación externa hasta encontrar su propósito o alzar sus voces. En esa medida, la autora destacaba que el espacio permitió resignificar el concepto de liderazgo. Esto favoreció que las oyentes pudieran conectar con el proceso y los logros de las entrevistadas.

La contribución de esta investigación consiste en el entendimiento y el desarrollo del espacio podcast como un escenario para cambiar las reglas tradicionales y generar nuevas conversaciones en torno a los temas de la experiencia femenina, permitiendo que se codifiquen de



formas novedosas, las expectativas, los esfuerzos o las oportunidades que ellas van identificando en sus historias de vida.

Dentro de su labor, Artesanías de Colombia (2022) desarrolla un concurso con el nombre de ‘Contando el Cuento’ el cual tiene como propósito “empoderar a los artesanos en el poder de la palabra, de sus gestos, de la narrativa y empatía” (párr. 6), acción respaldada por el programa de Fortalecimiento Empresarial, Productivo y Comercial de Iniciativas Artesanales para Grupos Étnicos de Colombia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

El desarrollo de esta iniciativa está conformado por dos (2) etapas: En la primera, reciben capacitación para que puedan fortalecer sus capacidades de expresión oral y de venta, permitiéndose expresar con confianza la singularidad y riqueza cultural de sus creaciones. Mientras que en la segunda fase producen un podcast para identificar y construir una narrativa de marca que les resulte propia, natural y creativa en la cual “cuentan una historia que da cuenta del carácter identitario de una pieza” (párr. 9).

En sus resultados han alcanzado la participación de 108 unidades productivas de diferentes regiones del país. Al principio, el foco estaba puesto en los artesanos tradicionales, luego en los jóvenes de las comunidades buscando garantizar el sostenimiento y la evolución de la tradición. Entretanto, la tercera versión estuvo enfocada en las mujeres artesanas.

El aporte de esta iniciativa para la realización del podcast es de gran valor porque identifica de forma estratégica los componentes claves que debe tener una comunicación efectiva



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



para impactar positivamente los emprendimientos de las artesanas, destacando conceptos como son empatía, empoderamiento o singularidad, los cuales fueron tomados en cuenta a la hora de entrevistar a las participantes y construir las narrativas de los episodios.

De hecho, la emisora Blue Radio (2022) en alianza con la empresa tecnológica Meta estrenó el podcast ‘Prueba Beta’ un espacio ideado para resaltar los emprendimientos que las mujeres han logrado construir gracias a herramientas como las redes sociales avanzando en su objetivo de ser independientes económicamente.

Su estructura consistió en tres (3) episodios donde entrevistaron a nueve (9) mujeres quienes desde diferentes sectores e industrias se han abierto camino empleando aplicaciones como Instagram, Facebook o WhatsApp. Una de ellas, era Yadira Jiménez quien lidera el Museo Campesino en Gachancipá, Cundinamarca o Denise Buraye una docente de artística que se convirtió en emprendedora con la marca Cosecha de Corazones en las que elabora en diferentes materiales y vende obras inspiradas en la forma del corazón.

En los episodios se destaca la creatividad, tenacidad y el pensamiento digital de las emprendedoras consultadas, invitando a los oyentes a conocer sus microempresas y motivarlos para que las apoyen con sus decisiones de consumo. Esta serie, aunque breve, comparte un aporte y es el de reflejar una visión que humaniza y empodera el discurso feminista al demostrar que las mujeres no quieren someter a nadie solo quieren construir proyectos competitivos que les permitan existir en dignidad, impactando la calidad de vida de sus familias o comunidades.



La tesis ‘Diseño y realización de un producto sonoro sobre emprendimiento y marketing para el desarrollo de marcas, dirigido a emprendedores de 16 a 27 años de la ciudad de Cartagena’ realizado por Ibarguen, Noreña y Vega (2022) para optar al título de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena. Su objetivo general era producir un podcast orientado a impulsar el emprendimiento ofreciendo experiencias y conocimientos claves para los oyentes.

Su metodología contó con un enfoque mixto aplicando el método de observación e interpretación como guía para el desarrollo de entrevistas y encuestas, las cuales estuvieron conformadas por dimensiones descriptivas y analíticas interesadas en captar las experiencias y saberes de los invitados.

En los resultados, se describe que se logró la producción del podcast ‘A Empezar’ un producto sonoro encaminado a construir aprendizajes según el ritmo y la disponibilidad del oyente, favoreciendo una experiencia personalizada que además visibilizó a emprendedores locales quienes se mostraron honestos, flexibles y generosos con la información que compartieron en cada uno de los episodios.

El aporte del proyecto radica en sus aportes teóricos en torno a la historia, evolución y posibilidades técnicas, comunicativas de este formato, evidenciando que puede tener una relación directa con el marketing digital y el comercio electrónico si se direccionan de esa forma sus contenidos, siendo una herramienta de valor para los emprendedores contemporáneos.



2.1.3 Locales

La serie podcast ‘Las Perlas del Norte’ fue el resultado del proyecto de grado presentado por Lizarazo, Rozo y Bermúdez (2020) para optar al título de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona. Su propósito era visibilizar el empoderamiento femenino y la equidad de género por medio de la presentación de las historias de vida de ocho (8) mujeres de la región.

El formato de cada episodio incluía el testimonio de la mujer protagonista acompañada por las voces de otros especialistas en el tema. La primera historia comparte el relato de Andrea Quiñones, quien emprendió con bordados para ayudar a las mujeres de su comunidad. Otras de las participantes se dedicaban a la música, la actuación, los deportes, manejar transporte público, entre otras facetas.

En los resultados se destaca que esta serie fue transmitida por la plataforma digital del Diario La Opinión y también se encuentra disponible en Spotify. En su momento, permitió generar nuevas conversaciones en torno a las capacidades de las mujeres para crear marca personal y proyectos de emprendimiento rentables que contribuyan al fortalecimiento de la economía local. Los estudiantes recibieron el reconocimiento en la V edición del Premio Nacional La Bagatela en el año 2021 en el marco de la Fiesta del Libro de Cúcuta (FLIC).

El aporte tiene que ver con la oportunidad de conocer el manejo investigativo y periodístico dado a los temas de equidad de género en la universidad y en la región,



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



comprendiendo a partir de la aceptación que alcanzaron los contenidos, que existe un público interesado en estas temáticas a través de los canales digitales.

La tesis ‘Visibilizar acciones de resiliencia femenina que promuevan el empoderamiento de las mujeres ante experiencias violentas en el departamento Norte de Santander’ presentada por Maldonado, Chacón y Quintero (2021) para optar al título de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona. Su objetivo era difundir las historias de mujeres sobrevivientes de la violencia por medio de una serie podcast para fortalecer e inspirar a otras personas en situación similar.

El diseño de la metodología consistió en un estudio cualitativo que por medio de la realización de entrevistas abiertas semiestructuradas recolectó testimonios que reflejaron sus vivencias, construyendo episodios en formato crónica periodística con una duración promedio de entre 8 y 12 minutos, decidieron manejar dos narradores, uno principal y otro secundario, asimismo abordaron temáticas claves como violencia intrafamiliar y de género, desplazamiento, abuso sexual, trata de personas, entre otros.

En los resultados, se resaltó que se logró con la producción aportar a la generación de información veraz que contribuya a reducir la desinformación y estigmatización en torno a las mujeres víctimas de distintas violencias en el departamento con el propósito de frenar las ideas y prejuicios que se transmiten en automático de generación en generación.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



El aporte consistió en la forma de describir y presentar las etapas de preproducción, producción y postproducción desglosando los componentes necesarios para llegar al resultado alcanzado, puesto que constituye una guía para futuros estudiantes que deseen materializar sus ideas en la creación de su propia serie podcast.

La investigación ‘El Podcast, una Herramienta para Narrar la Cultura del Municipio de Gramalote (Colombia), desde las Historias de Vida’ de Ramírez y Landazábal (2021) presentado para optar al título de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona. Su objetivo general: Narrar los saberes y prácticas de los habitantes para celebrar la identidad cultural del lugar.

La metodología consistió en un estudio cualitativo y un diseño de investigación-creación centrado en construir el producto sonoro al equiparar lo cognitivo, la experiencia directa en el horizonte investigativo desarrollado con este proceso. El nivel fue descriptivo porque exponía elementos propios de la cultura local para transmitir a los oyentes la sensación de conocer y hacer parte del municipio. La muestra estaba constituida por ocho (8) habitantes de Gramalote.

En los resultados se destacaba que lograron producir y lanzar el seriado podcast titulado ‘Los saberes de mi pueblo’ en el que se comprobó que los temas que buscan revalorizar la identidad, el esfuerzo y la cohesión social encuentran en las historias de vida concretas, un gran recurso, para conectar con la audiencia y explicar conceptos que en ocasiones pueden ser percibidos como abstractos.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Los aportes fueron varios y puntuales. Por un lado, la atemporalidad de los episodios que intencionadamente fueron creados para ser reproducidos en cualquier etapa sin que la vigencia y el valor de los asuntos tratados perdieran relevancia, asimismo se planteó el podcast como el escenario para conectar diferentes áreas del conocimiento, lo cual también sucede en la presente propuesta al combinar emprendimiento, marketing digital y comunicación.

Por su parte, el trabajo de grado ‘El podcast radial como herramienta de empoderamiento comunicativo en el grupo juvenil renovación 21 de la iglesia Centro Cristiano Ureña’ presentado por Zambrano, Vivas y Carranza (2021) para optar al título de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona. Su objetivo principal era emplear la información, el diálogo y el debate para empoderar a las nuevas generaciones a través de la producción de un formato sonoro.

El diseño metodológico estuvo enmarcado en los principios de la investigación - acción participativa con enfoque cualitativo que permitió a partir de la inmersión y el trabajo directo con los participantes buscando incentivar la reflexión, el diálogo y la acción. En ese sentido la técnica de recolección empleada era la entrevista.

En los hallazgos, se presentó que el podcast es una herramienta estratégica para los ambientes empresariales, sociales o corporativos, al favorecer que los miembros de las comunidades se sientan atendidos y escuchados, además de ofrecerles un escenario que les permita compartir sus historias, valores y objetivos con nuevos públicos potenciales.



Su contribución estuvo principalmente dirigida a la postproducción incluyendo las evidencias necesarias para describir el paso a paso realizado para completar este proceso. Este tipo de investigaciones que se encargan de fundamentar una producción de audio, requieren ser desglosadas en todos los componentes que puedan servir de guía para futuros estudiantes o profesionales interesados en materializar sus ideas en una serie podcast.

2.2 Marco Teórico

En este apartado se desarrollan las categorías clave para la investigación como son: La radio, el podcast, la educomunicación, la equidad de género y el emprendimiento. Cada uno es descrito y analizado a partir de los aportes, perspectivas consolidadas por autores e investigadores reconocidos en su campo.

2.2.1 Radio

La primera emisora radial data de 1920, era la KDKA originada desde Pittsburgh, Estados Unidos, era un mes de noviembre y la voz del locutor anunciaba el ganado de las elecciones locales. En ese orden de ideas si algo ha caracterizado este medio de comunicación desde sus inicios ha sido la voluntad de servicio. Según señalan Prieto y Durante (2007) para 1924 ya habían más de 6 millones de equipos receptores en el mundo, los cuales funcionaban a galena, es decir con audífonos y con limitaciones de autonomía energética. Sin embargo, para 1925 se



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



desarrolla una nueva tecnología con el uso de parlantes y las familias, las comunidades empiezan a reunirse en torno a los sonidos y la información entregadas por este artefacto.

Méndez y Quintana (2017) por su parte destacaban que “nació pensando en ser un instrumento de difusión de las ideas sin límites de espacio ha sido la radio, y agrega que las emisiones en onda corta así lo prueban antes que existieran los satélites” (p. 17). No obstante, fue hasta cuando se inventó el transistor por Bardeen, Brittain y Shockley (1948) que sus ondas llegaron a todos los rincones, fuera una montaña o una playa. Además, las personas podían, si lo deseaban, cargar un radio en sus bolsillos, en una época que coincidió con la puesta en marcha de las emisoras de Frecuencia Modulada (FM) las cuales se especializaron en programación musical, dejando a las de Amplitud Modulada (AM) con la programación noticiosa.

Entre las décadas de 1950 y 1970 se extienden las emisoras especializadas dirigidas a segmentos demográficos específicos cuya finalidad era satisfacer sus necesidades y expectativas (Cardona y Vaca, 2019). De hecho, esa decisión favoreció que nuevas temáticas como la salud, el deporte o la economía tuvieran mayor espacio en las parrillas de programación.

En América Latina a mediados del siglo XX la población se paralizaba cuando transmitían la radionovela ‘El Derecho de Nacer’, un suceso que mostraba el poder de la radio para captar la atención, conmover y trastocar las rutinas de la población (Castellanos, 2001). En los países en vías de desarrollo es el medio tradicional con mayor cobertura y penetración. Un poderío que se



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ha seguido transformando y resignificando para continuar acompañando a los habitantes en sus horas de silencio, trabajo o descanso.

En el contexto de Colombia, según explicaba Bolaños (2019), la radiodifusión se inició hacia 1929 a través de la emisora HJN con la finalidad de ilustrar y enseñar a los pobladores de la periferia, también con ambiciones de consolidar una cultura e identidad patrias. Posteriormente hacia 1940 se creaba la Radiodifusora Nacional, la cual se encargó de adaptar o crear formatos para conectar con la audiencia los cuales iban del radioperiódico, variedades musicales, consultorios de doctora corazón, los concursos, el radioteatro o la radionovela.

De tal manera que su alcance ha sido clasificado por Antequera y Obregón (2002) quienes, retomando los niveles de participación de los receptores, definieron tres (3) niveles principales: El primero es lo micro o individual, cuando el usuario la usa para informarse. El segundo es lo macro o grandes grupos, donde se transmiten patrones culturales para garantizar su sostenimiento en el tiempo y el tercero es la convergencia entre los dos (2) niveles previos, donde se vinculan grupos mayoritarios y minoritarios entre sí bajo lógicas de integración horizontales, sin conflictos de poder o dominación cultural.

El impacto social de este medio se sustenta en el fácil acceso y la informalidad o cercanía de su lenguaje. Un ejemplo claro de su relevancia fue el denominado apagón durante el gobierno de Cesar Gaviria, donde las familias se reunían para escuchar la radio y compartir. En esa línea es un canal de información, entretenimiento que ha hecho parte de los grandes momentos históricos,



pero también de innumerables situaciones cotidianas, en esa medida su contenido ha moldeado las visiones, creencias y comportamientos de millones de colombianos (Barrios y Gutiérrez, 2017).

