

**“Sello de Liderazgo”: sitio web para reconocer a la mujer y su liderazgo en las
regiones de Colombia**

Producción para Medios de Comunicación: Desarrollo Multimedia

Leidy C. Aguirre Vargas, Paula L. García Cabeza y Wilbert A. Ovalle Martínez

Programa de Comunicación Social, Universidad de Pamplona

Trabajo de grado

Johanna Marcela Rozo Enciso, Mag.

Junio 2022

Resumen

En Colombia, existen sitios web cuya función consiste en mostrar la labor de las mujeres que se desempeñan como lideresas en diferentes áreas y zonas del país, sin embargo, algunos de estos medios de comunicación monitoreados carecen de información que logre abarcar la importancia y extensión de este tema. A partir de este análisis, nace el proyecto “Sello de Liderazgo”, un espacio digital que mezcla diferentes áreas de la comunicación (sonoro, escrito, visual y audiovisual), con el fin de reconocer al género femenino y su capacidad de liderazgo en Colombia, en espacios sociales como el comunitario, político, cultural y ambiental.

Su metodología se desarrolló desde un enfoque cualitativo, y durante su ejecución se emplearon herramientas para recolectar información, tales como la entrevista y el análisis de contenido. De igual forma, se diseñaron etapas de pre-producción, producción y postproducción, que establecieran el plan de acción para “Sello de Liderazgo”, con el fin de evidenciar el trabajo de las mujeres en diferentes zonas del país.

Por último, durante la elaboración del sitio web y la recolección de información, se logró incursionar en la historia y trayectoria de mujeres líderes en Colombia, contando con la participación del género femenino en diversas edades, lo cual contribuyó a la construcción de entornos de paz, desarrollo y equidad desde distintas perspectivas, para fomentar la calidad de vida en las nuevas generaciones de cada comunidad.

Abstract

In Colombia, there are websites whose function is to show the work of women who work as leaders in different areas and zones of the country, however, some of these monitored media lack information that manages to cover the importance and extension of this matter. From this analysis, the "Sello de Liderazgo" project was born, a digital space that mixes different areas of communication (sound, written, visual and audiovisual), in order to recognize the female gender and its leadership capacity in Colombia. , in social spaces such as community, political, cultural and environmental.

Its methodology was developed from a qualitative approach, and during its execution tools were used to collect information, such as interviews and content analysis. Similarly, pre-production, production and post-production stages were designed to establish the action plan for the "Seal of Leadership" in order to demonstrate the work of women in different areas of the country.

Finally, during the development of the website and the collection of information, it was possible to venture into the history and trajectory of women leaders in Colombia, with the participation of the female gender at various ages, which contributed to the construction of peaceful environments. , development and equity from different perspectives, to promote quality of life in the new generations of each community.

Palabras claves: Liderazgo, Mujer en lo social y político, Mujer en lo ambiental y cultural, Sitio web.

Keywords: Leadership, Women in the social and political, Women in the environmental and cultural, Website.

Índice

Título.....	8
CAPÍTULO I PROBLEMA.....	8
1.1 Contextualización.....	8
1.2 Descripción del problema comunicativo.....	12
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	17
2.1 Antecedentes	17
2.2 Bases teóricas	22
2.3 Marco histórico	42
2.4 Marco legal.....	44
CAPÍTULO III PROPUESTA DE PRODUCCIÓN.....	48
3.1 Presentación de la propuesta comunicativa.....	48
3.2 Objetivo.....	50
3.3 Público objetivo.....	50
3.4 Cronograma de producción	51
3.5 Etapa de pre-producción.....	53
3.5.1 Selección de temas y fuentes a consultar según el desarrollo multimedia seleccionado.....	53
3.5.2 Investigación Requerida para el desarrollo multimedia seleccionado.....	55
3.6 Etapa de producción	58

3.6.1 Recolección del material necesario para la construcción de los contenidos multimedia.....	58
3.6.2 Selección y análisis del material.....	60
3.7 Etapa de postproducción	62
3.7.1 Edición de los contenidos multimedia.....	63
3.7.2 Ficha técnica: nombre del desarrollo multimedia, tipo de desarrollo multimedia, plataforma seleccionada para el desarrollo multimedia, equipo de producción, sinopsis	64
3.7.3 Evidencias semanales de cada publicación y mecanismos de evaluación del consumo de los contenidos multimedia.....	79
3.7.3.1. Carta del sitio web que publicó la página web o aplicación desarrollada en papel membretado firmado por el representante.	82
3.7.3.2 Resultados de los mecanismos de evaluación del consumo de los contenidos multimedia	82
CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
Conclusión.....	85
Recomendación	87
Referencias.....	89
Anexos	98

Índice de tablas

Tabla 1.	51
Tabla 2.	54
Tabla 3.	57
Tabla 4.	59
Tabla 5.	61
Tabla 6.	64

Índice de figuras

Figura 1.	81
Figura 2.	83

Título

“Sello de Liderazgo”: sitio web para reconocer a la mujer y su liderazgo en las regiones de Colombia

CAPÍTULO I PROBLEMA

1.1 Contextualización

Colombia es un país con una población de 51.049.498 personas en el 2021, y 51.609.474 proyectadas para el 2022, cuyas cifras se obtienen a través del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2020); en el documento se desglosa por sexo los habitantes del 2021, con 24.912.231 hombres y la cantidad de mujeres es 26.137.267, donde existe una diferencia de 1.225.036 en comparación con el género masculino.

Este país cuenta con seis regiones donde las líderes desde sus comunidades, participan y aportan al cambio, en busca de mejores condiciones de vida e igualdad de oportunidades, y aunque es evidente que en Colombia, según las cifras de población, el género femenino abarca la mayor cantidad de habitantes del país, con el transcurrir del tiempo se han evidenciado cambios sociales y constitucionales que benefician a la mujer colombiana; sin embargo, la imagen obligada de amas de casa, que el pensamiento machista ha denominado como exclusivo del género femenino, han permitido sobrecargar a la mujer con trabajos propios del hogar.

Teniendo en cuenta lo anterior, según un documento del DANE (2020), la afirmación “las mujeres son mejores para el trabajo doméstico que los hombres” (p. 33); obtuvo resultados similares por parte del género femenino y masculino, donde el 67,1% de mujeres y el 69,0% de los hombres, aprobaron la expresión; con base en las cifras, las similitudes pueden ser a diversas situaciones, por ejemplo, las mujeres sí son mejores al realizar esta actividad o, sólo es cuestión de un pensamiento establecido desde hace mucho tiempo.

La mujer ha participado en grandes procesos importantes, como por ejemplo, la independencia de Colombia, y aunque en los libros de historia el gran protagonismo se lo han atribuido a personajes como Simón Bolívar, José González Llorente, Antonio Nariño, entre otros; una de las pocas mujeres que se le ha reconocido en esta lucha ha sido Policarpa Salavarrieta, pero también fueron partícipes María Águeda Gallardo, Josefa Canelones, Antonia Santos, María Rosa Lazo de la Vega, Francisca Guerra, Carlota Armero, Estefanía Linares y otras que fueron olvidadas y/o asesinadas; son pocas las mujeres que se reconocen por su liderazgo desde sus territorios.

Por otro lado, las estadísticas relacionadas con las actividades no remuneradas dentro del hogar, tiene altos resultados en personas del género femenino, son ellas quienes invierten más tiempo en estas labores; de los individuos ocupados (trabajan), las mujeres laboran 3:52 horas, y los hombres 1:59; es decir, antes o después de la jornada laboral, hay personas que hacen aseo en su casa, cocinan, lavan ropa, y otros oficios. Con respecto a la población desocupada (a la espera de empleo), 5:14 horas (mujeres) y 2:32 (hombres); los datos más altos por edades, son en mujeres entre los 29 y 45 años (DANE, 2020); en otras palabras, el género femenino suma un total 9:06 horas, que es el doble a diferencia de los hombres.

Es una realidad que en Colombia, existe una desigual en la remuneración económica del salario entre ambos sexos, y esta situación también incluye a las mujeres que tienen un título profesional, siendo evidente que no es un problema en el nivel educativo; el DANE (2020), en una encuesta realizada para el 2018, arrojó un 12,1% menos de ingreso por parte de las mujeres, en comparación a los hombres; teniendo en cuenta su nivel educativo, aquellas sin estudios, reciben un 37,5% menos; 35,0% para mujeres que sólo llegaron a básica primaria, 34,0% (Básica secundaria), 26,8% (Media), 24,8% (Técnica profesional y tecnológica), 18,8% (Superior) y 23,3% (Posgrado) (p.42).

Por otro lado, un gran número de mujeres en el país no cuentan con ingresos propios; el mayor porcentaje, se presenta en mujeres pertenecientes a centros poblados y rural disperso, y esta problemática conlleva a la pobreza en el género femenino. Las mujeres en edades comprendidas, entre los 18 y 28 años, son una población sin ingresos generados por ellas mismas (DANE, 2020, p. 43-48); además, se evidencia que la falta de educación puede ser un factor negativo.

Asimismo, las estadísticas educativas hacia la mujer se encuentran en niveles bajos; según las cifras del DANE (2020), para el 2019 se registró un porcentaje de 14,0% en educación técnica profesional y tecnológica, y en educación superior un 11,0%; con lo cual se evidencia que las cifras no llegan al 35,3% representado en la educación media (p. 10), aunque existen instituciones gratuitas como el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), para personas que no pueden adquirir estudios universitarios, las cifras no son altas; aunque el ser lideresa no exige un título profesional en la persona que lo ejerce, pero sí es necesario que las mujeres se superen en estos problemas educativos.

El liderazgo de la mujer en Colombia es opacado por la supremacía del género masculino, por ejemplo, en áreas relacionadas con la política, sólo el 44,7% de los cargos directivos son mujeres (DANE, 2020), destacando que los mayores porcentajes se encuentran en puestos de baja decisión. No existe reconocimiento de sus aportes.

Por otra parte, es una realidad que un gran número de mujeres colombianas, son víctimas de la violencia del género femenino en el país; existiendo una diferencia significativa a comparación de los hombres. Se justifican muchos actos de violencia como “normales”, además, la violencia psicológica, entraría en uno de los factores más importantes en la independencia de la mujer para ser líder, siendo un 64,1% de mujeres víctimas en el aspecto psicológico; toda la información fue obtenida de los análisis realizados por el DANE (2020), así mismo, arrojó resultados superiores al 30%, donde las mujeres también son violentadas sexual, física y económica.

Teniendo en cuenta todos los aspectos mencionados con anterioridad y la investigación realizada, la mujer colombiana se encuentra limitada para ejercer su liderazgo o no se tiene en cuenta su participación en la sociedad; es importante reconocer sus trabajos llevados a cabo desde las regiones del país donde ellas son partícipes, por ejemplo, María Concepción Matabanchoy, una mujer de la región andina, quien se ha destacado por la protección del medio ambiente.

Algunas lideresas relacionan su profesión con el liderazgo, ya sea en el ámbito político, ambiental, comunitario o cultural; es decir, aquellas que tienen un título universitario o posgrado, por medio del conocimiento aprendido, aportan a la comunidad y esta actividad se convierte en su diario vivir; pero, también se pueden encontrar algunas lideresas que no

han tenido la oportunidad de estudiar, y aun así ejercen esta labor, esto quiere decir, que para ser una mujer líder no se requiere un nivel de estudio superior, lo necesario es tener el compromiso y dedicación para lograr un cambio.

1.2 Descripción del problema comunicativo

En Colombia son escasos los sitios web donde se habla del liderazgo de la mujer colombiana, para constatar la información, se realizó un análisis de contenido a espacios nacionales en internet, donde el tema principal es la mujer o el liderazgo femenino, por esto se hizo una búsqueda a través del uso de las palabras claves; tal como Vález (2011) lo menciona, son “los términos que permiten describir el contenido de un sitio web, ya que tener una lista de palabras significativas permite hacerse una idea rápida de su contenido y ayuda a acceder a él” (p.1), es decir, facilitan la navegación de los internautas, al ser una herramienta que permite direccionarlos al contenido de manera más rápida.

Teniendo en cuenta lo anterior, para el 2021 segundo semestre se utilizaron las palabras claves “Mujer líder”, “Lideresas Colombia” y “Mujer líder Colombia” en el buscador de Google, para obtener como resultado once referencias de espacios en la web; de este modo, Colombia Humanas, FUCSIA, Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, ONU Mujeres - Colombia, Sisma Mujer, Indepaz, Datasketch, La Paz en el Terreno, Defender la vida, Forbes Women Colombia, y Comfama, son los sitios o páginas web que se analizaron.

Por lo consiguiente, los espacios en la web que hablan de la mujer, pero no incluyeron el liderazgo femenino son: Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer; es una

página web del gobierno, orientada hacia la igualdad de género, que lucha por el empoderamiento de la mujer; y FUCSIA, sus temas están enfocados en tendencias de moda, belleza, farándula, entre otras, es decir, su contenido está ligado al “estereotipo” de lo femenino.

En el caso de Colombia Humanas, es un sitio web que realiza contenido de interés para mujeres que apoyan el feminismo con enfoque hacia lo político; acerca de sus publicaciones, se abordan temas como los derechos humanos y las leyes que salvaguardan su integridad personal, sin embargo, su contenido principal no es el liderazgo de la mujer, pero si se publican artículos que destacan su rol en procesos participativos de la sociedad.

ONU Mujeres - Colombia, y Sisma Mujer, hablan del género femenino e incluyen secciones sobre el liderazgo; el primer sitio web tiene un espacio de noticias donde hay publicaciones referentes a las lideresas, además, hay páginas con artículos sobre campañas como ProDefensoras Colombia; en el segundo, tienen una sección con el nombre de Lideresas y Defensoras, espacio donde publican texto y videos sobre el tema.

Por otro lado, hay espacios en la web que no tienen como tema principal a la mujer, pero dentro de su contenido informativo, abordan distintos artículos que resultan ser de importancia para el género femenino, este es el caso de la página web, Forbes Women Colombia, con publicaciones que resaltan a la mujer en la política, la ciencia, y muchos otros aspectos sociales; también, se puede mencionar al sitio web de Comfama, el cual tiene una sección llamada “Mujeres Líderes”, hecha para resaltar el poder de las mujeres y la capacidad de transformar entornos a través de su liderazgo.

En los resultados, Indepaz (Instituto de Estudios para el Desarrollo y la Paz) es un sitio web donde publican algunos artículos de líderes y lideresas, desde la firma de los acuerdos de paz en el 2016, aunque no es el contenido principal del espacio; similar es el caso de La Paz en el Terreno, donde también se tiene como referencia, la firma de los acuerdos, pero se enfoca en líderes sociales y excombatientes de las Farc. Por otro lado, está el sitio web Datasketch, donde su tema principal son los líderes y lideresas sociales (hombres y mujeres), pero los artículos en su gran mayoría, son sobre masacres o asesinatos de estas personas.

De todos los sitios y páginas web mencionadas con anterioridad, Defender la vida, es el único donde su principal enfoque es el liderazgo de la mujer; en su espacio hay tres secciones, Lideresas, que habla de las problemáticas afrontadas por aquellas mujeres líderes; otra de las secciones es Indígenas, espacio donde se menciona el liderazgo de estas comunidades; y por último está, Lideresas indígenas, espacio de publicación, sobre las mujeres líderes de grupos indígenas.

Se puede inferir, que con el uso de las palabras claves referentes al liderazgo de la mujer, existen pocos espacios en la web a nivel nacional, donde su temática principal sea la mujer líder; además, las entidades gubernamentales que crean páginas web del género femenino, no resaltan el rol de la mujer líder en las regiones, sino que por el contrario, su reconocimiento se ve limitado a pequeñas secciones, o artículos que se pierden entre la amplia información que se ofrecen a los internautas.

En otras palabras, fue necesario desarrollar un sitio web para minimizar la poca existencia de este tipo de espacios en la internet, donde reconozca el liderazgo de la mujer en

las regiones del país. En particular, el contenido creado por “Defender la vida”, “Indepaz”, “La Paz en el Terreno” y “Datasketch”, tienden a enfocarse en consecuencias negativas, que viven los líderes y lideresas del país. Teniendo en cuenta el análisis realizado, estos cuatro espacios en la web, tratan temas parecidos; en consecuencia, dejan a un lado otros aspectos importantes a resaltar del liderazgo femenino.

Es por ello, que “Sello de Liderazgo”, orienta su contenido en los aportes brindados por las lideresas, con el fin de generar un reconocimiento ante los internautas. Otra diferencia del sitio web (“Sello de Liderazgo”) a comparación de los mencionados con anterioridad, son los formatos que se implementan para presentar el contenido periodístico e informativo; ya que en la mayoría de los sitios web, se visibiliza redacción de artículos y/o producciones audiovisuales, siendo la primera la más usada.

Por consiguiente, esto limita al público, porque hay personas que prefieren un formato visual, a otras les agradan las piezas audiovisuales o sonoras. En “Sello de Liderazgo”, se presenta el contenido a través de redacción, videos, y además, productos sonoros; esto permite atraer público que desea este tipo de producciones por su practicidad de consumir, con pocos limitantes para escuchar en cualquier momento del día, sin importar la actividad que esté realizando e incluso el entorno en donde se encuentre ubicado el oyente.

Piensa que al contar tu historia por medio del audio estás ampliando las posibilidades de que cualquiera acceda a ella. La lectura me obliga a no hacer otra cosa que no sea leer. Con el audio, puedo realizar otra actividad mientras escucho (Lasso, 2010, p. 25)

Teniendo en cuenta lo anterior, por ejemplo, hay personas que hacen ejercicio escuchando podcast, y otras que hacen labores en el hogar. En otro orden de ideas, el sitio web “Sello de Liderazgo”, se desarrolla como aporte a otro espacio en internet, donde se reconoce a las mujeres líderes desde sus regiones, debido a que estos espacios en la web son limitados.

Las lideresas pertenecientes a las regiones del país colombiano, en el día a día luchan por beneficios colectivos, algunas de ellas protegen fuentes hídricas, otras desarrollan procesos para mejorar la calidad de vida de las personas de pequeñas y grandes comunidades, además, proteger sus derechos y preservar la cultura de sus regiones. Son importantes labores que hacen sin la intención de lucrarse; por esta razón, es necesario crear un espacio donde se reconozca su compromiso, el cómo desde sus localidades estas mujeres aportan a la sociedad.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Para la construcción teórica y visual de “Sello de Liderazgo”, se tuvo en cuenta diferentes espacios web como antecedentes, los cuales se realizaron a nivel internacional y nacional, donde han cumplido la función de reconocer y visibilizar el género femenino, a través de las características y cualidades que las identifican.

Internacional

Para el primer referente se presenta el medio digital, La Antígona (<https://laantigona.com/>) publicado en el 2020 por Angobaldo Ramirez Gaston, Begoña Antonio Benito y Zoila Rosa en Perú. Esta página web tiene como objetivo visibilizar a las mujeres dentro de la esfera pública, a través de trabajos periodísticos como reportajes, crónicas y podcasts.

Su contenido es variado, posee un recorrido histórico de los derechos de la mujer, testimonios de emprendedoras, madres solteras, defensoras de animales, militantes de movimientos políticos, entre otros; de igual forma, expone perfiles de escritoras, líderes políticas, indígenas, ambientalistas, profesionales de la ciencia y deportistas paralímpicas, donde resalta sus oficios y la valentía con la que lo ejercen. Además, posee una sección de especiales sobre temas sociales, como la importancia de la educación sexual y la historia de las madres que buscan a sus hijas desaparecidas en el país.

De esta manera la página web La Antígona, aporta en la construcción del sitio web, “Sello de Liderazgo”, puesto que su estructura se basa en trabajos periodísticos sobre experiencias de lideresas, y presenta argumentos respaldados en planteamientos teóricos como el de Penny McIntire, autor del libro “Técnicas Innovadoras en Diseño Web”. Abarca historias de las funciones que ejerce el género femenino en la construcción de liderazgo, con diferentes identidades culturales, áreas de profesión e inclinación de pensamiento.

Como segundo antecedente internacional, se tuvo en cuenta el trabajo realizado por La Red de Educación Popular Entre Mujeres de Latinoamérica y el Caribe (REPEM), una entidad civil sin ánimo de lucro creado por un grupo de mujeres activistas de Bolivia, Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, República Dominicana, Perú, Uruguay, Paraguay y Venezuela, cuyo objetivo es la emancipación de la diversidad de mujeres y niñas latinoamericanas y del Caribe, a través de la educación popular feminista.

Su sede principal se ubica en La Paz - Bolivia, donde promueven la construcción colectiva de mujeres educadoras, populares, feministas, tejedoras de pensamientos cuyo trabajo apuesta a una educación pública, gratuita, laica, incluyente y sin discriminación para el género femenino. Su trabajo se expone en la página web <http://www.repem.org/index.php/> donde se evidencia boletines, informes, libros, memorias y manuales enfocados al impacto positivo que genera la educación en diferentes grupos sociales.

Por consiguiente, su estructura, enfoque, acciones que ejecuta para romper los esquemas de género y machismo, conduce el enfoque social de “Sello de Liderazgo”. Además, da veracidad al trabajo social que se desarrolla desde las plataformas digitales y,

permite visibilizar una perspectiva del tema desde otras culturas y sistemas políticos, con problemáticas diferentes a las de Colombia.

