

| | | | |
|--|--|--------|-------------|
| | GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS | Código | FO-SB-12/v0 |
| | ESQUEMA HOJA DE RESUMEN | | Página |

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): YURGEN MARIO APELLIDOS: CARRASCAL BUELVAS

FACULTAD: EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS: COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): CAROLINA APELLIDOS: GARCÍA PINO

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL PARA PROMOVER DERECHOS HUMANOS EN LA RED DE JÓVENES RURALES DE LOS CORREGIMIENTOS BANCO DE ARENA Y PALMARITO, ZONA RURAL DE CÚCUTA, 2019

RESUMEN

El presente proyecto de investigación – extensión, desarrolló una estrategia de marketing social para promover derechos humanos en la Red de Jóvenes Rurales en Banco de Arena y Palmarito, corregimientos de la zona rural de Cúcuta. A través de un método cualitativo se diagnóstico la política pública de difusión de derechos humanos en Cúcuta y con base en los resultado se trabajó con la Defensoría del Pueblo, la Misión de Apoyo al Proceso de Paz de la Organización de Estados Americanos y el Servicio Jesuita a Refugiados en la campaña Voces de la Verdad, 7 podcast radiales, narrados por los testimonios de las víctimas del conflicto armado, resultado de un proceso de capacitación sobre las rutas de protección de derechos fundamentales. Se concluyó que la comunicación para el desarrollo y el cambio social es un ejercicio fundamental en el proceso de empoderamiento y reconocimiento de las comunidades en situación de vulnerabilidad en la región.

PALABRAS CLAVE: DERECHOS HUMANOS, MARKETING SOCIAL, VÍCTIMAS DEL CONFLICTO ARMADO

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 325 PLANOS: ILUSTRACIONES: 0 CD ROOM: 2

| Elaboró | | Revisó | | Aprobó | |
|------------------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|------------|
| Equipo Operativo del Proceso | | Comité de Calidad | | Comité de Calidad | |
| Fecha | 24/10/2014 | Fecha | 05/12/2014 | Fecha | 05/12/2014 |

COPIA NO CONTROLADA

ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL PARA PROMOVER DERECHOS HUMANOS EN
LA RED DE JÓVENES RURALES DE LOS CORREGIMIENTOS BANCO DE ARENA Y
PALMARITO, ZONA RURAL DE CÚCUTA, 2019

YURGEN MARIO CARRASCAL BUELVAS

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2020

ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL PARA PROMOVER DERECHOS HUMANOS EN
LA RED DE JÓVENES RURALES DE LOS CORREGIMIENTOS BANCO DE ARENA Y
PALMARITO, ZONA RURAL DE CÚCUTA, 2019

YURGEN MARIO CARRASCAL BUELVAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TITULO
DE COMUNICADOR SOCIAL

Mg. CAROLINA GARCIA PINO

DIRECTORA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2020

ACTA DE SUSTENTACION DE UN TRABAJO DE GRADO

PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL

FECHA: San José de Cúcuta, 23 de junio de 2020

HORA: 08:30 horas

LUGAR: Plataforma Meet Google

Título del trabajo de grado: "ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL PARA PROMOVER DERECHOS HUMANOS EN LA RED DE JÓVENES RURALES DE LOS CORREGIMIENTOS BANCO DE ARENA Y PALMARITO, ZONA RURAL DE CÚCUTA, 2019"

*Director(a): CAROLINA GARCÍA PINO
Comunicadora Social
Mg. en Estudios Sociales y Culturales
Mg. en Gestión de la Tecnología Educativa*

| <i>NOMBRE DEL ESTUDIANTE</i> | <i>CÓDIGO</i> | <i>CALIFICACION</i> | <i>A.M.L</i> |
|---------------------------------------|----------------|---------------------|------------------|
| <i>YURGEN MARIO CARRASCAL BUELVAS</i> | <i>1330704</i> | <i>4.7</i> | <i>MERITORIA</i> |

ERIKA ALEJANDRA MALDONADO E.