Recordando lo señalado por Cadavid (1990) la radio es “un medio fabuloso, es la extensión de la voz humana, como lo planteaba McLuhan y de la habilidad del hombre para expresar verbalmente y compartir con los demás la rica historia oral en la que se basan las sociedades contemporáneas” (como se citó en Antequera y Obregón, 2002, p. 152). Gracias a su legado, la oralidad primaria es decir aquella conformada por la tradición y lo comunitario ha llegado a nuevos públicos, celebrando su existencia y apostando por su continuidad, sin olvidar que la oralidad secundaria, es decir, aquella procesada, sistematizada o reinterpretada por los profesionales de la comunicación se ha encargado de convertir la información en conocimiento para el cambio social, una sinergia que viene sucediendo hace décadas y se espera pueda durar mucho tiempo más.

Otra de sus características valiosas es que une a las personas respecto a las experiencias humanas de dolor, miedo, alegría o triunfo. Gracias a sus narrativas los seres recuerdan que comparten luchas y desafíos, pero también momentos de exaltación, los cuales en conjunto no solo recuerdan que están juntos en lo que sea que pase y que, por ende, pueden acompañar, apoyar a los demás en sus iniciativas y búsquedas (Martínez y Ortega, 2018).





2.2.1.1 La radio como medio educativo y didáctico

En Colombia la radio se ha relacionado tradicionalmente con la educación a partir de la experiencia de Radio Sutatenza, una emisora que fue creada en 1947 en el departamento de Boyacá, la cual funcionó hasta 1994 gracias a la alianza entre la organización Acción Cultural Popular (ACPO) y el gobierno a través del Ministerio de Educación Nacional. Su programación ayudó a más de 8 millones de campesinos con el aprendizaje de la lectura, escritura, matemática, economía popular, geografía, entre otros.

Con ese antecedente diferentes países de América Latina se inspiraron en el modelo colombiano para crear sus propias iniciativas radiales, según han investigado Carias, Gómez y Marín (2021):

La radio educativa, además de vincularse al hecho pedagógico desde didácticas que utilizan la lógica radiofónica para mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje, también puede promover capacidades para originar actitudes colectivas y positivas en los individuos como: aminorar las consecuencias de la desinformación, dar indicios sobre las transformaciones tecnológicas, económicas, comunicacionales y de la ciencia en general. Y, finalmente, ofrecer el conocimiento entre los pueblos y las culturas a través de un diálogo permanente como fuente de solidaridad. (p.26)



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



La radio se apalanca en su gran alcance geográfico y en el bajo costo de producción que implica frente a otros medios para potenciar el intercambio, la circulación de saberes y experiencias, perfilándose desde hace décadas como una estrategia didáctica. En los aportes de Feo (2010) “pueden ser de enseñanza, instruccionales, de aprendizaje o de evaluación, lo que depende del actor que las lleve a cabo” (p. 222).

El componente didáctico del medio radial se fortalecido por su capacidad para convertir los conocimientos, hallazgos científicos o teorías en historias, permitiendo que las personas por medio de su atención, conexión e imaginación construyan en sus mentes las interpretaciones que les permiten ampliar, cambiar o transformar sus realidades, lo cual juega un papel fundamental dentro del proceso de empoderamiento y liberación femenina.

2.2.1.2 Las mujeres en la radio

De acuerdo con la UNESCO (2015) en el contexto internacional las mujeres empezaron a vincularse paulatinamente al ejercicio de la radiodifusión. Por ejemplo, Olive Shapley, quien en 1934 en Inglaterra fue contratada por la BBC para impulsar los espacios dedicados a las temáticas sociales, en su programa recorrió numerosas zonas de Londres y otras ciudades del país para contar cómo vivían los habitantes, las familias, los efectos de la Gran Depresión. Destacando su estilo y perspectiva tanto en lo técnico como en lo narrativo.

Posteriormente, empezaron a incrementar su participación durante la II Guerra Mundial, puesto que varias mujeres se desempeñaron como corresponsales Betty Wason o Audrey Russell,



quienes enfrentaban sesgos y discriminaciones como: “Le pidieron que buscara a un hombre que leyera sus reportajes ante el micrófono. En aquella época se consideraba que la voz femenina no era adecuada para ese tipo de información” (2015, párr. 8). En ese sentido, aunque no podían estar en el frente de guerra, si lograban contar las historias de la población civil, víctimas del conflicto bélico.

En la tradición radial colombiana, las primeras locutoras mujeres como María Emma Revollo Samper que debutó en 1929 en la H.K.D de Barranquilla, la primera emisora comercial del país, tenían el compromiso de emplear este canal para educar e impulsar el desarrollo social. También se destaca la labor de Cecilia Fonseca de Ibáñez, quien se convirtió en la voz representativa de la Radiodifusora Nacional de Colombia. En ese sentido se destaca la figura de Emilia Pardo Umaña que destacó al ser considerada una de las primeras periodistas, destacó con su estilo narrativo como cronista y columnista, fue la cofundadora de la Emisora cultural HJCK o Tulia Eugenia Ramírez, presentadora del espacio radial ¡Llegaron las mujeres! Emitido por Caracol Radio entre 1978 y 1985.

Después surgirían otras voces influyentes como la de Judith Sarmiento quien desde 1975 en la emisora Todelar se dedicó a entregar conocimiento sobre el ordenamiento jurídico colombiano al público campesino. También estuvo Gloria Valencia de Castaño, quien se encargó de promover temas culturales, posteriormente ecológicos, sembrando nuevas inquietudes en los oyentes.



En la perspectiva de Skoog (2020) aunque el número de egresadas de las facultades de periodismo es creciente alrededor del globo, la realidad es que las mujeres que todavía no tienen acceso a la educación superior, encuentran en las emisoras comunitarias una vía para verse representadas, participar de las dinámicas sociales y resistir en la lucha por la transformación de los sistemas sociales excluyentes, no obstante en países del Medio Oriente como Afganistán, todavía se les persigue a las mujeres que construyen una tribuna mediática pública. En sus palabras explicaba que:

Los cambios que se han producido en la programación destinada a las mujeres, en particular las redefiniciones sucesivas del controvertido concepto de “sujetos femeninos”, han puesto de relieve los debates sobre las opiniones de las mujeres, tanto en la radio como fuera de ella. Esos estudios muestran de qué manera esa relación ha evolucionado a la par que los procesos de democratización y modernización. (2020, párr. 18)

Al lograr pasar de espectadoras a creadoras de contenido, las mujeres han conseguido visibilizar los puntos centrales de su agenda social, política, cultural o económica, demostrando que su visión es tan necesaria y relevante como las de todos los demás sectores de la población.

2.2.2 Podcast

Este formato propio del ámbito digital de acuerdo con Espinosa de los Monteros (2020) se ha desarrollado durante cuatro (4) momentos claves: En el 2001 la empresa Apple lanza un nuevo



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



gadget, el iPod. Después para el 2004 Winer y Curry crean la funcionalidad RSS (*Really Simple Syndication*) para buscar y compartir contenidos de MP3 en la web. Después en el 2012 la misma compañía crea una aplicación en sus teléfonos iPhone para escuchar con facilidad podcast y hacia 2019 la plataforma Spotify, compra productoras reconocidas del sector como Anchor o Parcast, creando un ecosistema integral para la producción, distribución y comercialización a nivel global de estos espacios sonoros.

El autor Carrión (2020) en el libro ‘Lo Viral’ exponía que: El ascenso global del *podcasting* no puede entenderse sin su confluencia con algunas tendencias contemporáneas: La irrupción de la voz como gran herramienta de las llamadas tecnologías sin contacto, el capitalismo de plataformas que rige la economía mundial y el florecimiento de narrativas digitales que están conformando un nuevo canon cultural (p. 28).

Por su parte, Fernández y Ormaechea (2019) han señalado que lo digital está priorizando la accesibilidad y ubicuidad del audio, así lo reflejan las notas de voz de WhatsApp, el uso de altavoces inteligentes, los audiolibros o la música en *streaming*, solo por citar algunos. De esa forma son las nuevas condiciones de vida las que van configurando el ascenso y las potencialidades del podcast.

Entretanto, Riaño (2022) expone que, así como en la radio, la producción de un podcast necesita de una buena idea para sostenerse, pero entendiendo las particularidades del formato, en ese horizonte recomienda “como valor la pluralidad, porque el que empieza en un podcast inicia



desde ahí, sino pues para eso ya está la radio y la televisión (...) Yo recomendaría, primero, entrar a conocer parte de una pluralidad lo cual le va a dar una voz original” (párr. 7). En esa línea también recomienda iniciar con los implementos que se tengan a la mano como puede ser el celular y paso a paso ir incrementando la calidad del sonido.

Ante la versatilidad y la receptividad que caracteriza a este formato respecto a lo diverso, se presenta como un escenario propicio para compartir los procesos creativos y las historias de vida de las artesanas cucuteñas, quienes no siempre suelen ser de interés para las agendas mediáticas tradicionales, pero quien si representan un contenido relevante para los usuarios de las plataformas digitales, quienes ansían descubrir nuevas formas creativas y de consumo al interior de la ciudad.

Entre sus elementos formales, se encuentran retos porque es un medio que se permite experimentar, en palabras de Morett (2021) “tiene algo de cine, pero no es cine; de radio, pero no es radio; de literatura, pero no es literatura, de ensayo, pero no es ensayo. Tiene algo de todos los medios, pero es diferente a todos” (párr. 47). Sin embargo, si tiene características generales que lo identifican, son un ejemplo de convergencia entre lo analógico y lo digital porque toman las técnicas periodísticas investigativas y narrativas tradicionales para profundizar en el contenido y después lo cuentan de formas novedosas, transgrediendo en múltiples casos el arco narrativo de los tres (3) actos: Personaje, conflicto y resolución.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Sus planteamientos abarcan diferentes recursos sonoros, algunos apuestan por una narrativa en frío que desplaza la introducción o saludo habitual para entrar de forma directa al tema o una narración que consiste en situar desde el comienzo al oyente en un punto crucial de la historia, no necesariamente en orden cronológico para captar su interés y después contarle qué pasó para llegar a eso y después como se resolvió el asunto. También existen múltiples espacios dedicados a la conversación y la realización de entrevistas con especialistas, dedicados a explorar puntos de vista y experiencias respecto a determinada temática en particular (Scolari, 2015).

2.2.2.1 etapas creación de un podcast

Las etapas para la creación de un podcast incluyen desarrollar el concepto, es decir, preguntarse a quién estará dirigido, qué solución ofrece, cómo se diferencia de los otros formatos que ya están en el mercado, sean episodios individuales o seriados, entre otros aspectos de valor. Seguidamente, se debe planificar e investigar, definiendo la revisión bibliográfica necesaria para cada uno de los temas o cuáles invitados se deben gestionar, la creación de guiones, para luego pasar a la producción, un momento clave dedicado a grabar los episodios y finalmente, la edición que no consiste únicamente en cortar y pegar sonidos, sino en la estructuración de una narración con tensión y ritmo que resulte atractiva para los oyentes, entendiendo que todos los sonidos, música y silencios contribuyen a tejer la narración (Morton, 2021).

En la perspectiva de las investigadoras de este proyecto, el proceso de creación del producto sonoro no resultó tan lineal como lo describen los autores, pero sin duda es valioso



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



contar con una estructura guía que establece los aspectos a revisar para avanzar sin inconvenientes en la experiencia. Del mismo modo fue importante respetar los estilos de narración de las participantes porque el objetivo era transmitir sus experiencias creativas y humanas con la mayor fidelidad posible.

En general el crecimiento exponencial de este formato surge por su practicidad. Se puede escuchar desde cualquier sitio y en los tiempos del receptor, se especializa en toda clase de asuntos, desde la salud mental hasta el arte o la cocina, no tiene límites de duración, pues los hay breves de cinco (5) minutos o de incluso, más de dos horas, todo depende de las preferencias e inquietudes del oyente. Asimismo, van construyendo comunidades afines con quienes los escuchan, algunos crean plataformas multimedia con presencia en diferentes redes sociales donde también crean contenido de video, gráfico o animado.

En esa línea, varias marcas y empresas han optado por explorar este formato como parte de su estrategia de marketing digital. Así lo describe la experta Espinosa de los Monteros (2020) al señalar que “las marcas no se limitan a vender o a crear imagen, necesitan ser escuchadas por sus potenciales clientes”, en esa medida se diferencia entre un podcast corporativo y de marca. El primero se concentra en la realidad interna de la compañía, mientras que el segundo evita ser un infomercial para orientarse a crear valor para los consumidores, esto al construir relaciones, logrando que la venta sea la consecuencia de procesos comunicativos excepcionales.





En palabras de Kerry Donahue, pionera en la creación de podcasts, estos deben sentirse “como una llamada telefónica de un amigo que quiere compartir algo muy interesante contigo” (como se citó en Espinosa de los Monteros, 2020, párr. 1). En esta experiencia de investigación, el propósito es contar la experiencia de las mujeres artesanas en Cúcuta como emprendedoras culturales y creativas.

2.2.3 Educomunicación

Este campo académico y social se interesa por la incidencia de los medios en los procesos, experiencias y la construcción de nuevas visiones por parte de las personas. En los estudios de Narváez (2019) se construye como una línea de acción a partir de lo ético y lo político, una postura que implica reconocer el alcance que tienen los medios tradicionales, ahora también los de naturaleza digital, en cuanto al acceso de las personas a sus propuestas, formatos y contenidos.

Este enfoque aboga por la capacidad de influencia y transformación de la comunicación, especialmente en los espacios alternativos donde la ciudadanía alcanza una participación directa que impacta su calidad de vida. No obstante, aunque se normalice su uso o exploración, la mayoría desconoce su funcionamiento, formas de codificar los mensajes, intencionalidades, recepción crítica y reflexiva, entre otras manifestaciones, que afectan de forma tangible o intangible su forma de existir y desarrollarse en la sociedad.

Por su parte Buckingham (2015) expone que “el desarrollo económico y tecnológico ha dado como resultado un entorno de comunicaciones más heterogéneo, incluso fragmentado; las



investigaciones más recientes indican que los jóvenes son una audiencia mucho más crítica y autónoma de lo que se ha creído convencionalmente” (p. 82). En esa medida sugiere dejar atrás los enfoques defensivos o proteccionistas que niegan la influencia generalizada de las nuevas tecnologías para fortalecer la autonomía reflexiva de las nuevas generaciones.

El mismo autor propone reconocer tanto los desafíos como las oportunidades para evitar caer en las lecturas superficiales que señalan la tecnología habilita de forma instantánea habilidades y capacidades, cuando como en cualquier otra área se requiere investigación, estudio, práctica y dedicación para lograr construir, distribuir y visibilizar un mensaje, consiguiendo así sacar el máximo provecho de la promesa de valor desarrollada durante décadas por los progresos tecnológicos.