Nacional

Así mismo se hizo necesario buscar una contextualización del liderazgo femenino en Colombia, y para ello se conoce el sitio web “Voz y Liderazgo de las Mujeres”, implementado por Oxfam, (movimiento mundial que trabaja para combatir la desigualdad, la pobreza y la injusticia) y, financiado por el Gobierno de Canadá. Se enfoca en promover la igualdad de género, empoderar e impulsar el liderazgo de las mujeres, mejorar la sostenibilidad de las zonas de impacto y, presionar las acciones de organizaciones gubernamentales, para garantizar la protección de los derechos de la mujer.

Se proyecta a ser ejecutado durante 5 años (2019-2024) en 5 departamentos del país (Chocó, Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Putumayo), con el fin de generar un impacto positivo en la erradicación de la pobreza y la inclusión de género. Su contenido se basa en la experiencia del trabajo de campo ejecutado con las mujeres habitantes de dichas zonas, quienes son vistas como líderes o influyentes en la toma de decisiones del lugar; además, sustenta los efectos negativos post pandemia en el trabajo del cuidado no remunerado, a través de guías metodológicas, diarios de campo e infografías.

Propone fortalecer las capacidades de 15 organizaciones y/o colectivos locales de mujeres, para mejorar su gestión, sostenibilidad, y el rendimiento de sus programas y procesos de incidencia. Brevemente, busca mejorar la colaboración y las acciones colectivas

entre las organizaciones para la defensa de los derechos de la mujer, a nivel local, regional y nacional, a través del apoyo a dos redes de mujeres rurales.

(<https://www.vozyliderazgomujerescolombia.org/>).

En este sentido, en la recopilación de antecedentes nacionales se incluyó, Doble resistencia: ser mujer y lideresas en Colombia, (<https://lapazenelterreno.com/especiales/defender-la-vida/lideresas.html#7>); un sitio web cuyo objetivo es evidenciar el papel de la mujer, como lideresa social en las diferentes regiones del país, y concientizar a la población sobre la violencia que enfrenta el género femenino a raíz de su función como líder.

Este trabajo se ejecuta bajo el nombre de Colombia+20 País que Avanza, un proyecto editorial del periódico El Espectador, que documenta historias de construcción de paz; al mismo tiempo participa, La Paz en el Terreno, una iniciativa de Rutas de Conflicto de la fundación Con Lupa, que se encargan de exponer la información sobre la implementación del Acuerdo de Paz en Colombia.

Debe señalarse que, su contenido denota un trabajo riguroso de investigación y documentación, sobre el conflicto armado en Colombia, que afecta la estabilidad y el trabajo de las mujeres líderes en las zonas olvidadas por el Estado; inspira conocer y reconocer el impacto que genera el liderazgo en comunidades menos favorecidas, el esfuerzo que realiza los colectivos u organizaciones sociales para lograr igualdad, equidad, libertad y la abolición de la brecha de género existente en Colombia.

Regional

Por último, dado que el sitio web “Sello de Liderazgo” se enfoca en la población femenina de las diferentes regiones de Colombia, se presentan antecedentes regionales que permiten ampliar la información del perfil de la mujer líder en el país. Por ello, se presenta Amazon Frontlines (<https://amazonfrontlines.org/es/work/defendiendo-el-territorio/>) un sitio web que expone el trabajo en la defensa de los derechos indígenas a la tierra, la vida y la supervivencia cultural en el territorio amazónico, mediante la construcción del poder, la autonomía y el empoderamiento de sus habitantes.

De este modo, se hace alusión a Manos Visibles, una organización sin ánimo de lucro que a través de sus iniciativas potencia y conecta liderazgos de regiones en condiciones de exclusión, para generar ecosistemas que transforman los territorios con el fin de fomentar la inclusión. Su trabajo se puede evidenciar en <https://www.manosvisibles.org/es/canto-pazifico>

En este orden de ideas, en La Comisión de la Verdad (<https://comisiondelaverdad.co/en-los-territorios/despliegue-territorial/orinoquia>) se revela el trabajo de los diferentes líderes regionales, al proteger sus territorios de los grupos armados al margen de la ley, de igual forma, se expone sus iniciativas para respaldar los tratados de paz, y asimismo, garantizar a sus comunidades el derecho a la libertad, vida digna, educación y, ante todo, a la verdad.

Para concluir, estos estudios con diferentes contextos sociales, permitió ampliar el concepto del liderazgo femenino en Colombia, los diferentes medios donde se pueden

visibilizar, la importancia que tiene en la sociedad, la perspectiva de las comunidades sobre el tema, la historia del mismo en el país, el manejo que se le ha dado en el exterior, y sobre todo, el impacto que genera en zonas de mayor influencia, donde la mayoría de habitantes sufren dificultades de violencia y pobreza.

2.2 Bases teóricas

Para la elaboración del sitio web “Sello de Liderazgo”, se hace necesario tener en cuenta planteamientos teóricos con sustentaciones sólidas que apoyen la construcción de los argumentos de los investigadores. Por esta razón, se expone la relevancia del liderazgo femenino en los entornos ambientales, comunitarios, culturales y políticos; para ello, se desarrolla los conceptos de liderazgo, organización social, reconocimiento, y sitio web, a partir de autores de tesis, artículos científicos y libros, como Rosa María Peris, abogada, política y escritora de “Liderazgo Femenino en 10 Pasos”, o Nelida Lamelas y Eva Aguayo, autoras del artículo “Midiendo el Empoderamiento Femenino en América Latina”.

En primera medida, se hace énfasis en los diferentes cambios que ha vivido la humanidad a través de su evolución; ejemplo de ello, el asentamiento territorial que le permitió explorar estrategias para respaldar la supervivencia. Es así como surgen las organizaciones sociales, una asociación entre miembros de la misma especie bajo el mismo objetivo y con finalidades concretas. En un inicio se hablaba de grupos de cazadores o agricultores con funciones establecidas, sin embargo, en el presente son visibles organizaciones sociales mucho más complejas, que contemplan los cambios estructurales e ideológicos.

De la misma forma, se mencionan sindicatos, organizaciones no gubernamentales, juntas de Acción Comunal, organizaciones culturales, asociaciones de mujeres, entre otros, que cumplen funciones específicas para favorecer a quienes pertenecen a dichos grupos sociales. Su organización va más allá del cumplimiento de un mismo objetivo; en esta se comparte ideas, pensamientos y se marca el liderazgo de uno de sus miembros, tal como lo menciona Roman (2011):

La esencia de la organización social radica en la interacción de las partes que la componen. Estas interacciones son esenciales en la existencia de la organización y para que se lleven a efecto se debe establecer, con anterioridad, compromisos entre las partes, en los que se definan las actividades que a cada una de ellas le corresponderá realizar (p.1)

En otras palabras, se trata de un acuerdo de intereses colectivos que ejecutan estrategias a través de un trabajo organizado, donde los miembros suelen estar relacionados a una problemática que buscan erradicar, cuya necesidad los lleva a la ampliación del grupo. Es así como el auge del impacto positivo de sus integrantes se hace más evidente, y el papel de un líder surge con mayor relevancia.

En relación con lo anterior, Colombia se identifica por su diversidad en grupos sociales relacionados por su cultura, raza, creencias o ecosistemas, por lo tanto, es común conocer en cada uno de estos factores sujetos, que se destacan como líderes para promover el cuidado y respeto de los mismos. Sin embargo, en esta construcción teórica, qué se puede definir como liderazgo, cuál es su aporte en la lucha de los derechos y, cuál es ese factor que lo caracteriza. Cao (2017) sustenta que, “la verdadera esencia del liderazgo es una influencia

real y poderosa, tanto en las organizaciones como en las sociedades” (p.10), es decir, que el carácter del liderazgo se puede aludir al proceso de influencia, donde uno o dos sujetos figuran como promotores o causales.

De hecho, quien orienta, guía o aconseja a una comunidad reúne una serie de adjetivos calificativos que describen e identifican sus funciones dentro de la comunidad, de esta manera, se plantea que las acciones de la persona líder van más allá fijar órdenes o funciones, puesto que es evidente la importancia de escuchar e interpretar las necesidades y principales problemáticas de quienes pertenecen a una organización social.

En este orden de ideas, el liderazgo se puede considerar como un proceso de partición continua entre los sujetos relacionados a la comunidad, pues dentro de su concepto, se resalta el trabajo cooperado entre las personas que comparten el mismo objetivo de cambio y transformación social. De esta manera, como se mencionó, llega a colación las características que construye el perfil de quien se identifica como líder o lideresa, así como lo menciona Cao (2017):

El poder del liderazgo se deriva del carácter personal del líder, ya que depende de la persona y no de la posición que ocupa o el título que ostenta. Es mucho más que un conjunto de habilidades; depende de una serie de 12 sutiles cualidades personales que incluye elementos como el entusiasmo, la integridad, el valor y la humildad (p.12)

En efecto, para figurar como líder o lideresa, no se requiere de títulos profesionales; la edificación del instinto de líder nace de las cualidades de la persona, sus objetivos sociales,

los intereses comunitarios, el dinamismo con el que se desenvuelve en la comunidad donde ejercen y, la experiencia en la resolución de problemáticas con las que siente un tipo de conexión.

De esta manera, se genera la necesidad de conocer el proceso constructivo del liderazgo; el libro *Recetas de Mujeres para la Práctica Política*, Peris. R (2007) argumenta sobre el aprender a ser líder, en otras palabras, que los individuos no nacen con características o habilidades de liderazgo, sino que, son ellos mismos quienes se encargan de formar el carácter de voz, escucha, comprensión y responsabilidad social, es decir, algunas de las cualidades que los identifica.

Ahora bien, teniendo claro el concepto para el desarrollo personal del liderazgo, se caracteriza su relación con la mujer. Es evidente que la participación del género femenino en la sociedad ha vivido transformaciones a lo largo de los años, se observan cambios constitucionales y de pensamiento que las impulsan a ser reconocidas por sus capacidades en diferentes áreas. Por lo tanto, es lógico pensar en el término, liderazgo femenino o empoderamiento femenino, en los nuevos conceptos sociales.

Sin embargo, antes de continuar se debe hacer un paréntesis de lo que significa ser mujer para lograr comprender su relación y función con las organizaciones sociales, y por ende, con el liderazgo que se ejerce dentro de las mismas. En este sentido, existe un sistema sociocultural que determina su concepto, asimismo, para hablar de la definición, se tiene en cuenta los aspectos culturales que rodea e influye en el imaginario del género dentro de las comunidades.

Biológicamente la mujer es un individuo que nació con cromosomas xx y el aparato reproductor femenino, sin embargo, la sociedad ha desarrollado un modelo que ubica al género en una posición exclusiva a sus capacidades de procrear, así como lo menciona García (2004) “las mujeres no son tales por fuera de su “condición natural” de madres, y los hombres que no basan su comportamiento en “atributos inherentes”, como la agresividad y la competencia, ponen en entredicho su masculinidad” (p.10).

De esta manera, se tiene presente el imaginario colectivo de la mujer como seres dotados en capacidades maternas, del hogar, débiles, sin autonomía en sus decisiones, adherida a los brazos del hombre, sin argumentos de sí misma e incapaces de ocupar el lugar del género masculino como líder en comunidades.

Ahora bien, se debe tener en cuenta que el concepto de la mujer puede variar de acuerdo a la cultura donde se desarrolle; en algunos casos, al género femenino se ve como promotor de sabiduría, conocimiento, pureza, valentía, protectoras de la identidad del grupo social, entre otras. No obstante, existen organizaciones sociales con conceptos totalmente contrarios, con un único pensamiento de lo que significa ser mujer, el cual se transmite de generación en generación y son los hombres quienes suelen contar la historia.

Las imágenes de género son construidas histórica y culturalmente; nuestras conversaciones las hacen inteligibles y les dan legitimidad. Heredamos las imágenes de género al nacer en nuestra cultura, las aprehendemos paulatinamente al articular el lenguaje para comunicarnos con nuestros semejantes y coordinar nuestras actividades, es decir, al hacernos partícipes responsables en y de nuestra cultura (García, 2004, p.10)

Así pues, la mujer ha sido propensa a la negativa de generar una sentencia social, cultural e histórica que denote sus verdaderas funciones dentro de las comunidades. Aun así, en la actualidad ha generado espacios para construir su propio concepto a través de la identidad propia, y la emancipación de las categorías implementadas por su condición de ser mujer. En este sentido, cabe mencionar la influencia de los movimientos feministas en dicho proceso, puesto que sus ideales han contribuido en la transformación de la imagen femenina y la concientización de los alcances a través de sus capacidades.

En relación con lo expuesto, durante la presentación de los antecedentes se evidenció sitios web que revelaron la relación la mujer con la cultura, la historia y el liderazgo, donde el empoderamiento era uno de los factores que favoreció la fusión de estos términos, puesto que, ésta impulsó la participación activa del género femenino al momento de tomar decisiones autónomas, y dar a conocer la voz de quienes la rodean.

El empoderamiento es un proceso personal, cada mujer tiene que empoderarse a sí misma, no es posible hablar de dar poder a otras personas. No obstante, sí se pueden abrir espacios y dar posibilidades para que se desarrolle este proceso, de ahí la importancia de crear conciencia de la discriminación de género y del compromiso de las organizaciones como agentes facilitadores de este (Zapata, 2002, como se citó en Erazo, Jiménez y Morales, 2014, p.151)

No cabe duda que el empoderamiento en una mujer aumenta su confianza, refuerza las capacidades de libertad, autonomía y, amplía su percepción de las problemáticas sociales fuera de su zona de convivencia; así mismo, fomenta la empatía con los sujetos que de una u

otra manera, influyen en su forma de pensar, actuar y diseñar las estrategias que buscan generar una transformación positiva.

Como resultado, el empoderamiento se hizo sinónimo de liderazgo femenino, teniendo en cuenta que es un proceso de autorreconocimiento, que lleva a las mujeres a actuar por sí mismas, por sus derechos, y por la valoración del género femenino dentro de la sociedad; además, influye en la formación de la dependencia crítica y la percepción de la vida, así como lo menciona Aguayo y Lamelas (2012):

Desde un punto de vista sociológico éste se identifica como el proceso por medio del cual las mujeres incrementan su capacidad de configurar sus propias vidas y su entorno, lo que implica una evolución en la concientización de las mujeres sobre su estatus y su eficacia en las interacciones sociales. (p.124)

De hecho, el empoderamiento o liderazgo suma en la seguridad de las mujeres sobre las capacidades que posee la humanidad para generar cambios sociales, al igual que en la construcción de la memoria histórica, donde se debe hacer énfasis dado la trayectoria que posee la imagen del género femenino dentro de la misma, es decir, el espacio donde resalta el relato de la masculinidad y se oprime el papel de la mujer.

La memoria histórica es la construcción de la realidad a partir de relatos individuales, familiares o sociales; sin embargo, para comprender su relación como concepto es posible el estudio de cada una de ellas de manera individual. Según Nora (2006) la memoria se vive y construye en las comunidades, donde se puede considerar vulnerable o manipulable ante la posibilidad de ser transformada por sus actores; asimismo, Nora considera la historia como

una operación intelectual de análisis crítico que evita la censura, son relatos establecidos que hacen parte de la identidad en las comunidades.

De esta manera, la historia nace de la memoria, de los relatos que se comparten en las generaciones, de las experiencias y conocimientos en cada uno de los miembros de las organizaciones sociales. No obstante, se puede afirmar que la historia de la mujer en grandes escenarios, como la ruta libertadora y la lucha por la igualdad existe, pero, no es tan evidente dado que los principales actores son los hombres, y son ellos quienes prevalecen en las páginas de historia por sus hazañas.

Como consecuencia, el género femenino debe fortalecer su historia a través de la memoria, proteger sus conocimientos y no olvidar su participación en el asentamiento cultural y social durante la evolución de la humanidad. De esta manera, a través de su liderazgo puede construir memoria histórica, reforzar su imagen en espacios donde poco se reconoce su trabajo, y exaltar sus capacidades como promotoras de desarrollo en sus comunidades.

Ahora bien, el empoderamiento o liderazgo que desarrolla la mujer colombiana, a pesar de ser azarosa en la memoria histórica, logra impulsar el ejercicio de las mismas dentro de áreas que, históricamente, se refleja supremacía por el género masculino, ejemplo de ello, el sistema político. Es así como actualmente, se conocen nombres de mujeres que destacan en estos oficios, ejemplo, Marta Lucia Ramírez de Rincón, quien desde el 7 de agosto del 2018 se convirtió en la primera mujer en ocupar el cargo de vicepresidenta en la historia del país.

En efecto, con los cambios constitucionales presentes a través de los años, y la transmutación de pensamientos sociales, se amplían las posibilidades de visibilizar la participación femenina, en las decisiones políticas, con lo cual se expande la voz de la mujer para la construcción de políticas públicas, en pro del sostenimiento y desarrollo de comunidades vulnerables u olvidadas por el Estado.

Las mujeres han ido lentamente avanzando y ocupando algunos espacios políticos, instalando sus demandas como resultado de una antigua confrontación en el campo de las ideas y las acciones, por un lado para visibilizarse como “sujetas de derecho” y así validar sus propuestas al interior de instituciones políticas (Vargas, 2015, p.6)

Gran parte de estos cambios se aluden a la influencia de los movimientos feministas y promotores de los derechos humanos, quienes buscan la igualdad de género y las mismas oportunidades de participación para la mujer, en la construcción jurídica y política. De igual forma, que se reconozca al género como un ser con capacidades racionales e intelectuales para aportar en el desarrollo político.

No obstante, según Vargas (2015), existe una notable división en los roles masculinos y femeninos dentro de la sociedad, donde la mujer es caracterizada como un ser débil, sensible, encargada de los oficio y mantenimiento del hogar y, con capacidades limitadas solo para educar; mientras que el hombre, es visto como el sujeto que toma las decisiones, con superioridad en fuerza física e inteligencia, independiente, con un control emocional mayor que el de la mujer.

Sin embargo, Sánchez (2006), respalda la existencia de igualdad en la participación por género en la política. Es decir, constitucionalmente, la mujer puede acceder a los mismos cargos que ostentan los hombres, pero, no hay las garantías de su cumplimiento, pese al esfuerzo que realizan por garantizar las mismas condiciones y oportunidades.

La igualdad política es formal. La ley electoral no limita el derecho de la mujer a elegir o a ser elegida en mayor medida que al hombre; pero, por múltiples vías, lo que se va a producir en la práctica es que la representación de la mujer a todos los niveles dista mucho de ser paritaria. (Sánchez, 2006, p.5)

En todo caso, las mujeres con cargos políticos tienen mayor oportunidad para custodiar los derechos y deberes del género femenino, al igual que la protección de sus pensamientos. Sin duda alguna, contribuyen en el desarrollo social, trabajan para garantizar la paz en las zonas más apartadas y olvidadas por el Estado y, fortalecen los escenarios de participación con otras mujeres.

De esta manera, se abren puertas a nuevas zonas donde la mujer se puede destacar por su liderazgo; así como se conoce el nombre de Marta Lucia Ramírez en el aspecto político, es posible conocer nombres de mujeres que marcan la diferencias en otros sectores, como el ambiental, donde se puede mencionar a Francia Márquez, quien es reconocida por su papel como líder ambiental, y ganadora del Goldman Environmental Prize en el 2018.

En este sentido, los movimientos feministas influyen en la construcción de organizaciones que trabajan en beneficio del medio ambiente, cuyo perfil se identifica por el

compromiso y el proceso inclusivo con el que trabajan. Por esta razón, se puede afirmar que, “las mujeres están viviendo un momento especial en cuanto a su presencia en posiciones claves de dirección y liderazgo en diferentes áreas, lo cual constituye hoy un fenómeno social que, al parecer, tiende a propagarse según distintos observadores”. (Cáceres, López y Eduardo, 2009, p. 3)

Asimismo, diferentes organizaciones se han encargado de reconocer e implementar términos, que hacen referencia al trabajo que realizan las mujeres con respecto al medio ambiente; ejemplo, el ecofeminismo, mencionado por primera vez en 1974, por Françoise d'Eaubonne.

El ecofeminismo insiste en la dimensión de espiritualidad de la naturaleza, cuya negación ha conducido a la civilización al borde de la autodestrucción. Frente a la cultura racionalista de dominio sobre lo natural, este pensamiento se articula en torno a la recuperación del carácter sagrado de la vida: sólo si las personas vuelven a valorar y respetar todas las formas de vida será posible la supervivencia. (Fernandez, 2010, p.7)

En otras palabras, el ecofeminismo denota un pensamiento basado en el respeto del entorno, la lucha verde para generar conciencia de lo que es correcto, para cuidar y perseverar el medio ambiente. Este parte de la experiencia del individuo con el ecosistema, que lo conduce a reflexionar y reconocer la vida humana como depende de la naturaleza; además, es un pensamiento matriarcado, donde las mujeres toman decisiones, en los procesos que intervienen en el medio ambiente.

Desde una perspectiva más general, los autores Pascual y Herrero (2010), dan su aporte sobre la preocupación que se genera en las mujeres cuando existen problemáticas ambientales; al igual que Fernández (2010), están de acuerdo sobre la especial atención por parte del género femenino, en la protección de la naturaleza. A causa del ecofeminismo, la mujer ha logrado ser opositora del patriarcado, incluyendo el sistema económico y social.

