

Tesis de Maestría

[Lic. Alirio Fernando Flórez Chica]

[Universidad Nacional de la Plata UNLP]

La Plata, Argentina 2018



Estrategia de procesos comunicacionales, para transformar las
situaciones problemáticas de vida, de la Comunidad LGBT del
municipio de Itagüí en Medellín, Colombia.

Autor: lic. Alirio Fernando Flórez Chica

Directora: dra. Cecilia Ceraso

Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales

PLANGESCO

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Universidad Nacional de La Plata UNLP

Director: dra. Cecilia Ceraso

Secretario Académico: dr. Germán Retola

Comité Académico: Nancy Díaz Larrañaga, Claudia Villamayor, Carlos Vallina, Elisa Ghea, Silvia

Delfino y Vanesa Arrúa

Contacto: comunicadorestrategico@gmail.com

La Plata- Buenos Aires-Argentina

2018

Con gratitud, a mi padre Alirio Flórez Corredor, que me enseñó el valor de la educación.

A mi madre María Chica Valencia, la primera comunicadora social que conocí. A mi hermana Diana Patricia Flórez Chica, que me enseñó a leer y a escribir. A José Meijide que siempre me acompaña. A Sonia López, siempre. A las aulas, directivos y docentes de la Universidad EAFIT de Medellín – Colombia, que creyeron en mí y me formaron en el área de la comunicación. A Cecilia Ceraso que me acogió desde el primer día que llegué a la facultad en Argentina, me acompañó humana y académicamente, y, siempre tuvo tiempo para mí. A la Argentina que me abrió sus puertas tan generosamente. A las aulas de la Universidad Nacional de La Plata y a los docentes de la maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales PLANGESCO que ampliaron mi percepción de la Comunicación y lo Social, a éstos últimos en especial ¡Mil Gracias!, porque hicieron posible esta tesis producto del trabajo con las personas de la Corporación Visibles del municipio de Itagüí-Colombia, que hoy dedico a todos los miembros de la Comunidad LGBT del mundo, en especial a aquellos que son víctimas de violencia, miedo, discriminación, desinformación, soledad, exclusión, rechazo, invisibilidad y señalamiento. A todos ellos mi voz alentadora de par y con ella la invitación a salir de la entropía para que nos juntemos, generemos sentidos compartidos y transformemos positivamente, nuestras situaciones de vida.

Abstract

Esta tesis se elaboró para proponer una *Estrategia de Procesos Comunicacionales*, desde la *Corporación Visibles* (en el municipio de Itagüí, en Medellín, Colombia) aplicando la metodología de la *Planificación y Gestión*, para abrir desde la comunicación espacios amigables de encuentros físicos y virtuales para la *Comunidad LGBT* y la comunidad en general, con el fin de que se unan, se comuniquen y salgan de la entropía, se escuchen, se expresen, reflexionen, se informen, participen y trabajen; en función de transformar positivamente sus situaciones de vida y fomentar las formas de aceptar y vivir la orientación sexual de las personas de la Comunidad LGBT, combatiendo la invisibilidad, mejorando los entornos sociales, luchando contra la discriminación a las personas LGBT en sus dimensiones y denunciando los hechos de violencia; todo esto en el marco de la demanda, defensa y promoción de los derechos de la Comunidad LGBT ante la sociedad en general y ante el poder político, trabajando en conjunto con la *Oficina de Equidad y Género* de la municipalidad, en la construcción de *Políticas Públicas* idóneas para la Comunidad LGBT del municipio de Itagüí.

Se construyó analizando a la luz de diferentes conceptos de *comunicación, planificación y gestión*; la historia, el contexto particular, el territorio, lo comunicacional, los actores y sus relaciones; para realizar un Diagnóstico Comunicacional valorativo de la situación inicial, futura y deseada; que dejara como resultado la *planificación* y parte de la *gestión* de una serie de *Proyectos de Desarrollo Endógenos* ejecutables y con mensajes propios, cuyo fin es acercar a la comunidad por medio de la transformación al *futuro deseado* u *Objetivo de Desarrollo Endógeno*.

El marco metodológico utilizado comprendió trabajo en territorio, observación (etnografía), elaboración y análisis de encuestas y entrevistas, y, elaboración y análisis del mapa en el que está la Comunidad LGBT de Itagüí.

Tabla de Contenidos

Lista de tablas.....	8
Lista de figuras.....	11
Capítulo 1	
Introducción.....	12
Problema.....	16
Pregunta de investigación.....	20
Antecedentes históricos de la homosexualidad en Colombia.....	21
Capítulo 2	
Marco teórico.....	43
Capítulo 3	
Diagnóstico	
Contexto específico a 2018 de la Comunidad LGBT en el municipio de Itagüí.....	62
Identificación de los actores y sus relaciones.....	70
Construcción del significado de palabras claves e identificación de realidades positivas y negativas.....	72

Capítulo 4

Marco metodológico

Construcción del mapa y delimitación del territorio.....	88
Identificación de los deseos de los sujetos. Métodos y herramientas.....	98
Encuestas.....	102
Modelo de encuesta.....	102
Entrevista.....	104
Modelo de entrevista.....	105
Análisis de los resultados de la encuesta.....	106
Análisis de los resultados de la entrevista.....	111

Capítulo 5

Identificación de lo comunicacional

Lo comunicacional desde el territorio.....	121
Lo comunicacional desde Visibles Corporación.....	127

Capítulo 6

Estrategia de procesos comunicacionales.....	129
Ideas de proyectos planteados y jerarquizados.....	141
Objetivo general.....	142

Objetivos específicos.....142

Capítulo 7

Planificación y Gestión

Planteamiento de planificación y gestión de los proyectos.....144

Capítulo 8

Conclusiones.....185

Lista de referencias.....196

Apéndice.....198

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz de identificación de actores.....	71
Tabla 2. Matriz de identificación de palabras claves y sus significados.....	74
Tabla 3. Matriz de identificación de realidades positivas de la Comunidad LGBT del territorio.....	78
Tabla 4. Continuación matriz de realidades positivas.....	79
Tabla 5. Continuación matriz de realidades positivas.....	81
Tabla 6. Continuación matriz de realidades positivas.....	82
Tabla 7. Matriz de identificación de realidades negativas de la Comunidad LGBT del territorio.....	83
Tabla 8. Continuación matriz de realidades negativas.....	83
Tabla 9. Continuación matriz de realidades negativas.....	85
Tabla 10. Continuación matriz de realidades negativas.....	86
Tabla 11. Municipio de Itagüí en cifras año 2014.....	94
Tabla 12. Matriz de la Estrategia de Procesos Comunicacionales.....	130
Tabla 13. Matriz de datos duros, realidad material y objetiva.....	132
Tabla 14. Matriz de identificación de los valores subjetivos de la Comunidad LGBT.....	134
Tabla 15. Matriz de pronóstico.....	136
Tabla 16. Matriz de identificación de elementos potenciales de Desarrollo Endógeno.....	137
Tabla 17. Matriz de construcción de Objetivo de Desarrollo Endógeno.....	139

Tabla 18. Cronograma de actividades proyecto 1.....	149
Tabla 19. Recursos humanos proyecto 1.....	149
Tabla 20. Recursos materiales proyecto 1.....	150
Tabla 21. Viáticos proyecto 1.....	150
Tabla 22. Presupuesto total proyecto 1.....	150
Tabla 23. Calendario de erogaciones proyecto 1.....	151
Tabla 24. Cronograma de actividades proyecto 2.....	155
Tabla 25. Recursos humanos proyecto 2.....	155
Tabla 26. Recursos materiales proyecto 2.....	156
Tabla 27. Presupuesto total proyecto 2.....	156
Tabla 28. Calendario de erogaciones proyecto 2.....	156
Tabla 29. Cronograma de actividades proyecto 4.....	161
Tabla 30. Recursos materiales proyecto 4.....	161
Tabla 31. Viáticos proyecto 4.....	162
Tabla 32. Cronograma de actividades proyecto 5.....	165
Tabla 33. Cronograma de actividades proyecto 6.....	168
Tabla 34. Cronograma de actividades proyecto 7.....	171
Tabla 35. Cronograma de actividades proyecto 8.....	175
Tabla 36. Cronograma de actividades proyecto 9.....	178

Tabla 37. Cronograma de actividades proyecto 10.....181

Tabla 38. Cronograma de actividades proyecto 11.....182

Lista de figuras

Figura1. Mapa de ubicación del municipio de Itagüí en el área metropolitana de Medellín.....	89
Figura 2. Mapa del municipio de Itagüí.....	90
Figura 3. Mapa del municipio de Itagüí con ubicación de Parque Principal.....	91
Figura 4. Vista aérea del municipio de Itagüí con algunos de sus barrios.....	91
Figura 5. Vista aérea del Parque Principal de Itagüí y sus alrededores.....	92
Figura 6. Mapa con la división política del municipio de Itagüí.....	93
Figura 7. Gráfica de la matriz de la Estrategia de Procesos Comunicacionales.....	131

Capítulo 1

Introducción

La historia que les voy a contar es real y es la de un sujeto apasionado por la comunicación, que vivió como pudo los primeros años de su vida en un territorio de clima primaveral rodeado de montañas, en el que la heteronormatividad¹ era el único esquema de vida socialmente permitido.

Un día lleno de esperanza y de interrogantes sobre qué había detrás de esas montañas decidió salir de su zona de confort dejándolo todo, para encontrar respuestas que lo hicieran sentir menos aislado, menos entrópico, menos culpable y con menos vergüenza, en suma quería cambiar su situación de vida.

Empacó en su maleta sus títulos, la gratitud por esas tierras que tanto le habían dado, todos sus ahorros, el amor por su familia, y, colgó en su cuello dos cosas que se prometió no quitarse nunca porque sabía que lo salvarían de cualquier obstáculo que intentara desviar su camino, la primera la pasión por la comunicación y la segunda el amor a la academia.

Después de recorrer muchos kilómetros llegó a una tierra llamada Argentina en un invierno frío e inclemente, y fue allí en un lugar llamado Universidad Nacional de La Plata, donde germinó la primera semilla de cambio en un jardín llamado, maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales, PLANGESCO.

¹La Heteronorma o heteronormatividad es un régimen social, político y económico que impone las prácticas sexuales heterosexuales a través de mecanismos médicos, artísticos, educativos, religiosos, jurídicos, entre otros, y, mediante instituciones presentando la heterosexualidad como necesaria para el funcionamiento de la sociedad y como modelo único válido de relación sexoafectiva y de parentesco. Se retroalimenta con mecanismos como la marginalización, la invisibilización o la persecución.

Apasionado por su área de formación pero en tierras extranjeras se aferró a lo que sabía y conocía y esperaba profundizar en ello, airoso decía: *“Quiero conocer más de la comunicación y me gustaría aprender a realizar indicadores de gestión, hacer planes de comunicación más integrales y adquirir herramientas que me permitan proteger y mantener la reputación corporativa”*.

En fin, hablaba de esas temáticas que se trabajan en las organizaciones y que después se ven reflejadas en los informes, todo con mucha seguridad y propiedad, era algo que conocía y a lo que había dedicado hasta el momento su desempeño profesional.

Sin embargo, para su fortuna a medida que avanzaban las clases se encontraba inmerso en una serie de lecciones en las que se abordaban conceptos rigurosamente, en el marco de un diálogo de conocimientos que se entendían, dialogaban y daban paso a conexiones y descubrimientos nuevos.

Entonces, comprendió que gran parte de su ejercicio profesional se había limitado solo a un trozo de lo que es la comunicación, sí, sólo había conocido la organizacional, y con los días por medio de la maestría comenzó a descubrir nuevas esferas en las que la comunicación es fundamental, más humana y transversal.

Había llegado la oportunidad de hacer lo que a todo profesional le gustaría en algún momento de su carrera con su carrera, tratar de transformar positivamente alguna situación que no está bien en el mundo. Entonces las ideas y las respuestas fueron llegando con las clases, y fue así como poco a poco, se gestó la idea de usar la: *“Planificación y gestión de procesos comunicacionales, para crear una Estrategia, que cambiara positivamente las problemáticas de la Comunidad LGBT en el municipio de Itagüí, Colombia”*. El lugar de dónde venía.

Mientras más se adentraba en los conceptos más entendía muchas otras cosas, entre ellas que todo en la vida tiene sentido, el nuevo plan de estudios y la Argentina habían llegado no solo para mostrarle nuevas formas de usar la profesión, también para conocerse más y saber quién era, para al final no tener vergüenza ni miedo de serlo.

Entonces una vez realizado y asimilado este proceso, le pareció justo volcar su experiencia más los conocimientos adquiridos a otros sujetos que como él vivieron o viven todavía en situaciones de invisibilidad, violencia, entropía², miedo, burla, rechazo, soledad, indiferencia y discriminación, por ser LGBT.

Las ambiciones eran exponenciales pero tuvo que comprender que la *Estrategia* que propone en esta tesis, tal vez no cambiará por completo las problemáticas de todas las personas de la Comunidad LGBT del municipio de Itagüí, en Medellín, Colombia.

Pero si tenía la certeza, que desde la labor de la Corporación Visibles, se está cambiando la situación de vida de unos cuantos sujetos que con él han tenido el valor de juntarse para generar sentidos compartidos, reflexionar para saber lo que les pasa y no negar ni inhibir su capacidad transformadora, todo lo contrario la fortalecen y cultivan para mejorarla.

El objetivo de esta tesis es: aplicar la tecnología de la *Planificación y Gestión* en una *Estrategia de procesos comunicacionales*, que se pueda ejecutar desde un ente legitimado

² La entropía describe lo irreversible de los sistemas termodinámicos. La palabra procede del griego (ἐντροπία) y significa evolución o transformación. Rudolf Clausius fue quien le dio nombre y la desarrolló en la década de 1850. Ludwig Boltzmann, encontró en 1877 la manera de expresar matemáticamente este concepto, desde el punto de vista de la probabilidad. En el contexto de esta tesis entropía significa: “*meterse para adentro*”. Entonces, si se dice que las personas de la Comunidad LGBT presentan situaciones de entropía, quiere decir que están metidos para adentro, aislados, han perdido conexión con otros sujetos.

jurídicamente en el territorio, para intervenir desde lo comunicacional las problemáticas de la Comunidad LGBT del municipio de Itagüí.