En la perspectiva de Lévy (2007) “una de las primeras características de este enfoque es la confusión entre cultura y tecnología, según la cual se nos vende la tecnología como código. Por eso, se habla de cultura digital, virtual y, sobre todo, de “cibercultura” cuando son formas de procesamiento y reproducción técnicas que siguen actuando sobre las formas de oralidad y escritura tradicionales, por lo que cuando se piensa en la educomunicación, se trata en primera instancia, de fortalecer las habilidades comunicativas básicas porque desde allí funciona y se fundamenta todo lo demás.

Una idea clave al respecto destacaba que “la digitalización electrónica es una mediatización (tecnología), no una mediación (cultura). Asumir la tecnología (generada), el hacer



(skills), sin asumir la cultura científica (generadora), el saber, el pensar, el conocer, es lo que nos reproduce como periféricos” (Narváez, 2014, p. 38). Esa primera aclaración no solo humaniza, también que problematiza el papel de los medios y los formatos digitales, abriendo un camino para que no se empleen de manera pasiva, todo lo contrario, apunta a que los receptores puedan generar sus propias soluciones o discursos.

En esa dirección, los contenidos pueden estructurarse desde el origen para impulsar esos aprendizajes en las audiencias, esto al comprender que hay algo poderoso en compartir códigos socioculturales y usarlos como puente para promover la visibilización de temáticas cruciales, en este caso, el emprendimiento femenino, así mismo esta claridad puede trasladarse al elegir el canal de difusión, puesto que no sería lo mismo hablar con los jóvenes a través del reportaje de un periódico o por medio de un podcast. Esos entendimientos suman valor en ambos sentidos, tanto al creador como al consumidor.

Otras de sus aplicaciones se relacionan con usar los medios para potenciar las etapas de formación y las capacidades de los seres humanos:

Teniendo en cuenta el carácter natural del ser humano, que desde su gestación y después de su nacimiento, hasta su muerte una de las principales necesidades es educarse, evolucionar y aprender, no puede desvincularse la comunicación de la educación. Cada una de las fases evolutivas tiene sus propias características, los intereses por el conocimiento o el aprendizaje cambian en función de las diferentes edades. Al ser una



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



necesidad tan intrínseca y básica del ser humano, los lenguajes audiovisuales son los más fáciles de aprovechar en el intercambio de información y conocimiento (Vieira, 2022, p. 57).

A nivel teórico y conceptual la evolución de este campo ha sido considerable. Sus orígenes se asocian con la terminación de la II Guerra Mundial con autores como Horkheimer o Marcuse que tenían una visión clásica, entretanto en América Latina sus representantes han sido Freire o Kaplún cuyas ideas y reflexiones son más próximas a las vivencias y dinámicas de América Latina (Barbas, 2012).

En la perspectiva de Kaplún (1998) “la educomunicación es una forma de utilizar recursos comunicativos para que los destinatarios tomen conciencia de su realidad, para suscitar una reflexión, para generar una discusión” (p. 28), en su visión durante gran parte del siglo XX predominaban los modelos exógenos en los cuales el ser humano respondía a los estímulos externos, pero con el paso del tiempo se fue consolidando un modelo endógeno que ubica a las personas en el centro, formándolas y apoyándolas en los procesos de proponer, reflexionar y actuar, dando lugar al crecimiento de la consciencia social, favoreciendo la transformación individual y colectiva.

En ese sentido, proponían una educación orientada y comprometida con la capacidad de los educandos de las nuevas generaciones para accionar o cambiar, donde el contenido que surge del diálogo y el intercambio horizontal es el protagonista: “Ubica al hombre en nuevos escenarios



socioculturales, con un contexto de cambios permanente que permite formar a la sociedad del conocimiento con diferentes espacios abiertos a la búsqueda y desarrollo de sentidos y de posibilidades” (Andrade, 2020, p. 8).

Además, otro de sus valores agregados clave es que no es un beneficio solo para las aulas de clase, sino que sus procesos pueden desarrollarse en cualquier ámbito o comunidad. En esa medida, la propuesta de la serie podcast retoma los principios y valores de esta área en lo referente a la apertura, la colaboración o el empoderamiento, los cuales no se presentan como un fin sino como componentes claves durante la construcción de la experiencia.

Finalmente, para Villanueva, Auz y López (2021) la transición acelerada hacia una existencia cada vez más digital requiere más que nunca de creadores y facilitadores que orienten al público en torno a la importancia de consumir responsablemente la información, usarla para construir entornos cada vez más justos y participativos, creando redes que sirvan de sustento ante la incertidumbre y lo volátil que puede ser la realidad.

2.2.4 Equidad de género

El constructo género fue abordado inicialmente por la escritora francesa Simone de Beauvoir quien para 1949 señalaba “no se nacía mujer, sino que se convertía en ello” (como se citó en Duarte y García, 2016, p. 110). Posteriormente en 1968, el investigador Robert Stoller desarrolló esta idea de manera formal, la utilizó para evidenciar las diferencias con el concepto biológico de sexo. Posteriormente, su difusión se extendería consolidando la argumentación de



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



cómo las nociones de lo femenino y masculino respondían a una construcción social o cultural, en sus términos:

Lo que determina la identidad y el comportamiento masculino o femenino no es el sexo biológico, sino el hecho de haber vivido desde el nacimiento las experiencias, ritos y costumbres atribuidos a los hombres o las mujeres; además, la asignación y adquisición de una identidad es más importante que la carga genética, hormonal y biológica (Stoller, 1968, p. 25).

Esta mirada crítica surgió al observar las radicales diferencias y desigualdades en los campos educativos o laborales que estaban vigentes durante la segunda mitad del siglo XX, las cuales se sostenían por el determinismo biológico del sexo. En ese caso, se empezaron a organizar convenciones internacionales como lo fue la Conferencia Mundial de la Mujer en México de 1975 que abordó pilares como el desarrollo económico y la discriminación.

Por su parte Seabra (2009) exponía que desde una perspectiva histórica las diferentes civilizaciones y estructuras sociales que han existido se han configurado a través de relaciones de poder en las que los factores género, raza o religión definían quienes tomaban las decisiones y quienes las acataban, siendo mayoritariamente las mujeres las más afectadas con esas reglas piramidales.

De hecho, la equidad de género es definida por la ONU como “la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres, y las niñas y los niños” (2015,



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



párr. 4). De la misma forma, aclaran que equidad no es lo mismo que igualdad y este punto debe ser comprendido porque se trata que tanto mujeres y hombres, reciban las mismas oportunidades en los ámbitos de la salud, la educación o el empleo, para la construcción de proyectos de vida plenos y significativos.

Según lo ha investigado García (2022) “las desigualdades del desarrollo humano dañan las sociedades y debilitan la cohesión social y la confianza de la población en los gobiernos, las instituciones y sus congéneres” (p. 28). En esa medida los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) para el 2030 establecieron en el numeral cinco (5) la importancia de construir equidad para conformar sociedades más prosperas y sostenibles. Hasta ahora se han conseguido logros claves como la reducción del matrimonio infantil, mayores tasas de escolaridad, actualización de los marcos legales de los países y mayor cantidad de mujeres en posiciones de liderazgo público o privado.

En la lectura de Trejo, Llaven y Pérez (2015) se reivindica un aspecto importante:

Las fronteras de género igual que las de clase, se trazan para servir a una gran variedad de funciones políticas, económicas y sociales. Las normas de género no siempre están claramente explícitas; a menudo se transmiten de manera implícita a través del lenguaje y otros símbolos (p. 54).

Debido a lo anterior es necesario analizar el papel y la representación de las mujeres en los medios de comunicación, especialmente por los cambios generados a partir de una sociedad



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



hiperconectada en el que se ha reorganizado el mapa mediático de los países (Scolari, 2008) abriendo más espacios a los derechos, causas e intereses de las mujeres.

En la publicación de Fernández, Canella y Carbone (2022) se explica que las líneas y enfoques editoriales cambian cuando incluyen la perspectiva de género y se alinean con los derechos humanos. Sin embargo, eso no es suficiente porque se necesita que cada vez más sean ellas las encargadas de investigar, proponer y publicar los contenidos. Por su lado, Rovetto y Figueroa (2018) han expresado que “la digitalización, en especial las redes sociales con su mayor capacidad de interacción y viralización dan lugar a que las organizaciones y colectivas feministas obtengan nuevas posibilidades de enunciación y a estrategias globales de acción política inéditas hasta el presente” (p. 68).

En las agendas mediáticas se viene experimentando una transición en la que las mujeres protagonizan historias, reportajes en los que ocupan roles activos y de decisión, permitiendo que temas claves como sus derechos laborales, sexuales o reproductivos sean relevantes, reduciendo los tabús o estigmas en torno a ellos. En esa medida las historias de vida de las mujeres que con sus cuidados y valentía han levantado familias, empresas o comunidades enteras ahora son objeto de atención, sin reducirlas a una dimensión en particular, reconociendo y celebrando su complejidad.

En la postura de León (2022) el ascenso de los medios digitales y alternativos ha significado nuevas formas de narrar y presentar a las mujeres, no solo a los de ahora, también a



las de antes, figuras que fueron reducidas o minimizadas, pero que merecen todas en conjunto recibir el reconocimiento y apreciación que merecen.

2.2.5 Emprendimiento y empoderamiento femenino

El emprendimiento es definido como “el proceso de actuar sobre oportunidades inadvertidas, para crear un nuevo proceso o producto, que es importante para el crecimiento y desarrollo de cualquier economía contemporánea” (Farayabi, 2015, p. 709). Además, es reconocido a modo de fuerza de transformación social que permite identificar y desarrollar oportunidades donde en apariencia no las había, descentralizando las posibilidades de crecimiento y desarrollo socioeconómicas.

Este tipo de iniciativas surgen de forma pronunciada en las economías de los países en vías de desarrollo, principalmente por las altas tasas de desempleo o informalidad laboral (Vargas y Uttermann, 2020). La denominada cultura de la innovación y el emprendimiento plantea algunas características como lo es generar soluciones creativas, construir propuestas de valor bien diferenciadas, obtener beneficios y favorecer su distribución o impacto dentro de la sociedad.

Entre los factores endógenos que motivan e impulsan la acción de emprender. Se destacan: La independencia, la estabilidad económica, el servicio social, el deseo de superación, acompañados de empuje, perseverancia, creatividad, liderazgo, audacia o eficacia. Por otro lado, los factores exógenos como las normas legales, las creencias culturales, incluidos los sesgos de género o el funcionamiento económico (Marulanda y Morales, 2016).



El perfil del emprendedor involucra el desarrollo de habilidades y competencias que apuntan al desarrollo de una visión estratégica, tener curiosidad, ser organizado con el tiempo y los recursos, aprender a negociar y comunicar, fortalecer la inteligencia emocional para sortear la incertidumbre, entre otras (Hidalgo, 2015).

En la experiencia de las mujeres emprendedoras, para varias de ellas sus proyectos se han convertido en la principal fuente de sustento económico o en su tabla de supervivencia para recuperar su autonomía o sentido de la autoestima. No obstante, ante el uso indiscriminado de la expresión empoderamiento femenino, es preciso recordar la definición de Batiwala: “El proceso de desafiar las relaciones de poder existentes y obtener un mayor control sobre las fuentes de poder y se manifiesta como una redistribución del poder, ya sea entre naciones, clases, razas, castas, géneros o individuos” (como se citó en Ordoñez, Castillo y Rodríguez, 2021, p. 72).

A su vez, se ha detectado que existe una relación entre el emprendimiento femenino y el liderazgo social porque las mujeres van descubriendo y consolidando su potencial en diferentes áreas, sin renunciar a su empatía emocional, además descubren a través de sus resultados que es posible mejorar o cambiar sus condiciones de vida. En esa medida, quieren incrementar su impacto al apoyar cada vez más miembros de su comunidad.

El empoderamiento se expresa cuando se asumen a sí mismas como agentes del progreso, una noción que según Drucker (2004) debe combinar esfuerzo, ingenio, talento y conocimiento, venciendo la resistencia al fracaso, entendiendo que la experiencia trae éxitos, pero también



aprendizajes y que sus anécdotas bien capitalizadas pueden servir de guía para las futuras emprendedoras locales.



SC-CER96940

“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Capítulo III Propuesta de producción

3.1 Presentación de la Propuesta

La serie podcast ‘Mujeres que cuentan historias a través de su arte’ está conformada por ocho episodios. En cada uno, la protagonista es una de las artesanas consultadas, quien comparte su historia de vida, cómo se inició en la práctica de su oficio artístico, cómo ha sido la experiencia de emprender, a través de cuáles canales comercializa sus productos y los consejos o experiencias que desea compartir con los oyentes.

El interés de esta producción sonora es visibilizar el valor que el trabajo y las oportunidades de crecimiento económico que tienen para la vida de las mujeres, así como de sus contextos familiares o colectivos, logrando comprender que el emprendimiento artesanal es una fuente de creatividad, expresión, libertad y autonomía para ellas.

Del mismo modo, se decidió consultar a dos funcionarios de las Secretarías de Equidad de Género y del Banco del Progreso para aportar contexto respecto de la oferta institucional y demás programas desarrollados para apoyar las iniciativas empresariales de las mujeres. En ese sentido, se espera que el público pueda construir una percepción más completa sobre la valentía y persistencia que estas protagonistas han demostrado con sus proyectos, así como interesarse por conocer su marca, comprar su producto, asistir a las ferias, entre otras acciones de valor.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Cada episodio tiene una duración promedio de entre 8 y 12 minutos. El primero ofrece contexto sobre el arte manual que desarrolla la invitada y luego sus testimonios en la voz directa de cada una de ellas, así como la opinión de alguno de los expertos entrevistados. Los locutores o narradores principales son tres y los efectos musicales se eligieron para transportar a quienes escuchan al taller o espacio de trabajo de cada artesana. El lenguaje empleado es natural y cercano, eso con la voluntad que resulte accesible para diferentes tipos de oyentes, consiguiendo que el mensaje sea claro, comprensible y recibido con interés.

La producción se transmitió por las emisoras Atalaya 96.2 FM y Radio San José de Cúcuta 1160 AM para impactar comunidades que están arraigadas en la cultura local que tienen una historia compartida con sus familiares y ancestros, que, a su vez, también luchan con las condiciones económicas y están buscando en sus hogares cómo incrementar sus ingresos, contando con una participación cada vez mayor por parte de las madres, hijas o demás familiares de género femenino.