Todos los ecofeminismos comparten la visión de que la subordinación de las mujeres a los hombres y la explotación de la naturaleza son dos caras de una misma moneda y responden a una lógica común: la lógica de la dominación patriarcal y la supeditación de la vida a la prioridad de la obtención de beneficios. El capitalismo patriarcal ha desarrollado todo tipo de estrategias para someter a ambas y relegarlas al terreno de lo invisible. (Pascual y Herrera, 2010, p. 5)

En todo caso, el ecofeminismo piensa en igualdad para todos, sin excluir al género masculino en el contexto donde se desarrolla, con lo cual se permite el aprovechamiento de los recursos naturales, basados en una estrategia sostenible para no abusar de los mismo y proteger a la naturaleza, sin menospreciar el aporte socio-ambiental de la mujer, como principal promotora en el transcurrir de los años.

En la historia de las poblaciones indígenas de Colombia, la mujer se ha representado como la principal trabajadora e influyente de la agricultura, donde sus estrategias de cultivo se basan en el respeto por la tierra, y la promoción del trabajo artesanal para generar una interacción continua con los ecosistemas; asimismo, se categorizan como fieles conocedoras

de los valores planteados para el respeto de la Pachamama, la divinidad que para ellos representa la Madre Tierra y la naturaleza.

Ahora bien, siguiendo la línea temática se hace necesario abordar el rol que ejerce el género femenino en la sociedad, para promover, proteger el patrimonio cultural, y las ideologías que los representa como comunidad, esto, considerando su participación a lo largo de la historia. Para empezar, es importante aclarar la palabra cultura, teniendo en cuenta que existe diversidad en la construcción de su concepto, Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2010) mencionan que:

La cultura no es enemiga de la pasión: es por el contrario lo que debe alimentar las pasiones ricas y buenas de las personas. No sólo exaltar la profundidad, sino quizá también algo más importante para la inmensa mayoría: reducir la desorientación y contribuir al respeto por nosotros mismos mediante actividades que estimulen nuestro deseo de superarnos, de ser protagonistas de nuestra vida. (como se citó en Malagón, J., 2010, p. 170)

Del mismo modo, la cultura es la construcción colectiva de los conocimientos sobre las tradiciones, historia o cualquier otro elemento que identifique la comunidad; precisamente, ahí es donde se enfoca la mayoría de los esfuerzos de las lideresas culturales, es decir, en descubrir, preservar, y promover la memoria del pueblo a través de estrategias en la que participa comunidades locales, nacionales y extranjeros.

Un ejemplo de este proceso se visibiliza en “Originarios”, una producción audiovisual del Canal 13, donde se hace un recorrido por las diferentes comunidades indígenas de

Colombia, recopilando testimonios de líderes indígenas que trabajan para preservar los conocimientos ancestrales de espiritualidad, y medicina tradicional en sus ámbitos ceremoniales.

Asimismo, debe señalarse que la mujer a través de su rol como líder cultural busca superar y protagonizar en su propia vida propia, en la vida de las demás personas o, situaciones que intervienen en su recorrido. Sin embargo, el lugar que ocupa en relación con la cultura en un primer momento, no hace referencia al empoderamiento femenino, sino que su visión está proyectada a la fertilidad y la plena concepción de la vida.

Los arquetipos de la mujer se han proyectado en la cultura latinoamericana desde la tradición indígena hasta la sociedad contemporánea de América Latina. Por un lado, es clara la asociación de la mujer con lo sobrenatural: tiene que ver con su poder sobre la vida y la muerte, con la creación y la fertilidad. Por otro, se la relaciona con ciertos mitos ligados a temáticas sexuales: mujeres perversas convertidas en brujas, mujeres atractivas y extrañas que seducen a los hombres. (Róžańska, k., 2011, p. 1-2)

A pesar de este primer acercamiento de la mujer en la cultura, con el tiempo su rol da un cambio que la posiciona como una persona con capacidad de liderazgo y, elimina en gran medida el concepto de fertilidad, como su único propósito en la sociedad; por ende, se ubica en las culturas precolombinas y sus mitos, como una mujer guerrera, que asume responsabilidades de manera equitativa con los hombres, como lo menciona Cocimano (2005):

Si en algunas etnias amazónicas era común que las mujeres participaran en los combates junto a sus maridos, en el incario las mujeres consideradas varoniles tenían licencia para mantener relaciones conyugales y participar en los combates; la tradición oral da cuenta de la existencia de Warmipukara, una fortaleza de mujeres contra las que debieron enfrentarse las fuerzas incaicas. Se trataba de guerreras que vivían solas, como verdaderas Amazonas (Como se citó en Róžańska, k., 2011, p.3)

En este orden de ideas, a la mujer se le reconoce como un ser fuerte, con capacidades físicas y estratégicas para dirigir a una comunidad indígena o no indígena, lo mismo para transmitir sus conocimientos a generaciones más jóvenes; con esto, se fortalece los planteamientos donde se asegura que la mujer no es débil ante los hombres, puesto que tienen las mismas capacidades para generar un trabajo cooperado y, abolir la brecha de participación de género en el liderazgo cultural.

Ahora bien, con la transformación en la percepción de las comunidades culturales sobre la mujer, sus funciones y capacidades para deliberar, persuadir e influenciar en los mismos, el género femenino se visualiza más participativo para impulsar el desarrollo, innovación, calidad y estilo de vida en las zonas donde reside o, con las que se identifica. Dichas habilidades hacen parte de lo que se ha llamado como liderazgo comunitario, donde se fomenta la participación colectiva de los individuos, quienes se identifican con su causa y le otorgan la confianza para representar sus ideales, deseos u objetivos.

Una lideresa comunitaria se caracteriza por conocer a su comunidad, aprender de su entorno y experiencias, observar e identificar las necesidades de los miembros del grupo

social, de quienes obtiene la confianza y la eligen para que los represente, en ocasiones, sin implementar un sistema político de elecciones. Posee las capacidades necesarias para gestionar o involucrar a individuos que puedan contribuir en el mejoramiento de los sistemas de salud, educación y bienestar para los más vulnerables.

Quienes ejercen este tipo de liderazgo parten de la observación y reconocimiento de las necesidades de la comunidad, aquellas que les impide avanzar y que han marcado la construcción histórica a través de la violencia por pandillas organizadas, grupos armados al margen de la ley, violación de derechos humanos, drogadicción, déficit en los sistemas de salud y educación, entre otros; así como lo menciona Enrique, Oscar y Fabian (2019)

El liderazgo comunitario parte del desarrollo humano reconociendo e interpretando necesidades de la comunidad, generando mayor autoestima en sus participantes, manejando y solucionando conflictos, usando herramientas participativas en el manejo de grupos, identificando el rol y las funciones de los líderes, sus estilos y características, determinando las labores que se deben desempeñar en una participación ciudadana como instrumento para la incidencia efectiva en la comunidad (p.17)

La complicitad de las lideresas para organizar a las comunidades en grupos que cumplan funciones determinadas, se plantea como una necesidad para redimir las problemáticas, que no se enfatizan en una sola área. De ahí parte la necesidad de producir seguridad en las palabras de los miembros de la comunidad, para que los espacios de participación sean convincentes, donde cuestionen el orden estructural de la sociedad y con

los que fomenten la lucha por la igualdad y equidad, sin importar género, raza o estrato socioeconómico.

Hasta el momento queda claro que las actividades del liderazgo comunitario poseen un carácter participativo, con decisiones consensuadas, debates reflexivos y enfocados al respeto mutuo de opiniones, con el objetivo de avivar la participación de todos los miembros, comprometidos con las causas justas.

No se trata de descargar responsabilidades y tareas en la persona del líder; el carácter participativo del movimiento comunitario supone que todos los miembros de la comunidad sienten o son conscientes de las mismas necesidades y que se apoyan entre sí (Montero, 2006, p.95)

El liderazgo comunitario ha demostrado su capacidad a la hora de potenciar las habilidades de la comunidad para construir, innovar y perdonar aquello que les impide avanzar. Estos líderes movilizan comunidades enteras, abarcan todo tipo de problemáticas que deterioren su estructura social; el objetivo es el bienestar de los habitantes, la tranquilidad y el brindarles oportunidades de una vida estable y autosostenible.

Con lo expuesto hasta este punto, resulta lógico pensar en cómo es posible generar el autorreconocimiento de las lideresas, sus funciones y la importancia de su ejercicio en la sociedad. Para ello, se tiene en cuenta el papel de los medios de comunicación masiva para la construcción de la misma.

Estas son fuentes de información que evolucionan con el pasar de los años, para facilitar la circulación de ideales que identifican organizaciones sociales; rompen fronteras y poseen la capacidad de llegar a culturas lejanas. En la actualidad, su función va más allá de solo transmitir un mensaje, los receptores son propensos a cambios en su forma de actuar, interactuar e identificarse a raíz de la descarga de información que reciben, en otras palabras, las puertas a la influencia a través de su uso quedan abiertas por el impacto y consecuencias que pueden generar.

Los medios masivos de comunicación constituyen instrumentos en la construcción de imágenes de la realidad social y por tanto es donde se construye, conserva y expresa visiblemente los valores y la cultura de grupos sociales y de la sociedad en general (Cruz, 2012. p.190)

De esta manera, a través de la implementación estratégica de los medios de comunicación masivos, se construyen imágenes culturales y sociales que contribuyen a la erradicación o implementación de identidades. De igual forma, a partir de dicha influencia e impacto informativo, los grupos sociales tienen la posibilidad de generar autorreconocimiento, un proceso individual para autodefinirse como miembro de una comunidad y donde la misma acepte la participación dentro de su estructura.

De este modo, los medios de comunicación tienen la capacidad de impulsar el autorreconocimiento de la mujer, como miembros de una comunidad con autoridad sobre sus decisiones, inclinaciones sociales, autónoma, libre, promotoras de transformaciones en los sistemas sociales, con capacidades para liderar bajo sus ideales y ocupar el lugar que por años ha pertenecido a los hombres.

Sin duda, en este proceso también influye la memoria histórica, la misma que se puede difundir o compartir con las demás comunidades, a través de las herramientas de comunicación, y que son parte de la construcción del autorreconocimiento del género femenino, aceptando su participación activa en la trayectoria de la evolución humanidad y su emancipación ante las consecuencias del deseo de poder.

Por lo tanto, la conectividad que se genera con los medios de comunicación masivos ha logrado una expansión de información entre miembros ajenos al grupo social, que permite visibilizar el trabajo de las mujeres. Además, como herramienta aporta a la protección de los derechos del género históricamente vulnerable, a través de la influencia que genera en la sociedad y el reconocimiento que su función dentro de la misma.

En relación con lo mencionado, un medio de comunicación que funciona para el proceso de reconocimiento del trabajo de las lideresas colombianas en los ámbitos culturales, políticos, ambientales y comunitarios, es el sitio web; su funcionalidad cuenta con las características mencionadas con anterioridad. De esta manera Franco, Cancio, Moráquez y Mercedes (2013) menciona que:

La usabilidad para la Web surgió a partir del nacimiento y desarrollo de Internet como red de comunicación, sin embargo, se desarrolló formalmente a partir del trabajo de Jakob Nielsen, considerado el "padre de la usabilidad, con lo cual se permitió nuevos lazos de conectividad". (p.7)

En otras palabras, la evolución de la internet favorece circular información entre comunidades, a través de herramientas y medios de comunicación digitales; por eso, los sitios web obtienen su apogeo en usabilidad para promover y reconoce movimientos e iniciativas sociales, al tiempo que la red toma fuerza en la influencia de comportamiento dentro de la misma sociedad.

De este modo, la construcción de los sitios web requieren de un estudio previo de los gustos y necesidades de la población y, tener claro su tipología ya que esta influye directamente en la calidad de la misma; de igual forma, su contenido debe ser dinámico, variado y poseer características que lo hagan diferencias, así como lo menciona Yamely, Pirela y Johann (2012):

Los sitios web, se diferencian por: a) Público para el que se creó, pueden ser sin restricciones de acceso; internas a una empresa-Intranet; de acceso restringido-Extranet. b) Dinamismo, según sean interactivos porque el usuario puede influir; o lo contrario estáticos. c) Estructura, según sea lineal o de orden lógico; parrilla con temas y subtemas; jerárquica al organizar la información; pura pues el usuario sigue una secuencia única; mixta con estructura jerárquica y enlaces cruzados. d) Apertura que puede ser, abierta ya que los usuarios acceden a todo; cerrada con limitaciones de acceso; semicerrada, el acceso es por puntos específicos. e) Profundidad, por la cantidad de enlaces que se pulsan para llegar al contenido. f) Objetivos, serán comerciales al prom. (p.7)

Para terminar, resta mencionar que los sitios web representan una herramienta que posibilita una conectividad estable y completa, donde los usuarios adquieren el contenido por el estilo o estrategia con la que se promocionan. Cada espacio digital posee un estilo diferenciador, ya sea en el contenido o imagen, sin embargo, existe una conducta que debe caracterizar a estas herramientas de comunicación, y es la rigurosidad en la información que comparten, puesto que, sus alcances tienen la capacidad de influir positiva o negativamente en la construcción de perspectiva con respecto a las problemáticas sociales.

2.3 Marco histórico

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en el año 2021 el número de habitantes del género femenino en Colombia, es de 26.137.267, en dicho número se contempla diversidad de profesionales en áreas tales como; deporte, arte, ciencia, política y educación. Además, se halla un número considerable de mujeres que se destacan en el liderazgo y la defensoría de los derechos humanos.

La capacidad en las mujeres para tomar decisiones ha sido una de sus características a lo largo de la historia, por eso, los nombres de lideresas políticas, culturales, sociales y ambientales, como el de Policarpa Salavarrieta, quien destacó en el grito de independencia aquel 20 de julio de 1810, o el de Margarita Villaquirá, también conocida como la “loca Margarita”, que marcó su nombre en la política colombiana durante los años 20 y 40 por haberse destacado como activista liberal, quien trascendió en la memoria de los colombianos, y los textos históricos del país, pues demostró las capacidades de influencia social que puede lograr el género femenino, en un país donde las leyes y normas en dicha época, no generaron el mismo nivel de participación que a los hombres.

Aun así, ha sido un proceso de muchos años para lograr que las mujeres sean reconocidas como ciudadanas activas en la sociedad, con capacidades de pensar, opinar, liderar, actuar con base en sus pensamientos y deseos. Hace 100 años, eran consideradas propiedad de los hombres, no podían vestir con total libertad, ni administrar sus propios bienes, tampoco tenían el derecho de participar en decisiones políticas, y su autoridad en el hogar era limitada.

Sin embargo, con la presencia de los movimientos feministas y la presión social que se generó, se impulsó la transformación jurídica para visibilizar el papel de la mujer en la sociedad, al igual que las capacidades del género para desempeñarse en diferentes áreas de estudio o trabajo, con lo cual se dio paso a un nuevo sistema de leyes y normas.

El llamado feminismo de primera ola de los años 60 del siglo pasado no solo denunció la discriminación contra la mujer, sino también que ella había sido ignorada por la historia. Reclamó asimismo contra la opresión masculina, contra la historiografía dominada y escrita por hombres. (Stuven, 2013, p. 2)

En Colombia, con la implementación de la Constitución de 1991, se dio inicio a una época donde la mujer tenía más derechos y deberes amparados por la ley; de esta manera, se disminuyó la supresión del gobierno sobre la opinión pública que dio el género femenino, se abrió paso a nuevos espacios de participación, como la política, la cultura, lo comunitario y lo ambiental.

“El proceso constituyente de 1991 fue el primero en el que pudieron participar las mujeres como candidatas, representantes y organizaciones que inciden. Unas y otras sentaron las bases de los derechos que hoy ostentan las colombianas” (Tamayo, 2021). Con esto, se da garantía de nuevos espacios de participación donde las mujeres tienen la capacidad de liderar, y luchar por la igualdad en las oportunidades de elección, libertad, y pensamiento. De la misma manera, se respalda la constitución legal de nuevos grupos u organizaciones lideradas por mujeres, donde se pueden integrar por voluntad o, porque comparten la raza, la religión, el pensamiento o la ideología política.

2.4 Marco legal

En el ámbito nacional, se establecen artículos en la Constitución Política de Colombia de 1991, que le otorgan un respaldo a la mujer colombiana, a partir de normativas que defienden sus derechos en la sociedad, y leyes que le permiten gozar en igualdad de condiciones con respecto al género masculino; (Canal Institucional, 2021), como la participación ciudadana, la protección contra la violencia y la discriminación de cualquier tipo, el derecho a ejercer una profesión, o el derecho a políticas que garanticen la igualdad de oportunidades para el género femenino:

Con la Constitución Política de 1991 las mujeres pasaron de ser consideradas como sujetos de protección —cuyas opiniones, ideas, creencias, y necesidades, no eran tenidas en cuenta— a ser reconocidas como sujetos titulares y responsables de sus derechos con autonomía para decidir sobre sí y sobre asuntos públicos. (Defensoría delegada para la mujer, 2011)

En este sentido, se incluyó a la mujer en normativas de la carta magna, a través de artículos que buscaron la dignidad humana de todas las personas en la sociedad, el género femenino tuvo la posibilidad de contar con un respaldo que se estableció en la Constitución Política mediante la estipulación de los mismos, también, el no ocupar una posición de inferioridad frente al género contrario, tal es el caso del artículo 40 y el artículo 258 de la Constitución Política de Colombia, por el cual las mujeres obtuvieron un puesto para ser parte de las decisiones políticas en el país, y también ejercer su derecho al voto.

Artículo 40. Todo ciudadano tiene derecho a participar en la conformación, ejercicio y control del poder político. Para hacer efectivo este derecho puede:

Elegir y ser elegido, tomar parte en elecciones, plebiscitos, referendos, consultas populares y otras formas de participación democrática; Constituir partidos, movimientos y agrupaciones políticas sin limitación alguna; formar parte de ellos libremente y difundir sus ideas y programas; Revocar el mandato de los elegidos en los casos y en la forma que establecen la Constitución y la ley; tener iniciativa en las corporaciones públicas, interponer acciones públicas en defensa de la Constitución y de la ley; acceder al desempeño de funciones y cargos públicos, salvo los colombianos, por nacimiento o por adopción, que tengan doble nacionalidad; La ley reglamentará esta excepción y determinará los casos a los cuales ha de aplicarse. Las autoridades garantizarán la adecuada y efectiva participación de la mujer en los niveles decisorios de la Administración Pública, Artículo 258. El voto es un derecho y un deber ciudadano. Constitución Política de Colombia, 1991)

Por otro lado, el derecho al voto que se logró para las mujeres en Colombia en el año de 1957, fue uno de los pasos más grandes en la historia de lucha e igualdad que durante mucho tiempo tuvo que afrontar el género femenino.

Era 1954 y a las colombianas, después de mucha brega, se les reconoció su derecho al voto, a elegir y ser elegidas. Era 1957 y las colombianas, por primera vez, salieron a las urnas y votaron a favor del plebiscito que refrendaría su derecho ganado. Era 1958 y las colombianas, tras más de cien años de historia democrática, vieron a mujeres como ellas llegar al Congreso a ocupar una curul. Era el siglo XX y el país seguía sumido en una realidad política dictada en el siglo XIX, dictada por los hombres, por la exclusión. Una realidad lejana al reconocimiento de los derechos humanos, a la igualdad, a la protección de las minorías, a las libertades individuales.(Tamayo, 2021)

Además de ello, existen leyes establecidas por el Congreso de Colombia, mediante las cuales se dictaminan normas que le garantizan protección, participación, y calidad de vida a las mujeres colombianas, mediante su estipulación y aprobación, el género femenino puede apelar a la ley, y hacer valer sus derechos ante cualquier entidad pública y privada, o cualquier persona del país; así como, la Ley 823 del año 2003, que dicta la igualdad de oportunidades para las mujeres de la nación colombiana.

Promover y garantizar a las mujeres el ejercicio pleno de sus derechos políticos, civiles, económicos, sociales y culturales y el desarrollo de su personalidad, aptitudes y capacidades, que les permitan participar activamente

en todos los campos de la vida nacional y el progreso de la Nación. (Alcaldía de Medellín, 2014)

Por esta razón la mujer colombiana goza actualmente de normativas las cuales se encuentran establecidas en la Constitución Política de 1991, leyes y decretos aprobados por el congreso de Colombia, resoluciones y, un arduo respaldo legal que le permite ser reconocida en la sociedad, y gozar de sus derechos para una vida digna, asimismo, un reconocimiento por participar como lideresa en los entornos sociales que atraviesa el país.

CAPÍTULO III PROPUESTA DE PRODUCCIÓN

3.1 Presentación de la propuesta comunicativa

El sitio web lleva como nombre “Sello de Liderazgo” (www.sello liderazgo.com), donde el primer término hace referencia a la marca que deja el género femenino en las comunidades, a través de sus diferentes campos de acción como la política, la cultura, lo comunitario, y el medio ambiente; de la misma forma, es importante explicar la palabra liderazgo en la identificación del espacio web, teniendo en cuenta que el objetivo principal de la propuesta comunicativa, es el reconocimiento del rol que cumple la mujer líder en el territorio colombiano.

Su diseño se realiza a través de la plataforma Wix, la cual permite generar una serie de botones, que dirigen a los visitantes a categorías específicas divididas en producciones visuales, audiovisuales, sonoras, y escritas. En primer lugar se encuentra la pantalla de inicio de “Sello de Liderazgo”, allí se logra visualizar un clip de 18 segundos acompañado de un elemento musical, elaborado en los tonos de la paleta de colores (triada) seleccionada para el sitio web. En la parte inferior del vídeo se ubica su eslogan, y una casilla que direcciona a los internautas a un contacto oficial vía correo electrónico (sellod.liderazgo@gmail.com).