Su enfoque es comunicacional, social, histórico, político, humano y de género; hace hincapié en la *solidaridad* para acercarse a la comunidad en general y apela al *Estado* para que participe como *planificador*. El gran aliado fue la Corporación Visibles, cuyo nombre “Visibles”, deja además abierta la pregunta: *¿cómo se configura la invisibilidad de los sujetos LGBT en la construcción de sentidos en este territorio?*

En su elaboración se puso en crisis la entropía, el miedo y la naturalización de la violencia, por medio de la reflexión. Fue un proceso en el que nos involucramos la comunidad en general, la Corporación Visibles, la Com LGBT y la Oficina de Equidad y Género; todos aprendimos y seguimos en el proceso, por eso decía al iniciar esta introducción que la historia que les iba a contar es real, porque es una parte de mi vida, en la que reflexiono acompañado y en soledad sobre las realidades de la Comunidad LGBT, para luego convertir esas reflexiones en aprendizajes.

Problema

(Villamayor 2012):

Me quedo con las personas sabias que hablan con ejemplos que se entrehablan con otras personas, que viven en sus vidas cotidianas lo mismo de lo que hablan. Su lugar en la academia es un lujo para la academia que la gran mayoría de las veces vive alejada de las personas y de las experiencias de las que hablan. (p.4)

En Colombia la homosexualidad fue un delito desde 1936 hasta mediados de 1980, en este último año la ley colombiana se modifica y no prohíbe más los actos homosexuales con la entrada en vigencia del decreto 100 de 1980³. 11 años después en la Constitución Política de 1991, quedan escritos y aprobados los derechos al libre desarrollo de la personalidad y la igualdad. Pasaron 25 años, y el 28 de abril de 2016, el Matrimonio Igualitario⁴ fue aprobado.

A pesar de estos hechos en Colombia coexisten dos historias diferentes cuando se habla de los deseos que reflejan la orientación sexual de las personas, la primera la de la ley escrita que es similar a una poesía jurídica con título igualitario, y la segunda, la de la realidad que viven

³El decreto 100 de 1980 permite la realización de actos sexoafectivos homosexuales en Colombia lo que convierte en legal y permitido a las relaciones con personas del mismo sexo y éstas dejan de ser interpretadas como un desacato a la ley y un ataque a la correcta vida en sociedad, mientras no se realicen estas en lugares públicos o no adecuados. La sodomía deja de ser penalizada, y a partir de la entrada en vigencia de este decreto se empiezan a aprobar diversas leyes en torno a la homosexualidad y se inician propuestas de proyectos en búsqueda de la igualdad de derechos de género hasta el día de hoy.

⁴La Corte Constitucional de Colombia reafirmó los derechos de las personas LGBT al confirmar la validez del matrimonio entre personas del mismo sexo el 28 de abril de 2016, a su vez se aprobó las uniones de hecho tras convivir dos años.

las personas con deseos no heterosexuales, reflejados en sus orientaciones sexuales en un territorio determinado.

En la ciudad de Medellín⁵ al sur, se encuentra el municipio de Itagüí⁶ un territorio vulnerable con serios problemas de violencia, que tiene 231.340 habitantes, de los que se calcula porque no se ha realizado un Censo formal, más de 800 presentan una orientación sexual diferente a la heterosexual y están diseminados por todo el territorio en situaciones de: invisibilidad, miedo, desinformación, desempleo, entropía, estigmatización, violencia, exclusión, señalamiento y discriminación social y laboral.

Muchos de ellos viven en zonas periféricas en situaciones vulnerables y también muchos de ellos desconocen dos cosas: la primera, la cantidad de personas LGBT que hay en el municipio; y la segunda, que la Com⁷ LGBT tiene derechos y que existen propuestas de proyectos de ley a nivel nacional en marcha, para mejorar la calidad de vida de los miembros de esta comunidad.

⁵ Medellín es el segundo municipio colombiano más poblado, es capital del departamento de Antioquia. También conocido como el Valle de Aburrá, es el núcleo principal del área metropolitana. Tiene una población de 2 508 452 habitantes a (2017), mientras que dicha cifra, incluyendo el área metropolitana, asciende a 3 821 797 personas (2016).

⁶ Itagüí es un municipio colombiano ubicado en el sur de Medellín, en el departamento de Antioquia. Forma parte de la denominada Área Metropolitana de Medellín y está conurbado. De acuerdo con las cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) la población a 30 de junio de 2012 es de 258520 habitantes, siendo la tercera aglomeración urbana del Área Metropolitana de Medellín. El 47,2 % de la población de Itagüí son hombres y el 52,8 % mujeres.

⁷ Com LGBT, es la abreviación de, Comunidad LGBT.

Existe también en el mismo territorio, la Corporación Visibles, actualmente compuesta por aproximadamente 43 miembros creada desde el año 2013 por personas de la Com LGBT (hombres, mujeres, transexuales y transgénero) para demandar, defender y promover, los derechos LGBT.

Desde su misión de proyección social la Corporación busca ayudar a las comunidades más vulnerables por medio de la realización de jornadas comunitarias. Lo que sería en el marco de una estrategia de *Desarrollo Endógeno*, los *Proyectos de Desarrollo*, para transformar positivamente las situaciones de vida de las comunidades del territorio de Itagüí.

Frente a esta realidad, consideré pertinente trabajar desde la Corporación Visibles, *la Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales*, algo que no habían hecho para crear y proponer una *Estrategia* que propiciara que los sujetos de la Com LGBT fueran unos a otros, reflexionaran sobre su realidad, la evaluaran, no se negaran lo que les pasa; construyeran consensos, sacaran a flote su capacidad transformadora y emprendieran acciones para intervenir sus realidades positivamente, las de la Com LGBT, y las de las comunidades a las que pertenecen algunas personas LGBT.

La comunicación en el contexto de la Com LGBT de este territorio, ha sido pensada en la dirección que propone (Ceraso et al., 2002) cuando dice:

Cuando pensamos la comunicación nos planteamos la posibilidad de transformar nuestras condiciones de vida en sentidos contruidos por todos. Deseamos una situación futura diferente a la actual, que nos movilice a proponernos acciones y proyectos y a construirla y alcanzarla desde procesos colectivos. (p.9)

Mi vínculo con el problema es directo porque que soy homosexual y he vivido en el municipio de Itagüí casi toda mi vida, por lo que conozco por experiencia como se vive allí cuando se tienen deseos que se reflejan en orientaciones sexuales diferentes a la heterosexual.

También milito por la demanda, defensa y promoción de los derechos de esta comunidad y he tenido contacto con la Oficina de Equidad y Género de la Alcaldía (poder político), con quienes he dialogado acerca de la situación de la Com LGBT y la ausencia y necesidad de *Políticas Públicas*.

Además, he percibido como en este territorio éstas personas son blanco de violencia, discriminación, invisibilidad y señalamiento; y también he observado como son estigmatizados y juzgados por las instituciones (entre ellas la familia), las organizaciones y la iglesia, sin importar ningún atributo favorable, social o de personalidad.

En definitiva, mi realidad, mi formación profesional, los conocimientos obtenidos en la maestría, mi contacto con la Corporación Visibles y la posibilidad de acceder a la Oficina de Equidad y Género de la Alcaldía, son los vínculos que me conectan con los actores, sus prácticas, relaciones y situaciones.

Esta tesis ha sido realizada en el marco de PLANGESCO, porque considero está vinculada con los materiales estudiados en las asignaturas, los debates producidos en clase y los temas abordados y propuestos de mi parte durante la cursada de la currícula académica, de manera tal que se completó con trabajo en territorio real mi formación como maestrando.

Con respecto a la Com LGBT que es a quien va dirigido este trabajo, el aporte es que materializa de forma ordenada y racional la *planificación*, y propone la *gestión* de los procesos comunicacionales de la Corporación dentro de una Estrategia, que plantea un *Objetivo de Desarrollo*, con *Proyectos de Desarrollo* determinados, para transformar

positivamente problemáticas determinadas, una propuesta con la que no cuenta ninguna Corporación LGBT con ente jurídico válido en el territorio.

Para PLANGESCO, el aporte de este trabajo es la elaboración de una *Estrategia*; bajo sus conceptos y nociones, aplicados en una comunidad específica, establecida en un territorio determinado, con una realidad puntual, en un país de América del Sur (Colombia). Los resultados obtenidos están propuestos como información para analizar e interpretar desde las autoridades de la maestría, con el fin de abrir nuevas discusiones dado el caso y cruzar con los debates y conceptos tratados en ella.

Finalmente, el principal aporte de esta tesis de parte de PLANGESCO y del autor, es el planteamiento de una *Estrategia* vinculada a los deseos que tienen los seres humanos de la Com LGBT del municipio de Itagüí, de transformar positivamente las realidades difíciles que atraviesan día a día, en un territorio donde pocos suman valor para intentar cambiar su realidad.

Pregunta de investigación

Ante el problema planteado el interrogante fue:

¿Desde la comunicación qué se podría proponer para ayudar a cambiar las situaciones de vida actuales (problemáticas) de los sujetos de la Com LGBT del municipio de Itagüí, para que en el corto, mediano y largo plazo, sus realidades de vida se transformen positivamente?

Para poder hallar una respuesta caminé entre clases magistrales, autores diferentes, trabajo en territorio, y fui uno más de la Corporación Visibles o un “visible” como nos llamamos cariñosamente.

Entonces, para la construcción de la *Estrategia* consideré pertinente indagar el pasado, para saber cómo se vivía una orientación sexual diferente a la heterosexual en Colombia años atrás, y considerar esos datos al momento de elaborar el *diagnóstico participativo*.

Por eso recurrí a la historia para conocer hechos relevantes; leyes de años atrás para saber que legislación había con respecto a la diversidad sexual; textos, revistas, fotografías y poesías, para hallar indicios sobre cómo se percibía y vivía la no heterosexualidad en el pasado.

Fui al encuentro con aquellos que vivieron y viven este cuento desde antes que yo naciera para que ambientaran para mí la historia con su voz. Visité lugares donde reposan registros con datos y acontecimientos ocurridos en diferentes partes del mundo, para saber que pasaba con la diversidad sexual y finalmente recurrí a la academia para construir los:

Antecedentes históricos de la homosexualidad en Colombia

La legalización de la homosexualidad en Colombia (decreto 100, 1980) bajo la constitución política de 1886, fue un hecho que mostró como la producción teórica de un proyecto de ley político, excedió al debate académico y se insertó en un proceso político real, lo que es una relación situada históricamente entre producción teórica y proceso político, que impactó las formas de pensamiento del imaginario colombiano con respecto a: la homosexualidad, la heterosexualidad, la familia, el género y la sexualidad, el matrimonio, la vida en pareja, la religión y la adopción.

En la construcción de estos antecedentes, quedó en evidencia que con la legalización de la homosexualidad hubo un antes y un después en la sociedad colombiana, en términos de como se perciben los sujetos en relación con la sexualidad y el género, y se dio un divorcio entre las formas de pensamiento religiosas, heteronormativa y conservadoras, con las homosexuales y sexualmente diversas.

La búsqueda y la legalización de la homosexualidad desencadenó hechos en el ámbito cultural, social y político, que mostraron como Colombia (como parte de América) se piensa a sí misma y busca su identidad por medio de: el sentimiento y pensamiento colectivo de los sujetos; sus percepciones sobre la diversidad sexual y el género; los diálogos y debates sociales llevados a proyectos de ley políticos; la influencia de personajes que con sus discursos se erigen como líderes de opinión (pensadores, actores políticos, escritores, diplomáticos, dramaturgos, periodistas, poetas, políticos, artistas, entre otros); en un contexto mundial en el que se daban luchas en función de la diversidad sexual, la igualdad de derechos y la legalización de la homosexualidad.

En la presentación de estos antecedentes se verá como los sujetos cambian su comportamiento social con los cambios en las leyes, como hay una relación entre el sistema político y la sociedad y como construyen a propósito de la sexualidad y el género sus definiciones de justicia, identidad, derecho, libertad e igualdad, en el marco del Estado Colombiano.

Pero no se puede hablar de lo que ocurre en un país con respecto a un tema determinado sin presentarlo para conocerlo mejor, por lo que en adelante lo que leerán estará estructurado de la siguiente manera: datos de Colombia y su contexto nacional en la década que va de 1970 a 1980. Breve panorama sobre lo que ocurre en el mundo en la década de los 80 que es el periodo de tiempo en que se legaliza la homosexualidad en Colombia. Contextualización general sobre el tema de la homosexualidad en Colombia desde 1980 en adelante. Estado actual del tema de la diversidad sexual en Colombia en términos de derechos y marco legal al año 2018.

Datos de Colombia

Conocida como la puerta de América del Sur, Colombia es un estado unitario constituido en un estado social y democrático de derecho. Su forma de gobierno es presidencialista, Iván Duque, su actual presidente.

Al ser un estado social y democrático los ciudadanos otorgan el poder a sus gobernantes por medio del voto, se puede votar a partir de los 18 años, edad en la que los ciudadanos alcanzan la mayoría de edad.

Hay dos datos a tener en cuenta, el sufragio en Colombia no es obligatorio y a su vez Colombia es el país con mayor tasa de abstención electoral de toda América.

Tiene aproximadamente 45.500.000 habitantes según las cifras del Banco Mundial a 9 de julio de 2018, resultado del mestizaje entre europeos, indígenas y africanos.

- El idioma oficial es el español.
- Su sistema económico es capitalista, pertenece a las economías emergentes de América del Sur, la moneda es el peso colombiano. Es conocida por la calidad del café, el banano y las flores. Además es fuerte en industria textil y manufacturera.
- En los últimos 50 años presentó serios conflictos de orden civil con grupos armados⁸.