La elección de este formato obedece a que al ser un híbrido de las emisoras radiales con las plataformas multimedia permite ampliar el alcance de las historias y mensajes de las marcas, ofreciendo un espacio de mayor desarrollo en cuanto a duración y extensión de los mensajes, puesto que las emprendedoras se dan a conocer por redes sociales como Instagram o Facebook, pero realmente en ellas se centra la comercialización de los productos, razón por la cual al difundir el podcast se busca que ellas sean descubiertas por nuevos mercados, pero también sean



redescubiertas por sus clientes o grupos de interés habituales, profundizando en quién está detrás de sus creaciones.

En general, se busca reformular las narrativas tradicionales que presentaban a las mujeres emprendedoras como víctimas o seres humanos unidimensionales, encontrando nuevas formas de construir y transmitir la relación simbiótica que existe entre su creatividad y el desarrollo de sus experiencias de vida, motivando tal vez a otras mujeres para que decidan comenzar su propio emprendimiento, venciendo el miedo a fallar.

3.2 Objetivo

Visibilizar el empoderamiento de las mujeres a través de emprendimientos de artesanías y manualidades por medio del podcast en Cúcuta, Norte de Santander.

3.3 Público Objetivo

El público objetivo son adultos entre los 18 y 50 años, hombres y mujeres, quienes escuchan las emisoras Atalaya 96.2 FM y Radio San José de Cúcuta, habitan en barrios de las comunas 1, 7 y 8 de Cúcuta, los cuales hacen parte de los estratos 1, 2 y 3, se desempeñan generalmente en el sector comercial o son trabajadores informales. Escuchan la radio para mantenerse informados, pero también para entretenerse, conocer otros mundos e imaginar diferentes realidades. En ese sentido, al lograr que ellos conozcan el trabajo artesanal y su valor, también se busca desestigmatizar que sólo pueden comprar manualidades quienes tienen una alta



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



capacidad adquisitiva, demostrando que el progreso y las posibilidades vinculadas con el talento local son posibles para todos.

3.4 Cronograma de Producción

Tabla 1

Cronograma

Etapa	Actividad	Fecha
Preproducción	Investigación teórica del tema.	10-28 febrero.
	Selección y contactar fuentes.	1-15 marzo.
	Desarrollo y redacción de guiones por episodio.	15-30 marzo.
Producción	Realización y grabación entrevistas.	1 abril-20 abril.
	Búsqueda y selección de material sonoro.	20-25 abril.
	Selección de música y efectos.	35-30 abril.
Posproducción	Edición podcast.	1-7 mayo.
	Diseño identidad visual.	5-7 mayo.
	Solicitud de transmisión emisora radial.	9 mayo.

3.5 Etapa de Preproducción

3.5.1 Selección de temas y fuentes a consultar

Tabla 2

Selección de fuentes y temas a consultar

Fuente	Tema	Marca/ Institución
Doris Cáceres	Tejido en macramé	Lixfred Artesanías



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co

SC-CER96940



Katherine Hernández	Tejidos en mostacilla	Aguakate con K
Esther Gómez	Bisutería	Degov's
Keila Ramírez	Crochet	Artesanías Nicole
Francisca Fernández	Arcilla	Tienda Artesanal De Pacha
Isabel Gutiérrez	Bisutería	Bisutería Creaciones Iza: Arte Y Color
Luz Esperanza Mojica	Artesanías con hojas de mazorca y fibra del plátano	Tienda Artesanías Jireth
Luz Karime Peláez Nieto	Bordados	Kapeny Taller y Bordados
Carlos José Jácome Henry	Viabilidad de los emprendimientos en Cúcuta. Dificultades de las artesanas en la ciudad. Importancia de los emprendimientos para la economía local.	Secretario Empresarial de Artesanías en el Banco del Progreso de Cúcuta.
Luz Karime Ochoa	Fortalecimiento del empoderamiento femenino con el auge de los emprendimientos. Proyectos y programas para las mujeres en Cúcuta. Inclusión de la mujer en los procesos de desarrollo de Cúcuta.	Técnico del Programa de Superación de la Pobreza de la Secretaría de Equidad de Género.

3.5.2 Método de investigación

El tipo de investigación definido es el descriptivo que de acuerdo con Arias (2012)

“consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p. 22). En esa medida, se busca caracterizar la experiencia de



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



emprendimiento de las mujeres artesanas en la ciudad, identificando sus puntos comunes, divergencias y posibles horizontes de desarrollo.

El enfoque fue cualitativo, una dirección que implica “utilizar la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 31). La información recolectada en su totalidad fueron testimonios, historias, anécdotas y apreciaciones.

El método correspondió al estudio de caso que según Yin (2004) es “una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes” (p. 13). En esa medida, cada una de las participantes con su historia de vida, aporta valor y perspectiva a la comprensión de un marco más amplio conformado por el emprendimiento y el empoderamiento femenino.

La técnica de recolección es la entrevista semiestructurada, una opción que permite recoger información de forma intencionada en el contexto de una conversación cercana y natural, pero siguiendo unos objetivos y una estructura de comunicación, aunque las preguntas iniciales (Anexo B) se fueron enriqueciendo en el desarrollo de la misma interacción.





3.5.3 Guiones requeridos para la producción

Tabla 3

Guion podcast primer episodio tejiendo sueños

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA			
COMUNICACIÓN SOCIAL			
“MUJERES QUE CUENTAN HISTORIAS A TRAVÉS DE SU ARTE”			
PODCAST 1 – TEJIENDO SUEÑOS			
En este episodio conoceremos la historia de Doris, quien tiene un emprendimiento en tejido de macramé, pero que además aprendió diferentes técnicas para crear artesanías			
Locutor 1	Carmen Gutiérrez		
Locutor 2	Leszlie Vides		
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN	
1	Cortinilla	Musicalización cortinilla palabras célebres de las emprendedoras	
2	Locutor voz masculina	Bienvenidos a mujeres que cuentan historia a través de su arte, el seriado podcast donde les presentaremos a 8 mujeres emprendedoras quienes nos contarán su experiencia y cómo surgió la idea de crear emprendimientos enfocados en manualidades y artesanías. En este episodio hablaremos con Doris Cáceres, una artesana experta en tejido de macramé, con varios años de experiencia y que además viene de una familia de artesanos, por parte de sus abuelos maternos. Quédate con nosotros para aprender más sobre el tejido de macramé.	
3	Control	Musicalización 5 segundos	
4	Locutor Carmen	1	¡Hola todos! Como ya escucharon, en este episodio hablaremos sobre el tejido de macramé, pero, ¿qué es el tejido en macramé y en qué



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



			consiste?
5	Control		Efecto de sonido nudos en macramé
6	Locutor Leszlie	2	Se denomina macramé al arte de hacer nudos decorativos. Esta palabra proviene del francés, donde significa nudo, la cual deriva de la palabra turca <i>makrama</i> . El macramé artesanal, es la elaboración de diseños y tejidos anudados de forma decorativa que forman dibujos.
7	Locutor Carmen	1	Pero ¿Qué tipo de materiales se utilizan para crear tejidos en macramé?
8	Locutor Carmen	1	Pues bien, a la hora de realizar una pieza de macramé, es necesario una serie de materiales. Entre ellos, se encuentra el hilo de tejer. Este puede ser algodón, lino, cordón, cuerdas, seda o cualquier otra fibra natural. Además del hilo, se necesita una superficie en la que se pueda sujetar lo que vamos haciendo.
9	Control		Efecto de sonido crujido de cuerda
10	Locutor Leszlie	2	Ahora será la señora Doris quien nos cuente sobre su emprendimiento a base del tejido en macramé.
11	Control		Efecto de música suave para contar historia
12	Invitada		Respuesta Doris
13	Control		Se sube música suave para contar historia por 5 segundos
14	Locutor Carmen	1	Sabemos que la comercialización de los productos puede ser una de las principales problemáticas, pero con la llegada de las nuevas tecnologías se puede decir que el proceso se ha facilitado. Nos gustaría saber ¿Qué estrategias de comercialización utiliza para su emprendimiento?
15	Invitada		Respuesta Doris
16	Control		Efecto de sonido impacto épico
17	Locutor Leszlie	2	Seguro que muchas personas se sienten frustradas, porque se encuentra con obstáculos al



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



			momento de emprender. ¿Qué ha sido lo más difícil de emprender con este tipo de tejido y como ha superado esas dificultades?
18	Invitada		Respuesta Doris
19	Locutor Leszlie	2	En particular, la secretaria del banco juega un papel fundamental en el impulso y promoción de las mujeres artesanas. brindando asesoramiento y apoyo financiero a estas emprendedoras, En esta ocasión, Carlos José Jácome Henry, Secretario Empresarial de Artesanías en el Banco del Progreso de Cúcuta nos detalla el trabajo que se hace desde esta entidad para apoyar, impulsar y promover los emprendimientos de mujeres artesanas en la región.
20	Invitado experto		Carlos José Jácome Henry Secretario Empresarial de Artesanías en el Banco del Progreso de Cúcuta.
21	Locutor Leszlie	2	Mantener la inspiración en el mundo artesanal es un aspecto importante para afrontar cualquier dificultad que se presente y para poder sacar buenos diseños, ¿Qué hace usted para no caer en la rutina y poder mantener la inspiración y originalidad de sus diseños?
22	Invitada		Respuesta Doris
23	Control		Música de Fondo Inspiradora y Motivacional
24	Locutor Carmen	1	¿Qué mensaje le daría a aquellas mujeres que se sienten identificadas con usted o que en algún momento han pensado en emprender?
25	Invitado		Respuesta Doris
26	Locutor voz masculina	voz	Gracias por escuchar este episodio. Juntos seguiremos haciendo visibles a esas mujeres que se esfuerzan cada día por seguir adelante.
27	Control		Cortinilla palabras célebres de las emprendedoras.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Tabla 4

Guion segundo episodio juventud emprende

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA			
COMUNICACIÓN SOCIAL			
“MUJERES QUE CUENTAN HISTORIAS A TRAVÉS DE SU ARTE”			
PODCAST 2– JUVENTUD QUE EMPRENDE			
En este podcast escucharemos la historia de Katerine, una joven que toma la iniciativa de crear su emprendimiento con tejidos en mostacilla.			
Locutor 1	Lisbeth		
Locutor 2	Carmen Gutiérrez		
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN	
1	Cortinilla	Musicalización cortinilla palabras célebres de las emprendedoras	
2	Locutor voz masculina	Bienvenidos a mujeres que cuentan historia a través de su arte, el seriado podcast donde le presentaremos a 8 mujeres emprendedoras quienes nos contarán su experiencia y cómo surgió la idea de crear emprendimientos enfocados en manualidades y artesanías. En este episodio hablaremos con Katerine Hernández, una joven cucuteña de 26 años, comunicadora social, antropóloga y tejedora quien tiene una iniciativa de tejidos en mostacilla que surgió a raíz de no encontrar este tipo de tejidos en la ciudad, vio la oportunidad crear su emprendimiento. Quédate con nosotros vamos a aprender juntos sobre los tejidos en mostacilla	
3	Control	Musicalización 5 segundos	
4	Locutor Lisbeth	1	Hola a todos, como ya lo mencionamos, en este capítulo hablaremos del tejido en mostacilla, ¿alguna vez has escuchado de este tipo de tejido? ¿Y qué es lo que lo hace diferente a las demás?



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



5	Locutor Carmen	2	La mostacilla incluye una variedad de cuencas de vidrio en colores y formas diversos como canutillos y chaquiras. Los hilos empleados para tejer la trama varían entre hilos marroquinos y nailon. A veces se usan herrajes de plata y oro golfi, según el diseño de la pieza.
6	Locutor Carmen	2	Pero ¿quién inventó la mostacilla?
7	Control		Efecto de sonido música indígena
8	Locutor Lisbeth	1	Las chaquiras o mostacillas de vidrio nacen en Venecia poco antes del siglo XVI. Durante la época de las expediciones a América, se fabricaban en Europa y los comerciantes las llevaban a las poblaciones locales para comerciar con ellas. Venecia fue en un inicio la principal productora del mercado.
9	Locutor Carmen	2	Con esto nos podemos dar cuenta que la mostacilla tiene una historia muy interesante y con mucho significado cultural. Ahora será Katerine quién nos cuente como comienza la historia de su emprendimiento.
10	Control		Efecto de sonido cristales de joyería
11	Invitada		Respuesta Katerine
12	Locutor Lisbeth	1	Sabemos que Aguakate con K empezó como una tienda virtual en Instagram y que entre el 2020 y 2021 abrió punto físico en una tienda de calzado ubicada en el Ventura Plaza. Pero nos gustaría saber ¿qué otros medios utilizan para comercializar sus productos?
13	Invitada		Respuesta Katerine
14	Control		Efecto de sonido canica rodando en el suelo
15	Locutor Carmen	2	Emprender no es fácil, pero la persistencia debe ser una de las características más importantes para quien quiere sacar su negocio adelante.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



			Ahora sabremos ¿qué es lo más difícil de emprender con tejidos en mostacilla y como has superado esas dificultades?
16	Control		Sonido suspenso
17	Invitada		Respuesta Katerine
18	Locutor Lisbeth	1	En la actualidad, el emprendimiento artesanal se ha convertido en una opción atractiva para muchas personas en todo el mundo, incluyendo Cúcuta. Sin embargo, la viabilidad de este tipo de emprendimientos puede verse influenciada por una variedad de factores. Carlos José Jácome Henry Secretario Empresarial de Artesanías en el Banco del Progreso de Cúcuta nos explica ¿qué tan viable son los emprendimientos de artesanías actualmente en Cúcuta?
19	Invitado experto		Carlos José Jácome Henry Secretario Empresarial de Artesanías en el Banco del Progreso de Cúcuta.
20	Locutor Lisbeth	1	Para muchas mujeres artesanas su inspiración la toman de la reconciliación, de la fuerza y el amor, pero lo que tienen en común es que todas recurren a este arte para poder salir adelante desde su entorno social y diferentes estilos de vida. Escuchemos como Katerine mantiene la inspiración y originalidad de sus productos sin caer en la rutina.
21	Invitada		Respuesta Katerine
22	Control		Efecto de sonido magia
23	Locutor Carmen	2	Ahora queremos que su historia de emprendimiento sirva de motivación para aquellas mujeres jóvenes que desean emprender con tejidos en mostacilla o con otro tipo de emprendimientos ¿Qué mensaje les daría a esas mujeres?
24	Invitada		Respuesta Katerine
25	Locutor voz masculina		A pesar de enfrentar desafíos y limitaciones, las mujeres continúan creando arte y llevando adelante



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



		sus negocios de manera ejemplar. ¡Celebremos y apoyemos a estas mujeres valientes y talentosas en sus emprendimientos!
26	Control	Cortinilla palabras célebres de las emprendedoras.