En la parte superior de la pantalla se posicionan seis botones (inicio, escritos, podcast, vídeos, de interés, e identidad), todos ellos cuentan con subcategorías que redireccionan a los internautas a distintos espacios del sitio web. En el botón de escritos se despliegan cuatro secciones (liderazgo ambiental, político, comunitario, y cultural), en cada uno de ellos se muestran perfiles acompañados de un texto y una fotografía.

Por otro lado, se encuentra el botón podcast, el cual al ser seleccionado abre los contenidos realizados en este formato, a través de cada publicación los espectadores pueden escuchar las piezas sonoras desde el sitio web, que a su vez se encuentran vinculadas a la aplicación de SoundCloud, los visitantes cuentan con la opción de comentar cualquier producto. El cuarto botón hace referencia a la sección de vídeos, allí se encuentran todos los productos audiovisuales realizados para el espacio digital “Sello de Liderazgo”, al ser pulsado se despliegan todos los contenidos.

De igual forma, se encuentran los botones que llevan como nombre “de interés, e identidad”, en el primero de ellos se despliegan cuatro opciones distintas, que son infografías, líneas de tiempo, mujeres que aportan, y recomendados. Al pulsar la opción de infografías o líneas de tiempo, las personas que visitan el sitio web pueden acceder a los productos y dejar comentarios.

En cuanto a las dos opciones siguientes, la sección de “mujeres que aportan” está destinada a diseños de perfiles elaborados a través de imágenes y, el “recomendado de la semana” se compone de un texto corto mediante, el cual se invita a los visitantes de la página a consumir contenidos referentes al liderazgo como libros, películas, series, documentales, entre otros.

Sello de Liderazgo genera un último botón con el nombre de “identidad”; en este espacio se compone de tres categorías (conócenos, imagen, y equipo), en la primera de ellas se plantea el objetivo a desarrollar a través del espacio digital; la sección de imagen está compuesta por el manual de identidad, donde se explica la construcción del logo, asimismo, se comparte la paleta de colores seleccionada; la categoría final que se menciona como

”equipo”, es un botón que le permite conocer a los visitantes el grupo de trabajo encargado de la realización de todo el sitio web.

3.2 Objetivo

Desarrollar un sitio web para el reconocimiento de la mujer y su liderazgo en las regiones de Colombia, en espacios políticos, culturales, ambientales y comunitarios.

3.3 Público objetivo

El sitio web, “Sello de Liderazgo”, dirigió su contenido a: personas entre los 15 y 30 años (público primario) pertenecientes a las regiones de Colombia; lideresas que sin importar su edad, se destacan a nivel nacional, (público secundario); y, habitantes del país mayores de 30 años (público terciario).

En función de lo planteado, es importante enfatizar que el contenido de “Sello de Liderazgo”, se dispuso a todo tipo de persona, sin importar su género, estrato social, nacionalidad, ideología política y religiosa, rasgo cultural, nivel académico o profesión; así mismo, no excluyó a críticos, contradictorios del tema, movimientos feministas, organizaciones sociales, y por supuesto, a quienes se desempeñan como líderes, promotores de paz, igualdad y desarrollo, dentro del territorio colombiano.

3.4 Cronograma de producción

Tabla 1.

Cronograma de las etapas de Producción y Postproducción de 2022

ACTIVIDAD	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Creación del sitio web.																								
Contacto con fuentes.																								
Grabaciones de audio y video.																								
Redacción de los contenidos, edición de videos, edición de podcast.																								
Campaña de expectativa (video)																								
Pitch publicitario y video de lanzamiento																								
Promoción del contenido																								

Publicaciones.																				
Evaluación del sitio web																				

Nota: Este es el cronograma de producción para el 2022-1. Equipo de trabajo

3.5 Etapa de pre-producción

Uno de los componentes para llevar a cabo el sitio web, es la etapa de pre-producción, que consistió en la realización del anteproyecto; en primer lugar, se estableció una problemática con el equipo de trabajo, para luego investigar si existió y tuvo vigencia en la sociedad para abordarlo a través de un sitio web; con respecto al marco teórico, fue indispensable la búsqueda de antecedentes, el apoyo de autores, estudios basados en el liderazgo de la mujer en los campos de acción mencionados con anterioridad; y por último, el planteamiento de lo que es el proceso comunicativo para minimizar la problemática.

Cabe resaltar que, en este proceso la selección del público objetivo fue importante puesto que, al definirlo, permitió crear un contenido interesante y coherente. Por consiguiente, fue necesario el uso y producción de material audiovisual, sonoro y escrito para la difusión de los temas establecidos; en cuanto a lo escrito, se tuvo presente los géneros periodísticos: crónica, perfil, o entrevista. Ahora bien, toda la información (sonora, visual y audiovisual), se categorizó en diferentes espacios dentro del sitio web, el cual se organizó con botones para escritos, podcast y videos.

3.5.1 Selección de temas y fuentes a consultar según el desarrollo multimedia seleccionado

El sitio web estableció temas enfocados en visibilizar y reconocer el liderazgo de la mujer colombiana, en los espacios políticos, ambientales, culturales y comunitarios. Por otro lado, para la construcción de los contenidos (visuales, audiovisuales y sonoros), se usaron fuentes de información, con conocimiento del tema, o involucrados con el mismo; por

ejemplo, personas expertas, testigos, funcionarios públicos, organizaciones, entidades del Estado, y/o documentos (Tabla 2).

Se resume a continuación algunos de los temas de interés al momento de investigar, lo cuales son: defensa y cumplimiento de los derechos humanos, comunidad LGBTIQ+, contribución al medio ambiente, entre otros; en cuanto a las posibles fuentes para el contenido periodístico e informativo, está Ludy Tatiana Pirabán Gutierrez; líder política y social, las Damas Rosas, mujeres que buscan apoyar y ayudar a los más necesitados; Viviana Mantilla, fundadora de Maraka Eco en el departamento de Arauca, que busca contribuir al medio ambiente.

Tabla 2.

Categoría de temas y fuentes

CATEGORÍAS	FUENTE
Político	<p>Primaria:</p> <p>1. Lideresas políticas, ambientales, culturales y comunitarias.</p> <p>Secundaria:</p> <p>1. Bases de datos. 2. Entidades del Estado (Gobernación, Alcaldía, Secretaría). 3. Comunidad indígena, raizal, LGBTTTTIQ+. 4. Movimientos políticos, culturales, ambientales y comunitarios.</p>
Cultural	
Ambiental	
Comunitario	

Nota. Categorías para desarrollar los temas y las fuentes de información, divididas en primaria y secundaria. Equipo de trabajo

3.5.2 Investigación Requerida para el desarrollo multimedia seleccionado

En la construcción del contenido para el sitio web “Sello de Liderazgo”, se aplicó la técnica de investigación cualitativa, donde la entrevista fue el instrumento adecuado para llevar a cabo el desarrollo multimedia, de todas las piezas auditivas, escritas y audiovisuales, puesto que ésta, permitió obtener la información de manera directa, al igual que la posibilidad de establecer una comunicación estable.

Así pues, con la entrevista se genera un acercamiento confiable a través del diálogo con la comunidad, para acceder a sus conocimientos, complementar la información previa del entrevistador, orientar el enfoque de la investigación y, al mismo tiempo, producir una perspectiva del entorno donde se desarrolla el público objetivo, como lo menciona Torres, Paz y Salazar (2019):

En una entrevista además de obtener los resultados subjetivos del encuestado acerca de las preguntas del cuestionario, se puede observar la realidad circundante, anotando el encuestador además de las respuestas tal cual salen de la boca del entrevistado, los aspectos que considere oportunos a lo largo de la entrevista. (p. 13)

En este orden de ideas, ejecutar una entrevista compromete a una investigación rigurosa, donde no se limita por los niveles académicos de las fuentes, ya que, como se menciona, se crea una interacción oral sin importar que la persona sea alfabeto o analfabeto. En este caso, la entrevista semiestructurada figura como la mejor opción, porque da paso a la reflexión durante su ejecución y, se adapta a la información que se está compartiendo.

Ahora bien, fue importante apoyar la recolección de información a través del análisis de contenido, una técnica de investigación cuyo objetivo se pudo catalogar como la interpretación de ideas, expuestas a través de escritos y producciones visuales, audiovisuales y sonoras. Esta no se confundió con el análisis lingüístico, de discurso y semiótico, puesto que su diferenciador influye en la creciente circulación de información.

Esta técnica apoyó la información que se obtuvo a través de la entrevista, por la capacidad de afirmar o contradecir a la entrevistada, por medio de la consulta de fuentes digitales; además, complementó la interpretación que se generó a raíz de la observación del investigador, en las zonas donde ejercía el liderazgo la mujer colombiana.

El análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común, debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida. (Andréu, 2002, p. 2)

En este punto, se debe mencionar que dentro del análisis de contenido se integraron revistas, periódicos, sitios web, folletos, infografías, entre otros, como fuentes válidas, siempre y cuando su contenido fuera veraz y, correspondiera a los objetivos del investigador, quien buscaba medrar su gama de investigación.

De esta manera, se elaboró una rúbrica en la cual se presentan algunos elementos importantes, dentro del instrumento análisis de contenido.

Tabla 3.

Rúbrica técnica de investigación

Nº	Fuente de información	Tipo de documento	Aporte
1	Medios digitales de comunicación (El Espectador y El Tiempo)	- Artículo periodístico y de opinión. - Podcast e infografías.	El contenido de los periódicos, El Espectador y El Tiempo, aporta en la estructura informativa; a partir de estos, se contemplan los puntos de vista de líderes de opinión y, el aporte en la construcción del periodismo con rigurosidad.
2	Sitios web o páginas web.	- Podcast e infografías. - Videos publicitarios. - Artículo de opinión.	El contenido y estructura de estas fuentes de información (sitios o páginas web), sustenta las estrategias de promoción que se diseñan para dar a conocer, "Sello de Liderazgo".
3	Canales de televisión (Canal 13)	- Producciones audiovisuales (serie documental)	A través del análisis en las producciones audiovisuales, que realiza Canal Trece, se aporta un sentido de contextualización sobre los trabajos realizados en este formato, acerca del liderazgo femenino en las diferentes zonas del país.

Nota. fuentes, tipos de documentos y el aporte del análisis de contenido. Equipo de trabajo

Finalmente, estas estrategias (entrevista y análisis de contenido) se aplicaron a las lideresas de Colombia, teniendo en cuenta los objetivos de "Sello de Liderazgo", puesto que estas eran las protagonistas en el contenido del sitio web; de igual forma, se ejecutó en las comunidades donde las mismas influyeron con sus iniciativas, a profesionales en áreas de las ciencias políticas o sociales; y en último lugar a canales de televisión regional, páginas web y medios de comunicación digitales.

3.6 Etapa de producción

La etapa de producción, se constituyó de varias fases; la primera, fue la búsqueda de fuentes para el contenido periodístico e informativo, el cual, requirió de una investigación previa para la selección de las personas indicadas; en segundo lugar, se hizo un registro visual, audiovisual o sonoro, como base para la creación y apoyo de los contenidos de “Sello de Liderazgo”; no obstante, el espacio que se destinó para la publicación de las piezas informativas, requirió de un proceso de construcción, con la facilidad de navegación en el sitio web, el diseño digital y la diagramación del mismo.

Por lo demás, fue importante el proceso de promoción, y para ello se tuvo presente diferentes métodos para dar a conocer el sitio web; en primera medida, se realizó una campaña de expectativa, en un formato audiovisual (anexo 1); luego, un pitch publicitario para informar qué es “Sello de Liderazgo” (anexo 2). En relación con lo anterior, un espacio utilizado para divulgar las piezas publicitarias, fueron las redes sociales de los creadores del proyecto, por donde difundieron promoción de cada contenido publicado (anexo 3).

3.6.1 Recolección del material necesario para la construcción de los contenidos multimedia

En el proceso investigativo para la construcción del contenido multimedia, se tuvo en cuenta variables que otorgan veracidad a la información suministrada y, para ello, la esquita se realizó en bases de datos y páginas web de medios de comunicación locales, nacionales e internacionales, tales como Señal Colombia, Canal 1 y la BBC. A partir de dicha investigación se elaboró líneas de tiempo e infografías que se publicó en Sello de Liderazgo,

así mismo, se apoyó la elaboración de producciones escritas (artículos y perfiles), sonoros y audiovisuales, para las cuales se ejecutó la entrevista como técnica de diálogo con la fuente.

En relación con el tema, se diseñó una entrevista estándar cuya estructura buscaba dar respuesta al imaginario colectivo de las lideresas en Colombia, su rol y funciones dentro de los grupos sociales. Cabe señalar que las preguntas variaron de acuerdo a los ámbitos sociales, culturales, políticos; experiencias de las lideresas, trayectoria, lugar de residencia, zona de influencia de su trabajo, proyectos realizados, reconocimientos por su labor, entre otros.

Tabla 4.

Modelo estándar de la entrevista

<p>¿Qué proyecto es su mayor orgullo? ¿por qué?</p> <p>¿Cuál cree que ha sido su mayor logro?</p> <p>¿Cuáles son sus metas como líder?</p> <p>¿Qué la motiva a trabajar por dicha causa?</p> <p>¿Se considera una líder? si la respuesta es afirmativa ¿en qué momento cree que inició su trayectoria como líder?</p> <p>¿Cómo le gustaría que la recordaran?</p>

Nota. Tipos de preguntas. Equipo de trabajo

De esta manera se presenta el modelo estándar de la entrevista, cuya estructura visionaba las áreas temáticas que identifican el contenido de Sello de Liderazgo. Así mismo,

se resalta que durante su ejecución se plantearon nuevos interrogantes como respuesta a la espontaneidad de la fuente, la información suministrada y, las inquietudes emergentes de quien cumplía el papel de entrevistador; de igual forma, esta herramienta contribuyó en la construcción de estilo de los productos publicados en el sitio web, dando así uniformidad al trabajo periodístico ejecutado por los integrantes del grupo de trabajo. (anexo 4)

3.6.2 Selección y análisis del material

En el contenido del sitio web “Sello de Liderazgo”, existe diversidad de temas entorno al liderazgo de la mujer colombiana; para ello se estableció algunos parámetros que guiará en proceso de selección de las fuentes a entrevistar, y de esta manera mantener el mismo enfoque en los productos escritos, sonoros y audiovisuales. En este orden de ideas, en la principal característica las entrevistadas debían ser biológicamente mujeres o, identificarse con el género femenino.

De esta manera, el ser líder o tener un liderazgo se incluyó en los aspectos importantes que debían cumplir las mujeres partícipes en el sitio web, como lo menciona la Real Academia Española, una líder es aquella “persona que dirige u orienta a un grupo, que reconoce su autoridad” (2005, definición 1), por esta razón fue necesario conocer el historial de apoyo de ellas hacia la sociedad. En este orden de ideas, partiendo de los aspectos políticos, ambientales, culturales y comunitarios que se trabajó en este sitio web, se crearon algunas características básicas.

Tabla 5.

Rúbrica para la selección de las lideresas

Liderazgo	Características
Político	<ul style="list-style-type: none"> • No estar involucrada en escándalos de corrupción. • Gestionar proyectos por iniciativas propias y no por obligación laboral. • Incluir a otras mujeres en el diseño de estrategias para generar más espacios de participación, para el género femenino en el ámbito político.
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Liderar procesos medioambientales. • Incentivar el cuidado de los recursos ambientales. • Incluir a la comunidad en la construcción de espacios ecosostenibles.
Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Aportar en la restauración y cuidado del patrimonio histórico, cultural de las comunidades del país. • Liderar actividades culturales que contribuyan al aprendizaje y desarrollo de las comunidades. • Proteger la diversidad cultural de Colombia.
Comunitario	<ul style="list-style-type: none"> • Liderar iniciativas en las comunidades que aporten al desarrollo en la sociedad, y su calidad de vida. • Tener en cuenta las opiniones de los miembros de la comunidad • Trabajar para mejorar la calidad de los sistemas de educación, salud y seguridad en las comunidades más vulnerables.

Nota. Tipos de liderazgo, características. Equipo de trabajo

Continuando con lo expuesto, la edad, estrato socioeconómico u oficios de las mujeres, no se tuvo en cuenta como limitantes para elegir a las lideresas reconocidas en el sitio web. De esta manera se hace necesario mencionar la relevancia de las herramientas tecnológicas y plataformas digitales, que permitieron crear contenido donde se involucró mujeres en distintos departamentos de nuestro país, para la producción de escritos y material sonoro.

En cuanto a las producciones audiovisuales, se consideró importante resaltar mujeres de Pamplona - Norte de Santander y/o sus alrededores, teniendo en cuenta aspectos como el precedente histórico con María Águeda Gallardo de Villamizar, una mujer líder pamplonesa, que contribuyó en la independencia de Colombia; así mismo al ser la zona céntrica del alma mater del programa de comunicación, donde las lideresas ejecutan sus procesos comunitarios, ambientales, políticos y culturales.

3.7 Etapa de postproducción

La etapa de postproducción fue donde se construyeron las piezas a publicar, usando todo el material disponible, por ejemplo, se editaron las piezas sonoras, el contenido audiovisual y visual; al mismo tiempo, se redactaron crónicas, perfiles, y/o entrevistas; dichos contenidos se revisaron, para su posterior publicación en las páginas dentro del sitio web “Sello de Liderazgo”. Por otro lado, fue necesario estudiar el sitio web a través del espacio de estadísticas que brindó Wix, lo cual facilitó y generó datos importantes, para evaluar el alcance de los contenidos publicados.

Por otro lado, todos los contenidos realizados por parte de Sello de Liderazgo contaron con la elaboración y difusión de piezas promocionales, las cuales fueron diseñadas a través de formatos establecidos dependiendo del tipo de producto, esta estrategia se realizó con el fin de compartir con el público un segmento de lo que podrían visualizar en el sitio web, para aumentar las visitas en cada publicación.

3.7.1 Edición de los contenidos multimedia

El sitio web presenta contenido escrito, sonoro y audiovisual, los dos últimos resultaron un proceso más complejo en la elaboración, ya que requiere un tiempo en edición para obtener el resultado final. Los podcasts mantuvieron una estructura similar entre todos, primero sonaba el cabezote creado por el equipo de trabajo, luego se hacía una introducción sobre el tema o la invitada, y después la intervención de la lideresa; todas las producciones sonoras se desarrollaron de forma narrativa.

En cuanto a los productos audiovisuales se tuvo presente que las entrevistas largas se dividieran en tres o cuatro partes, desde lo general a lo particular; en ese orden de ideas, el primer video era de contextualización sobre el trabajo de la lideresa, el siguiente iba relacionado al proyecto o trabajo más importante, y por últimos, estaban aquellas anécdotas o experiencias vividas como una mujer líder. Al igual que en los productos sonoros, el audiovisual tuvo una introducción de “Sello de Liderazgo”, el cual también era el cierre de todas las producciones.

3.7.2 Ficha técnica: nombre del desarrollo multimedia, tipo de desarrollo multimedia, plataforma seleccionada para el desarrollo multimedia, equipo de producción, sinopsis

Tabla 6.