⁸ El conflicto armado interno en Colombia es una guerra asimétrica de baja intensidad que se desarrolla en Colombia desde la década de 1960. Los principales actores involucrados han sido el Estado colombiano, las guerrillas de extrema izquierda y los grupos paramilitares de extrema derecha. Ha pasado por varias etapas de recrudescimiento, en especial desde los años ochenta cuando algunos de los actores se comenzaron a financiar con el narcotráfico.

- El clima es en un 83% cálido.
- El 89% de la población pertenece a la religión católica, lo que hace que sea una cultura con fuertes creencias religiosas y conservadoras.
- Su capital es Santa Fé de Bogotá.
- La adopción igualitaria, es decir la adopción para parejas del mismo sexo fue aprobada el 4 de noviembre de 2015.
- El matrimonio igualitario está aprobado desde el 28 de abril de 2016.
- Al año 2015 según datos de la UNESCO la tasa de alfabetización es del 94.25%, siendo la femenina más alta que la masculina con un 94.24% frente a un 94.06%.

¿Qué ocurre en Colombia entre 1970 y 1980?

Socialmente la década de los 70 y parte de la década de los inicios de los 80 está permeada por acciones de violencia y tortura, de hecho las personas que vivieron en esta época lo llaman “El Ciclo de la Tortura”, porque llegó a tal punto la violencia que llamó la atención del mundo y requirió de la intervención de la comunidad internacional (Amnistía Internacional y la Comisión Internacional de Derechos Humanos, en 1980) para intervenir y emprender acciones contra la tortura, el encarcelamiento abusivo y las desapariciones forzadas.

Hechos que se desataban la mayoría de las veces por asuntos que tenían que ver con la tierra y en los que estaban involucrados el Estado, los campesinos y los terratenientes, en un principio; luego se sumaron grupos armados y el narcotráfico.

Entre otros hechos importantes en 1979 Colombia estreno televisión a color, y es creada la revista Alternativa por intelectuales de la época, periodistas y escritores (entre ellos Gabriel

García Márquez⁹ y Enrique Santos Calderón¹⁰), para generar una revista de periodismo de izquierda que criticara al gobierno.

Sólo hasta junio de 1981 la existencia del SIDA (Síndrome de inmunodeficiencia adquirida) se hace pública en Colombia, por medio de diferentes medios.

Contexto mundial años 80

El mundo presentaba grandes tensiones por la Guerra Fría entre Estados Unidos y la Unión Soviética. Perú salía del gobierno revolucionario de las fuerzas armadas para volver a la democracia. El presidente de Estados Unidos, Ronald Reagan¹¹ exponía una serie de medidas económicas de libre mercado, que serían la base de la economía neoliberal. En África hay hambrunas y en Etiopía sequías. En Latinoamérica continúan las desapariciones forzadas que ya se venían dando desde 1970, Argentina volvía a la democracia en 1983. En 1981 se presenta el VIH-SIDA, con preocupación de la Comunidad Científica.

Homosexualidad en Colombia

La homosexualidad en Colombia era castigada entre 1936 y 1980, si una persona era sorprendida manteniendo este tipo de relaciones, estaba infringiendo la ley y era penalizada

⁹ Gabriel García Márquez fue escritor, novelista, cuentista, periodista, editor y guionista colombiano. En 1982 recibió el Premio Nobel de Literatura. Murió a sus 87 años, el 17 de abril de 2014 en Ciudad de México, México.

¹⁰ Enrique Santos Calderón, es periodista y escritor colombiano, escribió durante casi 4 años la columna “Contraescape” publicada semanalmente en el periódico El Tiempo (uno de los principales periódicos de Colombia), del que fue Director entre 1999 y 2009. Es hermano de Juan Manuel Santos, expresidente de Colombia.

¹¹ Ronald Reagan fue presidente de Estados Unidos (1981- 1989), actor y político, hizo parte del ejército y participó en la segunda Guerra Mundial.

bajo la explicación de que estaba corrompiendo la sociedad. A partir de 1980, realizar actos homosexuales no está prohibido.

Entre el 36 y el 80, las concepciones teóricas estaban asociadas desde la legalidad y lo jurídico a juzgar los actos homosexuales, los cánones de la sociedad colombiana veían a la homosexualidad como algo indebido, ilegal, antinatural, irregular, anormal y pecaminoso.

Ese es el contexto del pensamiento colectivo de la época y son las vértebras de las mentalidades predominantes. Ser heterosexual es lo aceptable, lo natural, lo debido y lo correcto, y ese era el discurso que se aceptaba, expresaba y multiplicaba.

Ser homosexual representaba algo malo, era sinónimo de estar enfermo por razones o trastornos psicológicos apoyados en el discurso hegemónico de la medicina, que no presentaba argumentos sólidos, y solo proscribía acompañamiento psicológico y psiquiátrico para los homosexuales, por ser una especie con “sensaciones sexuales contrarias”, al parecer nombradas por Westphal en 1870.

Al respecto (Foucault, 1976) dice:

La categoría psicológica, psiquiátrica, médica de la homosexualidad se constituyó el día en que se la caracterizó - el famoso artículo de Westphal sobre las “sensaciones sexuales contrarias” (1870) puede valer como fecha de nacimiento¹² - no tanto por un tipo de relación sexual como por cierta cualidad de la sensibilidad sexual, determinada manera de invertir en sí mismo lo masculino y lo femenino. La homosexualidad apareció como una de las figuras de la sexualidad cuando fue rebajada de la práctica de la sodomía a una suerte de androginia

¹² Westphal escribió esta definición en el año de 1870 en: Archiv für Neurologie.

interior, de hermafroditismo del alma. El sodomita era un relapso¹³, el homosexual es ahora una especie (p.45)

En 1973, la Asociación Americana de psiquiatría APA, retiró la homosexualidad de su lista de enfermedades mentales, y el 16 de mayo de 1990, la Organización Mundial de la Salud OMS también lo hizo.

Después de 1980 en Colombia, la trama lógico conceptual básica que establecía los fundamentos de la heterosexualidad como lo natural, lo deseable, lo correcto, lo sano, lo que Dios permite, lo debido, lo normal; es cuestionada, no como equivocada si no como una lógica que no era única desde el comportamiento sexual del sujeto, lo que daba cuenta de la existencia de otro deseo y otra orientación sexual, la homosexual, e incluso de un tercer deseo y orientación, el bisexual.

Por tanto, lo que se permitía dentro de la Constitución Política de la sociedad colombiana y se encontraba constituido como legal desde el marco político, como delineante del comportamiento social entra en discusión, se cuestiona y se presenta un nuevo discurso que sustenta la existencia de otros que practican el sexo de una forma diferente, sienten diferente y desean diferente.

Y a su vez plantean su deseo, orientación y práctica sexual; como existente, correcta, sana, natural; y, exponen y demandan legalidad para ser aceptados, igualados, no discriminados y no señalados en el ámbito social.

¹³ Que reincide en un pecado del que ya había hecho penitencia, o en una creencia herética a la que había renunciado.

Es en este punto, dónde la forma de pensamiento heterosexual entra en divorcio con la forma de pensamiento y sentimiento homosexual, porque hay una ruptura de la linealidad del comportamiento heterosexual general al aparecer nuevas prácticas, las homosexuales masculinas y femeninas, y aunque no hay un proyecto de ley aprobado con respecto a la homosexualidad, en la realidad de la vida sexual del sujeto colombiano anterior a 1980 hay prácticas homosexuales, y las formas de vivir la homosexualidad, el lesbianismo o la bisexualidad era de manera silente, entrópica y oculta.

Aunque la homosexualidad haya sido legalizada, la heterosexualidad para la sociedad colombiana ha sido siempre el reflejo de un colectivo que significa “lo que se debe ser y hacer” y tiene establecido una forma de comportamiento social, sentimental y sexual, que debe acatarse y que proscribía como correcto, relacionarse y establecerse plenamente con el sexo opuesto.

Esa es la información que ha estado en el pensamiento social y en la mentalidad de las personas, y está vinculado a proyectos y prácticas sociales como las relaciones de noviazgo heterosexuales, una práctica aceptada y bien vista ante los ojos de la cultura colombiana, que no es más que el proyecto de pareja en el que hay una relación sentimental denominada noviazgo entre dos personas de sexo opuesto, que puede concluir en matrimonio.

Otra práctica más cruda pero aceptable, es el hecho de que un hombre y una mujer tengan relaciones sexuales por consentimiento de ambas partes, si la mujer tiene la mayoría de edad (18 años).

Cuando las relaciones de noviazgo heterosexuales avanzan a proyectos jurídicos como el matrimonio, se habla también de los deberes y derechos que se contraen. La decisión de casarse puede estar atravesada por rituales previos, como la cena de compromiso para pedir la mano convirtiendo la novia en prometida, y finalmente es concluida con la boda siendo ésta

última un acto la mayoría de las veces realizado bajo los rituales de la religión católica (matriz de pensamiento religioso católico presente) o bajo las normas de la jurisdicción civil.

La heteronormatividad también está fuertemente relacionada con la religión católica y el modelo de familia de José, María y el niño Jesús; legado de la cultura española. Para las mujeres el escenario ideal ha estado modelado en relaciones sentimentales de noviazgo que las conduzcan al matrimonio y al que deben llegar castas (vírgenes) preferentemente, imitando a la virgen María la madre de Jesús, para posteriormente convertirse en mujeres dedicadas a la crianza de los hijos, el cuidado de su esposo y el hogar.

Para los hombres el escenario ideal está en trabajar para mantener su casa y su familia como un símbolo de hombría, y en su comportamiento social mostrar fuerza y carácter; elementos decodificados como símbolos de poder, masculinidad y virilidad.

Se sale un poco de esta forma de pensamiento la unión libre, el concubinato e incluso el divorcio. Aunque en muchas zonas de Colombia existía y existe todavía el machismo y la poligamia, ésta última interpretada también como símbolo de masculinidad y virilidad.

Desde antes de 1979 después de este año y hasta nuestros días, la cultura colombiana bajo las reglas de la heteronormatividad no acepta plenamente la homosexualidad y la significa como una opción de segunda categoría, no deseable, lejana de lo correcto, deshonrosa, anormal y antinatural. El hombre debe casarse y procrear como se venía creyendo y haciendo, y tal y como lo plantea y refuerza la iglesia católica.

“La opción de vida aceptable para la sociedad colombiana es la heteronormal y su representante es la familia, una familia de orden patriarcal, basada en las reglas de la heteronormatividad sobre todo desde la misión reproductora de la familia.” (Tejada, 2009, p.2)

Con respecto a la familia (Tejada, 2009) dice:

La familia de esta época es una familia nuclear, heterosexual, monogámica y normativa con una función clara la reproducción en doble sentido, reproducción de la especie y de los roles de los hombres como padres proveedores y ajustados a una masculinidad. (p.3)

Hasta mediados de 1980, no había una legislatura, ni reconocimiento de derechos para los homosexuales, por tanto esta práctica era prohibida y castigada. Quien fuera sorprendido realizando estas prácticas, aún después de estar el decreto en vigencia, era considerado inferior, anormal, sodomita, pederasta, enfermo, inmoral, vergonzoso, pervertido, corruptor, no útil ni apto para la sociedad.

Incluso se realizaron actos de violencia contra los homosexuales por ir contra “la sanidad de la sociedad”. Ser sorprendido (en público) realizando actos homosexuales abarcaba, desde lo jurídico ser penalizado, y desde lo social ser rechazado y señalado por inmoralidad y en ocasiones hasta violentado.

Además, el homosexual es decodificado como débil, enfermo, corruptor, vergonzoso (para su familia y amigos), poco viril y femenino en el caso de los hombres o marimacha en el caso de las mujeres, son todo lo contrario a lo deseable y proyectable en el pensamiento heterosexual.

Al respecto (Tejada, 2009) dice que:

Los homosexuales son considerados como anormales porque ejecutan relaciones sexuales que no están en función de la reproducción si no del placer, y el cristianismo que es el

respaldo del modelo de familia heterosexual anuncia la existencia de un pecado, la sodomía¹⁴ que aunque no tenía una penalización física, si comprendería una marca social mal vista entre los feligreses católicos (p.7)

(Tejada, 2009) finaliza diciendo:

En un mundo patriarcal que tiene la heterosexualidad como norma y la familia¹⁵ tradicional como su terreno, el homoerotismo ocupa un lugar de subordinación. Mundo en el que se fortalece la enseñanza de la heteronormatividad, principalmente desde la misión “reproductora de la familia” y a través del pensum oculto en la escuela, de donde se desprende la sutil y cotidiana “violencia simbólica” que se sostiene desde esa heterosexualidad compulsiva que padecemos. Se me hace entonces necesario señalar el lugar protagónico ocupado por la familia tradicional en la construcción de las fobias frente a la diversidad sexual, unida, claro está, a otras instituciones sobre las que se levantan los estados modernos y en ellos el orden patriarcal. (p.2)

Mientras tanto en Europa y EEUU, se libraban luchas y se lograban fuertes avances con respecto a la homosexualidad y la igualdad de deberes y derechos frente a los heterosexuales. Cada vez eran más los estadounidenses que militaban por la igualdad de derechos inspirados

¹⁴Término de origen religioso que hace referencia a comportamientos sexuales, describe el acto del sexo anal u oral entre personas del mismo sexo.

¹⁵ La familia a la que se refiere el historiador Walter Tejada es la que estaba vigente en Colombia, de manera hegemónica, al finalizar el siglo XIX y comenzar el siglo XX, la familia nuclear, heterosexual, monogámica y normativa. Un modelo que sigue prevaleciendo la cultura colombiana con excepciones.

por los hechos ocurridos en Stonewall Inn¹⁶ el 27 de julio 1969, lugar donde los clientes hicieron una revuelta en contra de una brutal operación policial en contra de los homosexuales, hecho que significó el comienzo del movimiento de liberación gay y la creación de diferentes agrupaciones LGBT, para promover la visibilidad de la homosexualidad, combatir la homofobia y exigir leyes igualitarias.

A lo anterior, se sumaron los cambios legales que tuvo la homosexualidad en 1970 que se realizaron dentro del marco general de defensa de las libertades civiles, que se producen en EEUU y en Europa gracias al Mayo del 68 francés.