Tabla 5

Guion podcast tercer episodio creando con los ojos del alma

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA			
COMUNICACIÓN SOCIAL			
“MUJERES QUE CUENTAN HISTORIAS A TRAVÉS DE SU ARTE”			
PODCAST 3 – CREANDO CON LOS OJOS DEL ALMA			
En este capítulo se realizará para contar la historia de la señora Esther Gómez con su emprendimiento de bisutería.			
Locutor 1	Carmen Gutiérrez		
Locutor 2	Leszlie Vides		
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN	
1	Cortinilla	Musicalización cortinilla palabras célebres de las emprendedoras.	
2	Locutor voz masculina	Bienvenidos a mujeres que cuentan historia a través de su arte, el seriado podcast donde le presentaremos a 8 mujeres emprendedoras quienes nos contarán su experiencia y cómo surgió la idea de crear emprendimientos enfocados en manualidades y artesanías. En este podcast hablaremos con Esther Gómez, una mujer valiente que le apasiona la danza y el teatro además de crear su emprendimiento de bisutería artesanal. Quédate con nosotros.	
3	Locutor Carmen	1	Hola a todos, hoy hablaremos con la señora Esther Gómez quien nos contará acerca de su emprendimiento de bisutería artesanal. ¡Pero



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



			sabemos, ¿qué es la bisutería artesanal y en qué consiste?
4	Control		Efecto de sonido piedras preciosas
5	Locutor Leszlie	2	Se conoce como bisutería artesanal a la industria que se dedica a la producción de objetos o materiales que sirven de adorno e imitan a la joyería. Sin embargo, estos no están hechos de materiales preciosos. También existe bisutería artesanal propia de cada territorio en la que se puede ver reflejados el estilo de vida y costumbres de las personas que habitan en esa región. Pero ¿Qué diferencia y ventajas tiene la bisutería artesanal del resto de industria?
6	Control		Sonidos de bisutería
7	Locutor Carmen	1	Este tipo de bisutería se destaca por su exclusividad y originalidad ya que se trata de joyas únicas elaboradas con mucho mimo. Que van desde piedras naturales, cuencas de vidrios, plásticos, perlas, metales, hasta materiales como el cuero, la tela, el alambre, los hilos, entre otros.
8	Control		Efecto de sonido martillo contra metal
9	Locutor Leszlie	2	Pues Lucir bisutería artesanal hecha a mano es exclusiva para verse bien en cualquier ocasión, además, de tener un valor añadido y son más económicas.
10	Locutor Carmen	1	Señora Esther, ¿Cómo se origina la idea de emprender y por qué?
11	Invitada		Respuesta de Esther Gómez.
12	Control		Efecto de sonido carpintería
13	Locutor Carmen	1	El sector artesanal en Colombia representa el 15% de la ocupación en el sector manufacturero con 350.000 personas aproximadamente y se caracteriza por técnicas de fabricación, por combinar materiales e innovar los formatos que generan actividad económica. Y el adaptarse a las nuevas formas de comercialización les puede



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



			ayudar a dar más visibilidad y así llegar a un mayor número de potenciales clientes. Señora Esther ¿Qué medios utilizas para comercializar sus productos?
14	Invitada		Respuesta de Señora Esther.
15	Control		Efecto de sonido dramático
16	Locutor Carmen	1	El emprender conlleva una serie de retos que dificultan el camino. ¿Qué es y ha sido lo más difícil de emprender y cómo lo has llevado?
17	Invitada		Respuesta de la Señora Esther
18	Locutor Leszlie	2	Como sabemos, el emprendimiento siempre ha sido un camino difícil y lleno de desafíos, y esto es especialmente cierto para las emprendedoras de artesanías en Cúcuta, Carlos José Jácome Henry Secretario Empresarial de Artesanías en el Banco del Progreso de Cúcuta nos menciona ¿Cuáles son las dificultades que presentan las emprendedoras de artesanías?
19	Invitado experto		Carlos José Jácome Henry Secretario Empresarial de Artesanías en el Banco del Progreso de Cúcuta
20	Control		Música cinemática motivacional por 6 segundos
21	Locutor Leszlie	2	Dentro de las principales características de las mujeres emprendedoras esta la perseverancia, la creatividad, planificación, la gestión y compromiso, así mismo la responsabilidad y el trabajo en equipo, lo que hace que siempre estén atentas a las oportunidades del mercado. Pero también se puede incurrir en lo rutinario. ¿Qué hacer para no caer en la rutina y poder mantener la inspiración y originalidad de sus diseños?
22	Invitada		Respuesta de Señora Esther



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



23	Control	Efecto de sonido transición rápida
24	Locutor Carmen 1	Hoy con su historia de emprendimiento será un ejemplo de inspiración y motivación para otras mujeres a tomar la iniciativa y determinación de hacerlo. ¿Qué les recomendarías a las mujeres que nos están escuchando y desean emprender?
25	Invitada	Respuesta de Señora Esther
26	Locutor voz masculina	Para tener éxito como emprendedores es importante tener confianza y seguridad tanto en uno mismo como en el producto o servicio que se ofrece. La señora Esther es un ejemplo del que nos debemos contagiar todos, para que nunca dejemos de perseguir nuestros sueños.
27	Control	Cortinilla palabras célebres de las emprendedoras.

Tabla 6

Guion podcast cuarto episodio dándole vida a la creatividad

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA			
COMUNICACIÓN SOCIAL			
“MUJERES QUE CUENTAN HISTORIAS A TRAVÉS DE SU ARTE”			
PODCAST 4 – DÁNDOLE VIDA A LA CRETIVIDAD			
En este capítulo se realizará para contar la historia de Keila con su emprendimiento en crochet.			
Locutor 1	Carmen Gutiérrez		
Locutor 2	Leszlie Vides		
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN	
1	Cortinilla	Cortinilla palabras célebres de las emprendedoras.	
2	Locutor voz	Bienvenidos a mujeres que cuentan historia a	



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



	masculina		través de su arte, el seriado podcast donde le presentaremos a 8 mujeres emprendedoras quienes nos contarán su experiencia y cómo surgió la idea de crear emprendimientos enfocados en manualidades y artesanías. En este podcast hablaremos de Keila, Una mujer guerrera que vio en el tejido en crochet una oportunidad para emprender, y esto le sirvió como mecanismo de empoderamiento. Quédate con nosotros, ¡Vamos a aprender juntos sobre el tejido en crochet
3	Control		Musicalización 5 segundos
4	Locutor Carmen	1	Hola a todos, quizás has escuchado mencionar de emprendimientos en crochet, pero, ¿qué es el tejido en crochet y en qué consiste?
5	Locutor Leszlie	2	Pues bien, el tejido en crochet es hecho con hilo o lana y que a través de una aguja o gancho que puede ser de madera o aluminio se pasa un anillo de lana por encima del otro hasta lograr el resultado que va desde moñas, gorros, calcetines, colchas, bolsos, mochilas, ruanas, cobijas, alfombras entre otras prendas.
6	Locutor Carmen	1	Pero, ¿Qué es el tejido como artesanía?
7	Control		Efecto de sonido movimiento de tela
8	Locutor Leszlie	2	Se le llama tejido artesanal a aquel que no se crea de una forma industrial ni en serie. Según la UNESCO “Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles”.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



			Características que cumple el emprendimiento de Keila.
9	Locutor Carmen	1	Para emprender siempre hay un origen y una razón que te impulsa hacerlo ¿Cómo se origina la idea de emprender de Keila y por qué?
10	Invitada		Respuesta de Keila.
11	Control		Efecto de sonidos de tejido
12	Locutor Carmen	1	Los medios de comercialización son uno de los ejes centrales para cualquier emprendedor, ya que, es la manera de que el producto llegue al consumidor. Y en relación a esto. ¿Qué medios utilizas para comercializar sus productos?
13	Invitada		Respuesta de Keila.
14	Control		Se sube la Musicalización por 5 segundos
15	Locutor Carme	1	Se dice que el emprendimiento es una práctica que te reta a experimentar aciertos y dificultades ¿Qué es y ha sido lo más difícil de emprender y cómo lo has llevado?
16	Invitada		Respuesta de Keila
17	Control		Efecto muisca instrumental inspiradora por 5 segundos
18	Locutor Leszlie	2	La tejeduría artesanal, es la sabiduría de hacer tejidos únicos y creativos con un sello personal. ¿Qué hacer para no caer en la rutina y poder mantener la inspiración y originalidad de sus diseños?
19	Invitada		Respuesta de Keila
20	Locutor Leszlie	2	La creación de negocios locales que se dedican a la producción de productos artesanales puede tener un impacto significativo en la economía local, ya que estos negocios pueden generar empleo, aumentar la oferta de productos y servicios, y atraer turismo a la región. Por eso Carlos José Jácome Henry



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



		Secretario Empresarial de Artesanías en el Banco del Progreso de Cúcuta hace énfasis en la importancia del apoyo a los emprendimientos locales para el crecimiento de la economía.
21	Invitado experto	Carlos José Jácome Henry Secretario Empresarial de Artesanías en el Banco del Progreso de Cúcuta
22	Locutor Leszlie 2	Eres inspiración y motivación para muchas mujeres. ¿Qué le recomendarías a las mujeres que nos están escuchando y desean emprender?
23	Control	Efecto de sonido lápiz escribiendo
24	Invitada	Respuesta de Keila
25	Locutor voz masculina	Colombia es un país que teje historias a través de su arte textil. Valoremos el trabajo de los demás porque en él, hay invertido tiempo, esfuerzo, creatividad.
26	Control	Cortinilla palabras célebres de las emprendedoras.

Tabla 7
Guion podcast quinto episodio dando vida a la arcilla

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA		
COMUNICACIÓN SOCIAL		
“MUJERES QUE CUENTAN HISTORIAS A TRAVÉS DE SU ARTE”		
PODCAST 5 – DANDO VIDA A LA ARCILLA		
En este podcast se hace énfasis en la historia de Francisca Fernández, quien decidió emprender con base en la arcilla como un legado que le dejaron sus padres y haciéndole honor a las costumbres del municipio del Zulia.		
Locutor 1	Carmen Gutiérrez	





Locutor 2	Leszlie Vides	
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN
1	Cortinilla	Musicalización cortinilla palabras célebres de las emprendedoras.
2	Locutor voz masculina	Bienvenidos a mujeres que cuentan historia a través de su arte, el seriado podcast donde le presentaremos a 8 mujeres emprendedoras quienes nos contarán su experiencia y cómo surgió la idea de crear emprendimientos enfocados en manualidades y artesanías. En este episodio hablaremos con Francisca Fernández, enfermera de profesión, pero artesana por pasión, quien cuenta con un emprendimiento de arcilla, proceso aprendido por herencia familiar. ¡Sigamos aprendiendo a emprender de estas hermosas mujeres!
3	Control	Musicalización subir 5 segundos
4	Locutor Carmen 1	Hola a todos, hoy hablaremos con la señora Francisca Fernández quien nos contará acerca de su emprendimiento con arcilla. ¡Pero, conoces ¿Qué es la arcilla y de donde se extrae?
5	Control	Efecto de sonido moldeado de arcilla
6	Locutor Leszlie 2	La arcilla es un mineral que proviene de rocas ígneas, metamórficas y sedimentarias descompuestas, en términos comunes las arcillas son materiales naturales muy repartidos en la superficie de la corteza terrestre y que, en ocasiones, pueden formar, al ser mezclados con agua, masas plásticas, a partir de las cuales es factible fabricar productos cerámicos. Generalmente su color es blanco, pero también puede encontrarse en la gama de los rojos, cobres o café, que varían según la composición de las mismas. Pero ¿cómo se originaron las artesanías con arcilla?
7	Control	Efecto de sonido de la pala mezclando el agua y



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



			barro
8	Locutor Carmen	1	Nació por la necesidad que tenían los nómadas de contar con recipientes para la conservación y almacenamiento de alimentos.
9	Control		Efecto de sonido cerámica cayéndose
10	Locutor Leszlie	2	Las mujeres tienen diferentes motivaciones para emprender, algunas lo hacen por el deseo de tener un negocio propio, por la situación económica y por gusto. ¿Cómo se origina la idea de emprender y que la motivo a hacerlo?
11	Control		Efecto de sonido recuerdo
12	Invitado		Respuesta Francisca
13	Locutor Leszlie	2	El fortalecimiento del empoderamiento femenino no solo contribuirá al desarrollo territorial, sino que también ayudará a integrar los negocios liderados por mujeres en la imaginación colectiva. Luz Karime Ochoa, Técnico del Programa de Superación de la Pobreza de la Secretaría de Equidad de Género de Cúcuta nos habla de ¿Cómo se ha fortalecido el empoderamiento femenino en la región con el auge de los emprendimientos de mujeres que han surgido últimamente?
14	Invitado experto		Luz Karime Ochoa, Técnico del Programa de Superación de la Pobreza de la Secretaría de Equidad de Género de Cúcuta
15	Locutor Carmen	1	Con el auge de la tecnología muchas personas optan por hacer visibles sus emprendimientos a través de las redes sociales, debido a que brindan la posibilidad de llegar a más clientes potenciales. ¿Qué medios utiliza usted para comercializar sus productos?
16	Control		Efecto de sonido transición



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



17	Invitado		Respuesta Francisca
18	Locutor Leszlie	2	La arcilla es uno de los productos con más fuerza en la economía regional. “Norte de Santander tiene una de las mejores arcillas del mundo”. Esta frase se ha difundido históricamente en la región e impulsó a que el sector se convirtiera en uno de los más representativos de la economía del departamento. Sin embargo, tener este tipo de emprendimiento no es tarea fácil ya sea por la falta de financiamiento o porque las personas no le dan valor a su trabajo o por muchos otros factores, ¿para usted qué es y ha sido lo más difícil de emprender y como lo ha llevado?
19	Invitado		Respuesta Francisca
20	Control		Efecto de sonido transición
21	Locutor Carmen	1	La artesanía conlleva un proceso creativo y de meditación que llena de satisfacción a quien se dedica a este oficio, en el caso de la arcilla permite experimentar con la creatividad y explota el lado artístico ¿qué hacer para no caer en la rutina y mantener la inspiración y originalidad de sus diseños?
22	Invitada		Respuesta Francisca
23	Control		Efecto de sonido instrumental alegre (en tono bajo)
24	Locutor Leszlie	2	Las mujeres emprendedoras son modelo a seguir para aquellas jóvenes que buscan crear su propio negocio ¿Qué mensaje le darías a aquellas mujeres que se sienten identificadas con usted o que en algún momento han pensado en emprender?
25	Invitado		Respuesta Francisca
26	Locutor voz masculina		Con esas manos mágicas que transforman el barro en hermosas esculturas de indio motilón, del Panche de río, la locomotora, jarras, cafeteras, entre muchos más artículos representativos de nuestra región.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



		Exaltando así nuestra cultura Norte Santandereana.
27	Control	Cortinilla palabra célebres de las emprendedoras.