Ficha técnica de contenido del sitio web

Nombre del desarrollo multimedia	Plataforma seleccionada	Tipo de desarrollo multimedia	Equipo de producción	Sinopsis
<p>Joven, casanareña y reconocida a nivel nacional e internacional por su liderazgo en comunidades</p>	<p>Sitio web: Sello de Liderazgo</p> <p>Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp</p>	<p>Artículo</p>	<p>Redacción: Leidy Aguirre</p> <p>Corrección de estilo: Paula García</p> <p>Publicación: Wilbert Ovalle</p>	<p>Ludy Piraban es una lideresa comunitaria, que a lo largo de los años se ha destacado por su apoyo y participación, al desarrollo de la mujer colombiana.</p> <p>En este artículo, se evidencia el recorrido que ha tenido en su comunidad, destacándose por ser una mujer profesional en constante aprendizaje, promotora de proyectos importantes para su región.</p>

<p>Nubia Castillo Barón, la amiga de las comunidades casanareñas</p>	<p>Sitio web: Sello de Liderazgo</p> <p>Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp</p>	<p>Perfil</p>	<p>Redacción: Leidy Aguirre</p> <p>Corrección de estilo: Paula García</p> <p>Publicación: Wilbert Ovalle</p>	<p>En este perfil se destaca a la lideresa comunitaria Nubia Castillo, con el fin de mostrar su recorrido e intervención, como apoyo a las poblaciones más vulnerables en áreas como la salud y la educación.</p> <p>Asimismo, se evidencia los premios que ha obtenido a lo largo de su ejercicio como lideresa comunitaria, demostrando que es una mujer que busca siempre ayudar y estar a disposición de su comunidad.</p>
<p>Tradición, cultura y liderazgo en el apellido Olmos</p>	<p>Sitio web: Sello de Liderazgo</p> <p>Plataformas digitales: Instagram,</p>	<p>Artículo</p>	<p>Redacción: Leidy Aguirre</p> <p>Corrección de estilo: Paula García</p>	<p>El artículo de las hermanas Olmos, busca reconocer el trabajo realizado por parte de Fercha</p>

	Facebook, WhatsApp		Publicación: Wilbert Ovalle	<p>y Yalile, dos mujeres casanareñas que buscan conservar la cultura llanera en las nuevas generaciones a través de su liderazgo.</p> <p>Asimismo, se resalta su trabajo con la comunidad, y se explica de donde surge su interés por mantener su cultura y los proyectos que realizan para que su trabajo siga en pie.</p>
Ferlay 'Fercha' Olmos, la líder cultural que transmite a través del arte y la literatura	<p>Sitio web: Sello de Liderazgo</p> <p>Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, SoundCloud</p>	Perfil	<p>Investigación: Leidy Aguirre</p> <p>Voz: Paula García</p> <p>Edición: Wilbert Ovalle.</p>	<p>Este podcast narra la vida de Fercha Olmos, donde cuenta sus inicios como líder cultural, ella se identifica como una mujer gestora de proyectos que aportan a la conservación de la cultura llanera en las</p>

				nuevas generaciones.
Viviana Mantilla y Maraka, un amuleto de la suerte que protege la Tierra.	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, SoundCloud	Crónica	Investigación: Paula García Guión: Leidy Aguirre Voz: Paula García Edición: Wilbert Ovalle.	En el podcast de Viviana Mantilla se destaca su liderazgo ambiental y comunitario, mediante su emprendimiento o “Maraka”, Viviana busca concientizar a las personas sobre el cuidado del medio ambiente y la reutilización del material plástico, y también, emplea a mujeres rurales con el fin de motivar el empoderamiento femenino.
Al servicio de las comunidades	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube	Crónica	Investigación: Paula García Guión: Leidy Aguirre Edición: Wilbert Ovalle.	La primera parte de la pieza audiovisual de las “Damas Rosadas”, consiste en mostrar quiénes son, y

				su labor con el municipio de Villanueva – La Guajira, como líderes comunitarias que aportan a su comunidad.
El Ceren, ayudando a los niños y niñas que lo necesitan	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube	Crónica	Investigación: Paula García Guión: Leidy Aguirre Edición: Wilbert Ovalle.	La segunda parte de la crónica realizada a las “Damas Rosadas”, abarca su proyecto “El Ceren”, una institución creada por estas mujeres líderes colombianas, con el fin de ayudar a los niños y niñas más necesitados.
Tatiana Barajas Flórez, liderando procesos literarios y educativos	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube	Crónica	Cámara: Paula García y Wilbert Ovalle Entrevista: Leidy Aguirre Edición: Wilbert Ovalle.	Tatiana Barajas es una líder comunitaria, esta producción audiovisual muestra sus inicios en el liderazgo, y su aporte a través de los proyectos

				educativos y literarios, los cuales ha llevado a su comunidad del barrio el Progreso en Pamplona – Norte de Santander, impactando de manera positiva a los más pequeños de la zona.
Margarita Espinel Villamizar	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp	Artículo	Redacción: Leidy Aguirre Corrección de estilo: Paula García Publicación: Wilbert Ovalle	Este artículo sobre Margarita Espinel, destaca su trayectoria en el liderazgo ambiental, y los procesos y proyectos de gestión realizados a partir de la concientización del impacto al medio ambiente.
Experiencias de vida, ayudando a quienes lo necesitan	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook,	Crónica	Cámara: Paula García y Wilbert Ovalle Entrevista: Leidy Aguirre	Esta pieza audiovisual de las Damas Rosadas, busca resaltar la labor que hacen a través

	WhatsApp, YouTube		Edición: Wilbert Ovalle	de los proyectos creados por estas mujeres, con el fin de aportar de manera positiva a todas las personas que recurren a ellas.
Margarita Espinel Villamizar	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, SoundCloud	Entrevista	Redacción: Leidy Aguirre Corrección de estilo: Paula García Publicación: Wilbert Ovalle	Margarita Espinel Villamizar, una joven que a través de su participación en un cargo público en el municipio de Pamplona - Norte de Santander, lucha en pro del cuidado del medio ambiente, por construir una cultura ciudadana consciente de la importancia de los recursos naturales en la existencia humana. Es una mujer que ha aprendido observando las principales

				problemáticas ambientales que se vive en su comunidad, y con lo cual, nacen sus iniciativas como respuesta al déficit ambiental.
Biblioteca popular, sendero mágico de Pamplona	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube	Reportaje	Cámara: Paula García y Wilbert Ovalle Entrevista: Leidy Aguirre Edición: Wilbert Ovalle	Mediante la última parte del trabajo realizado por Tatiana Barajas como líder comunitaria, se destaca uno de sus proyectos más importantes, la creación de una biblioteca pública, cómo fueron sus inicios, qué tipo de ayudas han obtenido, y otros detalles de interés sobre la evolución de este espacio es lo que se encuentra en el contenido.

Un pocillo de arroz que lo cambió todo	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube	Reportaje	Cámara: Paula García y Wilbert Ovalle Entrevista: Leidy Aguirre Edición: Wilbert Ovalle	Liliana Mantilla Montañez es una lideresa del barrio Cristo Rey parte alta de Pamplona - Norte Santander, una mujer que decidió cambiar su vida ayudando a la comunidad, aportando lo mejor de ella a los niños y niñas de esta zona. En esta primera parte de la producción audiovisual, nos cuenta sus inicios en el liderazgo, y cómo ha sido su proceso día tras día, brindado una mano amiga a quienes más lo necesitan.
Transformando vidas	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook,	Reportaje	Cámara: Paula García y Wilbert Ovalle Entrevista: Leidy Aguirre	La tercera parte de la producción audiovisual sobre Tatiana Barajas, cuenta algunas

	WhatsApp, YouTube		Edición: Wilbert Ovalle	experiencias vividas en su recorrido como líder comunitaria del barrio El Progreso, y aquellas anécdotas que la han marcado y recuerda con mucho aprecio.
El proceso como líder comunitaria desde la fundación Dharma	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube	Crónica	Cámara: Paula García y Wilbert Ovalle Entrevista: Leidy Aguirre Edición: Wilbert Ovalle	Liliana Mantilla Montañez cuenta un poco de su proceso personal como líder y todo el trabajo que se ha realizado desde la fundación Dharma, y su rol en el liderazgo comunitario.
Construyendo esperanza	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube	Crónica	Cámara: Paula García y Wilbert Ovalle Entrevista: Leidy Aguirre Edición: Wilbert Ovalle	Liliana Mantilla Montañez habla de los procesos que genera a través de Dharma, y comenta lo que ha sido su vinculación con las entidades gubernamentales y las fundaciones

				internacionales que apoyan este proceso.
Conociendo la Biblioteca Popular Sendero Mágico de Pamplona	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube	Crónica	Cámara: Paula García y Wilbert Ovalle Entrevista: Leidy Aguirre Edición: Wilbert Ovalle	La líder comunitaria Tatiana Barjas Flórez, muestra la Biblioteca Popular Sendero Mágico de Pamplona, donde con mucho esfuerzo y apoyo, de los niños y niñas del barrio ha sacado adelante.
Un corazón de amor	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube	Crónica	Cámara: Paula García y Wilbert Ovalle Entrevista: Leidy Aguirre Edición: Wilbert Ovalle	Liliana Mantilla recuerda el bonito corazón de su mamá, una mujer que también empoderaba a otras mujeres, y ayudaba a las amigas de sus hijas cuando lo necesitaban.
El riesgo de ser lideresa social en Colombia	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram,	Infografía	Investigación y diseño digital: Paula García Publicación: Wilbert Ovalle	La infografía muestra el panorama del liderazgo en Colombia para el género femenino,

	Facebook, WhatsApp.			cuenta con imágenes que apoyan su diagramación.
¿Cómo fomentar el liderazgo en comunidades?	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.	Infografía	Investigación y diseño digital: Paula García Publicación: Wilbert Ovalle	Mediante este producto se cuenta sobre la importancia de fomentar el liderazgo en los niños y niñas desde sus hogares, y la escuela.
¿Qué caracteriza a una lideresa?	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.	Infografía	Investigación y diseño digital: Leidy Aguirre Publicación: Wilbert Ovalle	En esta infografía se habla sobre lo que caracteriza a una mujer líder, y sus cualidades.
El liderazgo ambiental en instituciones educativas	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.	Infografía	Investigación y diseño digital: Paula García Publicación: Wilbert Ovalle	Este diseño digital busca informar sobre la importancia del liderazgo ambiental en las instituciones educativas, y la necesidad de implementarlo en los estudiantes.
María Águeda Gallardo, mujer gestora y	Sitio web: Sello de Liderazgo	Línea de tiempo	Investigación y diseño digital: Paula García	Este es un pequeño recorrido

heroína del grito de independencia de Pamplona	Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.		Publicación: Wilbert Ovalle	histórico, por la vida de María Águeda Gallardo, y su participación en el Grito de Independencia en Pamplona, a través del liderazgo.
Mujeres de poder en Colombia	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.	Línea de tiempo	Investigación y diseño digital: Leidy Aguirre Publicación: Wilbert Ovalle	A través de esta línea de tiempo, se genera un recorrido histórico de las mujeres más importantes e influyentes de Colombia.
María Rosa Lazo de la Vega, la mujer casanareña que apoyó la ruta libertadora	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.	Línea de tiempo	Investigación y diseño digital: Leidy Aguirre Publicación: Wilbert Ovalle	Esta mujer durante más de tres años, sostuvo económicamente a través de sus bienes propios al ejército libertador guiado por Simón Bolívar. En esta línea de tiempo se conoce la labor de María Rosa entre (1815 - 1819).

<p>La heroína Antonia Santos</p>	<p>Sitio web: Sello de Liderazgo</p> <p>Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.</p>	<p>Línea de tiempo</p>	<p>Investigación y diseño digital: Paula García</p> <p>Publicación: Wilbert Ovalle</p>	<p>María Antonia Santos Plata fue una de las mujeres que participó en la lucha por la Independencia de Colombia, en este espacio se muestra su recorrido y participación en uno de los hechos históricos más importantes del país.</p>
<p>Hechos históricos en la lucha por la igualdad de la mujer en Colombia</p>	<p>Sitio web: Sello de Liderazgo</p> <p>Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.</p>	<p>Línea de tiempo</p>	<p>Investigación y diseño digital: Leidy Aguirre</p> <p>Publicación: Wilbert Ovalle</p>	<p>A través de la historia colombiana, las mujeres han sido víctimas de la discriminación y la abolición de sus derechos como ciudadanas, sin embargo, en este espacio les contamos cuales han sido sus logros constitucionales en la lucha por sus derechos como género.</p>
<p>Luz Miryan Vargas Barrera</p>	<p>Sitio web: Sello de Liderazgo</p>	<p>Mujeres que aportan: diseño digital</p>	<p>Investigación y redacción: Leidy Aguirre</p>	<p>En este perfil se menciona la labor de Luz</p>

	Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.		Publicación y diseño digital: Wilbert Ovalle	Vargas en el fortalecimiento de la tradición oral, a través de sus proyectos en las comunidades.
Isabella Gómez García	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.	Mujeres que aportan: diseño digital	Investigación y redacción: Paula García Publicación y diseño digital: Wilbert Ovalle	Isabella Gómez es una líder comunitaria, en este perfil se evidencia su labor con las personas migrantes, y los niños y niñas en Santa Marta.
María Doris Cabeza	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.	Mujeres que aportan: diseño digital	Investigación y redacción: Paula García Publicación y diseño digital: Wilbert Ovalle	A través de esta pieza digital se evidencia la labor de una líder animalista, una mujer de Pamplona - Norte de Santander, encargada de brindar ayuda a los animales en condición de calle.
Heny Lorena Cuesta Mena	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.	Mujeres que aportan: diseño digital	Investigación y redacción: Paula García Publicación y diseño digital: Wilbert Ovalle	El perfil de Heny Cuesta, una lideresa del sector cultural, muestra cómo las mujeres negras pueden liderar proyectos

				interesantes, y buscar mejorar la equidad racial en Colombia.
Dehisy Alejandra Aguirre Mejia	Sitio web: Sello de Liderazgo Plataformas digitales: Instagram, Facebook, WhatsApp.	Mujeres que aportan: diseño digital	Investigación y redacción: Leidy Aguirre Publicación y diseño digital: Wilbert Ovalle	Este perfil muestra como Dehisy Aguirre imparte el liderazgo en sus estudiantes de Boyacá, mediante su proyecto de huerta escolar.

Nota. Ficha técnica de las producciones periodísticas de Sello de Liderazgo. Equipo de trabajo

3.7.3 Evidencias semanales de cada publicación y mecanismos de evaluación del consumo de los contenidos multimedia.

En el sitio web “Sello de Liderazgo” se publicaba mínimo cuatro contenidos a la semana, entre el 4 y 10 de abril se subió el podcast de Ferlay ‘Fercha’ Olmos, la líder cultural que transmite a través del arte y la literatura (anexo 5); un escrito llamado Tradición, cultura y liderazgo en el apellido Olmos (anexo 6); El riesgo de ser lideresa social en Colombia - Infografía (anexo 7) y; Joven, casanareña y reconocida a nivel nacional e internacional por su liderazgo en comunidades - escrito (anexo 8).

La semana comprendida entre 11 y 17 de abril, se hizo público el primer video con el título Al servicio de las comunidades (anexo 9); Nubia Castillo Barón, la amiga de las comunidades casanareñas - escrito (anexo 10); María Águeda Gallardo, mujer gestora y

heroína del grito de independencia de Pamplona - línea de tiempo (anexo 11) y; Mujeres de poder en Colombia - línea de tiempo (anexo 12).

En la tercera semana de publicación del 18 y 24 de abril, se subió al sitio web El Ceren, ayudando a los niños y niñas que lo necesitan - video (anexo 13); María Rosa Lazo de la Vega, la mujer casanareña que apoyó la ruta libertadora - línea de tiempo (anexo 14); ¿Cómo fomentar el liderazgo en comunidades? - infografía (anexo 15) y; ¿Qué caracteriza a una lideresa? - infografía (anexo 16).

Desde el 25 de abril al 1 de mayo, se publicó el podcast Viviana Mantilla y Maraka, un amuleto de la buena suerte que protege la Tierra (anexo 17); Tatiana Barajas Flórez, liderando procesos literarios y educativos - video (anexo 18); Experiencias de vida, ayudando a quienes lo necesitan - video (anexo 19) y; Luz Miryan Vargas Barrera (mujeres que aportan) - perfil (anexo 20).

La semana entre el 2 y 8 de mayo se hizo público el video Biblioteca Popular Sendero Mágico de Pamplona (anexo 21); Un pocillo de arroz que lo cambió todo - video (anexo 22); Isabella Gómez García (mujeres que aportan) - perfil (anexo 23) y; María Doris Cabeza (mujeres que aportan) - perfil (anexo 24). En este orden de ideas, entre 9 y 15 de mayo se subió al sitio web Transformando vidas - video (anexo 25); Hechos históricos en la lucha por la igualdad de la mujer en Colombia - línea de tiempo (anexo 26); El proceso como líder comunitaria desde la fundación Dharma - video (anexo 27) y; Transformación ambiental a través de un cargo público - escrito (anexo 28).

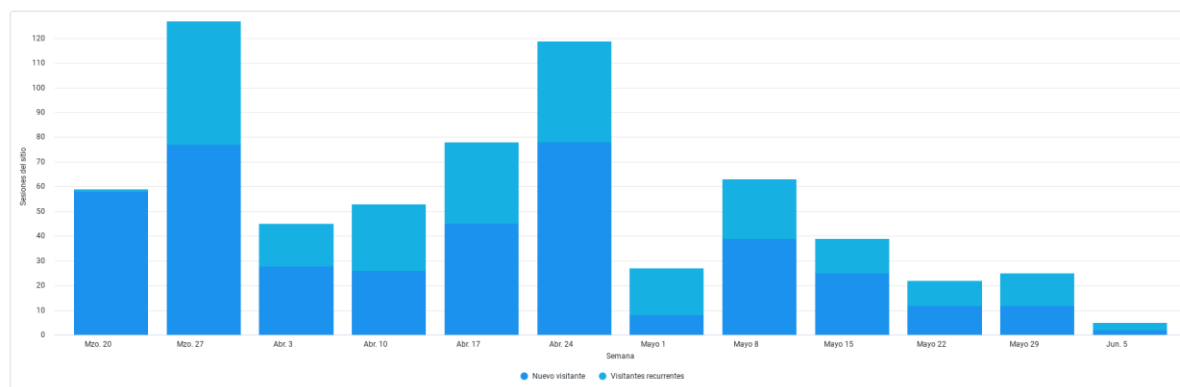
Las publicaciones correspondientes a la semana séptima, comprendida entre el 16 y 22 de mayo, fueron el perfil de Heny Lorena Cuesta Mena en la sección ‘Mujeres que aportan’ (anexo 29), de igual forma el de Dehisy Alejandra Aguirre Mejía (anexo 30); El liderazgo ambiental en instituciones educativas - infografía (anexo 31); y, Antonia Santos - línea de tiempo (anexo 32). Entre el 23 y 29 de mayo, se publicó Margarita Espinel Villamizar - podcast (anexo 33); Construyendo esperanza - video (anexo 34); Conociendo la Biblioteca Popular Sendero Mágico de Pamplona - video (anexo 35); y, Un corazón de amor - video (anexo 36).

Figura 1.

Tráfico del sitio web

Traffic Over Time (split, bar chart)

Selecciona un periodo es de 2022/03/21 a 2022/06/10 Agrupar por es week Seleccionar medida es sessions Dividir por es visitorType



Generado por Looker el June 10, 2022 a las 10:21 AM UTC.

El sitio web “Sello de Liderazgo”, graficó un análisis del tráfico desde que se publicó el espacio en la internet; cabe recalcar, aún no había disponibilidad de contenido. Teniendo en cuenta lo anterior, se presentó que la primera semana (21-27 de marzo) el sitio web recibió 58 nuevos visitantes y 1 recurrente; en la segunda semana (28 de marzo - 3 de abril) 77 visitantes y 50 recurrentes; tercera semana (4-10 de abril) 28 nuevos y 17 recurrentes; 11-17

de abril (26 nuevos y 27 recurrentes); 18-24 de abril (45 nuevos y 33 recurrentes); 25 de abril -1 de mayo (78 nuevos y 41 recurrentes).

Teniendo el orden de ideas, del 2-8 de mayo (8 nuevos y 19 recurrentes); 9-15 de mayo (39 nuevos y 24 recurrentes); 16-22 de mayo (25 nuevos y 14 recurrentes); 23-29 de mayo (12 nuevos y 10 recurrentes); 30-5 de junio (12 nuevos y 13 recurrentes); y, 6-9 junio (2 nuevos y 3 recurrentes) (anexo 37).

3.7.3.1. Carta del sitio web que publicó la página web o aplicación desarrollada en papel membretado firmado por el representante. La modalidad “Desarrollo multimedia” estipula tres categorías en las cuales se encuentra sitio web, página web y aplicación digital; teniendo en cuenta lo anterior, “Sello de Liderazgo” se categoriza como un sitio web que no requiere de otro espacio para la publicación de sus contenidos, como es el caso de página web y aplicación digital. En este orden de ideas, se coloca como evidencia la factura del dominio que se generó el 22 de marzo de 2022 (anexo 38) y de igual forma, se coloca la última factura del plan adquirido, el cual se canceló el 4 de mayo de 2022 (anexo 39).

3.7.3.2 Resultados de los mecanismos de evaluación del consumo de los contenidos multimedia. La página de inicio del sitio web “Sello de Liderazgo” ha obtenido 388 visitas, posicionándolo en el primer puesto en comparación a los demás espacios; le sigue en segundo lugar, la página del podcast Ferlay ‘Fercha’ Olmos, la líder cultural que transmite a través del arte y la literatura con 158 vistas; y a su vez 158 visitas al espacio seleccionado para videos, botón en donde se encuentran todas las piezas audiovisuales

realizadas para el sitio web. En cuanto al botón de podcast, cuenta con 136 visitas; el espacio de liderazgo comunitario cuenta con 99 visitas; la sección de infografías obtuvo 88 visitas; la categoría de líneas de tiempo 72 visitas, la categoría de equipo obtuvo 63 vistas, y el espacio de liderazgo cultura obtuvo 60 vistas.

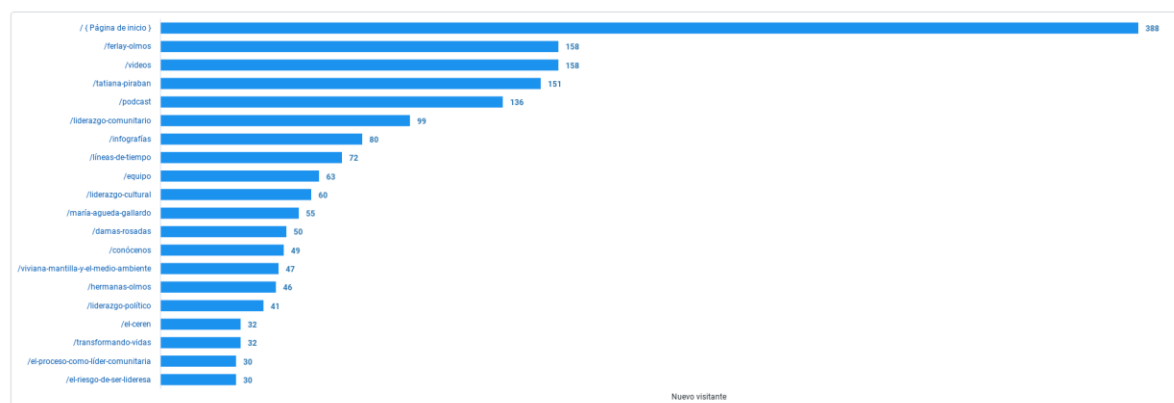
En ese orden de ideas, la página donde se encuentra publicada la línea de tiempo María Águeda Gallardo, mujer gestora y heroína del grito de independencia de Pamplona, tiene 55 visitas; le sigue el video Al servicio de las comunidades con 50 visitas; procede (47 visitas) el podcast Viviana Mantilla y Maraka, un amuleto de la suerte que protege la Tierra; Tradición, cultura y liderazgo en el apellido Olmos (46 vistas); El Ceren, ayudando a los niños y niñas que lo necesitan (32 visitas); El riesgo de ser lideresa en Colombia - Transformando vidas - video (32 visitas), infografía (30 visitas); y El proceso como líder comunitaria desde la fundación Dharma - video (30 visitas) (anexo 40).