Más de una década de hechos y luchas en el mundo alrededor de la Diversidad Sexual, inspiraron a los simpatizantes y homosexuales colombianos, que llevaban vidas ocultas pero poco ajenas a la cultura norteamericana, para luchar por la legalización de la homosexualidad dado que el contexto mundial cada vez avanzaba de manera más fuerte hacia luchas, exigencias y presentaciones de proyectos políticos; en búsqueda de la igualdad y la legitimidad de derechos para las personas homosexuales.

La forma de pensamiento del colectivo homosexual empieza a divorciarse del pensamiento hegemónico heterosexual, cuando el sujeto homosexual encuentra que el pensamiento, el sentir, el discurso y los actos heterosexuales no lo identifican ni representan; se da cuenta que tiene otra forma de ver, sentir y relacionarse en el mundo; entonces, su pensamiento empieza a hacer una apropiación y modificación del mundo de acuerdo a sus deseos e intereses.

¹⁶ Stonewall Inn, es el bar gay dónde comenzaron los disturbios de 1969, que significaron el comienzo del movimiento de liberación gay de EEUU. Está situado en el 53 de Christopher Street, Greenwich Village, Nueva York. En junio de 1999 fue incluido en el Registro nacional de lugares históricos de EEUU por su significación histórica para la historia LGBT.

Adicionalmente otras personas empiezan a sentirse identificadas con la forma de vida homosexual y entonces el pensamiento, los deseos, el discurso y las prácticas homosexuales, van colonizando a otros sujetos (muchos de ellxs previamente identificados con la homosexualidad se atreven a salir a la luz pública). Entonces se da una ruptura entre lo instaurado y el discurso deóntico y los actos se modifican.

Empieza a dominar al interior del colectivo homosexual una forma de pensamiento que piensa, siente y desea diferente, al pensamiento heterosexual, y en consecuencia realiza prácticas distintas. Sus sentimientos, emociones, prácticas y discurso, son diferentes a las establecidas por la norma, la cultura y la religión.

¿Pero cómo ocurrió todo esto? ¿Cómo esta sociedad se había establecido como exclusivamente heterosexual?

Al respecto, (Tejada, 2009) dice:

La familia, junto con la escuela, mal llamada segundo hogar, fue responsable de la generación de sujetos ajustados a los deber ser establecidos dentro del orden patriarcal heteronormal, donde estaban claros los roles del hombre y de la mujer como universales. Pero como siempre han existido sujetos que se revelan frente a esos mandatos marcados por el deber ser, se generaron los anormales. (p.3)

Con la legalización de la homosexualidad en Colombia en 1980, se abre desde la ley la aceptación, a un deseo que se refleja en una orientación sexual que tiene prácticas sexuales diferentes a las permitidas hasta ese momento. Y, con esta apertura se empieza a conocer cada vez más las formas de pensamiento de las personas que coinciden con este deseo o que simpatizan con él.

Entonces la homosexualidad en el territorio colombiano empieza a definirse a sí misma y a generar una identidad por medio de diferentes actores como: artistas, referentes de hechos pro gay mundiales, moda, íconos (bandera de colores), cine, obras de arte y música; que llevaban más de una década, inspirando los debates y las luchas para conquistar el derecho en el terreno político.

La literatura, la poesía, el teatro, el periodismo, la política encarnada por protagonistas que expresaron su defensa por la homosexualidad y el cuestionamiento por la forma de vivir y pensar actual, tuvo todo que ver para que el proyecto político de la legalización de la homosexualidad en Colombia tuviera éxito en 1980.

Entre estos personajes colombianos están: Félix Ángel¹⁷, escritor de la obra, Te quiero mucho, poquito, nada; donde hablaba abiertamente de la homosexualidad en 1975. Su libro fue retirado de las librerías por su carácter atrevido y transgresor.

Gustavo Álvarez Gardeazabal, político, escritor, columnista y periodista, fue un gran defensor de los derechos de los homosexuales en Colombia y se le recuerda porque en su novela, El Divino, abordaba el tema del narcotráfico y la homosexualidad.

Fernando Vallejo¹⁸, homosexual y famoso escritor, novelista, ensayista y cineasta. Reconocido nacional e internacionalmente, siempre ha criticado fuertemente a la Iglesia

¹⁷ Félix Ángel además de escritor fue poeta, se le reconoce por ser el primer escritor en abordar abiertamente el tema de la homosexualidad en la literatura colombiana.

¹⁸ Fernando Vallejo nació el 24 de octubre de 1942, ha sido un fuerte crítico de la Iglesia Católica. Entre sus películas más famosas está: La virgen de los sicarios, un film donde aborda el tema de la homosexualidad y el sicariato en la ciudad de Medellín-Colombia.

Católica. Es recordado por muchos homosexuales de la época de 1980, quienes refugiados en sus escritos cobraban valor para luchar por la legalización de la homosexualidad.

Efraím Medina Reyes, escritor y cineasta, su aporte a la literatura homosexual es la obra, Técnicas de masturbación entre Batman y Robin.

Porfirio Barba Jacob¹⁹, reconocido poeta, periodista y escritor, caracterizado por vivir abiertamente su homosexualidad.

Bernardo Arias Trujillo²⁰, homosexual, poeta, escritor y diplomático. Hacía parte del grupo literario de los grecolatinos. Creo un colegio especial para homosexuales que hasta hoy sigue vigente con su mismo nombre en La Virginia, municipio de Risaralda. Entre sus poemas más famosos está Roby Nelson, donde canta la belleza de un muchacho argentino. Este poema es referente de la literatura homosexual colombiana y latinoamericana.

Más tarde en 1987 José Manuel Freidel, dramaturgo antioqueño, aborda la temática homosexual desde el teatro con el monólogo, ¡Ay Días! Chiqui, en el que denuncia la violencia sobre los travestis. Freidel murió asesinado en 1990.

¹⁹Porfirio Barba Jacob, se llamó inicialmente Miguel Ángel Osorio Benítez. Paso muchos años de su vida exiliado en el exterior a causa de su homosexualidad.

²⁰Bernardo Arias Trujillo, además fue colaborador de los periódicos El Universal y La Patria. Se quitó la vida a los 34 años el 4 de marzo de 1939.

Para Manuel Antonio Velandia Mora²¹ primer homosexual reconocido como víctima del conflicto armado en Colombia, por recibir constantes amenazas tras denunciar casos de explotación sexual de adolescentes, cometidos por miembros de grupos armados, el movimiento homosexual en Colombia surge con fuerza en 1976 por iniciativa de estudiantes y profesores que cansados de tener una homosexualidad legalizada en la palabra, pero negada en la práctica y el diario vivir, deciden organizarse para militar para hacer respetar lo conseguido y continuar luchando por lo que consideraban les hacía falta y era lo justo.

Se sabe que además de estos personajes hubo muchos otros pensadores, artistas, escritores y políticos, que desde su rol social inspiraron e incitaron a la comunidad homosexual para luchar por la legalización de la misma, por lo que los sujetos militantes empezaron a tener un comportamiento social que los llevo a establecer criterios de valor diferentes a los convencionales, se agruparon, empezaron a establecer parámetros para fundar un método que los llevara a conseguir unos resultados específicos, como poder relacionarse con otros homosexuales e insertarse en el ámbito político para demandar y luchar por la legalización de la homosexualidad.

Finalmente el deseo se convirtió en un proyecto que agotó lo académico y se insertó en un proyecto político (relación entre sistema político y la sociedad) y se inició una demanda por la legalización de la homosexualidad y se ganó. Entonces las definiciones de democracia, libertad, justicia e igualdad que ya existían se modificaron y se han seguido modificando en el marco del Estado Colombiano hasta nuestros días.

²¹ Manuel Antonio Velandia Mora, es profesor de sociología y sexología. Doctor en enfermería y cultura de los cuidados por la Universidad de Alicante, España. Es activista de los derechos de los homosexuales. Tuvo que huir a España.

En 1980 ser homosexual en Colombia paso de ser ilegal a legal por tanto la sociedad de repente tuvo que cambiar la percepción que tenía sobre las personas homosexuales, y con esto modificar un pensamiento que se había formado históricamente y que se había legislado desde un proyecto político prohibitivo. La sociedad colombiana empezó a cambiar, ser homosexual era legal y no juzgable, al menos desde la ley.

El discurso homosexual, que había sido silenciado para legitimar la heterosexualidad como exclusiva y permitida cobro su voz y derecho, y no hubo un proceso de pedagogía para que los heterosexuales aceptaran a los homosexuales completamente a pesar de la creencia tenida y formada en años, además de las conceptualizaciones médicas, biológicas, religiosas, morales, políticas, que antes habían argumentado la no aprobación de la homosexualidad.

Con la legalización de la homosexualidad después de 1980 se hacen evidentes algunos cambios en el mercado, los más visibles los bares y discotecas, sobre todo en las ciudades capitales como Bogotá, Medellín y Cali. Así pues, con la legalización no solo empiezan a modificarse el pensamiento, las leyes y la política. También el mercado.

Con el tiempo se fueron instaurando cines, saunas y videos; que empezaron a ser concurridos casi que exclusivamente por homosexuales, lo que dio cuenta de una relación económica en la que una parte de los ingresos de los homosexuales, se invertía en los lugares dónde se reunían y relacionaban las personas con este deseo y orientación sexual.

Y a su vez demostraba como los homosexuales se convertían en un público objetivo o target dentro de las leyes de mercado. Un target que no ha parado de crecer y consumir mundialmente.

Después de 1980 se evidencio, cómo dentro de las dinámicas del mercado había una demanda de productos y servicios de parte de los homosexuales, que con el tiempo fueron equilibrados con ofertas de productos y servicios suministrados muchas veces por

heterosexuales, para satisfacer estas necesidades. De tal suerte que se unen a la homosexualidad algunos simpatizantes mediados por las variables: necesidad, negocio, ganancia, oferta, demanda, costo y beneficio.

Actualidad

La homosexualidad sigue siendo legal en Colombia, la edad de consentimiento homosexual es a partir de los 14 años, se promulga que heterosexuales y homosexuales deben ser tratados por igual. Hay protección legal contra la discriminación laboral, por bienes y por servicios.

El 4 de noviembre de 2015 fue aprobada la adopción igualitaria para parejas del mismo sexo. El cambio de sexo es legal y se permite el cambio de sexo en la documentación. No puede haber discriminación por donación de sangre o servicio militar.

El matrimonio igualitario está aprobado.

Las parejas del mismo sexo que convivan más de dos años con una pareja extranjera podrán recibir la nacionalidad.

Las parejas de homosexuales al igual que las heterosexuales, están en pleno derecho de no incriminar, ni declarar en contra de su compañero permanente.

Los miembros homosexuales del sistema de salud de las Fuerzas Militares, pueden incluir a su pareja en lo que respecta a pensión de supervivencia y beneficiario de salud.

Los homosexuales estamos incluidos en el derecho de patrimonio inembargable.

Los funcionarios públicos homosexuales que tengan pareja, al hacer su juramento de posesión también deben juramentarla.

Marco legal

La Constitución Política de 1991 define a Colombia como un Estado pluralista, fundado en la dignidad humana que reconoce a todas las personas como iguales sin ninguna discriminación.

El (Artículo 130, ley N 1753, 2015) establece que: “el Gobierno nacional a través de sus entidades, llevará a cabo las acciones necesarias tendientes a la implementación y seguimiento de la Política Pública Nacional para la Garantía de Derechos de Lesbianas, Gais, Bisexuales, Transgeneristas e Intersexuales (LGBTI) a través del Ministerio del Interior, e impulsará ante las Entidades Territoriales la inclusión en los Planes de Desarrollo Departamentales, Distritales y Municipales de acciones y metas que garanticen los derechos de las personas de los sectores sociales LGBTI.

El (Artículo 123, Ley N 1753, 2015) estableció que la Consejería Presidencial para los Derechos Humanos deberá articular, coordinar y supervisar la implementación de la Política Integral de Derechos Humanos de acuerdo con la: “Estrategia Nacional para la Garantía de los Derechos Humanos 2014-2034”. Dicha política se implementará a nivel nacional y territorial, e incorporará el Enfoque Basado en Derechos Humanos (EBDH) como herramienta esencial para el diseño, formulación, implementación, evaluación, ajuste y rendición de cuentas de todas las políticas públicas.

El (Decreto- Ley N 2893, 2011) en sus artículos 1 y 2 establecen que el Ministerio del Interior tiene como objetivo formular, adoptar, dirigir, coordinar, ejecutar y hacer seguimiento a la política pública, planes, programas y proyectos en diversas materias dentro de las cuales se incluyen los derechos humanos y la atención a la población LGBTI, lo cual implica promover la materialización de sus derechos, con enfoque integral, diferencial, y social.

La jurisprudencia constitucional en reiterados pronunciamientos, entre otras en la (Sentencia T-062, 2011) ha identificado la opción sexual cómo uno de los criterios sospechosos, de discriminación contraria al derecho a la igualdad, de acuerdo con el artículo 13 de la Constitución Política.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos, de acuerdo con las obligaciones generales de respeto y garantía de los derechos humanos de la Convención Interamericana de Derechos Humanos y de los demás tratados de Derechos Humanos, ha establecido que la orientación sexual y la identidad de género de las personas son categorías protegidas por la Convención. Por ello está proscrita cualquier norma, acto o práctica discriminatoria basada en la orientación sexual de la persona. En consecuencia, ninguna norma, decisión o práctica de derecho interno, sea por parte de autoridades estatales o por particulares, pueden disminuir o restringir, de modo alguno, los derechos de una persona a partir de su orientación sexual (Caso Átala Riffo y Niñas Vs. Chile²²).

La Corte Constitucional en la (Sentencia C-577, 2011) estableció que el núcleo esencial de los derechos a la personalidad y a su libre desarrollo, contemplados en los artículos 14 y 16 de la Carta, forma parte de la autodeterminación sexual que comprende el proceso de autónoma asunción y decisión sobre la propia sexualidad, como opción no sometida a la interferencia o a la dirección del Estado, por tratarse de un campo que no le incumbe, que no causa daño a terceros y que está amparado por el respeto y la protección que,

²² El caso Atala Riffo y niñas vs. Chile es una sentencia de 24 de febrero de 2012 de la Corte Interamericana de Derechos Humanos sobre custodia parental y derechos LGBT, que revisó un fallo de la justicia chilena que en 2005 había concedido la custodia al padre, a causa de la orientación homosexual de la madre. Fue el primer caso de la Corte Interamericana sobre derechos LGBT.

de conformidad con el artículo 2º superior, deben asegurar las autoridades a todas las personas residentes en Colombia.