Tabla 8

Guion podcast sexto episodio retoques llenos de magia

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA			
COMUNICACIÓN SOCIAL			
“MUJERES QUE CUENTAN HISTORIAS A TRAVÉS DE SU ARTE”			
PODCAST 6 – RETOQUES LLENOS DE MAGIA			
En este podcast se hace énfasis en la historia de Isabel, quien decidió emprender con base en la bisutería para lograr su independencia económica.			
Locutor 1	Carmen Gutiérrez		
Locutor 2	Leszlie Vides		
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN	
1	Cortinilla	Musicalización cortinilla palabras célebres de las emprendedoras.	
2	Locutor voz masculina	Bienvenidos a mujeres que cuentan historia a través de su arte , el seriado podcast donde le presentaremos a 8 mujeres emprendedoras quienes nos contarán su experiencia y cómo surgió la idea de crear emprendimientos enfocados en manualidades y artesanías. En este episodio llamado Retoques llenos de magia tendremos a Isabel una mujer que decidió emprender para lograr su independencia económica. ¡Aprendamos a emprender con estas hermosas mujeres!	
3	Control	Musicalización de fondo sube 6 segundos.	
4	Locutor Leszlie	2	Hola a todos, en esta ocasión hablaremos con María Isabel Gutiérrez quien tiene un emprendimiento de bisutería.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



5	Locutor Carmen	1	El mundo de la bisutería es muy amplio en todos los sentidos; ya que brinda múltiples opciones en sus productos, pues son exclusivos y sus piezas siempre son diferentes, los accesorios que se encuentran en este mercado van desde aretes, anillos, collares, pulseras, brazaletes, y cadenas.
6	Control		Sonido de pulseras de bisuterías
7	Locutor Leszlie	2	Al adquirir bisutería se apoya a los artesanos y fabricantes a que puedan impulsar y hacer crecer sus marcas y emprendimientos, pues cada pieza que se diseña y se crea es elaborada totalmente a mano, lo que le da un toque único y especial a cada una de estas.
8	Control		Efecto voz de exclamación de una niña al ver un collar.
9	Locutor Carmen	1	El emprender está motivado por múltiples razones, entre las que se pueden encontrar, cumplir sueños, ser su propio jefe, lograr independencia financiera, seguir su pasión, o estar desempleado y sin plata. ¿Cómo se origina la idea de emprender de Isabel y por qué?
10	Invitada		Respuesta Isabel
11	Locutor Leszlie	2	La promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres son temas prioritarios en la agenda política de muchas regiones del mundo. En Cúcuta, la Secretaría de Equidad de Género ha implementado diversos programas y proyectos para fomentar la participación y el desarrollo económico de las mujeres de la región. Luz Karime Ochoa, Técnico del Programa de Superación de la Pobreza de la Secretaría de Equidad de Género de Cúcuta, nos habla sobre el éxito de la implementación de proyectos y programas para las mujeres y ¿cuántas se han beneficiado de ellos?



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



12	Invitado experto		Luz Karime Ochoa, Técnico del Programa de Superación de la Pobreza de la Secretaría de Equidad de Género de Cúcuta.
13	Locutor Leszlie	2	Cada vez son más las personas que deciden emprenden en este mercado de la bisutería debido a la versatilidad y a la facilidad que brindan las nuevas formas de negocio, como las ventas por las redes sociales, ¿Qué medios utilizas para comercializar sus productos?
14	Invitada		Respuesta de Isabel
15	Control		Sube musicalización de fondo 5 segundos
16	Locutor Carmen	1	Se dice que la parte más difícil del emprendedor es la incertidumbre ¿Qué ha sido para Isabel lo más difícil de emprender?
17	Invitada		Respuesta Isabel
18	Locutor Leszlie	2	Para mantener la rentabilidad de un emprendimiento o negocio es necesario estar en constante innovación. ¿Qué haces para poder mantener la inspiración y originalidad de sus diseños?
19	Control		Sonido tutorial
20	Invitada		Respuesta Isabel
21	Locutor Carmen	1	Entre los miedos más frecuentes para quienes desean emprender está el miedo a fallar, no tener el apoyo económico para hacerlo, la falta de economía o no saber qué negocio pueden crear. ¿Qué les recomendarías a las mujeres que nos están escuchando y desean emprender, pero aún no se animan?
22	Invitada		Respuesta Isabel
23	Locutor voz		Rescatar sus raíces es la manera de inmortalizar



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



	masculina	el trabajo hecho a mano y comprarlos es la forma de mantener viva la artesanía tradicional.
24	Control	Cortinilla palabras célebres de las emprendedoras.

Tabla 9

Guion podcast séptimo episodio la naturaleza del arte

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA			
COMUNICACIÓN SOCIAL			
“MUJERES QUE CUENTAN HISTORIAS A TRAVÉS DE SU ARTE”			
PODCAST 7– LA NATURALEZA DEL ARTE			
En este capítulo se hablará del proceso y la historia de Esperanza Mojica con su emprendimiento basado en el reciclaje de las hojas de mazorca y fibra de plátano.			
Locutor 1	Carmen Gutiérrez		
Locutor 2	Leszlie Vides		
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN	
1	Cortinilla	Cortinilla palabras célebres de las emprendedoras.	
2	Locutor voz masculina	Bienvenidos a mujeres que cuentan historia a través de su arte, el seriado podcast donde le presentaremos a 8 mujeres emprendedoras quienes nos contarán su experiencia y cómo surgió la idea de crear emprendimientos enfocados en manualidades y artesanías. En este capítulo estará con nosotros Luz Esperanza Mojica, una mujer creativa, perseverante y alegre que cuenta con un emprendimiento a base de las hojas de mazorca y fibra de plátano.	
3	Control	Musicalización 5 segundos	
4	Locutor Carmen 1	En esta ocasión nos encontramos con la historia de la señora Luz Esperanza Mojica Artesana en nuestra ciudad de Cúcuta.	



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



5	Control		Efecto de aplauso
6	Locutor Leszlie	2	El emprendimiento de nuestra invitada está basado en el reciclaje de las hojas de mazorca y fibra de plátano.
7	Locutor Carmen	1	Además, es un emprendimiento que le aportan al cuidado del medio ambiente con el aprovechamiento de este tipo de fibras tanto de plátano, como de mazorca, pero, ¿En qué consiste este tipo de emprendimientos?
8	Control		Efecto mover las hojas de los arboles
9	Locutor Leszlie	2	La fibra de plátano fue descubierta en la década de los ochenta por una artesana en el Huila, quien aprendió a desfibrar la corteza del tallo de plátano, y de la mazorca, hilándola y tejiéndola. Es un proceso con el que se puede crear infinidad de artículos entre los que se encuentra arete, sombreros, bolsos, figuras para el pesebre, bolsas de regalo, muebles, canastos, entre otros.
10	Locutor Carmen	1	Pero dejemos quien sea la señora Esperanza que nos explique más sobre. ¿Cómo se origina la idea de emprender y por qué?
11	Invitada		Respuesta de Esperanza.
12	Control		Sonido naturaleza
13	Locutor Carmen	1	¿Qué medios utilizas para comercializar sus productos?
14	Invitada		Respuesta de Esperanza.
15	Control		Musicalización para ambientar 5 segundos
16	Locutor Leszlie	2	El emprender es de formación, vocación, dedicación y determinación para poder lograr los objetivos planteados, ¿Cuánto tiempo te lleva realizar un artículo y cuál ha sido su mayor reto como emprendedora en la ciudad de Cúcuta?
17	Invitada		Respuesta de Esperanza



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



18	Locutor Leszlie	1	Apoyar el desarrollo y bienestar de las mujeres en la ciudad debe ser una prioridad, además, es importante que todas las mujeres conozcan los canales de atención y los programas disponibles para ellas. Por eso Luz Karime Ochoa, Técnico del Programa de Superación de la Secretaría de Equidad de Género nos indica cuales son los canales de atención que ofrece esta entidad.
19	Invitado experto		Luz Karime Ochoa, Técnico del Programa de Superación de la Pobreza de la Secretaría de Equidad de Género de Cúcuta.
20	Control		Música para ambientar 5 segundos
21	Locutor Carmen	1	Los artículos hechos a mano han permitido plasmar la cultura de los lugares. ¿Cuáles son los productos que más vende y cuál es su fuente de inspiración para sus diseños?
22	Invitada		Respuesta de Esperanza
23	Control		Música orquestal alegre 6 segundos
24	Locutor Leszlie	2	Para emprender se tejen muchos miedos que les impiden tomar la decisión. ¿Qué les diría a las mujeres que desean emprender y no se han animado hacerlo aún y cuál sería su consejo basado en la experiencia?
25	Invitada		Respuesta de Esperanza
26	Control		Efecto de transición
27	Locutor voz masculina		Las mujeres en la búsqueda de alternativas para emprender vieron en los conocimientos transmitidos por sus padres y abuelos la oportunidad de hacerlo desde el empoderamiento femenino, que les da la libertad de ser dueñas de su tiempo y espacio. El arte tradicional conserva el legado de nuestros ancestros, conservarlo nuestro deber y



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



		promoverlo nuestra labor, que la historia y el legado de nuestros antepasados no se pierda.
28	Control	Palabras célebres de las emprendedoras.

Tabla 10

Guion podcast octavo episodio bordando ideas y recuerdos

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA			
COMUNICACIÓN SOCIAL			
“MUJERES QUE CUENTAN HISTORIAS A TRAVÉS DE SU ARTE”			
PODCAST 8 – BORDANDO IDEAS Y RECUERDOS			
En este podcast se hace énfasis en la historia de Luz Karime Peláez, quien decidió emprender con base en el bordado, propietaria de Kapeny Taller y Bordados, emprendimiento que es desarrollado junto a su familia.			
Locutor 1	Carmen Gutiérrez		
Locutor 2	Lina López		
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN	
1	Cortinilla	Musicalización Palabras célebres de las emprendedoras.	
2	Locutor voz masculina	Bienvenidos a mujeres que cuentan historia a través de su arte, el seriado podcast donde le presentaremos a 8 mujeres emprendedoras quienes nos contarán su experiencia y cómo surgió la idea de crear emprendimientos enfocados en manualidades y artesanías. En este episodio hablaremos con Luz Karime Peláez Nieto, emprendedora y artesana dedicada al bordado, propietaria de Kapeny Taller y Bordados un negocio familiar. Permanece con nosotros y aprendamos sobre el bordado.	



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



3	Control		Musicalización de fondo sube unos segundos y baja a fondo
4	Locutor Carmen	1	Hola a todos, en este episodio hablaremos con Luz Karime Peláez, que vio en el bordar una forma de emprender.
5	Locutor Lina	2	El bordado es un arte o técnica que se ha desarrollado para el embellecimiento de una tela a través de dibujos hechos con hilos, agujas sobre un soporte que puede ser cuero, algodón, lino, etc. El bordado a través de la historia se ha caracterizado por resaltar prendas, la prenda más antigua que se conserva con un bordado es egipcia, una camisa encontrada en la tumba de Tuntankamon.
6	Control		Efecto de sonidos egipcios antiguos
7	Locutor Lina	2	El bordado embellece y resalta las prendas, además no ha tenido distinción en culturas. En su evolución con la aguja de acero y los hilos de seda de rico colorido fortalecieron su desarrollo, y este arte se ha venido transmitiendo de generación en generación sin distinción cultural.
8	Control		Efecto de sonido bordado
9	Locutor Lina	2	Son muchas las mujeres que han decidido emprender y han triunfado, porque han descubierto la perspectiva única que caracteriza al género femenino y las habilidades que marcan la diferencia en el mercado. ¿Cómo se origina la idea de emprender de Luz Karime y por qué?
10	Invitada		Respuesta Luz Karime.
11	Control		Efecto de sonido transición.
12	Locutor Lina	2	Los artesanos normalmente se encuentran con la dificultad de no poder acceder a los mercados y canales de distribución, lo que limite el alcance y capacidad para llegar a nuevos clientes. ¿Qué medios utilizas para comercializar tus productos?



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



13	Invitada		Respuesta Luz Karime
14	Control		Sube musicalización de fondo 5 segundos
15	Locutor Lina	2	En el camino de emprender es importante estar preparado para los desafíos, tener un plan solido puede ser esencial para superar estos inconvenientes. ¿Qué ha sido para Luz Karime lo más difícil de emprender?
16	Invitada		Respuesta Luz Karime
17	Locutor Lina	2	Resulta crucial que se garanticen espacios adecuados para que las mujeres puedan involucrarse activamente en los procesos de desarrollo de su comunidad. Por eso, Luz Karime Ochoa, Técnico del Programa de Superación de la Pobreza de la Secretaría de Equidad de Género, nos explica ¿Cómo es la gestión de los espacios que permiten adelantar acciones para la visibilización y participación directa de las mujeres? y ¿cómo garantizan su inclusión en los procesos de desarrollo del municipio?
18	Invitado experto		Luz Karime Ochoa, Técnico del Programa de Superación de la Pobreza de la Secretaría de Equidad de Género de Cúcuta
19	Locutor Lina	2	El bordado se caracteriza por hacer única y exclusiva cualquier tipo de prenda, porque en la actualidad se puede trabajar sobre la mayoría de materiales textiles. ¿Qué haces para poder mantener la inspiración y originalidad de los diseños?
20	Control		Efecto de sonido de idea brillante
21	Invitada		Respuesta Luz Karime
22	Locutor Lina	2	Debemos seguir motivando a las mujeres a perseverar, recordándoles que tienen el potencial de hacer un impacto significativo en la sociedad. ¿Qué le recomendarías a las mujeres que nos



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



		están escuchando y desean emprender, pero aún no se animan?
23	Control	Subir musicalización de fondo 5 segundos
24	Locutor voz masculina	Es importante celebrar y apoyar a estas mujeres y alentar a otras mujeres talentosas a seguir sus pasos y aportar su perspectiva única y habilidades al mundo del emprendimiento.
25	Control	Cortinilla palabras célebres de las emprendedoras.