Figura 2.

Páginas visitadas del sitio web

Page Visits (split bar)

Selecciona un periodo es de 2022/03/01 a 2022/06/10 Mejores páginas es 20 Seleccionar medida es pageViews Dividir por es visitorType



Generado por Looker el June 10, 2022 a las 10:36 AM UTC.

Teniendo en cuenta lo anterior, estos datos analizados son cambiantes a medida que pasa el tiempo. Por otro lado, en estos mecanismos de evaluación se tuvieron en cuenta los comentarios realizados por los usuarios en las publicaciones, los cuales han sido positivos y que demuestran la importancia de este tipo de contenidos creados para el sitio web (anexo 41).

CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusión

A partir del análisis procedimental de las investigaciones ejecutadas, como estrategia para la construcción de las producciones audiovisuales, sonoras y escritas, se concluye con el desarrollo de “Sello de Liderazgo”, un sitio web creado para reconocer el liderazgo de mujer colombiana en los espacios políticos, culturales, ambientales y comunitarios, cuyo contenido obtuvo un alcance a nivel local, nacional e internacional, como resultado en las estrategias de promoción que se implementó.

Asimismo, la información que se obtuvo a través del acercamiento directo con las lideresas, contribuyó en la construcción de productos con base en la objetividad, para brindar credibilidad en los públicos del sitio web. En particular, el conocer las obras sociales e iniciativas, condujo la elaboración de un vínculo que trascendiera y visualizara sus roles en la sociedad, a través de los proyectos que ejecutan en pro de cambios positivos para las comunidades más vulnerables del país.

En este orden de ideas, al categorizar las fuentes por áreas se evidenció el imaginario colectivo de las comunidades cuando se refieren a las protagonistas de Sello de Liderazgo, dado que las visualizan como sus líderes o guías en la transformación de su entorno; sin embargo, en algunos casos, para estas mujeres definirse como lideresas no les resulta conveniente, por miedo a las repercusiones de los grupos armados al margen de la ley, que frecuentan las zonas donde ellas ejecutan sus proyectos.

En relación con lo expuesto, se hace necesario mencionar la existencia de un gran número de lideresas comunitarias en los diferentes departamentos del país, quienes incursionan en el liderazgo a partir de necesidades que experimenta en el transcurso de sus vidas, u observan de las personas que las rodean. De esta manera, se enfocan en la sensibilización de problemáticas que se desarrolla a partir del deterioro social, como los conflictos entre pandillas, violencia intrafamiliar, desplazamiento forzoso, déficit en los sistemas de salud y educación, migración, entre otros; con el fin de obtener el apoyo del gobierno, los diferentes entes gubernamentales, alcaldías, juntas de acción comunal, ONG, instituciones privadas y de las comunidades aledañas.

En segundo lugar, con las lideresas que se desempeñan en el área política, se hizo evidente el trabajo que realizan para abrir más espacios de participación al género femenino, en la construcción de estrategias locales y nacionales cuyos objetivos se basan en el fortalecimiento de sus riquezas culturales, naturales e históricas.

De la misma forma, en las líderes ambientales se reveló que, a raíz de la ejecución de proyectos orientados a la conservación del medio ambiente y, el cuidado del planeta tierra, se generaba una vinculación por parte de las comunidades, evidenciando un rol de liderazgo de manera indirecta; en resumen, la población logra apropiarse de estos procesos y participar a través de diferentes tipos de liderazgo y empoderamiento, influenciados por el papel que ejercen estas mujeres en sus comunidades.

Finalmente, mediante el liderazgo cultural se hizo patente la relevancia de sus proyectos a la hora de conservar la diversidad cultural, con la que se identifican las diferentes comunidades que se esparcen a lo largo de las regiones del país. A partir de esta labor, se

busca fortalecer la tradición oral, proteger la herencia cultural por medio de las nuevas generaciones, los conocimientos ancestrales, al igual que avivar la apropiación de identidad mediante estrategias literarias y didácticas, con las poblaciones vistas como el objetivo principal dentro de sus metas.

Recomendación

En el desarrollo del sitio web “Sello de Liderazgo” se concretan algunas recomendaciones relacionadas al rol de la mujer y a espacios en la internet, teniendo en cuenta las observaciones a lo largo de la ejecución del proyecto y las experiencias contadas por las entrevistadas. Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario que el Estado implemente estrategias donde se incentive el liderazgo de las mujeres colombianas, esto puede ser a través de espacios en internet; de igual forma, la promoción de aquellos sitios sin ánimos de lucro donde se apoya el trabajo de la mujer.

Asimismo, se recomienda a las instituciones públicas y privadas la construcción de más espacios en internet (sitios web), donde se reconozca el liderazgo de la mujer colombiana, ya que las lideresas desde sus comunidades aportan al cambio de la sociedad y estas no son visibilizadas por su trabajo, este sería un mecanismo para incentivar a más mujeres a empoderarse y mejorar su entorno social.

De igual forma, las alcaldías municipales deberían crear espacios de socialización del liderazgo en mujeres pertenecientes a sus localidades e incluso, talleres que permitan el empoderamiento de las mismas para generar igualdad de género, además, apoyar los procesos

e iniciativas que ellas constituyan para el cambio de sus comunidades, y así lograr mejores condiciones de vida y la transformación social.

Del mismo modo, las instituciones educativas como los colegios, institutos técnicos y universidades de educación formal e informal, reconocer las iniciativas de liderazgo femenino, además, fomentar en los jóvenes el interés y la importancia de abarcar estos temas de relevancia social. En cuanto al programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, fomentar en las estudiantes iniciativas en la creación de este tipo de sitios web como trabajos de aula o intereses personales, sin dejar a un lado temas de importancia social como podría ser el bajo reconocimiento del aporte de las mujeres al país, teniendo presente que el enfoque del pregrado es hacia el cambio y desarrollo social.

En el mismo orden de ideas, a los estudiantes y profesionales en Comunicación Social, periodismo y profesiones afines, para que, por medio del conocimiento en el trabajo periodístico, determinar de forma individual o colectiva espacios donde se muestre la labor de las lideresas municipales, departamentales o nacionales.

Referencias

- Abela, J. A. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: *una revisión actualizada* [ARCHIVO PDF]. Recuperado de <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Alcaldía de Medellín. (2014). *Normatividad y políticas relacionadas con las mujeres y sus derechos* [Archivo PDF]. Recuperado de https://www.medellin.gov.co/sicgem_files/e1202f3a-aefe-4e0a-9170-c627aa1067b6.pdf
- Amaya, A. (2014). El liderazgo de la mujer colombiana [Tesis de Especialista, Universidad Militar Nueva Granada]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10654/14037>
- Angobaldo Ramirez, G., Begoña, A. y Zoila, R. (2020). El diseño web y edición de audio del proyecto periodístico La Antígona [Trabajo grado, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/19077>
- Ballestas, O. (2014). "Ecofeminismo," *Biodiversidad Colombia*: No. 3 , Article 2. Disponible en <https://ciencia.lasalle.edu.co/bi/vol1/iss3/2/>
- Cáceres, G, y López., C. (2009). El liderazgo femenino ambiental en Mérida, Venezuela. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 19(56),570-595. Recuperado en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70517761009>
- Canal Institucional. (2021, Julio, 04). Conoce los derechos que ganaron las mujeres con la Constitución del 91. Canal Institucional TV. Recuperado de <https://www.canalinstitucional.tv/derechos-mujer-constitucion-1991>
- Canal Institucional. (2018, 07, 20). Principales personajes de la independencia de Colombia. Canal Institucional TV. Recuperado de <https://www.canalinstitucional.tv/personajes-independencia-colombia-1810>

- Cao, U. (2017). Liderazgo: evolución y funciones [Tesis de Magíster, Universidad Nacional de La Plata]. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/63833>
- Castedo, A. (24 de noviembre de 2016). 7 cosas que las mujeres no podían hacer hace 100 años. BBC NEWS. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-38007110>
- Chicano, E. (2007). Receta para elevar nuestra autoestima y empoderarnos. En Fundación Jaime Vera (pp. 83-85), *Recetas de mujeres para la práctica política*. Disponible en <https://www.mujiresenred.net/IMG/pdf/recetasdecocina.pdf>
- Colombia Humanas. (n. f.). Colombia Humanas. Recuperado de <https://www.humanas.org.co/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2019). Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe Mapas de ruta para el desarrollo [Archivo PDF]. Recuperado de <https://cutt.ly/XTvtdAH>
- COMFAMA. (2020). COMFAMA. Recuperado de <https://www.comfama.com/>
- Constitución Política de Colombia [Const.]. (1991). Artículo 16 [Título II]. Recuperado de <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-16>
- Cruz, M. (2013). *Los Medios Masivos de Comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa*. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/25298/1/14-Reflexi%C3%B3n%2001.pdf>
- Diario AS. (2020, julio, 19). ¿Qué personajes fueron importantes en la Independencia de Colombia?. Diario AS. Recuperado de https://colombia.as.com/colombia/2020/07/20/actualidad/1595202332_141795.html
- Defensoría delegada para la mujer. (2011, junio, 23). La Constitución del 91 y los derechos de la mujer. Semana. Recuperado de <https://www.semana.com/nacion/articulo/la-constitucion-del-91-derechos-mujer/241871-3/>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2021). *Boletín técnico* [Archivo PDF]. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/encuesta-de-tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-en-hogares-entic-hogares>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2020). *Iceberg de violencias de género en Colombia* [Infografía]. Enfoque de Género. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/informes/informe-iceberg-de-violencias-de-genero-en-colombia.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2020). *Mujeres y hombres: brechas de género en Colombia* [Archivo PDF]. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/publicaciones/mujeres-y-hombre-brechas-de-genero-colombia-informe.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2020). *PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES COLOMBIANAS EN EL MERCADO LABORAL* [Archivo PDF]. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/informes/Informe-participacion-mujer-mercado-laboral.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE_Colombia). (2022, febrero 21) Según las proyecciones de población del Censo 2005, para diciembre de 2021 el país tendría 50,19 millones de habitantes. Sin embargo, y de acuerdo con las proyecciones más recientes base #Censo2018, Colombia para diciembre de 2021 contaba con 49,75 millones de habitantes. [Tweet]. Tweet. https://twitter.com/DANE_Colombia/status/1495838816472555521/photo/1

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2020, octubre 9). *Serie nacional de población por sexo, para el periodo 2018 - 2070* [Archivo]. Recuperado de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Datasketch. (2021). LÍDERES SOCIALES. Recuperado de <http://lideres-sociales.datasketch.co/>

Erazo, M., Jiménez, M. y López, C. (2014). Empoderamiento y liderazgo femenino; su papel en la autogestión comunitaria en el corregimiento El Hormiguero - Valle del Cauca. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32(1),149-157. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=79929780011>

Fernández, O. (2010). CUERPO, ESPACIO Y LIBERTAD EN EL ECOFEMINISMO. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 27(3), Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18113757014>

Ferrón, S. (2006). MUJER Y PODER POLÍTICO LA DESIGUALDAD COMO NORMA. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (25),1-25. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950218002>

Figueredo, L.(2020). Representación social de las lideresas en Colombia, a través del análisis de medios de comunicación web [Tesis de Máster, Universidad de Sevilla]. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11441/104015>

Forbes Colombia. (2004). FORBES WOMEN. Recuperado de <https://forbes.co/seccion/forbes-women/>

FUCSIA. (n. f.). FUCSIA. Recuperado de <https://cutt.ly/PTvoaGH>

García Suárez, C. I. (Ed.) 2004. *Hacerse mujeres, hacerse hombres: Dispositivos pedagógicos de género*. Bogotá : Siglo del Hombre Editores. doi :10.4000/books.sdh.350

Gañán Sánchez, E. (2020). Visibilizando a las líderes: El liderazgo de las mujeres a través de su discurso. *Ambigua: Revista De Investigaciones Sobre Género Y Estudios Culturales*, (7), 376–381. <https://doi.org/10.46661/ambigua.4908>

- Giraldo, D. y Naranjo, J. (2014). Liderazgo: Desarrollo del concepto, evolución y tendencias [Trabajo de grado, Universidad del Rosario]. Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/8672>
- Gobierno de Colombia. (2018). Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. Recuperado de <http://www.equidadmujer.gov.co/Paginas/equidad-mujer.aspx>
- González, C. (2009). Herramientas Web 2.0 y accesibilidad a sitios Web para la apropiación social de conocimiento en una ciudad educadora. *Revista Universidad EAFIT*, 45 (153), pp. 26-37. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10784/16781>
- González, M. P., & Pagès, J. (2014). Conversatorio: "Historia, memoria y enseñanza de la historia: conceptos, debates y perspectivas europeas y latinoamericanas". *Historia Y Memoria*, (9), 275-311. <https://doi.org/10.19053/20275137.2941>
- Grávalos, D. (2013). La calidad de una página web como herramienta de comunicación. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 19, 253-261. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42032
- Iglesias, M y Codina, L. (2016). Los cibermedios y la importancia estratégica del posicionamiento en buscadores (SEO). *Redalyc*, 32(9), 929-944. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048482052>
- Instituto de Estudios para el Desarrollo y la Paz -INDEPAZ. (n. f.). Indepaz - Instituto de Estudios para el Desarrollo y la Paz. Recuperado de <http://www.indepaz.org.co/>
- Kuromiya, A. (2018, Mayo, 8). Liderazgos femeninos en la gestión política local de la ciudad de Tapachula, Chiapas: discursos y prácticas de poder. SciELO. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-80272018000200132&lang=es

- Lasso, I. (2010). El podcast como vehículo de la ficción. En J. Pérez de Pedro (Eds.), *PODCASTING, tú tienes la palabra* (pp. 25) Recuperado de <https://libros.metabiblioteca.org/handle/001/556>
- Malagón, F. (2010). La cultura-mundo: Respuesta a una sociedad desorientada, Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean (2010). *Mediaciones Sociales*, 7, 165 - 170. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/MESO1010220165A>
- Mazariegos, H. (2019, Mayo, 20). MUJERES METODISTAS EN LEÓN, GUANAJUATO - MÉXICO: LIDERAZGOS EN MOVIMIENTO. SciELO. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-47272019000100024&lang=es
- Montero, M. (2006) *Teoría y Práctica de la Psicología Comunitaria*. Ed 3. http://www.psicosocial.net/historico/index.php?option=com_docman&view=download&alias=542-teoria-y-practica-de-la-psicologia-comunitaria-la-tension-entre-comunidad-y-sociedad-1o-parte&category_slug=psicologia-comunitaria&Itemid=100225
- Naciones Unidas. (n. f.). ONU Mujeres - Colombia. Recuperado de <https://colombia.unwomen.org/es>
- Navarro, J. (2015). Narrativa como opción metodológica en investigación educativa. III congreso internacional de investigación educativa [Archivo PDF]. Recuperado de <http://inie.ucr.ac.cr/tercer-congreso/memoria/documentos/1/lanarrativacomooopcionmetodologica.pdf>
- Normas APA. (2020). Guía resumen del Estilo APA Séptima Edición. https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIIG/home_15/recursos/2020/documentos/27022020/normasapa-7.pdf

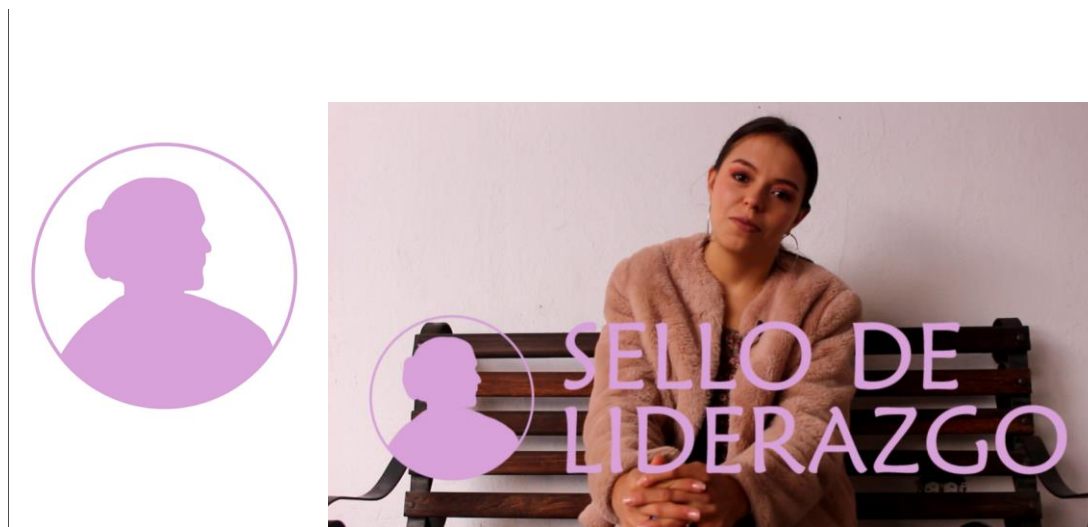
- ONU Mujeres. (2019). *Mujeres que cuidan la naturaleza*. Editores S.A. Recuperado en <https://colombia.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Colombia/Documents/Publicaciones/2019/12/Mujeres%20que%20cuidan%20la%20naturaleza%20020.pdf>
- ONU Mujeres - Colombia. (n. f.). ProDefensoras Colombia. Recuperado de <https://cutt.ly/NTvp73C>
- Peris, R. (2007). Liderazgo feminista en diez pasos. En Fundación Jaime Vera (pp. 29-33), *Recetas de mujeres para la práctica política*.
<https://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/recetasdecocina.pdf>
- Perurena, L. y Moráguez, M. (2013). Usabilidad de los sitios Web, los métodos y las técnicas para la evaluación. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 24(2),176-194. Recuperado en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=377648460007>
- Real Academia Española. (s.f.). Líder. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 29 de abril de 2022, de <https://www.rae.es/dpd/1%C3%ADder>
- Reyes, G., Hernández, O., González, F., (2019) Liderazgo comunitario y su influencia en la sociedad como mejora del entorno rural, *Revista INNOVA ITFIP*. 5 (1). 15–27
- Rodríguez, M. P., & López, Y. H. (2010). Ecofeminismo, una propuesta para repensar el presente y construir el futuro. *CIP-Ecosocial. Boletín ECOS*, 10, 1-3. Recuperado de <https://cutt.ly/nT9vVqD>
- Román, A. (2011). *La organización social: función y características*. Recuperado de <https://www.medwave.cl/medios/medwave/Diciembre2011/2/10.5867medwave.2011.12.5267.pdf>
- Rózańska, K. (2011). Los arquetipos de la mujer en la cultura latinoamericana: desde la cosmovisión precolombina hasta la literatura contemporánea [Archivo PDF]. Recuperado de <https://cutt.ly/DTvteN9>

- Rutas del Conflicto., Fundación Con Lupa. y Colombia 2020. (2020). Defender la vida: indígenas y mujeres que resisten en Colombia. Recuperado de <https://lapazenelterreno.com/especiales/defender-la-vida/index.html>
- Rutas del Conflicto., Fundación Con Lupa. y Colombia 2020. (n. f.). LA PAZ EN EL TERRENO. Recuperado de <https://lapazenelterreno.com/>
- Sisma Mujer. (n. f.). LIDERESAS Y DEFENSORA - Publicaciones. Recuperado de <https://www.sismamujer.org/lideresas-y-defensoras/>
- Sisma Mujer. (n. f.). Sisma Mujer. Recuperado de <https://www.sismamujer.org/>
- SubseTecnica. (2019, agosto). Heroínas de la Independencia, llega al Archivo de Bogotá. Secretaría General Alcaldía Mayor de Bogotá. Recuperado de <http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/opinion/columnistas/perez-florez-guillermo/181675-una-calle-para-estefania>
- Tamayo, N. (12 de marzo de 2021). Constitución de 1991, la que reconoció a las mujeres. EL ESPECTADOR. Recuperado de <https://www.elespectador.com/politica/constitucion-de-1991-la-que-reconocio-a-las-mujeres-article/>
- Torres, M., Paz, K., y Salazar, F. G. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación. Recuperado de http://fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletin03/URL_03_BAS01.pdf
- Vállez, M. (2011). Keyword Research: métodos y herramientas para identificar palabras clave [Archivo PDF]. Recuperado de http://eprints.rclis.org/16956/1/Keyword_Research_mvallez.pdf
- Vargas, A. (2015). Representaciones mediáticas de la participación política de la mujer. Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología, 8(22),4-16. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477847104001>

Women's Voice and Leadership de Canadá. (28 de marzo de 2019). Voz y Liderazgo de las mujeres. Recuperado de <https://www.vozyliderazgomujerescolombia.org/>

Anexos

Anexo 1



Piezas audiovisuales, campaña de expectativa del sitio web.