La jurisprudencia constitucional afirma que: “La ausencia de igualdad en caso de personas pertenecientes a grupos históricamente discriminados conlleva a la anulación permanente de otros derechos en distintos rangos, que van desde la seguridad social integral, pasando a situaciones básicas como el acceso y la permanencia en el trabajo, la educación o en el aspecto recreativo”.

El (Decreto N 1227, 2015), estableció el procedimiento para adelantar la corrección del componente de sexo del registro del estado civil a través de escritura pública.

La (Ley N 115, 1994) señala como objetivos comunes de todos los niveles de educación; (i) la formación de: “la personalidad y la capacidad de asumir con responsabilidad y autonomía sus derechos y deberes”, (ii) “proporcionar una sólida formación ética y moral, y fomentar la práctica del respeto a los derechos humanos” y (iii) “desarrollar una sana sexualidad que promueva el conocimiento de sí mismo y la autoestima, la construcción de la identidad sexual dentro del respeto por la equidad de los sexos, la afectividad, el respeto mutuo y prepararse para una vida familiar armónica y responsable”.

La (Ley N 1620, 2013) creó el Sistema Nacional de Convivencia Escolar y Formación para los Derechos Humanos, la Educación para la Sexualidad y la Prevención y Mitigación de la Violencia Escolar. Entre sus objetivos se encuentra la necesidad de fortalecer la convivencia escolar, la educación para el ejercicio de los derechos humanos, sexuales y reproductivos de los niños, niñas y adolescentes de los niveles educativos de preescolar, básica y media; y el fortalecimiento de mecanismos de prevención, protección detección temprana y denuncia de las conductas de violencia escolar que atentan contra la mencionada convivencia.

La Corte Constitucional en (Sentencia C-481, 1998) y (Sentencia T- 565, 2013) estableció que “(...) debe tenerse en cuenta la jurisprudencia de la Corte, ha contemplado que la regla de prohibición de discriminación fundada en la opción sexual resulta aplicable, de manera específica, en el ámbito educativo.

De conformidad con la (Ley N 1709, 2014) se reconoce la existencia de poblaciones con características especiales, entre estas por su orientación sexual e identidad de género y que, por tal razón, las medidas penitenciarias deberán contar con un enfoque diferencial que garantice el ejercicio de los derechos de las personas que hacen parte de la población LGBTI.

La (Ley Estatutaria N 1751, 2015) regula y garantiza el derecho a la salud como un derecho fundamental, establece el acceso en igualdad de trato y oportunidades para todas las personas, obliga al Estado a adoptar políticas para la igualdad de trato y para evitar la violación de este derecho y determinar el régimen sancionatorio.

Además, que dentro de su definición del derecho a la salud incluye su disponibilidad, aceptabilidad y accesibilidad. De igual manera establece que este derecho comporta los principios de universalidad, pro-homine, prevalencia de los derechos, libre elección, y la necesidad de acciones afirmativas para grupos vulnerables.

La Corte Constitucional, a través de la (Sentencia T-314, 2011) exhortó al Ministerio del Interior para articular “una política pública integral nacional, constante y unificada con los entes territoriales para el sector LGBTI, que posibilite su socialización y coadyuve a la convivencia pacífica, cumpliendo también los deberes y obligaciones correlativas”.

La Corte Constitucional mediante la (Sentencia C-577, 2011) reconoció “La presencia en las uniones homosexuales estables del elemento que le confiere identidad a la familia más allá de su diversidad y de las variaciones que tenga su realidad, su concepto y su consecuente comprensión jurídica, las configura como familia y avala la sustitución de la

interpretación que ha predominado (...)”, y que “ (...) la Constitución entonces aprobada previó formas distintas de constituir la familia, la evolución posterior ha permitido replantear la interpretación del concepto constitucional de familia protegida y, sin desatender el tenor literal del artículo 42 superior, reconocer la familia conformada por las parejas homosexuales que tengan la voluntad responsable de conformarla”.

Capítulo 2

Marco Teórico

Esta *Estrategia de Procesos Comunicacionales* se propuso para transformar positivamente las situaciones de vida de la Com LGBT en el municipio de Itagüí, analizando a la luz de diferentes conceptos su historia, su contexto particular, el territorio, lo comunicacional, los actores y sus relaciones; para realizar un *Diagnóstico Comunicacional* valorativo de la situación inicial, futura y deseada; que dejara como resultado la *planificación* y parte de la *gestión* de una serie de *Proyectos de Desarrollo*²³ *Endógenos* ejecutables y con *mensajes propios*, cuyo fin es acercar a la comunidad al futuro deseado u *Objetivo de Desarrollo Endógeno*.

Conocer y entender los conceptos sobre los que se fundó esta tesis es fundamental para saber de qué manera se interpretó y analizó desde la teoría, la situación real de un colectivo específico, establecido en un territorio determinado; con particularidades puntuales en lo político, económico, social, demográfico, histórico y cultural.

A su vez las nociones son el sustento y la defensa del análisis, los puntos de vista, las construcciones y las propuestas, expuestas en la *Estrategia*. Además sirven de guía para saber desde que teorías se construyó para entenderla mejor.

Este marco teórico no se realizó con la interpretación de los resultados obtenidos en un laboratorio, prácticas propias de la ciencia. Ni con la obtención de modelaciones y aplicaciones de ecuaciones como en las ciencias exactas. Las conceptualizaciones logradas

²³ La palabra desarrollo está referida a transformación de la realidad para mejorar la calidad de vida, en este contexto el término “Proyectos de desarrollo” podría entenderse también como: “Proyectos de transformación de la realidad para mejorar la calidad de vida”.

son el producto de la aplicación de diferentes teorías a las realidades sociales que viven las personas de la Com LGBT en el territorio de Itagüí, que nos llevaron poco a poco a conocernos mejor, a reflexionar y a trazar líneas de trabajo conjunto en búsqueda de la transformación positiva.

Sus formas de vivir, de actuar frente a determinadas circunstancias, sus prácticas, sus habilidades, sus saberes y su humanidad, me convirtieron en uno más de la comunidad y en la persona que estuvo ahí para sintetizar y dar cuenta de la forma más rigurosa posible de los resultados obtenidos al unir los conceptos de diferentes autores con la práctica.

Partimos de la disputa con la entropía al abrir la comunicación desde la Corporación Visibles para las personas de este territorio sin importar sus creencias religiosas, sus posturas (ideológicas y políticas) y sus deseos; para facilitar el diálogo, la expresión y la reflexión, alrededor de los deseos reflejados en la orientación sexual de los sujetos y el sexo, por eso el primer planteamiento tenido en cuenta es el que propone (Foucault, 1976) cuando dice:

Se debe hablar del sexo, se debe hablar públicamente y de un modo que no se atenga a la división de lo lícito y lo ilícito, incluso si el locutor mantiene para sí la distinción (y para mostrarlo están esas solemnes y liminares declaraciones); se debe hablar como de algo que no se tiene, simplemente, que condenar o tolerar, si no que dirigir, que insertar en sistemas de utilidad, regular para el mayor bien de todos, hacer funcionar según un óptimo. El sexo no es cosa que solo se juzgue, es cosa que se administra. Participa del poder público; exige procedimientos de gestión; debe ser asumido por los discursos analíticos (p.27).

Es importante además entender el concepto de “*Estrategia*” como lo plantea (Ceraso et al., 2002) cuando dice: “Llamamos *Estrategia* a una tecnología que con los datos del diagnóstico y la construcción de mensajes, se puede utilizar para instalar la discusión en una

comunidad y construir posibles alternativas de solución a los problemas de nuestra realidad”(p.15).

Primer paso, el concepto de diagnóstico y su aplicación en relación con la comunicación y la metodología

Para diseñar esta *Estrategia* para la Com LGBT y definir el *Objetivo de Desarrollo Endógeno* con sus respectivos *Proyectos de Desarrollo Endógenos*, resultó necesario investigar y analizar la realidad actual del colectivo en el territorio.

Por esto en el contexto de esta tesis cuando uso la palabra *diagnóstico*, ésta debe entenderse como investigación, y lo investigado es la Com LGBT de Itagüí.

En este orden de ideas cuando hablo de diagnóstico en relación con la comunicación es decir, “*diagnóstico comunicacional*”, lo hago como lo define (Ceraso et al., 2002):

El *diagnóstico comunicacional* es una herramienta que nos permite analizar la realidad comunicacional, priorizar los aspectos de la comunicación para conocer no solo las problemáticas de una comunidad sino también sus formas de organización. Desde el *diagnóstico comunicacional* podemos analizar la relación de los medios con los demás actores sociales, reconocer actores, sentidos, ruidos, lenguajes, espacios y canales, flujos de la comunicación, proponer líneas de acción y algunas posibles soluciones a las problemáticas de la realidad diagnosticada (p.28-29).

Es de señalar que un *diagnóstico comunicacional* puede realizarse de forma social y participativa, o de forma pasiva, aunque no se dan de forma absolutamente pura porque se mezclan, por lo que es importante tener claro el esquema del diagnóstico que se quiere realizar.

En esta *Estrategia* el *diagnóstico* fué elaborado de forma *social y participativa*, esto quiere decir que se hizo con la gente, por la gente y para la gente, y dio como resultado los actores y sus relaciones, contextos, canales de comunicación, lenguajes-códigos y flujos. Además se encontraron las problemáticas de la Com LGBT (realidades negativas) y las realidades positivas, lo que permitió jerarquizarlas, analizarlas y plantear líneas de acción para transformar lo negativo, y mantener o mejorar lo positivo.

La forma de realizar el *diagnóstico* inició con la definición de las fuentes que aportarían información (datos), relacionados con las realidades y necesidades de la Com LGBT, libros, autores, ponencias, instituciones y los testimonios de las personas, éstos últimos fueron de gran ayuda.

Los datos obtenidos (cuantitativos y cualitativos) por medio de la observación, la delimitación del mapa con sus signos, la aplicación de la encuesta y la realización de entrevistas, fueron aprovechados al máximo analizando toda la información en función del concepto *diagnóstico comunicacional* definido al principio de este apartado.

La comunicación el alma de la Estrategia

En muchas ocasiones la comunicación, es interpretada a partir de un modelo en el que hay un emisor que envía un mensaje en un código específico a un receptor por medio de un canal, lo que nos remite a los estudios realizados en Estados Unidos en 1949 con la *Teoría Matemática de la información*, planteada por Claude Shannon y Warren Weaver, cuyo objetivo central era que el mensaje emitido por el emisor fuera exactamente el mismo que recibe el destinatario.

En 1958 nueve años después, esta teoría es analizada por el lingüista ruso Roman Jakobson quien le adiciona dos factores: el contexto y las funciones del lenguaje, y la denominó *Teoría de la Información*.

Con respecto a este modelo los *pensadores funcionalistas*²⁴ que entendían la sociedad como un *organismo* con un sistema articulado e interrelacionado, aportaron a esta teoría la importancia del análisis del papel que tienen los grupos de pertenencia de los individuos en la interpretación de los mensajes y sus efectos. Son los principales exponentes de la *Teoría funcionalista*: Émile Durkheim, Talcott Parsons, Bronislaw Malinowski, Herbert Spencer y Robert Merton.

La *teoría crítica*²⁵ por su parte aportó conceptos como la ideología y la manipulación, que luego permitieron dilucidar la función social y política del emisor. Son sus principales representantes: Theodor Adorno, Walter Benjamin, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Jürgen Habermas, Oskar Negt o Hermann Schweppenhäuser, Erich Fromm, Albrecht Wellmer y Axel Honneth, entre otros.

²⁴ La teoría funcionalista propone que las sociedades suponen de mecanismos propios capaces de regular los conflictos y las irregularidades, así como las normas que determinan el código de conducta de los individuos, los cuales variarán en función de los medios existentes y esto es lo que rige el equilibrio social. Por lo que pasamos a entender a la sociedad como un “organismo”, un sistema articulado e interrelacionado. A su vez, cada una de estas partes tiene una función de integración y mantenimiento del propio sistema. Según Parsons, la teoría de sistemas, se basa en la teoría funcionalista, y establece que la sociedad se organiza como un sistema social que debe resolver cuatro imperativos fundamentales para subsistir: Adaptación al ambiente, Conservación del modelo y control de tensiones, Persecución de la finalidad, Integración mediante las diferentes clases sociales.

²⁵ La teoría crítica es una escuela de pensamiento que pone énfasis en la evaluación y la crítica de la sociedad y de la cultura a partir del estudio de las ciencias sociales y las humanidades. Como término, la teoría crítica tiene dos significados con diferentes orígenes e historias: el primero tiene sus orígenes en la sociología y el segundo en la crítica literaria. A través de este último, la teoría crítica se usa como un término genérico que puede describir una teoría fundada desde la crítica.

Sin embargo fue la semiología, la teoría literaria y las miradas sociológicas como las que presentan los *Cultural Studies*²⁶ ingleses basados en los estudios de los founding fathers (padres fundadores): *Richard Hoggart*, *The Uses of Literacy* (1957); *Raymond Williams*, *Culture and Society* (1958); *Edward P. Thompson*, *The making of the English Working Class* (1963); *Stuart Hall y Paddy Whannel*, *The Popular Arts* (1964); y el sociólogo canadiense *Erving Goffman*, los que llevaron el modelo informacional de la comunicación a otras instancias.

Para Goffman, por ejemplo, las prácticas comunicativas son más hechos sociales que hechos de lengua (esto quiere decir que el lenguaje es un ideal lingüístico toda vez que al momento de expresar un enunciado éste ocurre de manera espontánea, sin una revisión rigurosa de su correcta estructura gramatical, lo que lo convierte sin importar su correcta organización una vez enunciado en un hecho social) y pueden ocurrir en cualquier momento como una metáfora teatral en la que los participantes asumen roles, bajo la dinámica de una interacción comunicativa en donde se da producción de sentido.