3.6 Etapa de Producción

3.6.1 Grabación material sonoro y registro fotográfico

Las grabaciones tuvieron lugar en los domicilios y lugares de trabajo de las ocho emprendedoras participantes, también funcionó de esa manera con los funcionarios municipales, los audios fueron captados con un celular y los testimonios quedaron con sonido ambiente, puesto que las mujeres habitan junto a sus familias con niños, entre otros, lo cual le aporta una dimensión de realidad. Además, para la elección de los sonidos, efectos y musicalización se buscaron pistas sin copyright.

Figura 1

Realización entrevista a Isabel Gutiérrez (Bisutería Creaciones Iza: Arte Y Color)



Figura 2

Realización entrevista a Luz Esperanza Mojica (Tienda Artesanías Jireth)



Otras imágenes de evidencia del proceso se encuentran en el anexo A.



SC-CER96940

“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



3.6.2 Selección y análisis del material

Una vez se completaba cada entrevista, el archivo se subía a la plataforma de Google Drive para garantizar la integridad del archivo. Después se procedió a escuchar cada grabación para establecer su calidad y adelantar el pietaje, el cual consistió en identificar y demarcar los tiempos clave donde las fuentes expresaron ideas de gran valor para la configuración de la narrativa del podcast. Luego se exportaban al programa de *Adobe Audition* para organizar las pistas de edición de forma inicial y exploratoria, proponiendo segmentos con diferente contenido y duración para cada episodio.

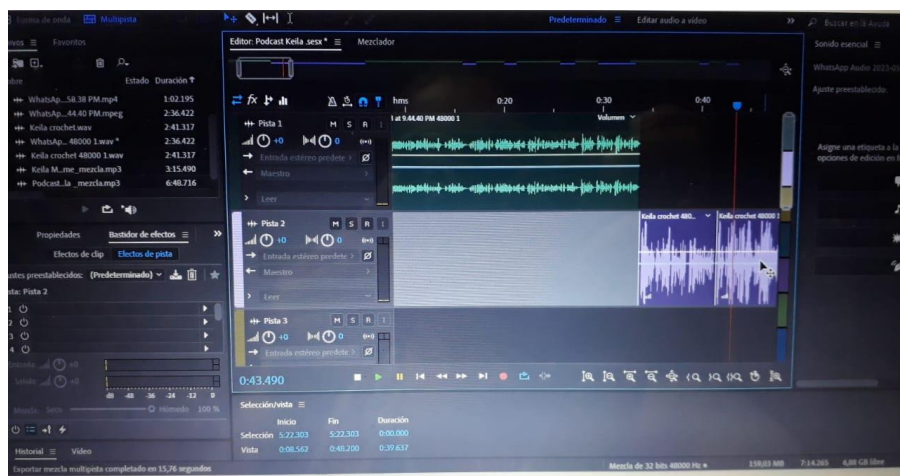
3.7 Etapa de Postproducción

3.7.1 Edición y montaje de la producción radiofónica

En esta etapa se tuvo como referencia cada uno de los guiones propuestos, en esa medida se exportaron los audios que fueron debidamente cortados y limpiados desde Adobe Audition hacia Adobe Premier, allí se procedió a mezclar música, voz y efectos para el desarrollo de cada episodio.

Figura 3

Evidencia fotográfica edición podcast desde Adobe Audition



3.7.2 Ficha técnica

Tabla 11
Ficha técnica primer episodio

Podcast	Tejiendo sueños
Formato	Mp3
Género	Empoderamiento femenino y emprendimientos
Tema central	Empoderamiento femenino a través de emprendimientos de artesanías y manualidades
Medición de emisión	Emisoras y redes sociales
Fecha y hora de emisión	1 de junio
Horario	9 AM
Duración	09:25
Frecuencia	FM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y Atalaya FM 96.2.
Equipo de producción	Carmen Gutiérrez – Leszlie Vides – Lina López
Narradores	Yim Clark Vargas Carmen Gutiérrez



SC-CER96940

“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



	Leszlie Vides
--	---------------

Tabla 12

Ficha técnica segundo episodio

Podcast	Juventud que emprende
Formato	Mp3
Género	Empoderamiento femenino y emprendimientos
Tema central	Empoderamiento femenino a través de emprendimientos de artesanías y manualidades
Medición de emisión	Emisoras y redes sociales
Fecha y hora de emisión	2 de junio
Horario	9 AM
Duración	11:41
Frecuencia	FM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y Atalaya FM 96.2
Equipo de producción	Carmen Gutiérrez – Leszlie Vides – Lina López
Narradores	Yim Clark Vargas Carmen Gutiérrez Lisbeth

Tabla 13

Ficha técnica tercer episodio



Podcast	Creando con los ojos del alma
Formato	Mp3
Género	Empoderamiento femenino y emprendimientos
Tema central	Empoderamiento femenino a través de emprendimientos de artesanías y manualidades
Medición de emisión	Emisoras y redes sociales
Fecha y hora de emisión	5 de junio
Horario	9 AM
Duración	10:19
Frecuencia	FM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y Atalaya FM 96.2
Equipo de producción	Carmen Gutiérrez – Leszlie Vides – Lina López
Narradores	Yim Clark Vargas Carmen Gutiérrez Leszlie Vides

Tabla 14
Ficha técnica cuarto episodio

Podcast	Dándole vida a la creatividad
Formato	Mp3
Género	Empoderamiento femenino, y emprendimientos.
Tema central	Empoderamiento femenino a través de emprendimientos de artesanías y manualidades
Medición de emisión	Emisoras y redes sociales
Fecha y hora de emisión	6 de junio
Horario	9 AM
Duración	7:59
Frecuencia	FM





Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y Atalaya FM 96.2
Equipo de producción	Carmen Gutiérrez – Leszlie Vides – Lina López
Narradores	Yim Clark Vargas Carmen Gutiérrez Leszlie Vides

Tabla 15
Quinto episodio

Podcast	Dando vida a la arcilla
Formato	Mp3
Género	Empoderamiento femenino y emprendimientos
Tema central	Empoderamiento femenino a través de emprendimientos de artesanías y manualidades
Medición de emisión	Emisoras y redes sociales
Fecha y hora de emisión	7 de junio
Horario	9 AM
Duración	8:11
Frecuencia	FM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y Atalaya FM 96.2
Equipo de producción	Carmen Gutiérrez – Leszlie Vides – Lina López
Narradores	Yim Clark Vargas Carmen Gutiérrez Leszlie Vides

Tabla 16
Ficha técnica sexto episodio

Podcast	Retoques llenos de magia
Formato	Mp3
Género	Empoderamiento femenino y emprendimientos





Tema central	Empoderamiento femenino a través de emprendimientos de artesanías y manualidades
Medición de emisión	Emisoras y redes sociales
Fecha y hora de emisión	8 de junio
Horario	9 AM
Duración	8:57
Frecuencia	FM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y Atalaya FM 96.2
Equipo de producción	Carmen Gutiérrez – Leszlie Vides – Lina López
Narradores	Yim Clark Vargas Carmen Gutiérrez Leszlie Vides Sara Gutiérrez

Tabla 17

Ficha técnica séptimo episodio

Podcast	La naturaleza del arte
Formato	Mp3
Género	Empoderamiento femenino y emprendimientos
Tema central	Empoderamiento femenino a través de emprendimientos de artesanías y manualidades
Medición de emisión	Emisoras y redes sociales
Fecha y hora de emisión	9 de junio
Horario	9 AM
Duración	9:45
Frecuencia	FM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y Atalaya FM 96.2
Equipo de producción	Carmen Gutiérrez – Leszlie Vides – Lina López



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Narradores	Yim Clark Vargas Carmen Gutiérrez Leszlie Vides
-------------------	---

Tabla 18

Ficha técnica octavo episodio

Podcast	Bordando ideas y recuerdos
Formato	Mp3
Género	Empoderamiento femenino y emprendimientos
Tema central	Empoderamiento femenino a través de emprendimientos de artesanías y manualidades
Medición de emisión	Emisoras y redes sociales
Fecha y hora de emisión	13 de junio
Horario	9 AM
Duración	9:58
Frecuencia	FM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y Atalaya FM 96.2
Equipo de producción	Carmen Gutiérrez – Leszlie Vides – Lina López
Narradores	Yim Clark Vargas Carmen Gutiérrez Lina López



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



3.7.3 Evidencia de la emisión de las producciones radiofónicas

Figura 4

Carta ATALAYA 96.2 FM



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Figura 5

Carta Radio San José de Cúcuta



Radio San José de Cúcuta 1.160 AM

Certifica que:

Carmen Celina Gutiérrez Calderón CC. 1090451231
Leszlie Noreynis Vides Navarro CC. 1003243080
Lina Fernanda López Cárdenas CC. 1090489917

Estudiantes de décimo semestre del programa Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, realizan el seriado Podcast de 8 capítulos: **"Mujeres que cuentan Historias a través de su Arte"** que se transmite a través del dial 1160 am.

Que, el Podcast es emitido de lunes a viernes a las 8:00 a.m. y comenzó sus transmisiones el día jueves 8 de junio del año en curso.

Se expide el presente certificado, para los fines que las interesadas así lo consideren en la ciudad de San José de Cúcuta, el día 13 de junio de 2023.

Atentamente,



Karina Del Pilar Silva Becerra
Directora

 @Radiosjdcu1160am
 sanjosedecucutaradio@gmail.com
 Calle 5 N° 2-38 Barrio Latino Cúcuta, - Norte de Santander, Colombia



3.7.4 Portada podcast

Figura 6

Portada Podcast



Figura 7

Portada primer episodio



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co

SC-CER96940



Figura 8

Portada segundo episodio



Figura 9

Portada tercer episodio



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co

SC-CER96940



Figura 10

Portada cuarto episodio



Figura 11

Portada quinto episodio



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co

SC-CER96940



Figura 12

Portada sexto episodio



Figura 13

Portada séptimo episodio



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co

SC-CER96940



Figura 14

Portada octava episodio



Capítulo IV Conclusiones y Recomendaciones



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



4.1 Conclusiones

La experiencia con la producción de esta serie podcast implicó varios niveles de investigación e interpretación porque en torno al empoderamiento femenino existen diferentes versiones o resistencias. Para algunos, es una idea trillada y para otros un mensaje que reivindica los derechos y la autonomía de las mujeres. Sin embargo, la decisión de trabajar de la mano con las artesanas y manualistas fue la oportunidad para conocer el cumplimiento de esos conceptos en el contexto local, identificando de primera mano sus retos, fortalezas y posibilidades.

Durante el proceso de preproducción fue interesante conocer que el formato podcast en otros países y regiones ha sido un canal alineado con la difusión de nuevos mensajes, valores o realidades, un espacio en el que las personas tradicionalmente excluidas han encontrado un potenciador de sus voces e historias, en esa línea era un entorno fértil para proponer nuevas narrativas en torno al papel de las mujeres en la sociedad.

En la producción se tuvo claridad en cuanto a la necesidad de elegir emprendedoras variadas en cuanto a edades, orígenes y experiencias sociales, así como oficios o talentos, puesto que cada una ofrece una lectura única y personal de lo que ha significado para ellas emprender en la ciudad.

Seguidamente también se consideró que el podcast funciona como una estrategia de mercadeo digital que puede reforzar y expandir los mensajes compartidos por las marcas a través de las redes sociales, permitiendo que sus seguidores y otros públicos potenciales los descubran,



se interesen por sus creaciones y así puedan seguir incrementando su impacto y radio de influencia.

En la etapa de postproducción fue de gran interés recrear el ambiente, la atmósfera que viven las artesanas en sus talleres, evocando en los oyentes los procesos manuales y creativos que suceden para que se hagan realidad sus obras, productos. Asimismo, fueron de valor los aportes de los funcionarios municipales quienes entregaron contexto respecto a la realidad local en cuanto a lo social, cultural o económico. De esa forma, la unión de ambas perspectivas permite que los escuchas puedan generar empatía con las protagonistas, sus caminos y entornos.

Finalmente, la transmisión de la serie le apunta a crear mayor apoyo a los emprendimientos liderados por mujeres, quienes no solo viven de su arte, sino que apoyan a sus familias y comunidades a través de su trabajo. El hecho de poder crear consciencia en torno a ello también hace parte de una estrategia de comunicación digital que humanice sus esfuerzos y resultados.



SC-CER96940

“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



4.2 Recomendaciones

Los episodios pueden ser escuchados sin ningún orden en específico, cada uno se encarga de narrar una historia completa que puede tocar las fibras emotivas o motivacionales de los oyentes. No obstante, es valioso conocer las ocho historias en su conjunto porque visibilizan el nivel de talento y recursividad que existe en Cúcuta, el cual merece mayor difusión, apreciación y reconocimiento.

Los podcasts permiten una flexibilidad mayor en cuanto a su transmisión lo cual redundaría en un mayor alcance, se pueden emitir en emisoras radiales o en plataformas multimedia, logrando así llegar a diferentes segmentos de audiencia, lo cual puede beneficiar a las emprendedoras al darlas a conocer con públicos más juveniles.

Las historias de vida son un género periodístico que crea mayor cercanía con los oyentes porque estimula la posibilidad de ponerse en el lugar del otro, ante esa conexión se recomienda seguir contando las vidas de mujeres que en teoría son consideradas comunes, pero que realmente tienen mucho que aportar a la sociedad desde sus anécdotas, empresas o decisiones.

La creación de contenido para el sector cultural local es una deuda social pendiente porque a menudo se hablan de temas más visibles como la violencia, pero realmente en Cúcuta están pasando muchas cosas de interés que gran parte de la población desconoce, por eso es tan valioso abrir nuevos canales para contar las buenas noticias, los avances y las conquistas de quienes se dedican a celebrar distintas expresiones artísticas que celebran la identidad regional.





Referencias Bibliográficas

- Amnistía Internacional (2022, 19 de noviembre). *La lucha de las mujeres por el derecho al voto femenino*. <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/la-lucha-de-las-mujeres-por-el-derecho-al-voto-femenino/>
- Andrade, C. (2020). La educomunicación de Don Bosco y la formación de universitarios como buenos ciudadanos. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 46(3), 7-19.
- Antequera Ripoll, J. C., & Obregón, R. (2002). La radio como dinamizadora de procesos sociales y culturales en barranquilla (Colombia). *Investigación & Desarrollo*, 10(2), 146-169.
- Arenas, P. (2021). La voz del liderazgo femenino un podcast sobre las características de las mujeres líderes en las empresas ganadoras del ranking PAR 2020. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana] Archivo digital.
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/58782/TG-Arenas%20Torres%20Paula%20Valentina.pdf?sequence=1>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Artesanías de Colombia. (2021). Ruta de activación económica del sector artesanal de San José de Cúcuta. <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/6231/1/INST-D%202021.%20214.pdf>

Artesanías de Colombia. (2022, 17 de agosto). *Contando el Cuento*. https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/las-mujeres-cuentan-el-cuento_15301

Ávila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 32-48.