TATIANA BAYONA SANABRIA

ERWIN JÁCOME CASTILLA

*FELIX JOAQUIN LOZANO CARDENAS
Coordinador Comité Curricular
Programa de Comunicación Social*

Dedicatoria

Albert Einstein, mencionó hace algún tiempo a tras que “para mantener el equilibrio hay que seguir avanzando”, este precepto se convirtió en mi filosofía de vida debido a la importancia del movimiento en la vida, la felicidad y el amor.

Dedico este logro a Dios, por su sabiduría y sus misteriosas obras de actuar durante cada segundo en mi vida. Hoy comprendo, que, creer en su sublime amor es la decisión más importante y noble que se puede profesar en la vida. Mi elogio, se extiende a mi madre Elsa y mi padre Geovanny, agradezco su apoyo inmarcesible durante mi descubrimiento como profesional y su respeto por mi autonomía durante las decisiones que hoy me permiten construir una historia de vida.

Mamá y papá, una de las decisiones más compleja que he tenido que asumir en este ensayo de prueba y error que implica vivir, es comprender que desde hace un tiempo deje de recorrer los pasillos de mi hogar y abrazarlos en las eternas tardes de verano en Valledupar, para empezar a explorar nuevos destinos en la continua búsqueda de encontrar mi vocación, guiado por su sublime amor y disciplina de creer en lo correcto.

Carolina, te dedico este que es nuestro triunfo. Invaluablemente más tuyo que mío apreciada maestra. Tu tenacidad en los momentos justo y abrazo cálido en los días tristes, me han formado para avanzar, para creer en la excelencia y en la investigación como ejercicios claves de lo público y de la construcción colectiva de las comunidades más vulnerables.

Mis letras, hoy, son un reconocimiento también por cada uno de los sobrevivientes del conflicto armado en Colombia, que, con valentía apuestan por construir un país en paz desde una mirada endógena en los territorios y a partir de sus experiencias de perdón, resiliencia y respeto por la diversidad.

Dedico Voces de la Verdad, a cada voz que hoy busca un camino para ser escuchada y generar una transformación colectiva.

A ustedes, gracias.

Agradecimientos

Hoy quiero agradecer a Dios, a su sabiduría y a su amor que trasciende todo conocimiento y frontera. A ti, mamá, hoy quiero honrarte con mis humildes letras. Gracias por tu amor, por tu abrazo fiel, cada una de tus palabras me inspiraron a esforzarme para ser mejor.

En los días difíciles, tu aroma y tu voz de aliento no ceso. Más allá de los resultados, me estás enseñando a darle valor al camino, a la deformación que implica aprender y crecer en amor y fe para lograr los sueños. Esta investigación es un homenaje dedicado a ti, a los tuyos, que son los míos. Madre, prometo en este homenaje, permanecer humilde y fiel a mis anhelos de trabajar por construir país. Tu historia, disciplina y trabajo riguroso me forjaron en carácter, fortaleza y resiliencia.

Mamá, me sigues ensañando a amar, a ser paciente, a ser inclusivo y a ser tolerante. Tu fuente inagotable de amor, son tan suaves y agradables como el sereno de mañana y tan importante para mi vida, como lo es creer en Dios.

Papá, mi primer héroe, confieso que cada día persigo tu alegría, humildad, nobleza y energía para afrontar la vida, sus obstáculos y los momentos difíciles. Admiro profundamente tu capacidad de ayudar, de ponerte los zapatos del prójimo. Este homenaje, también es tuyo. Por tu abrazo fuerte y lleno de fortaleza, porque, me honra saber que tu trabajo arduo me ha forjado.

Padrino, Luis Carlos, agradezco su acompañamiento, abrazo de confianza y apoyo en cada logro propuesto durante mi vida académica. Sus oraciones y sabiduría ampliaron mis horizontes para

formarme como un ser humano con solidos valores y orientado al crecimiento y reconocimiento de la otredad.