Por tanto, aplicado a la situación comunicativa de la Com LGBT de Itagüí, podría decirse que las personas de este colectivo tienen el papel de aquellos que han sido invisibilizados, por tener deseos sexoafectivos diferentes a los heterosexuales, pero, mantienen entre sí una

²⁶ Los estudios culturales fueron desarrollados inicialmente por académicos británicos a fines de la década de 1950, 1960 y 1970, y posteriormente han sido retomados y transformados por académicos de diferentes disciplinas en todo el mundo. El ámbito de los estudios culturales combina la economía política, la comunicación, la historia, la sociología, la teoría social, la teoría literaria, la teoría de los medios de comunicación, el cine, la antropología cultural, la filosofía y el estudio de fenómenos culturales en las diversas sociedades. Los investigadores de los estudios culturales a menudo se interesan por cómo un determinado fenómeno se refiere a cuestiones de ideología, nacionalidad, etnia, género y clase social.

interacción comunicativa que les permite ir al encuentro con otros que coinciden con su deseo, y en ese encuentro se genera una producción de sentido que es la reflexión sobre lo que les ocurre y el consenso, éste último para unirse, organizarse y crear una corporación (distribución de roles) con una misión específica (transformar las situaciones actuales), que es legitimada jurídicamente (a través de un trámite legal) para luego establecer interacciones con apelación y negociación con otras instancias, convirtiéndolos en sujetos políticos con deseos entre ellos, transformar.

Por esto en el marco de esta tesis la comunicación, también debe ser entendida como vehículo de transformación y como la plantea (Ceraso et al., 2002): “un proceso que nos permite ir al otro, para conocerlo, conocer su realidad y de ese modo reflexionar y conocer la propia” (p.9).

Jesús Martín-Barbero (1987), presenta una mirada para los estudios de comunicación en América Latina en su obra “*De los medios a las mediaciones*” cuando propone que: “*la cultura es la gran mediadora de todo proceso comunicativo*”, y la mediación el punto desde donde se otorga sentido al proceso, argumentando además que mensajes, canales, emisor y receptor son parte de lo cultural, no son entidades separadas y deben estudiarse en las prácticas cotidianas.

En consecuencia se verá a lo largo del desarrollo de la tesis que me sumergí en la cotidianidad del municipio de Itagüí y en su Com LGBT desde la Corporación Visibles, para estudiar como esta cultura es mediadora del proceso comunicativo y como le da sentido, identificando los actores, sus relaciones y cómo se comunican; y observando y analizando los procesos de comunicación y las interacciones comunicativas que se dan entre los actores presentes en el territorio. A su vez identifiqué lo comunicacional en la Corporación Visibles en su interior y la forma como se comunican con el exterior.

La importancia de la planificación y el desarrollo

Dice (Ceraso et al., 2002)

La *planificación* en América Latina, surge atada al campo de la economía, asociada al *desarrollo*, sustentado en la idea de que el crecimiento a lograr era el económico. En la actualidad, desde un aporte interdisciplinario que vienen haciendo las Ciencias Sociales, se ha introducido el componente cultural subjetivo como una forma de concebir de manera integral el desarrollo. En este sentido, el desarrollo no se mide solamente por el nivel de ingreso de la población, sino por cuánto ha mejorado la calidad de vida de ésta. Los aportes de la comunicación para el desarrollo han tenido que ver con construir democracia y equidad, promoviendo la construcción ciudadana desde el diálogo social y la concertación (p.64).

Por eso en el contexto de esta tesis, el término desarrollo debe ser entendido de tres maneras, la primera: como transformación positiva del nivel de vida de las personas de la Com LGBT del municipio de Itagüí, lograda por la unión y el trabajo de sus miembros (por esto en la *Estrategia de Procesos Comunicacionales* hablo de *Proyectos de Desarrollo Endógenos*, porque se gestan desde el interior de la comunidad); la segunda: como un objetivo a alcanzar por medio de la planificación y gestión de la comunicación; y la tercera: como un concepto que considera el crecimiento económico pero no está limitado por la focalización absoluta en él.

La planificación ha sido una pieza fundamental, pues fue a través de ella que se pensaron estratégicamente las intervenciones realizadas en la Com LGBT del territorio de manera organizada y racional, en búsqueda del *Objetivo de Desarrollo Endógeno*.

El diccionario de la Real Academia Española define la planificación como: “*Plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo*”

determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de la industria, etc”.

Una vez más puede observarse la relación que presenta la planificación con el desarrollo, sin embargo, se debe tener en cuenta que existen diferentes formas de pensar y teorizar la planificación, lo que conlleva implicaciones políticas y formas de actuar determinadas de acuerdo a los diferentes escenarios y enfoques.

Algunos enfoques que demarcan experiencias de planificación en América Latina son:

Enfoque normativo

Con su origen en la década del '50 y también llamado “planificación del desarrollo”, fue impulsado por la Comisión para América Latina (CEPAL) y el Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES), propone que hay que planificar el desarrollo de América Latina.

Basado en premisas positivistas, propone mirar la realidad de manera homogénea y objetiva, y como algo que se puede cuantificar y mirar por sectores. De aquí nace la idea de una realidad previsible y controlable, algo que está fuera del planificador que con los métodos puede transformarla.

En este enfoque la planificación es un instrumento, el planificador busca las leyes que rigen al objeto que estudia y determina como cambiar una situación inicial para alcanzar una situación objetivo.

El planificador es un técnico, concentra poder y conocimiento. La planificación es el logro de un fin a través de los medios. El centro de este enfoque es la obtención de productos observables y la eficiencia.

Enfoque estratégico-situacional

Nace de la crítica a la planificación normativa en la década del '70. Carlos Matus, Mario Testa y Jorge Giordani son los autores de referencia. Considera que la realidad social es heterogénea y se presenta al planificador por problemas sociales. Los actores sociales identifican esos problemas, toman posición y desde allí planifican.

La planificación precede y preside a la acción. Para llegar al objetivo se trabaja la realidad por problemas sociales y se dialoga con los actores. En este enfoque el planificador es técnico y está en diálogo con el político.

El método es relativamente flexible. Con la dinámica de la realidad y la acción en paralelo de otros actores se determina una secuencia flexible de estrategias para revolver los obstáculos y lograr la situación objetivo.

Enfoque comunicativo

Con Jürgen Habermas entre los autores que han realizado aportes a este enfoque, encontramos que al igual que la Planificación Estratégica, la Planificación Comunicativa cuestiona la Planificación Normativa.

Además rechaza la idea de la intervención del sujeto, desde afuera, y sobre la realidad social, ésta última en este enfoque se construye y asume desde tres ideas:

Idea de integridad: la realidad social es compleja y dinámica. Se ponen en juego los actores, las relaciones y las situaciones que le dan a cada espacio una identidad propia.

Idea de diversidad: no se trata de ver la heterogeneidad en tanto diferencia, sino mirar las diversidades en los actores y los puntos comunes que permiten la construcción de proyectos colectivos.

Idea de construcción colectiva: en lugar de acción estratégica se propone acción comunicativa, en lugar de buscar estrategias de conflicto u oposición, se trazan líneas de acción centradas en la cooperación y los consensos.

En este enfoque la planificación es un proceso de transformación de las relaciones sociales-comunicativas. Los proyectos integran acciones y relaciones centradas en los consensos de los actores. No existe una metodología única, la planificación es un proceso de gestión que construye diferentes métodos en relación con la realidad y con los sujetos que intervienen.

Para la “*Estrategia de procesos comunicacionales*” que propongo en esta tesis el enfoque aplicado fue:

La planificación como proceso de aprendizaje y producción de conocimiento

Desde esta mirada *la planificación y la gestión* de los *Proyectos de Desarrollo Endógenos* planteados, que fueron doce, son instancias de producción de saberes sobre la realidad propia que viven las personas de la Com LGBT del municipio de Itagüí, de manera tal que conocida la realidad se pueda reflexionar sobre ella para transformarla.

La manera de procurar la transformación es aplicando a los datos del *diagnóstico* una *planificación* que introduzca organización y racionalidad a la ejecución de los proyectos, que fueron pensados estratégicamente partiendo de los deseos de las personas, y planteados de manera que fueran ejecutables, eficientes y eficaces en sí mismos. El esquema de planificación utilizado fue:

Situación inicial: fue el punto de partida, el diagnóstico de la realidad actual. Ahí nos posicionamos para conocer en profundidad dónde estábamos y qué estaba pasando, para poder realizar una proyección que nos permitiera pronosticar la situación futura.

Situación futura: fue la reflexión sobre el futuro y cómo lo imaginábamos teniendo en cuenta las realidades positivas y negativas de la realidad actual, además del cuestionamiento a la actualidad si nadie hace nada para transformarla.

Situación deseada: fue la imaginación, el deseo y el pensamiento sobre el futuro que queremos alcanzar, fue la utopía y a la vez el desafío y la pregunta sobre cómo acercarnos a esa situación deseada u *Objetivo de Desarrollo Endógeno*. En este punto la *Estrategia de Procesos Comunicacionales* es el puente, que nos acerca al *Objetivo de Desarrollo Endógeno* a través de los *Proyectos de Desarrollo Endógenos* y su *planificación*.

Mirar como comunidad el presente con relación al *Objetivo de Desarrollo Endógeno* ayudó a reflexionar, pensar, opinar, compartir y definir en grupo los *Proyectos de Desarrollo Endógenos* de la *Estrategia de Procesos Comunicacionales*, que delinearon el camino entre el presente y el deseo.

Después de identificados los proyectos tuvieron su respectiva formulación y análisis de factibilidad donde se consideraron la viabilidad económica, política, social y cultural.

El papel de la gestión, la acción.

Dice (Ceraso et al., 2002)

En un sentido amplio la gestión es la definición de los criterios para la toma de decisiones en la ejecución de proyectos que, articulados entre sí, generen procesos de transformación de los problemas de nuestra realidad. En un sentido más restringido, es la forma a través de la cual el grupo establece objetivos comunes, organiza, articula y proyecta las fuerzas y los recursos humanos, técnicos y económicos para alcanzarlos (p.130).

En el marco de esta tesis *el diagnóstico, la planificación y la gestión*, fueron pensados de manera integral, por tanto la gestión es parte y resultante del trabajo realizado con: el

diagnóstico, donde desocultamos cómo es la situación inicial de la Com LGBT en el municipio de Itagüí; *la planificación*, donde como comunidad planteamos lo que queremos lograr y como lo queremos lograr (Objetivo de Desarrollo Endógeno) partiendo de los datos del diagnóstico; y *la gestión*, donde los *Proyectos de Desarrollo Endógenos* se ejecutan pensando en el *Objetivo de Desarrollo*, que se planteó con base en los datos del diagnóstico.

Lo anterior deja en evidencia que la metodología es flexible y está en diálogo continuo con la realidad. Las acciones se piensan de forma estratégica y los proyectos planificados se redefinen continuamente.

Los proyectos fueron gestionados hasta ahora por un grupo de trabajo conformado por los miembros de la Corporación Visibles con un plan de trabajo, en el que se abrió la comunicación procurando que los miembros tuvieran una participación activa y roles definidos.

Esta actividad ha dejado entrever que en los procesos de *planificación* y *gestión* además de reflexión y acción, los actores de la Com LGBT se piensan a sí mismos en relación con el colectivo al que pertenecen lo que ha estimulado la reflexión crítica, la posibilidad de aprender de las realidades inmediatas y el deseo de transformarlas.

La producción de mensajes, un momento en el proceso de transformación

Existen muchas maneras, recursos y plataformas, para asumir la producción de mensajes propios, sin embargo, también es importante tener en cuenta la actitud encausada hacia el destinatario de los mensajes porque determina la manera como los puede percibir y las formas e intenciones de las estrategias y los mensajes mismos. “Comunicar es una aptitud, una capacidad; pero sobre todo una actitud” (Kaplún, 1987, p.115).

Acercarme a los sentimientos, opiniones y concepciones de las personas de la Com LGBT y la comunidad en general alrededor del tema de la diversidad sexual, fue muy importante

para saber sus posiciones, expresiones (verbales y no verbales), sus formas de pensamiento, su cultura, para recrear grupalmente con las personas de la Corporación una concepción del destinatario; esas personas a las que les expresamos nuestros mensajes para pedirles reflexión sobre su realidad, sobre los hechos, y a quienes les presentamos el mensaje de adhesión a la defensa, demanda y promoción de los derechos de la Com LGBT, los mismos a quienes vamos a tratar de informar acerca de lo que pasa con la Com LGBT en su territorio, aquellos a quienes vamos a estimular para que salgan de la entropía para que no nieguen lo que les pasa y no inhiban más su capacidad transformadora. Lograr este diálogo con ellos fue fundamental porque sin él no era posible aprender, ni avanzar. Por eso en el contexto de esta tesis la producción de mensajes propios son además de mensajes, acciones hacia la transformación, es decir un proceso en un momento de transformación, porque se parte de actores (con su carga socio histórica y política), que ponen en juegos sus competencias de saber hacer y de manejo de códigos sociales para realizar un producto, el cual lleva dentro de sí un fin, tal y como lo plantea (Barbero, 1987)

A su vez, *la producción de mensajes propios* es el resultado de un trabajo colectivo realizado con personas de la Com LGBT y de la Coporación Visibles, en el que hubo acercamiento y conocimiento recíproco para definir contenidos y formas de los mensajes a expresar en los *Proyectos de Desarrollo Endógenos*; y, definición de lenguajes, canales, aliados, redes de apoyo y recursos (humanos, financieros y tecnológicos), que permitieran llegar a los diferentes actores de la comunidad.

El enfoque siempre estuvo en democratizar y valorar la palabra de aquellos que fueron mandados al silencio y la invisibilidad, lo que supone que comunicarse con la comunidad desde la comunidad facilitó la expresión de realidades e identidades culturales y de género, lo que permitió desocultar y articular saberes, y el reconocimiento de los diferentes actores sociales y comunicacionales como sujetos constructores de su deseo y realidad.

