

I Congreso Internacional de

Comunicación y Redes Sociales

en la Sociedad de la Información

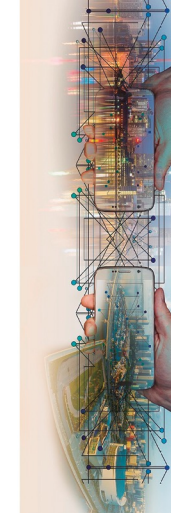
Producción colectiva de contenidos audiovisuales para visibilizar el trabajo de COMEPCAFÉ (Organización Multiétnica y Pluricultural)

icardozo@uao.edu.co

06-07/
02/
2020
- MADRID

[congresocomred1](#)
[congresocomred](#)
[Congreso COMRED](#)

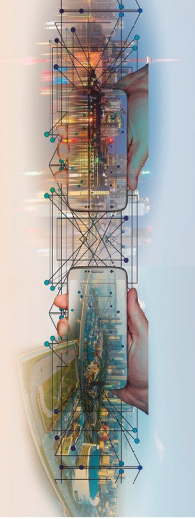
Utiliza el hashtag #COMREDMAD2020



#COMREDMAD2020
www.congresocomred.es



EL CONTEXTO

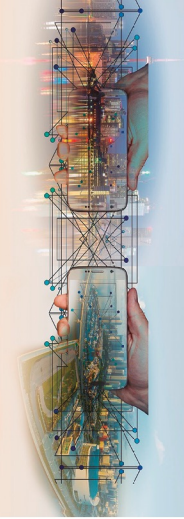


- Nace en 2010 y hoy tiene 1400 familias asociadas.
- Departamento del Valle del Cauca, Colombia.
- 5 Etnias:
 - Nasa (Nasa Yuwe), Mizak y Quisgó (Guambiana o Moguez), Afro y Campesinos.
- 2 Culturas:
 - Campesina e indígena (Pluralismo Cultural)
- Café Orgánico y Especial **a precio justo**.
- Exportaciones al Reino Unido y USA.



comepcafé
Cooperativa Multiétnica y
Pluricultural de pequeños
Caficultores del Cauca

EL RETO



¿cómo realizar unos productos audiovisuales que permitiera visibilizar la condición multiétnica y pluricultural de una Cooperativa dedicada al cultivo y comercialización de café, tanto en sus clientes internos como externos?

EL TRABAJO

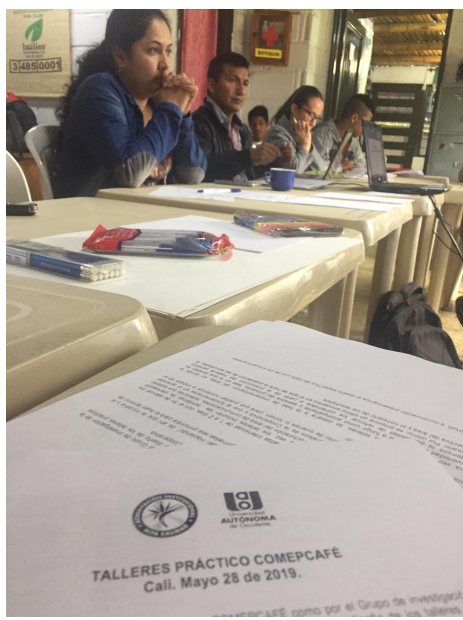
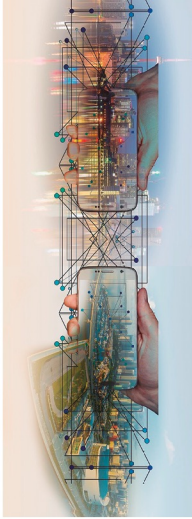
TALLER	CONTENIDO	ACTIVIDADES	MATERIALES
TALLER 1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	Análisis Plan Estratégico Comunicación Estratégica Objetivos y tono de comunicación Tipología de contenidos Cliente Interno / Externo	Presentación. Diagnóstico de comunicación Ejemplos de contenidos comunicativos	Hojas y bolígrafos Pliegos de papel bond Marcadores TV, Cable HDMI
TALLER 2. PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS	1. Redacción informativa 2. Fotografía Básica 3. Interpretación y representación de la imagen fija.	4. Clase de redacción 5. Ejercicio Fotográfico	Hojas y bolígrafos Marcadores Cámara Fotográfica Profesional Teléfonos móviles Hojas y bolígrafos Cámara Fotográfica Profesional Micrófono de Solapa Teléfonos móviles
TALLER 3. PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS	1. Imagen en movimiento 2. Reportería Audiovisual	3. Registro Audiovisual	
EJERCICIOS PRÁCTICOS EN COMUNICACIÓN			
TALLERISTAS			
TALLER 4. ESTRUCTURACIÓN ÁREA COMUNICACIONES	1. Organigrama 2. Roles 3. Responsabilidades (Workflow) 4. Plan de redes sociales	6. Exposición 7. Trabajo en Duplas 8. Plenaria 9. Acuerdos	Hojas y bolígrafos Pliegos de papel bond Marcadores TV, Cable HDMI
PUESTA EN MARCHA PLAN DE COMUNICACIONES			
TALLERISTAS			
ELABORACIÓN DE PIEZAS DE IDENTIDAD AUDIO-VISUAL DE COMEPCAFÉ A CARGO DE LA UAO			
VISITAS DE SEGUIMIENTO (4 Visitas)	1. Asesoría	2. Consultoría 3. Entrega de piezas de identidad audio-visual	Tv, Cable y HDMI
ENCUENTRO FINAL	Visualización de productos comunicativos	Actividad Social.	Tv, Cable y HDMI.