Anexo 2



Pitch publicitario del sitio web "Sello e Liderazgo" en formato audiovisual.

Anexo 3

Nubia Castillo
Líderesa Comunitaria



"No quiero que la gente pierda la dignidad ante las ayudas... buscamos la manera de organizarnos y ayudar a quienes lo necesitan."

 SELLO DE LIDERAZGO
www.sellodeliderazgo.com

Margarita Espinel
Líderesa Ambiental



"El medio ambiente somos todos...el medio ambiente es esa relación del ser humano con los recursos naturales."

 SELLO DE LIDERAZGO
www.sellodeliderazgo.com

Yalile Olmos
Líderesa Cultural



"A mi me gustaría que me recordaran como una mujer luchadora dentro de una cultural completamente patriarcal"

 SELLO DE LIDERAZGO
www.sellodeliderazgo.com

Piezas visuales de promoción de los escritos.

Biblioteca Popular



 SELLO DE LIDERAZGO
www.sellodeliderazgo.com

Liliana Mantilla
Parte 1









 SELLO DE LIDERAZGO
www.sellodeliderazgo.com

Liliana Mantilla
Parte 2



 SELLO DE LIDERAZGO
www.sellodeliderazgo.com

<p>Liliana Mantilla <i>Parte 3</i></p>  <p>SELO DE LIDERAZGO www.sellodeliderazgo.com</p>	<p>Liliana Mantilla <i>Parte 4</i></p>  <p>SELO DE LIDERAZGO www.sellodeliderazgo.com</p>	<p>Tatiana Barajas <i>Parte 1</i></p>  <p>SELO DE LIDERAZGO www.sellodeliderazgo.com</p>
<p>Damas Rosadas <i>Parte 3</i></p>  <p>SELO DE LIDERAZGO www.sellodeliderazgo.com</p>	<p>Damas Rosadas <i>Parte 2</i></p>  <p>SELO DE LIDERAZGO www.sellodeliderazgo.com</p>	<p>Tatiana Barajas <i>Parte 3</i></p>  <p>SELO DE LIDERAZGO www.sellodeliderazgo.com</p>

Piezas promocionales para el contenido audiovisual del sitio web.

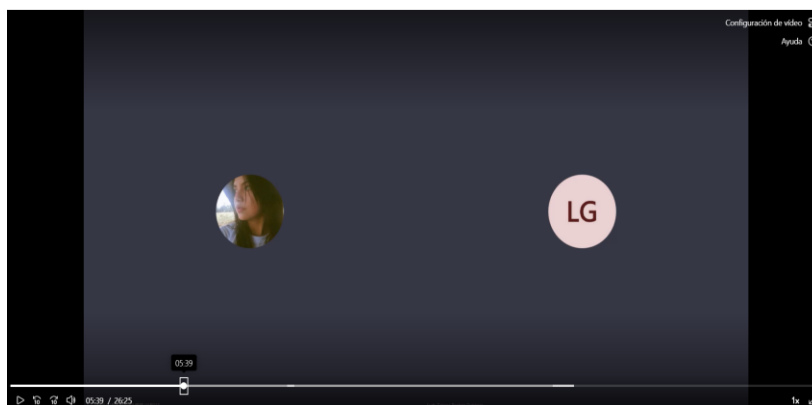


Piezas promocionales de las líneas de tiempo e infografías, en formato audiovisual.

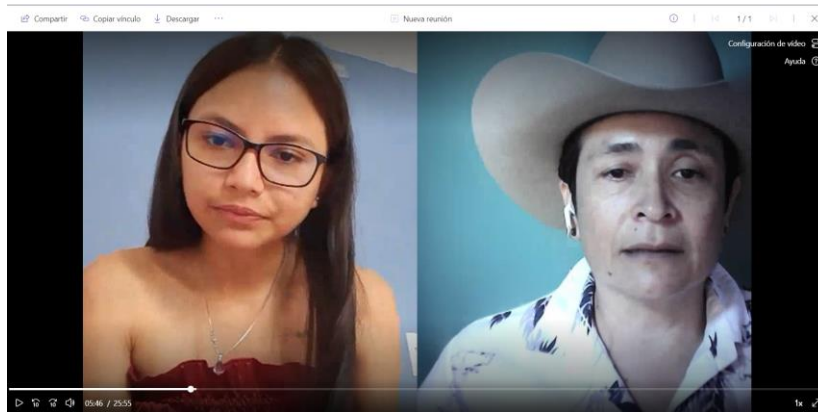


Piezas audiovisuales de promoción de podcast.

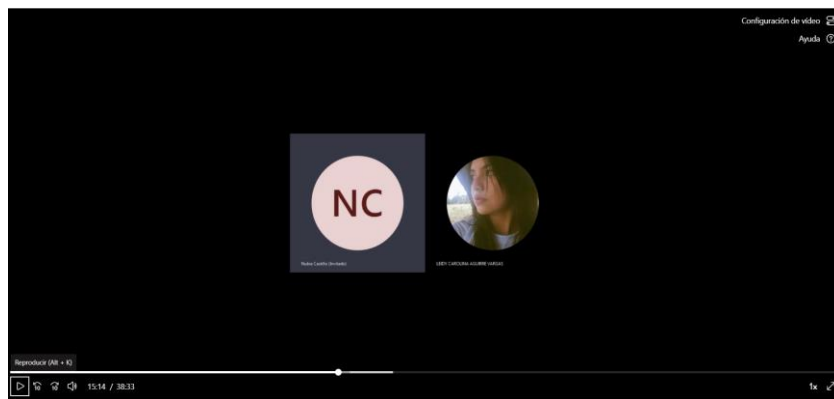
Anexo 4



Pantallazo de la entrevista a Ludy Tatiana Pirabán, a través de Microsoft Teams.



Pantallazo de la entrevista a Ferlay 'Fecha' Olmos, a través de Microsoft Teams.



Pantallazo de la entrevista a Nubia Castillo, a través de Microsoft Teams.

Anexo 5



Pantallazo de la evidencia de publicación del podcast de Ferlay 'Fecha' Olmos.

4/abril/2022 a las 10:18 a.m.

Anexo 6



Pantallazo de la evidencia de publicación del escrito de Tradición, cultura y liderazgo en el apellido Olmos. 6/abril/2022 a las 2:30 p.m.

Anexo 7



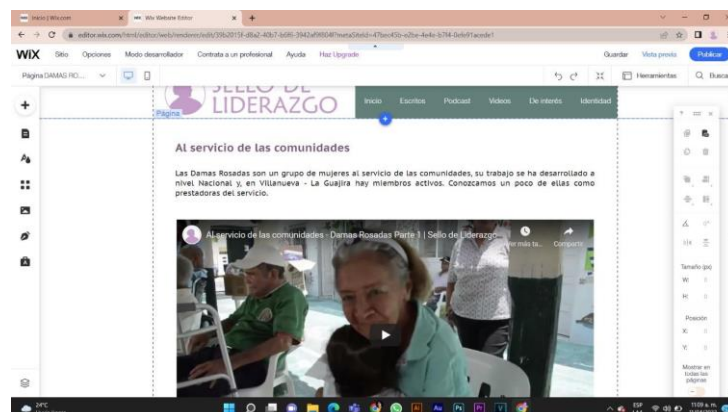
Pantallazo de la evidencia de publicación de la infografía El riesgo de ser lideresa social en Colombia. 8/abril/2022 a las 9:33 a.m.

Anexo 8



Pantallazo de la evidencia de publicación del escrito Joven, casanareña y reconocida a nivel nacional e internacional por su liderazgo en comunidades. 10/abril/2022 a las 10:37 a.m.

Anexo 9



Pantallazo de la evidencia de publicación del video Al servicio de las comunidades. 11/abril/2022 a las 11:09 a.m.

Anexo 10



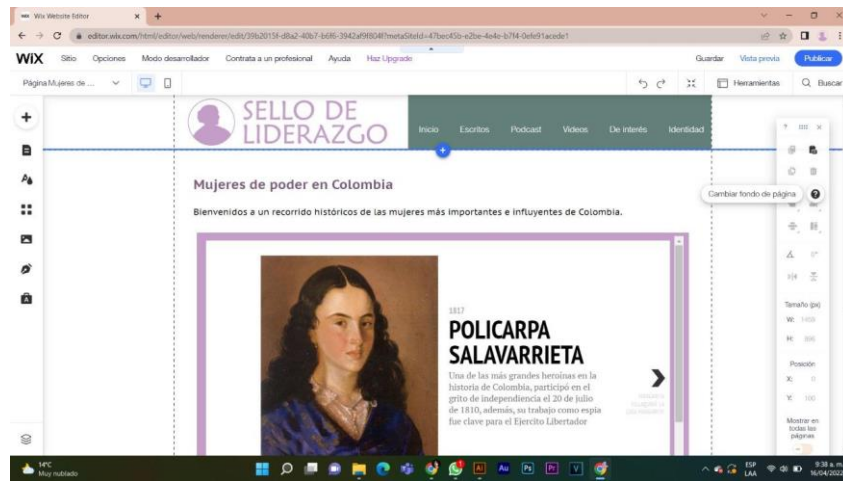
Pantallazo de la evidencia de publicación del escrito Nubia Castillo Barón, la amiga de las comunidades casanareñas. 13/abril/2022 a las 4:35 p.m.

Anexo 11



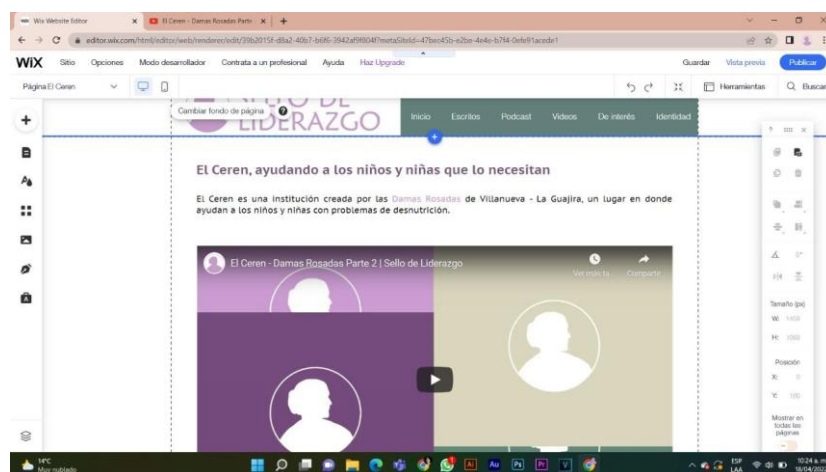
Pantallazo de la evidencia de publicación de la línea de tiempo María Águeda Gallardo, mujer gestora y heroína del grito de independencia de Pamplona. 14/abril/2022 a las 4:00 p.m.

Anexo 12



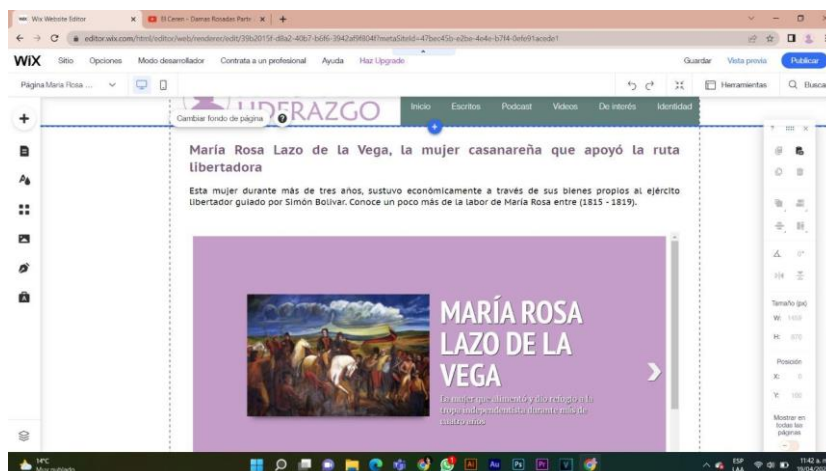
Pantallazo de la evidencia de publicación de la línea de tiempo Mujeres de poder en Colombia. 16/abril/2022 a las 9:38 a.m.

Anexo 13



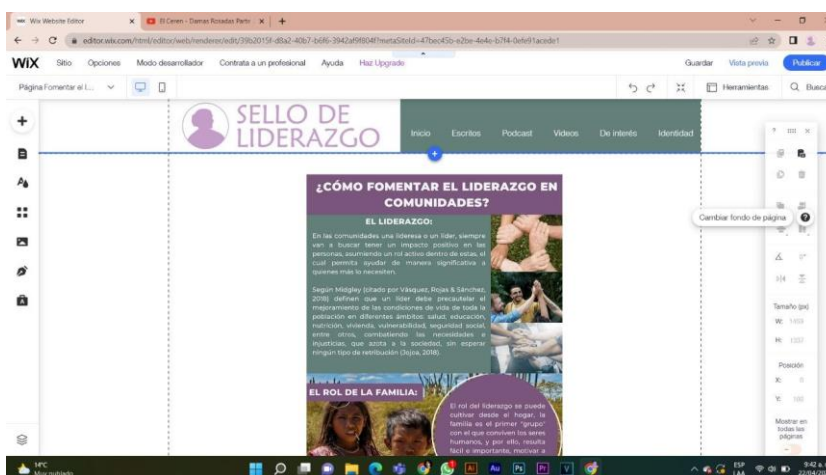
Pantallazo de la evidencia de publicación del video El Ceren, ayudando a los niños y niñas que lo necesitan. 18/abril/2022 a las 10:24 a.m.

Anexo 14



Pantallazo de la evidencia de publicación de la línea de tiempo María Rosa Lazo de la Vega, la mujer casanareña que apoyó la ruta libertadora.

Anexo 15



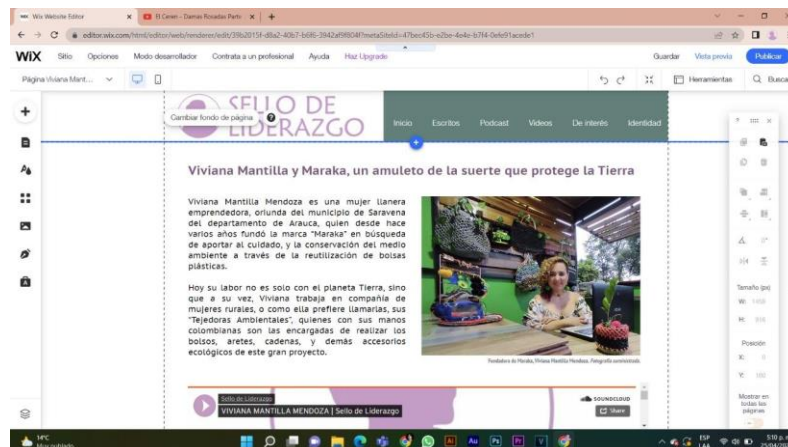
Pantallazo de la evidencia de publicación de la infografía ¿Cómo fomentar el liderazgo en comunidades? 22/abril/2022 a las 9:42 a.m.

Anexo 16



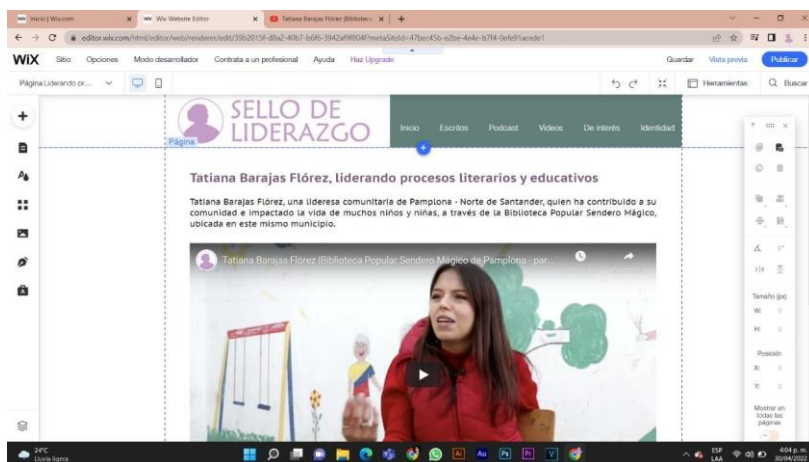
Pantallazo de la evidencia de publicación de la línea de tiempo ¿Qué caracteriza a una lideresa? 24/abril/2022 a las 2:43 p.m.

Anexo 17



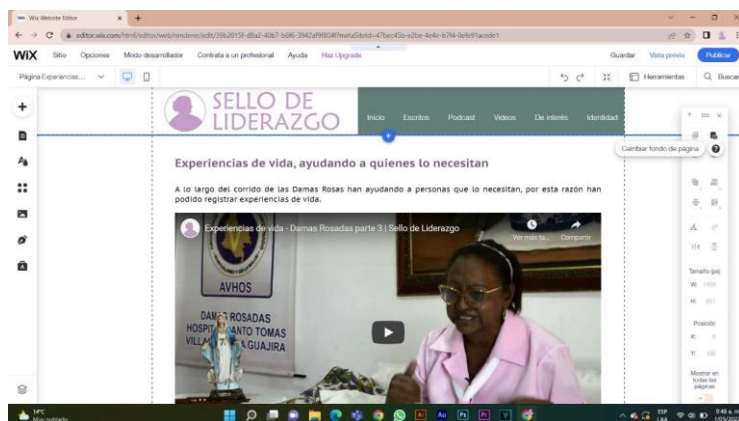
Pantallazo de la evidencia de publicación del podcast Viviana Mantilla y Maraka, un amuleto de buena suerte que protege la Tierra. 25/abril/2022 a las 5:10 p.m.

Anexo 18



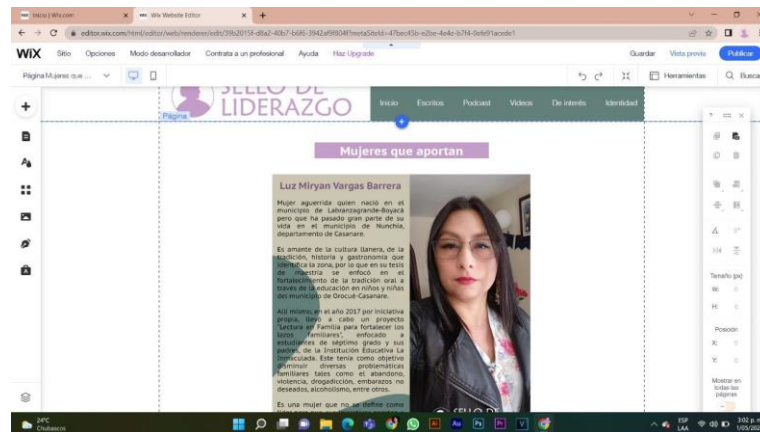
Pantallazo de la evidencia de publicación del video Tatiana Barajas Flórez, liderando procesos literarios y educativos. 30/abril/2022 a las 4:04 p.m.

Anexo 19



Pantallazo de la evidencia de publicación del video Experiencias de vida, ayudando a quienes lo necesitan. 01/mayo/2022 a las 9:48 p.m.

Anexo 20



Pantallazo de la evidencia de publicación del perfil a Luz Miryan Vargas Barrera.

01/mayo/2022 a las 3:02 p.m.

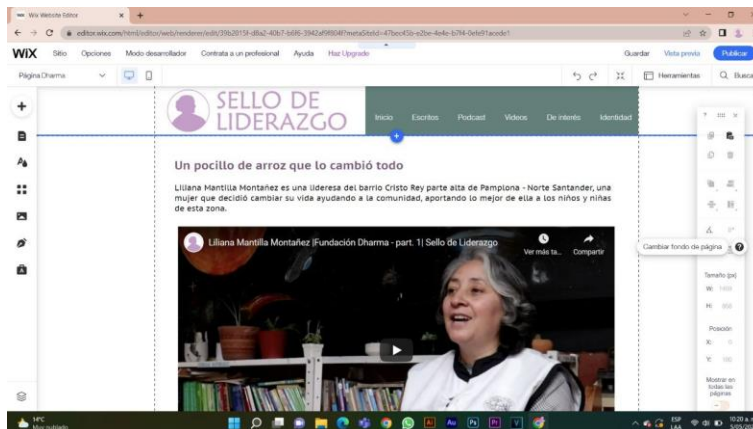
Anexo 21



Pantallazo de la evidencia de publicación del video Biblioteca Popular Sendero

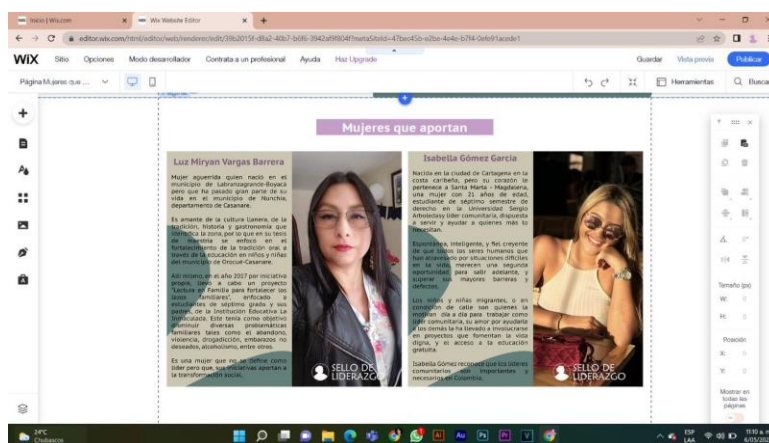
Mágico de Pamplona. 02/mayo/2022 a las 5:29 p.m.