Identificar los actores y sus relaciones, los contextos, los canales de comunicación, los lenguajes y códigos y los flujos de la comunicación, aportó información relevante no solo para la construcción de los mensajes en sí, si no también para identificar cuáles son las formas de comunicación que las personas usan o prefieren.

Los diálogos con las personas en el territorio, la aplicación de encuestas, la elaboración de entrevistas, los datos del diagnóstico, la construcción del mapa, la observación, las formas de comunicación ya existentes, hacen parte de un entramado, que fue transversal a todo el proceso de elaboración a esta *Estrategia de Procesos Comunicacionales*, que identificó además de materiales gráficos una alta tendencia a la elaboración de mensajes digitales que son además compartidos por canales digitales, y una preferencia entre los sujetos del territorio por recibir mensajes en este formato (sitio Web, banners, boletines digitales, información, redes sociales, cuenta de correo electrónico y grupo de WhatsApp).

Lo que deja certitud que las personas de la Com LGBT de este territorio y de la comunidad en general, están rodeadas por instrumentos tecnológicos frente a los que presentan una aptitud y una actitud para relacionarse con ellos y desde ellos, dejando entrever la importancia del lenguaje de comunicación digital, en los procesos de comunicación que se presentan en el territorio.

Con respecto a los lenguajes digitales, Francisco Gutiérrez (1975) citado por,

(Ceraso C. , 2008) dice:

“Cada uno de esos lenguajes codifica la realidad de modos diferentes; cada uno de ellos oculta una metafísica única. Tal vez nos convenga empezar a reconocer que hasta el presente hemos sido esclavos de una sola forma de comunicación...” ; “...No puede haber ningún cambio tecnológico o físico en los medios de intercomunicación que no sea acompañado por un espectacular cambio social”.

A esto último debo añadir, que en el caso particular de las personas de la Com LGBT del municipio de Itagüí, el cambio tecnológico de los últimos años ha facilitado la intercomunicación entre ellos, fuera por salas de chat, aplicaciones, correo electrónicos, sitios Web exclusivos para esta comunidad y la guía gay digital.

Además, ha permitido que aquellas personas que viven su orientación sexual de manera silente se atrevan a establecer comunicación y contacto con otros por medio de los lenguajes de comunicación digitales, e incluso les ha permitido la participación en foros de opinión con personas de su colectivo y el intercambio de opiniones e información.

Ha quedado en evidencia también, que a través de estos lenguajes de comunicación los sujetos que han establecido relaciones han puesto a circular mensajes comunitarios de la Corporación Visibles, donde convocan a la participación de los voluntariados comunitarios y han llegado personas a participar, lo que permite concluir que por medio de estos lenguajes se construye un sentido del desarrollo.

Una mirada al género desde la realidad de los invisibilizados

Llegado a este punto resulta necesario exponer porqué no hablo de *Población LGBT*²⁷ ni de personas *queer*²⁸, y si de *personas LGBT* y de *Comunidad LGBT*, lo hago porque es así

²⁷ El historiador Walter Tejada, plantea que no existe ninguna "comunidad" LGBT, sino que existen poblaciones LGBT, con todo lo que implica ser población, desde una perspectiva foucaultiana. Cuando los medios de comunicación siguen hablando de "comunidad", siguen reproduciendo la idea que es lo mismo ser lesbiana, ser gay, ser bisexual y ser trans, invisibilizando las diferencias en las necesidades, en las agendas y las hegemonías que se juegan entre estas poblaciones.

²⁸ La palabra "queer" viene del inglés y se utiliza como nombre de una teoría sobre un conjunto de ideas sobre el género y la sexualidad de las personas que sostiene que los géneros, las identidades sexuales, y las orientaciones sexuales, no están esencialmente inscritos en la naturaleza humana, sino que, son el resultado de

cómo se sienten y definen los sujetos de este territorio, explicándose como la unión de varias personas con deseos no heterosexuales evidenciados en sus orientaciones sexuales (entendiendo éstas como su identidad de género); que demandan, defienden y promueven sus derechos, ante la sociedad en general y el poder político. En consecuencia su comunidad está compuesta por: *lesbianas y gays (homosexuales), bisexuales, transgénero y transexuales*.

Entendiendo como *lesbiana, gay u homosexual*, a aquella persona de sexo femenino que desea y tiene relaciones sexuales con personas de su mismo sexo; *gay u homosexual*, a la persona de sexo masculino que desea y tiene relaciones sexuales con personas de sexo masculino; *bisexual*, a la persona que desea y tiene relaciones sexuales con personas de ambos sexos; *transexual*, a la persona de sexo masculino o femenino que mediante operaciones quirúrgicas o tratamientos hormonales realizó modificaciones a su sexo; y *transgénero*, a aquella persona que sin modificaciones permanentes a su sexo, decide llevar la vida de otro sexo porque se identifica con él.

Como ya he dicho antes hay personas de esta comunidad que se encuentran en situaciones de silencio, violencia (incluso por parte de la policía), invisibilidad, entropía y miedo; bajo la heteronormatividad como lo deseable y correcto desde cualquier punto de vista.

Por lo que frente a las realidades enunciadas surgieron los interrogantes: *¿Qué tan llevaderas y habitables son las vidas de las personas de la Comunidad LGBT del municipio de Itagüí, bajo la heteronormatividad?, ¿están de acuerdo plenamente con esta norma que les*

una construcción social y, como tales, son formas que varían en cada persona y en cada sociedad. Esta teoría rechaza la clasificación de los individuos en categorías universales y fijas, como: varón, mujer, heterosexual, homosexual, bisexual o transexual; pues, considera que están sujetas a restricciones impuestas por una cultura en la que la heterosexualidad es obligatoria; así como la heteronormatividad y el heteropatriarcado.

impone un deseo sexual por ser biológicamente de un género determinado, o solo están resignadxs?

Al respecto (Butler, 2004) plantea:

En algunas ocasiones una concepción normativa del género puede deshacer a la propia persona al socavar su capacidad de continuar habitando una vida llevadera. En otras ocasiones, la experiencia de deshacer una restricción normativa puede desmontar una concepción previa sobre el propio ser con el único fin de inaugurar una concepción relativamente nueva que tiene como objetivo lograr un mayor grado de habitabilidad. (p.13)

Por lo que era capital, intervenir la vida de las personas de esta comunidad para evitar que desde la heteronormatividad se socavara su capacidad de habitar una vida llevadera convirtiéndola en inhabitable, y tratar de transformar la vida de aquellas personas que están al límite de su capacidad de habitabilidad en algo más llevadero y habitable.

También, es igual de importante apelar al Estado con base en los hechos y las realidades para legitimar esas transformaciones desde lo político (propuesta de creación de *políticas públicas*) y garantizar una vida llevadera y habitable para el mayor número de personas.

Ahora: ¿cuál es la razón por la que el género, interpretado por algunos como algo íntimo que solo concierne a un sujeto, pasa a ser social y político?

Al respecto (Butler, 2004) dice:

El género propio no se "hace" en soledad. Siempre se está haciendo con o para otro, aunque el otro sea solo imaginario. Lo que se llama mi "propio" género quizá aparece en ocasiones como algo que uno mismo crea o que efectivamente, le pertenece. Pero los términos que configuran el propio género se hallan, desde el inicio, fuera de uno mismo, más

allá de uno mismo en una socialidad que no tiene un solo autor (y que impugna radicalmente la propia noción de autoría) (p. 13-14).

Así las cosas queda claro que el género además de ser parte de la esfera individual del sujeto es una construcción social. Ahora con respecto a lo político.

(Butler, 2004) plantea:

El género emerge como una cuestión política relacionada con una serie específica de riesgos sociales y físicos. Lo más importante es cesar de legislar para todas estas vidas lo que es habitable solo para algunos y, de forma similar, abstenerse de proscribir para todas las vidas lo que es invivable para algunos. La crítica de las normas de género debe situarse en el contexto de las vidas tal como se viven y debe guiarse por la cuestión de qué maximiza las posibilidades de una vida habitable, que minimiza la posibilidad de una vida insoportable o incluso, de la muerte social o literal (p.23-24).

De esta manera hablar de género y entenderlo como algo que va más allá de lo individual y lo colectivo, para situarlo también en los diálogos y luchas de las arenas políticas, fue fundamental al momento de establecer contacto con la comunidad, los actores y configurar la *Estrategia*.

Capítulo 3

Diagnóstico

Contexto específico a 2018 de la Comunidad LGBT en el municipio de Itagüí

Ubicado al Sur de la ciudad de Medellín (Colombia), está el municipio de Itagüí que tiene aproximadamente 231.340 habitantes (según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE²⁹) de los cuales el 47.2% son hombres, el 52.8% mujeres, y se estima que aproximadamente más de 800 personas presentan deseos reflejados en orientaciones sexuales diferentes a los heterosexuales.

Al interior de este municipio está, La Corporación Visibles, un ente sin ánimo de lucro con personería jurídica 55-00000000001796-12, número de identificación tributaria NIT 900859989-0, inscrita en la Cámara de Comercio el 18 de junio de 2015 y constituida desde el año 2013, por personas de la Com LGBT.

Se creó con el fin de trabajar activamente en la demanda, defensa y promoción de los derechos de la Com LGBT, por medio de sus programas y actividades, promoviendo la tolerancia ante la diferencia de personalidad de las personas LGBT en la sociedad, particularmente en su orientación sexual, la interacción, aceptación y enorgullecimiento de su condición, y la creación de una conciencia a su favor, para que sus integrantes conozcan y hagan conocer sus derechos humanos y su salud integral, mediante el autocuidado y la superación personal enfocados en una mejor calidad de vida enmarcada en el concepto de trabajo social, empoderamiento, desarrollo y autonomía económica, contribuyendo a la eliminación de todas las formas de violencia, discriminación, invisibilización y exclusión por

²⁹ El DANE es la entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia.

razón de su orientación sexual a través de la promoción de una cultura de paz y fomentando procesos de solidaridad, equidad, respeto y sana convivencia.

Su misión es: Formular, planificar y gestionar acciones positivas, actividades, campañas, programas y proyectos, que beneficien y promuevan bienestar integral y una mejor calidad de vida para la Com LGBT de Itagüí.

Su visión: Para el año 2020 ser reconocidos como una corporación líder, que trabaja activamente al sur de la ciudad de Medellín, en defensa y promoción de los derechos de la Com LGBT, su bienestar integral, social, empoderamiento y desarrollo económico.

Visibles Corporación surge en un momento en que la Com LGBT es discriminada y violentada en el municipio (provincia del cono urbano) de Itagüí, (donde a la fecha, se dan todavía hechos de discriminación social, laboral, y violencia física y simbólica).

Entonces homosexuales (hombres y mujeres), transgénero y transexuales, miembros de las diferentes comunidades, decidimos unirnos para convocar a más personas en nuestras mismas condiciones, organizarnos y crear una corporación.

A la fecha Visibles Corporación está constituida por una mesa directiva que consta de: Director general que a su vez es el representante legal, Director administrativo, Director financiero, Director de proyección social, Director de recursos humanos, Director de recreación y deporte, Director de desarrollo económico y Director de arte y cultura.

Una mesa de apoyo que está compuesta por 35 personas LGBT. En total son 43 miembros.

Ante la carencia de un ente que demandara, defendiera y promoviera, los derechos de la Com LGBT en Itagüí, en las calles del municipio operaba la ley del más fuerte, las personas LGBT eran y son todavía discriminadas y violentadas. Homosexuales, transexuales y transgénero estaban y están todavía estigmatizados.

Cuando estas personas salen a otras esferas a buscar oportunidades laborales le son negadas por su orientación sexual. Son mal vistos ante la sociedad y etiquetados como personas “anormales” y “enfermas”. Homosexuales, transgénero y transexuales estaban y están todavía destinados a trabajar en las peluquerías o como emprendedores que inician negocios independientes, o se dedican a la prostitución y al narcotráfico por la ausencia de oportunidades de empleo.

En muchas ocasiones cuando las personas LGBT sin importar su nivel de formación salen al campo laboral a conseguir empleo mantienen en secreto su deseo y orientación sexual, los ocultan para poder acceder a los cargos a los que se postulan porque saben que si manifiestan abiertamente ser LGBT no podrán acceder a ellos, aun cuando la organización manifiesta en sus políticas no discriminar por orientación sexual.

Ocurre entonces que las personas LGBT se enfrentan a la doble moral de la organización colombiana, que profesa una cosa en sus políticas organizacionales pero hace otras en la práctica.

Ahora si una persona LGBT logra acceder a un cargo en una organización la mayoría de las veces mantiene oculta su orientación sexual hasta dónde le es posible, para no perder su trabajo o para no ser objeto de señalamiento y cuestionamiento en su entorno laboral.

Se conocen casos en los que personas LGBT que buscan empleos en manos de obra calificadas como profesionales, tecnólogos y técnicos, al expresar en las entrevistas de los procesos de selección, que tienen deseos reflejados en orientaciones sexuales diferentes a la heterosexual son retirados de los procesos sin explicación alguna.

Ocurre también que muchas personas no lo manifiestan y son contratados, pero al estar inmersos en las culturas organizacionales y expresar sus orientaciones, cobijados en que las

políticas organizacionales no discriminan, son despedidos sin justa causa o con causas intrascendentes o irreales.

Por esta razón muchas personas de la Com LGBT optan por crear negocios independientes, se convierten en comerciantes o terminan trabajando en peluquerías, un oficio muy estigmatizado, pues si eres peluquero eres homosexual y es muy difícil salir de esa etiqueta. Esto demarca una relación entre las personas LGBT y la matriz del capitalismo, en la que les toca moverse para obtener su sustento (economía).

Todo lo nombrado trae serios problemas al momento de auto reconocerse como miembros de la Com LGBT , porque al momento de censar la población la gran mayoría no quiere ser reconocido(a), ni hacer parte de ninguna base de datos por los problemas de estigmatización social que este hecho les puede traer.