“En lugar de mirar la población como objeto de intervención o como beneficiaria del desarrollo, es necesario construir nuevos marcos teóricos capaces de comprenderla como sujeto de los procesos de desarrollo y como participante activa en el proceso de toma de decisiones”

(HISSONG, 1996).

EL TRABAJO



LOS PRODUCTOS

- Un video para el cliente externo que presentara los microlotes de café orgánico no sólo como un producto de alta calidad, sino que permitiera también evidenciar las familias asociadas que los produjeron (Del que ya teníamos un guion colectivo).
- Un video sobre el Fondo de Productividad, el cual es un Fondo para que el asociado pueda mejorar su productividad. Lo que se buscaba era comprender qué era el fondo y cómo solicitarlo, con el fin que el asesor técnico pudiera compartirlo en las visitas técnicas.
- Un video Institucional que diera cuenta no sólo de la naturaleza de la Cooperativa entre los clientes externos, sino también permitiera fortalecer el sentido de pertenencia a los asociados.



*“No se debe confundir comunicación con información; la comunicación implica la entrega de mensajes que contienen información, pero lo sustancial de los procesos comunicativos, a diferencia de los informativos, es que con la comunicación se trata de compartir e intercambiar significados con una intención bien determinada”
(RODRÍGUEZ, 2015).*

LOS RESULTADOS

- Los productos permitieron sumar valor al producto enviado al cliente externo. Tanto para ellos, como para los clientes reales.
- El video Institucional le aportó a los clientes internos consolidar su sentido de pertenencia al trabajar sobre el concepto integrador que encontramos en los talleres: “En COMEPCAFÉ, Todos somos Caficultores”



“La comunicación participativa es una actividad planificada, basada, de un lado, en los procesos participativos, y del otro, en los medios y la comunicación interpersonal, que facilitan el diálogo entre las diferentes partes interesadas, alrededor de un problema o meta común de desarrollo, con el objetivo de impulsar y ejecutar un conjunto de actividades para contribuir a su solución, o realización, y que apoya y acompaña esa iniciativa”
(BESSETE, 2004).

LAS CONCLUSIONES

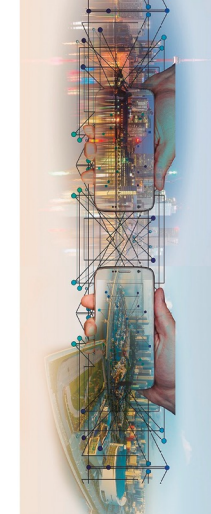
- En una Cooperativa multiétnica y pluricultural, como COMEPCAFÉ, la clave para el trabajo con el cliente interno, está en definir colectivamente ese concepto integrador y para el caso del cliente externo es trabajar sobre el factor diferencial que trasciende la calidad del producto (Café de calidad muchos, café como el de COMEPCAFÉ ninguno).
- Empoderar para la realización de productos comunicativos en una cooperativa multiétnica y pluricultural, requiere de un ejercicio de más alto aliento y con una cabeza visible desde la parte administrativa.
- Cuando empoderamos en una organización cooperativa multiétnica y pluricultural, nuestro rol es servir de detonantes para enaltecer el papel de la comunicación estratégica en la organización.
- En una investigación social, una persona empoderada para trabajar alrededor de la Comunicación en la Cooperativa, es más que significativo.



“La comunicación participativa es una actividad planificada, basada, de un lado, en los procesos participativos, y del otro, en los medios y la comunicación interpersonal, que facilitan el diálogo entre las diferentes partes interesadas, alrededor de un problema o meta común de desarrollo, con el objetivo de impulsar y ejecutar un conjunto de actividades para contribuir a su solución, o realización, y que apoya y acompaña esa iniciativa”
(BESSETE, 2004).

I Congreso Internacional de
**Comunicación
y Redes Sociales**
en la Sociedad de la Información

06-07/
02/
2020
- MADRID



¡GRACIAS!
icardozo@uao.edu.co

🐦 congresocomred1
f congresocomred
in Congreso COMRED

Utiliza el hashtag #COMREDMAD2020



#COMREDMAD2020
www.congresocomred.es