A mi maestra y amiga, Carolina, tu disciplina, rigurosidad, me han formado en sensibilidad y amor por las ciencias, el desarrollo y el cambio social. Hoy me debo a tu orientación llena de sabiduría, amor y paciencia.

Agradezco al Servicio Jesuita a Refugiados, a la Defensoría del Pueblo y a la Misión de Apoyo al Proceso de Paz de la Organización de Estados Americanos, por su compromiso y respaldo en la ejecución de la campaña Voces de la Verdad y su impacto en la vida de las víctimas del conflicto armado.

Jóvenes de la Red de los corregimientos de Banco de Arena y Palmarito, conocerlos, fue un encuentro con la vida, a través de lo valioso de aprender de su historia, resiliencia y trabajo comunitario. Agradezco acogerme como parte de ustedes.

A mis amigos, Juan, Milanyela, Marcela y Laura, los quiero.

Contenido

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 22 |
| 1. PROBLEMA | 25 |
| 1.1 Título | 25 |
| 1.2 Planteamiento del problema | 25 |
| 1.3 Formulación del problema | 32 |
| 1.4 Objetivos | 33 |
| 1.4.1 Objetivo general | 33 |
| 1.4.2 Objetivos específicos | 33 |
| 1.5 Justificación | 34 |
| 2 MARCO REFERENCIAL | 38 |
| 2.1 Antecedentes | 38 |
| 2.1.1 Salud pública | 40 |
| 2.1.2 Medio ambiente | 50 |
| 2.1.3 Derechos Humanos | 55 |
| 2.1.4 Balance social | 69 |
| 2.1.5 Conclusiones | 73 |
| 2.2 Marco teórico | 76 |
| 2.2.1 De la comunicación para el desarrollo – comunicación para el cambio social | 77 |
| 2.2.2 Marketing comercial | 80 |
| 2.2.3 Marketing social | 81 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 2.2.4 | Marketing con causa social | 88 |
| 2.2.5 | Derechos Humanos | 90 |
| 2.2.6 | Derecho Internacional Humanitario | 93 |
| 2.3 | Marco contextual | 94 |
| 2.4 | Marco legal | 102 |
| 3 | DISEÑO METODOLÓGICO | 109 |
| 3.1 | Método y metodología | 109 |
| 3.2 | Actores | 110 |
| 3.3 | Fuentes y procedimientos para la recolección de información | 113 |
| 3.3.1 | Instrumento de recolección de información | 113 |
| 3.4 | Fuentes y procedimientos para el procesamiento e interpretación de la información | 117 |
| 4 | RESULTADOS | 118 |
| 4.1 | El camino hacia las voces – Diagnóstico | 119 |
| 4.1.1 | Situación de derechos humanos en Cúcuta | 120 |
| 4.1.2 | Política pública de divulgación y promoción de derechos humanos | 126 |
| 4.1.3 | Red de Jóvenes Rurales de Banco de Arena y Palmarito | 131 |
| 4.2 | ¿Cómo visibilizar las voces y sus relatos? – Planeación | 137 |
| 4.2.1 | Público objetivo de la estrategia | 139 |
| 4.2.2 | Matriz de públicos y tácticas | 143 |
| 4.2.3 | Cronograma y presupuesto | 147 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 4.3 | Voces de la Verdad: relatos con resiliencia que se pueden escuchar sonriendo – | |
| | Ejecución | 148 |
| 4.3.1 | Primer momento. Talleres sobre las rutas de protección de derechos humanos, escritura y locución radial | 148 |
| 4.3.2 | Segundo momento. 4 ‘Pes’ de la mezcla de marketing mix | 156 |
| 4.3.3 | Tercer momento. Las voces reflexionan sobre su experiencia (evaluación y monitoreo) | 174 |
| | CONCLUSIONES | 188 |
| | RECOMENDACIONES | 191 |
| | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 194 |
| | ANEXOS | 205 |