Anexo 22



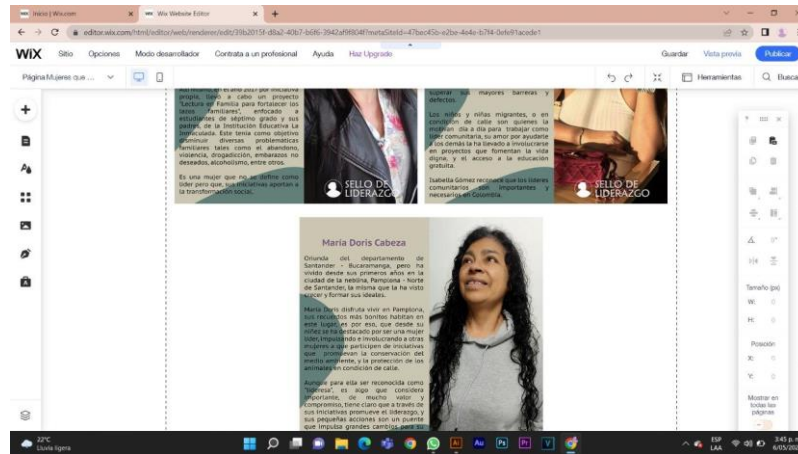
Pantallazo de la evidencia de publicación del video Un pocillo de arroz que lo cambió todo. 05/mayo/2022 a las 10:20 a.m.

Anexo 23



Pantallazo de la evidencia de publicación del perfil a Isabella Gómez García. 06/mayo/2022 a las 11:10 a.m.

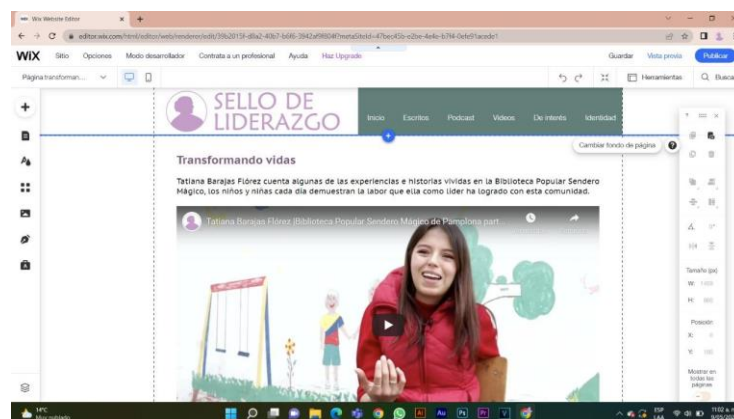
Anexo 24



Pantallazo de la evidencia de publicación del perfil a María Doris Cabeza.

06/mayo/2022 a las 3:45 p.m.

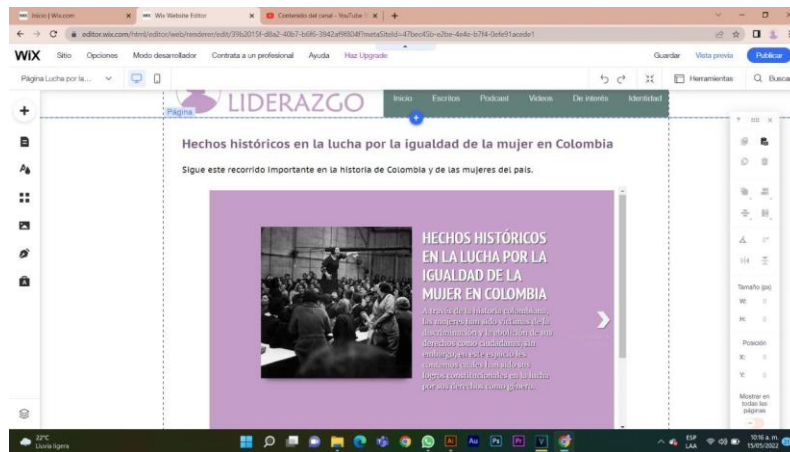
Anexo 25



Pantallazo de la evidencia de publicación del video Transformando vidas.

09/mayo/2022 a las 11:02 a.m.

Anexo 26



Pantallazo de la evidencia de publicación de la línea de tiempo Hechos históricos en la lucha por la igualdad de la mujer en Colombia. 15/mayo/2022 a las 10:16 a.m.

Anexo 27



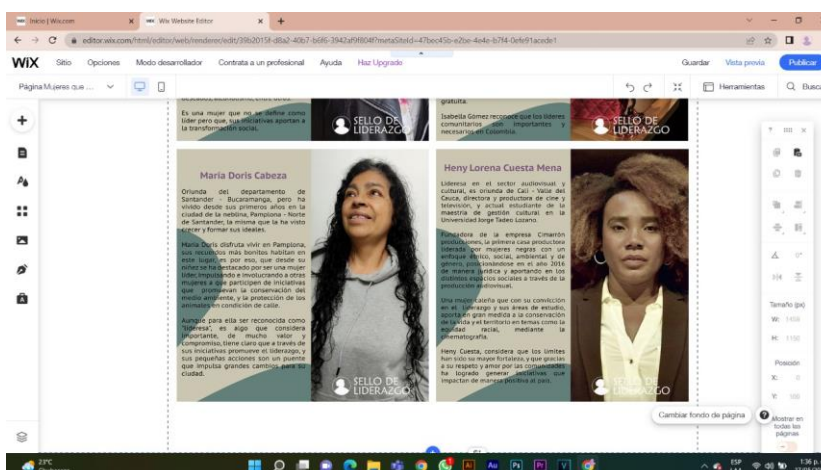
Pantallazo de la evidencia de publicación del video El proceso como líder comunitaria desde la fundación Dharma. 15/mayo/2022 a las 3:13 p.m.

Anexo 28



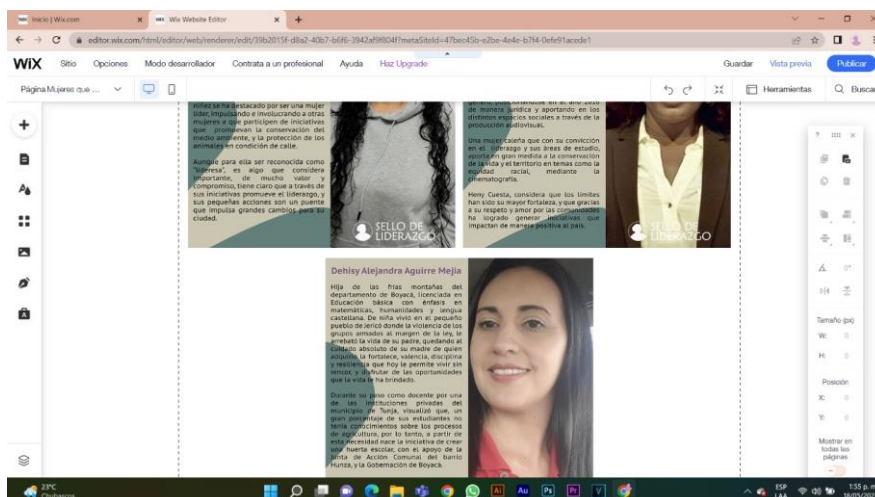
Pantallazo de la evidencia de publicación del escrito Transformación ambiental a través de un cargo público. 15/mayo/2022 a las 4:51 p.m.

Anexo 29



Pantallazo de la evidencia de publicación del perfil a Heny Lorena Cuesta Mena. 17/mayo/2022 a las 1:36 p.m.

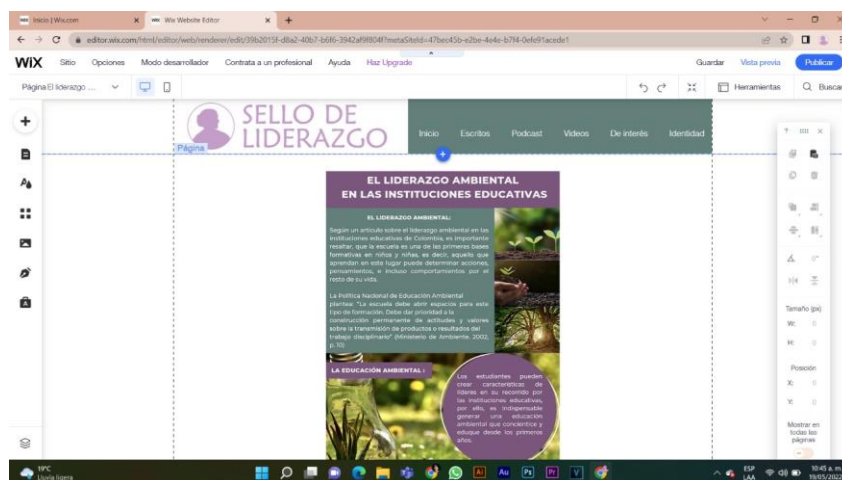
Anexo 30



Pantallazo de la evidencia de publicación del perfil de Dehisy Alejandra Aguirre

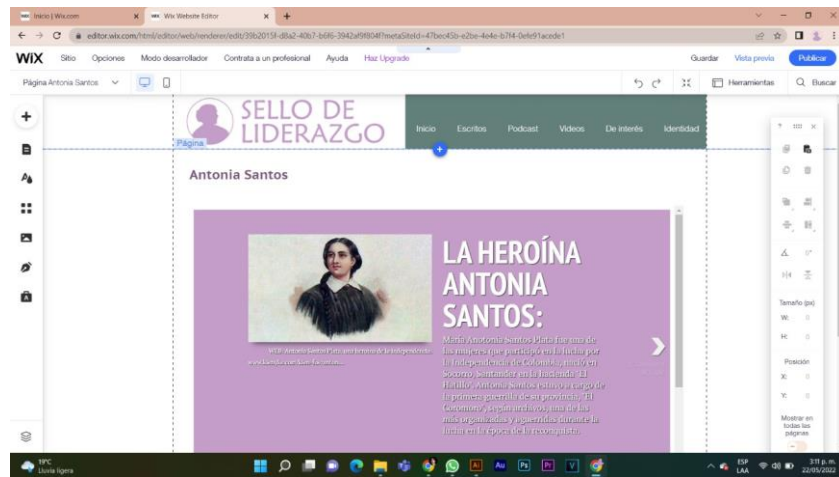
Mojica. 18/mayo/2022 a las 1:55 p.m.

Anexo 31



Pantallazo de la evidencia de publicación de la infografía El liderazgo ambiental en las instituciones educativas. 19/mayo/2022 a las 10:45 a.m.

Anexo 32



Pantallazo de la evidencia de publicación de la línea de tiempo de Antonia Santos.

22/mayo/2022 a las 3:11 p.m.

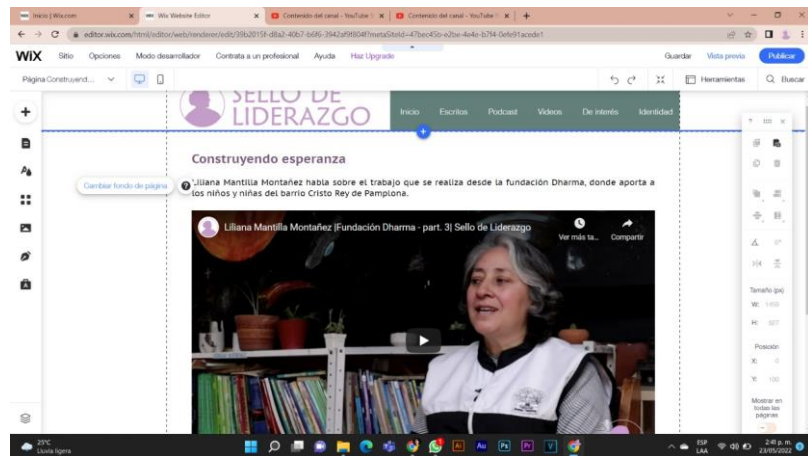
Anexo 33



Pantallazo de la evidencia de publicación del podcast Margarita Espinel Villamizar.

24/mayo/2022 a las 8:07 a.m.

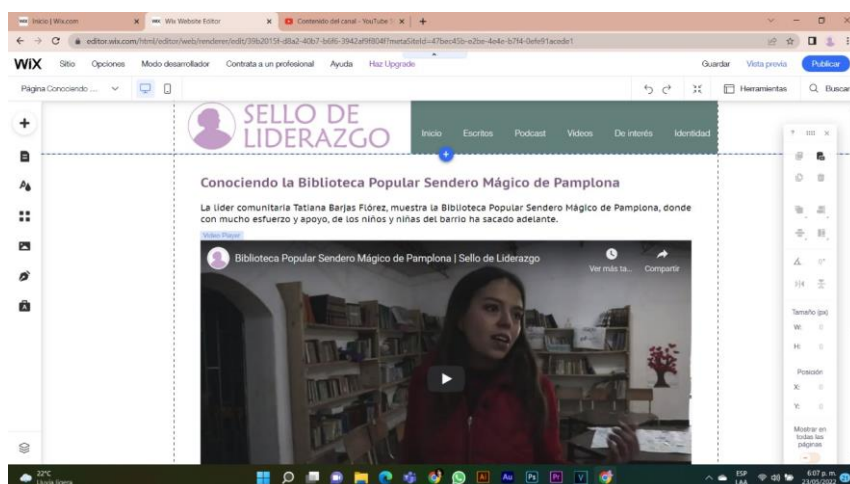
Anexo 34



Pantallazo de la evidencia de publicación del video Construyendo esperanza.

23/mayo/2022 a las 2:41 p.m.

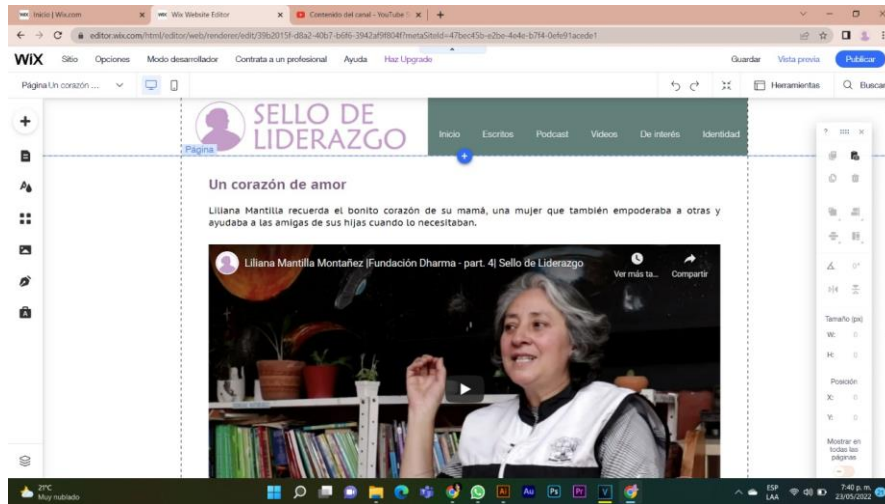
Anexo 35



Pantallazo de la evidencia de publicación del video Conociendo la Biblioteca Popular

Sendero Mágico de Pamplona. 23/mayo/2022 a las 6:07 p.m.

Anexo 36



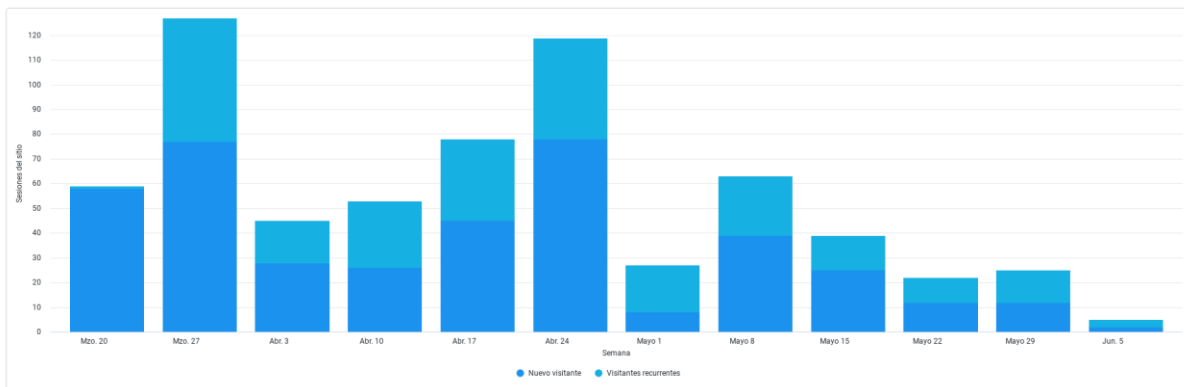
Pantallazo de la evidencia de publicación del video Un corazón de amor.

23/mayo/2022 a las 7:40 p.m.

Anexo 37

Traffic Over Time (split, bar chart)

Selecciona un periodo es de 2022/03/21 a 2022/06/10 Agrupar por es week Seleccionar medida es sessions Dividir por es visitorType



Generado por Looker el June 10, 2022 a las 10:21 AM UTC.

Evidencia del tráfico del sitio web representada en semanas

Anexo 38



Wix.com LTD
40 Namal Tel Aviv, 6350671
Israel

Emitido a:
WILBERT ALBERTO OVALLE MARTINEZ
BARRIO LOS ANGELES
Villanueva
La Guajira Colombia

Factura #987274769 | 22 mar 2022 | Pagado

Descripción	Sitio	Periodo de facturación	Cantidad	Monto
Dominio sellodeliderazgo.com		Anual 22 mar 2022 - 22 mar 2023	1	25,85 US\$

Método de pago: Mastercard ****1253

Subtotal 25,85 US\$

Total 25,85 US\$

Contáctanos: wix.com/support | 1-415-639-9034 | wix.com/contact

Factura de pago del dominio del sitio web www.sellodeliderazgo.com

Anexo 39



Wix.com LTD
40 Namal Tel Aviv, 6350671
Israel

Issued to:
WILBERT ALBERTO OVALLE MARTINEZ
BARRIO LOS ANGELES
Villanueva
La Guajira Colombia

Invoice #992498013 | 4 may 2022 | Paid

Description	Site	Billing Period	Quantity	Amount
Premium Plan Conectar Dominio	Sello de Liderazgo	Monthly 23 abr 2022 - 23 may 2022	1	4,00 US\$

Payment Method: Mastercard ****1253

Subtotal 4,00 US\$

Total 4,00 US\$

Feel free to contact us:

 wix.com/support

 1-415-639-9034

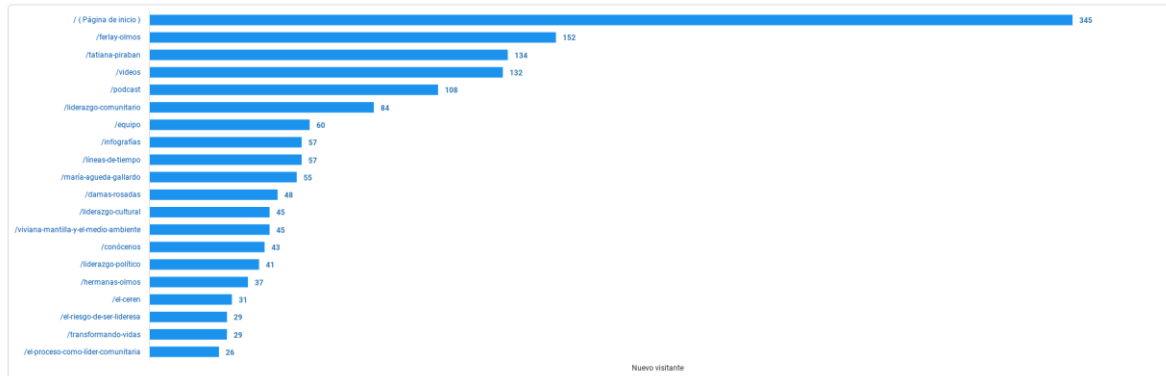
 wix.com/contact

Factura del último pago del plan de Wix. 04/mayo/2022

Anexo 40

Page Visits (split bar)

Selecciona un periodo es en 180 días anterior Mejores páginas is 20 Seleccionar medida is pageViews Dividir por is visitorType



Generado por Looker el May 17, 2022 a las 6:07 PM UTC.

Gráficos de los mecanismos de evaluación del sitio web

Anexo 41



Luz · hace 7 días · Responder · 1 ❤️



Sello de Liderazgo · hace 7 días



El liderazgo es importante pra inspirar.



Andrea Martinez · hace 21 días · Responder · 2 ❤️



Sello de Liderazgo · hace 21 días



Son buenas herramientas que nos motivan a cada unos de nosotros a tener un mejor futuro 🙌



Viana · hace 22 días · Responder · 2 ❤️



Por supuesto, tomar lo mejor y la vocería para ser líderes ❤️

Sello de Liderazgo · hace 22 días



Muy interesante la información, es muy necesario resaltar la importancia y el trabajo que con lleva un líder comunitario, sin dejar atrás el empoderamiento.



Liyibeth Johana Ramos Nobles · hace 22 días · Responder · 2 ❤️