Barrios Rubio, A., & Gutiérrez García, M. (2017). El proceso de adaptación y configuración de la radio en Colombia. *Signo y Pensamiento*, 36(71), 116-135.

Barbas Coslado, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 10 (14), 157-175.

BBC Mundo. (2017, 13 de diciembre). *Marilyn Loden, la mujer que inventó la expresión "techo de cristal"*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42338736#:~:text=La%20consultora%20de%20%C3%A1mbito%20laboral,las%20aspiraciones%20de%20las%20mujeres.>

Bernal, O. (2022). Producto sonoro: podcast de mujeres que participaron en el proceso de independencia de la real Audiencia de Quito. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador] Archivo digital.





<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/19913/Podcast%20de%20mujeres%20que%20participaron%20en%20el%20proceso%20de%20Independencia%20de%20la%20Real%20Audiencia%20de%20Quito.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Blue Radio, & Meta. (2022, 22 de marzo). *Prueba Beta*.

<https://www.bluradio.com/economia/emprendimiento/prueba-beta-el-podcast-que-resalta-el-emprendimiento-de-las-mujeres-en-las-redes-sociales>

Bolaños-Florido, Leidy. (2021). Lo cultural y lo popular en la Radio Nacional de Colombia, 1940-1985. *HiSTOReLo. Revista de Historia Regional y Local*, 13(27), 146-181.

Buckingham, D. (2015). La evolución de la educación mediática en Reino Unido: algunas lecciones de la historia. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 29(1), 77-88.

Cadavid, A. (1990). La Radio: Imagen de Unos y otros. *Revista Gaceta*. Colcultura.

Camus, C., & Silva, M. (2022). Atlas Textil. <https://www.canalsurpatagonia.cl/atlas-textil-estrenan-primer-podcast-dedicado-a-mujeres-artesanas-de-la-patagonia/>

Cardona, J., Vaca, Y. (2019). Tendencias de la radio online como apoyo a la construcción de estrategias propias para el medio. *Anagramas rumbos y sentidos de la comunicación*, 17 (34), 177-201.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Carias Pérez, F., Hernando Gómez, Ángel, & Marín-Gutiérrez, I. (2021). La radio educativa como herramienta de alfabetización mediática en contextos de interculturalidad. *Revista De Comunicación*, 20(2), 93–112.

Carrión, J. (2020). *Lo Viral*. Editorial Galaxia Gutenberg.

Castellanos, N. (2001). La radio colombiana, una historia de amor y de olvido. *Signo y Pensamiento*, 20 (39), 15-23.

Catalán, I. (2023). Monstruas. Desarrollo y difusión de un podcast de entrevistas a mujeres de la farándula chilena discriminadas por la industria de medios. [Tesis de pregrado, Universidad de Chile] Archivo digital.
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/191785/Tesis%20-%20Monstruas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

CEPAL. (2022). Informalidad laboral en América Latina.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47726/4/S2100889_es.pdf

Cúcuta Cultural. (2022, 5 de junio). *Dieciséis talleres artesanales participan de la segunda versión de 'Alborada: Mercado Artesanal de San José de Cúcuta'*.
https://cucutacultural.info/index.php?option=com_content&view=article&id=275:diecis%C3%A9is-talleres-artesanales-participan-de-la-segunda-versi%C3%B3n-de-alborada-mercado-artesanal-de-san-jos%C3%A9-de-c%C3%BAcuta&catid=105&Itemid=642



DANE. (2019, 29 de abril). *Ser mujer jefa de hogar en Colombia*.

https://sitios.dane.gov.co/revista_ib/html_r8/articulo4.html

DANE. (2022). Mercado laboral según sexo. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/segun-sexo>

Drucker, P. (2004). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. HarperCollins.

Duarte, J., & García, J. (2016). Igualdad, Equidad de Género y Feminismo, una mirada histórica a la conquista de los derechos de las mujeres. *Revista CS*, 18, 107-158.

Espinosa de los Monteros, M. (2020, octubre 16). El imparable auge del ‘podcast’. *El País*.

https://elpais.com/elpais/2020/10/09/eps/1602258181_939048.html

Espinosa de los Monteros, M. (2020, mayo 14). ‘Podcast’ de marca frente a ‘podcast’ corporativo. *El País*.

https://elpais.com/elpais/2020/05/14/dias_de_vino_y_podcasts/1589462415_734271.html?event_log=go

Farayibi, A (2015). Entrepreneurship as a Driver of Economic Growth: Evidence from Enterprise Development in Nigeria. *SSRN Electronic Journal*.

Feo Mora, J. (2010). Orientaciones básicas para el diseño de estrategias didácticas. *Tendencias pedagógicas*, (16), 221-236.

Fernández, A., & Ormaechea, P. (2019). Un Viaje a través del audio. *Revista Telos* 111, 16-20.





- Fernández, S., Canella, M., & Carbone, C. (2022). Mujeres y medios de comunicación. Avances y perspectivas en la Argentina del siglo XXI. *Millcayac*, 9 (17), 257-271.
- García, A. (2021). Equidad de género: un estudio del mercado laboral en Colombia, con análisis en el sector de educación superior en el departamento de Norte de Santander. *Revista de Economía del Caribe*, (28), 21-30.
- Hernández R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Hidalgo Proaño, L. F. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 3(2),1-8.
- Ibarguen, M., Noreña, N., Vega, V. (2022). Diseño y realización de un producto sonoro sobre emprendimiento y marketing para el desarrollo de marcas, dirigido a emprendedores de 16 a 27 años de la ciudad de Cartagena. [Tesis de pregrado, Universidad de Cartagena]. Archivo digital.
- <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/15786/11.%20Emprendimiento%20y%20Marketint-Podcast-3-47.pdf?sequence=1>
- Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación. Ediciones de la Torre.
- Lázaro Castellanos, R., & Jubany Baucells, O. (2017). Interseccionalidad Del Género Y Mercado De Trabajo Postfordista. *Revista de Estudios de Género. La ventana*, V (46),202-243.



- León, J. (2022). Comunicación alternativa: un concepto en construcción. *Quórum Académico*, 19(2),36-52.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: la cultura de la sociedad digital*. Anthropos.
- Lizarazo, Y., Rozo, R., & Bermúdez, W. (2020, noviembre 14). Las Perlas del Norte. *La Opinión*.
<https://www.laopinion.com.co/entretenimiento/las-perlas-del-norte-una-serie-podcast-con-equidad-de-genero>
- La Opinión. (2023, marzo 8). Mujeres sufren más el desempleo y el 90% está en labores no remuneradas. *La Opinión*. <https://www.laopinion.com.co/economia/mujeres-sufren-mas-el-desempleo-y-el-90-esta-en-labores-no-remuneradas>
- Maldonado, J., Chacón, L., & Quintero, D. (2021). Visibilizar acciones de resiliencia femenina que promuevan el empoderamiento de las mujeres ante experiencias violentas en el departamento Norte de Santander. [Tesis de pregrado, Universidad de Pamplona]. Archivo digital.
http://repositoriodspace.unipamplona.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12744/6150/1/Chac%C3%B3n_%20Maldonado_%20Quintero_2021_TG.pdf
- Martínez-Roa, O, & Ortega-Erazo,E. (2018). Percepciones y participación en emisoras de radio comunitaria en Nariño-Colombia. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 26(54), 81-90.



Marulanda Valencia, F. Á., & Morales Gualdrón, S. T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (81),12-28.

McHugh, S. (2021, 11 de abril). *El podcast, la radio reinventada*.

<https://es.unesco.org/courier/2020-1/podcast-radio-reinventada#:~:text=La%20creaci%C3%B3n%20del%20podcast%20se,pod%C3%ADan%20descargarlos%20a%20su%20conveniencia>.

Méndez, V., Quintana, J. (2017). Algunas consideraciones teóricas sobre la función de la radio en la promoción de salud. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 33(2), 238-250.

Morett, M. (2021). Estructuras narrativas de podcast en español.

<https://podcasteros.com/estructuras-narrativas-de-podcast-en-espanol/>

Morton, H. (2021). Cómo crear podcasts narrativos: Escribir espectáculos de historias.

<https://www.podcastinsights.com/es/create-narrative-podcasts/#:~:text=Lo%20que%20los%20mejores%20podcasts,constantemente%20re%2Denganchando%20y%20contextualizando>.

Narváez-Montoya, A. (2019). Comunicación educativa, educomunicación y educación mediática: una propuesta de investigación y formación desde un enfoque culturalista. *Palabra Clave*, 22(3), e22311.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Narváez, A. (2014). ¿Sociedad digital o capitalismo cultural? El informacionalismo como utopía neoliberal. *Eptic online: revista electronica internacional de economia política da informação, da comunicação e da cultura*, 16(3), 116-134.

ONU. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>

ONU. (2021). Las mujeres. Empoderar, no reprimir. <https://www.un.org/es/fight-racism/vulnerable-groups/women>

ONU Mujeres (2021). Ellas, mujeres con poder en territorios dinámicos.

<https://lac.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2021/02/mujeres-rurales-amplifican-sus-voces-podcast-melyt>

ONU Mujeres. (2021). Mujeres del mundo, ¡únanse!

<https://interactive.unwomen.org/multimedia/timeline/womenunite/es/index.html#/closing>

Ordoñez, D., Castillo, A., & Rodríguez, I. (2021). Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación. *Población y Desarrollo*, 27(52), 69-91.

Ortiz, G., Moreno, E., Vargas, E. (2021). La oferta de podcast nativo en Puerto Rico: la identidad cultural del sector independiente frente a la industria periodística. *Revista de Comunicación*, 21 (1), 293-314.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”
 Universidad de Pamplona
 Pamplona - Norte de Santander - Colombia
 Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



Podcaster@s. (2022). EncuestaPod 2022.

<https://www.radionacional.co/actualidad/tecnologia/encuestapod-2022-colombia-espana-los-paises-que-mas-escuchan-podcast>

Prieto de Ramos, I., & Durante Rincón, E. (2007). La evolución de la radio y las implicaciones tecno-socio-culturales en la audiencia: De oyente a usuario en la recepción del mensaje. *Espacio Abierto*, 16(2),313-329.

Ramírez, E., & Landazábal, M. (2021). El Podcast, una Herramienta para Narrar la Cultura del Municipio de Gramalote (Colombia), desde las Historias de Vida. [Tesis de pregrado, Universidad de Pamplona]. Archivo digital.
http://repositoriodspace.unipamplona.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12744/6121/1/Landaz%c3%a1bal_%20Ram%c3%adrez%20_2021_TG.pdf

Ramos, O. (2022). Etnografía, improvisación y narrativas digitales. *Anthropologica*, 40(48), 123-142.

Riaño, F. (2022). Siete consejos de Félix Riaño para iniciar en el podcast en 2023.
<https://www.radionacional.co/cultura/consejos-para-iniciar-crear-podcast-por-felix-riano>

Rodríguez, P. (2022). Aproximaciones al estudio del pódcast como documento sonoro de origen digital. *Investigación bibliotecológica*, 36(90), eib0905851209.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co

SC-CER96940



Romo, M., Erazo, J., Narváez, C., Moreno, V. (2020). Estrategias de redes sociales para la promoción de macanas artesanales de la provincia del Azuay. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5 (10), 545-575.

Rovetto, F. y Figueroa, L (2018). Perio-feminismo desde adentro. Desigualdades de género en los medios. Con X (N.º 4) FPyCS, Universidad Nacional de La Plata.

Ruiz, E. (2018). Comunicación y empoderamiento de la mujer: estrategia de comunicación como medio para visibilizar el rol que cumplen las mujeres Yachachiq de Canas (Cusco) en el desarrollo económico local. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Archivo digital.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12341/Ruiz_Garate_Comunicaci%c3%b3n_empoderamiento_mujer1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Saavedra, K., Osorio, R., & Vega, J. (2018). Mujeres en la radio: una apuesta por el empoderamiento femenino y el cambio social.
https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/pdf/IV_89.pdf

Saborío, S. (2018). Podcasting. Una herramienta de comunicación en el entorno virtual. *Innovaciones educativas*, 20 (29), 95-103.

Scolari, C. A. (2021). *¿Una nueva edad de oro de la comunicación oral? Podcasts, audiolibros y otras especies sonoras*. Hipermediaciones.





Seabra de Almeida R. A. (2009). La Identidad de Género en la Edad Media, una cuestión polémica, conferencia ofrecida el 3 de Julio de 2009 en el XIV Curso de Estudios de la Cátedra de Estudios Medievales del Comtat d'Urgell, realizado en Balaguer (España).

Skoog, K. (2020). Las mujeres y la radio: en plena sintonía. <https://es.unesco.org/courier/2020-1/mujeres-y-radio-plena-sintonia>

Stoller, R. (1968). *Sex and gender*. Science House.

Trejo Sirvent, M. L., Llaven Coutiño, G., & Pérez y Pérez, H. C. (2015). El enfoque de género en la educación. *Atenas*, 4(32),49-61.

UNESCO. (2015). Correo de la Unesco. <https://es.unesco.org/courier/2020-1/mujeres-y-radio-plena-sintonia>

Universidad Simón Bolívar. (2019). Las mujeres empujan el emprendimiento en Norte de Santander. <https://www.unisimon.edu.co/cucuta/blog/las-mujeres-empujan-el-emprendimiento-en-norte-de-santander/1382>

Universidad Externado. (2021). Situación laboral de las mujeres después de la pandemia. <https://www.uexternado.edu.co/colombia-el-reto-presidencial/situacion-laboral-de-las-mujeres-despues-de-la-pandemia/>





- Vargas, M., & Uttermann, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25 (90), 709-717.
- Vieira, V. (2022). La educomunicación y su aplicación en el contexto audiovisual y digital. *Alcance*, 11(28), 53-70.
- Villanueva, J., Auz, D., & López, K. (2021). La educomunicación frente a los procesos de co-creación: ¿cómo formar al periodista de hoy? *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 295-305.
- Voxnest. (2021). State of the Podcast Universe Report. <https://www.larepublica.co/internet-economy/la-popularidad-del-podcast-ya-suma-mas-de-2-millones-de-programas-en-spotify-3145424>
- Yin, R. (2004). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications.
- Zambrano, J., Vivas, B., & Carranza, M. (2021). El podcast radial como herramienta de empoderamiento comunicativo en el grupo juvenil renovación 21 de la iglesia Centro Cristiano Ureña. [Tesis de pregrado, Universidad de Pamplona]. Archivo digital. http://repositoriodspace.unipamplona.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12744/6120/1/Carranza_Vivas_2021_TG.pdf



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co