Lo que ha provocado que la gente de la Com LGBT sea silenciosa, ensimismada y reprimida, porque el hecho de auto reconocerse puede implicar exclusión y esto le resta oportunidades a las que pueden tener acceso si se hacen pasar como heterosexuales.

A todo esto, se suma la intolerancia y la violencia de la que han sido víctimas por ser homosexuales, transexuales o transgénero y la burla y el rechazo público-social y familiar. En Colombia no existe como en Argentina un ente como el INADI³⁰ que luche contra la discriminación de esta población y que a la vez vele por sus derechos y los haga valer ante la justicia competente.

³⁰ El Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) es un ente creado en la Argentina desde 1995 para elaborar políticas nacionales que combatan toda forma de discriminación, xenofobia y racismo, impulsando y llevando a cabo políticas públicas federales y transversales articuladas por la sociedad civil, y orientadas a lograr una sociedad diversa e igualitaria.

A su vez muchos de ellos fueron víctimas de bullying en las escuelas, en sus barrios y en sus familias, por el mero hecho de ser amanerados, es decir por parecer LGBT sin haberlo asumido, tenerlo claro o manifestado verbalmente.

Muchas personas de la Com LGBT en este territorio viven con tensión su orientación sexual y de manera aislada y a escondidas con la incertidumbre de ser descubiertos, muchos de ellos llevan una doble vida y aparentan públicamente una existencia heterosexual (la permitida).

Políticamente la sociedad en la que viven estos sujetos está soportada en la Constitución Política de Colombia de 1991, que dice que es una sociedad libre y en ese sentido los sujetos son autónomos de desarrollar su personalidad y no pueden ser discriminados por creencias políticas, religiosas, razones raciales, origen étnico u orientación sexual (Artículo 13, de los derechos fundamentales).

Lo que quiere decir que en teoría la discriminación a las personas LGBT y la violencia no están permitidas desde la Constitución, pero en la práctica el *Estado* no se hace cargo completamente, su presencia es muy poca, y no hace nada tampoco por hacer prevalecer el contenido de la Constitución Política.

Un ejemplo de esto es la falta de pedagogía aplicada a la ciudadanía para entender y comprender la diferencia. El miedo y el aislamiento en el que vivían y todavía viven muchas personas de la Com LGBT también son una muestra del abandono del Estado.

Los múltiples casos de violencia de los que son blanco los miembros de la Com LGBT en las calles, y los continuos casos de discriminación laboral y social que viven los homosexuales en colegios, universidades y organizaciones de Colombia, también dan cuenta de lo bella que es la constitución en la teoría y lo diferente que es en la práctica.

Lo anterior sumado a las creencias familiares que son conservadoras y machistas, pues se cree que el hombre es fuerte y está para el fin de la reproducción y es más hombre el que más sexo mantiene con mujeres diferentes. Hace que en esta sociedad exista una tensión entre la creencia de lo que es la masculinidad (lo permitido) con la homosexualidad.

Por esto existe una tensión entre homosexuales y heterosexuales, pues se dice que los hombres no lloran y si lo hacen son cobardes y maricas, la virilidad está muy asociada al machismo y esto ha llevado a que los homosexuales entren en tensión y conflicto con la heteronormatividad.

La mujer por su parte debe ser femenina, bien hablada, no apta para trabajos fuertes ni hacer cosas de hombres, su lenguaje tiene que ser pulcro. Su comportamiento sexual tiene que ser monógamo, no puede sentarse a tomar licor sola en establecimientos públicos y se debe a su esposo, al hogar y los hijos. Una mujer con comportamientos masculinos no está bien vista y si usa ropa amplia y predominan los pantalones puede ser tildada de “marimacha”, “machorra” o “arepera”.

Pero no solo hay tensión con la heteronormatividad, también con la institución de la familia, porque al ser conservadoras rechaza cualquier deseo con una orientación sexual diferente a la heterosexual.

A su vez el sujeto tiene la sensación de no saber si está haciendo lo correcto porque las creencias que enfrenta fueron inculcadas desde la niñez, y ha creído en ellas durante toda su vida. Por tanto, la tensión y el conflicto entre las personas LGBT, la institución de la familia y el pensamiento de la sociedad con respecto a lo que debe ser y hacer la figura masculina está presente todo el tiempo.

Muchas personas de la Com LGBT de este territorio crecieron en sus familias con un deseo de orientación sexual diferente y silente, y bajo el mandato que la sexualidad correcta es

la heterosexual que se practica con fines reproductivos. Algo muy parecido al victorianismo que constriñe en el silencio planteado por (Foucault, 1976) cuando dice que:

La sexualidad es cuidadosamente encerrada, se muda de lugar. La familia conyugal la confisca. Y la absorbe por entero en la seriedad de la función reproductora. En torno al sexo se establece el silencio. La pareja, legítima y procreadora, impone su ley. Se impone como modelo, hace valer la norma, detenta la verdad, retiene el derecho de hablar-reservándose el principio del secreto-. Tanto en el espacio social como en el corazón de cada hogar existe un único lugar de sexualidad reconocida, utilitaria y fecunda: la alcoba de los padres (p.9)

Lo que dejó a otros deseos y orientaciones sexuales sin lugar, sin legitimidad y sin aceptación. En relación con esto (Foucault, 1976) indica:

Lo que no apunta a la procreación o está transfigurado por ella ya no tiene sitio ni ley. No puede expresarse. Se encuentra a la vez expulsado, negado y reducido al silencio. No solo no existe sino que no debe existir y se lo hará desaparecer a la menor manifestación –actos o palabras- (p.10)

El tema religioso también hay que considerarlo, pues la sociedad paisa es conservadora y religiosa, juzga las relaciones que no son heterosexuales y a quiénes realizan estas prácticas son señalados como pecadores.

En este municipio la iglesia profesa en su discurso la igualdad (teoría) pero a su vez condena y juzga todo lo que no es heterosexual, lo que genera culpa en unos (las personas LGBT) que son pecadores y no gozarán de la vida eterna, morirán en el pecado y son ovejas descarriadas que perdieron su camino; y, el rechazo a lo diferente de lo heterosexual de otros (los heterosexuales) que no están pecando, están en lo permitido y por tanto no están señalados y se encuentran libres de esta culpa. La relación entre la Corporación Visibles y la Com LGBT con la iglesia es tensa.

Con respecto a la Corporación Visibles y su relación con la Alcaldía de Itagüí (poder político), la correlación es amigable pero no expeditiva, pues las reuniones con los miembros son programadas sin hacer mucho eco en la convocatoria, los proyectos poco avanzan y las actividades anuales siempre son las mismas.

El presupuesto invertido por parte de la Alcaldía es mínimo lo que ha generado una relación económica tensa porque desde la creación de la Corporación, la Alcaldía por medio de la Oficina de Equidad y Género solo ha manifestado apoyo verbal y poco económico, y la Corporación demanda de éste para sus proyectos, y difiere un poco del hecho que la Alcaldía les invite a aplicar a proyectos, convocatorias y programas abiertos para la ciudadanía en general, porque no está dando un espacio específico para este colectivo.

A su vez la Oficina de Equidad y Género es muy cuestionada desde la Corporación, y desde la Com LGBT, por su tamaño y estructura. Es una oficina pequeña, mal equipada y sin personal formado interdisciplinariamente para abordar al sujeto que llega en búsqueda de guía y entendimiento por ser víctima de cualquier tipo de discriminación.

Lo positivo es que esta Oficina se ha mostrado presta a escuchar y se espera realizar con ella y la Corporación Visibles, un trabajo continuo que aporte información relevante para la elaboración de políticas públicas idóneas para la Com LGBT.

A la fecha la situación de la Com LGBT en el territorio ha cambiado en algunos aspectos, por ejemplo: ahora hay multas para quienes atenten contra la integridad de una persona de esta comunidad y se ha dado la aprobación del matrimonio igualitario. A pesar de esto, las personas de esta comunidad siguen siendo discriminadas, estigmatizadas, señaladas, excluidas, avergonzadas, violentadas y excluidas, desde diferentes frentes sociales.

Proyección social de Visibles Corporación

Dado que el municipio de Itagüí presenta serios problemas de vulnerabilidad y de violencia en la mayoría de su territorio y estas situaciones son más agudas en las zonas periféricas, y muchos de los miembros de la Corporación y de la Com LGBT pertenecen a estas zonas, la Corporación dentro de su misión de proyección a la comunidad desde hace más de dos años adelanta Actividades de Voluntariado en las comunidades como: jornadas gratuitas de peluquería, toma de la presión arterial y peso, entrega de mercados comunitarios, entrega de almuerzos comunitarios, jornadas de maquillaje creativo con los niños, recreación infantil dirigida, entrega de regalos para la infancia, talleres de pintura infantil, torneos deportivos, mejoramiento de los espacios recreativos y deportivos.

Estas acciones se adelantan también en comunidades donde no hay miembros de la Corporación, ni de la Com LGTB, porque se trata de ayudar a las personas de las comunidades vulnerables porque simplemente son seres humanos que necesitan ayuda.

Identificación de los actores y sus relaciones

La identificación de los actores fue muy importante porque además de ubicarlos e interpretarlos en un territorio determinado y en un contexto específico, hubo que buscar las formas de:

“Humanizar los vínculos entre sujetos y entre organizaciones, para definir las estrategias de transformación, posteriormente, tratando de incluir solidariamente a los diferentes sectores de la comunidad”. (Ceraso et al., 2002. p.12)

Y no perder de vista que:

“Todos los actores sociales tienen algo que ofrecer a las estrategias de desarrollo. El intercambio es un modo de poner a circular los recursos que se tienen, en la búsqueda de alcanzar los que se necesitan”. (Ceraso et al, 2002. p.12)

Tabla 1

Matriz de identificación de los actores

Actores	Con quiénes se comunican	Contexto	Canales	Lenguajes y códigos	Flujos
La Corporación Visibles, de la Com LGBT de Itagüí.	Homosexuales, bisexuales y transgénero de toda la Com LGBT del municipio y con la comunidad en general.	El municipio de Itagüí es un territorio de clase media baja. Tiene 231.340 habitantes, y al parecer más de 800 miembros de la Com LGBT.	Reuniones semanales con los integrantes de la Corporación Visibles en un local donde funciona un bar gay.	Oral, informal, coloquial. Acta de las reuniones de la Corporación que son archivadas. Lenguaje formal.	Horizontal, una vez cada semana Mesa Directiva. Horizontal una vez cada semana con la Mesa de Apoyo de la corporación, donde se invita al diálogo, a la reflexión, a la unión y se promueve la participación.
	Oficina de Equidad y Género de la municipalidad.	Hay casos de discriminación, violencia, invisibilidad y rechazo a la Com LGBT.	Reuniones a cara con la oficina de Equidad y Género de la Alcaldía cada 4 meses.	Acta con la Oficina de Equidad y Género, de la alcaldía. Lenguaje formal.	Vertical de la alcaldía con la Corporación, pues por medio de la Oficina de Equidad y Género, transmiten el mensaje y las decisiones directas que envía el Alcalde. Aquí muchas decisiones tienden a ser autoritarias.
	Alcaldía, por medio de la Ofic de Equidad y Género, y del Concejal Jadison Bustamante que es miembro de la Com LGBT.	Se dan casos de exclusión contra la Com LGBT.	Reuniones semanales de la Mesa Directiva de la corporación.	Lenguaje gráfico. Leguaje publicitario.	Vertical de la alcaldía con la Corporación, pues por medio de la Oficina de Equidad y Género, transmiten el mensaje y las decisiones directas que envía el Alcalde. Aquí muchas decisiones tienden a ser autoritarias.
	Comunidad LGBT.	Muchos miembros de la Com LGBT pertenecen a localidades pobres que presentan serios problemas de violencia y seguridad.	Reuniones con los líderes comunales y con las directivas de las instituciones dónde se harán los voluntariados.	Escritura para digital para comunicarse vía WhatsApp.	Horizontal con la comunidad en general.
	Oficina de la Juventud, del municipio.	Fuertes creencias religiosas.	Reuniones cara a cara con el Concejal Jadison Bustamante que pertenece a la Com LGBT.		Horizontal con las organizaciones aliadas.
	Mesa municipal de diversidad sexual (está en conformación)	Cultura conservadora y machista.	Medios de la Oficina de Equidad y Género de la municipalidad, bares y cafés gay de la zona.		Horizontal con el resto de miembros, de la Com LGBT.
		Exclusión social y laboral contra la Com LGBT, que ante la ausencia de oportunidades empieza a	Apps: Grindr y		Vertical: desde la estructura de

<p>dedicarse a la prostitución y al narcotráfico.</p> <p>Apoyo del poder político desde lo verbal pero ausencia de apoyo económico.</p> <p>Ausencia de Políticas Públicas idóneas en función de las particularidades de la Com LGBT.</p> <p>Entropía y desinformación de la Población LGBT.</p>	<p>comunicación entre los miembros vía WhatsApp.</p>	<p>la Corporación Visibles, Mesa Directiva con la Mesa de Apoyo.</p>
---	--	--

Construcción del significado de palabras claves e identificación de realidades positivas y negativas

Si bien la parte de la teoría es importante para entender los conceptos desde dónde se analizó la realidad, la parte práctica de la construcción de la Estrategia con la Com LGBT también lo es, toda vez que desde allí encontramos y construimos desde el contexto definiciones a palabras, términos y hechos, propios de esta colectividad.

Una oportunidad para acercarnos, poner en común, analizar, reflexionar y leer la realidad social, un elemento esencial del diagnóstico participativo según Daniel Prieto Castillo, citado por (Caletí, 1991): “El *diagnóstico participativo* es una lectura esencial de determinada realidad social, una lectura de sus conexiones esenciales, desde una perspectiva histórica”. (p.26)

Fue también trabajando con las personas LGBT como se identificaron las realidades positivas y negativas con sus respectivas causas (profundas y superficiales) y las tendencias,

de manera tal que se pudo vislumbrar cómo dificultan o facilitan el desarrollo de la Com LGBT, para entrever y trazar las primeras propuestas de líneas de acción.

Cuando evaluamos si la realidad es positiva o negativa ponemos en juego nuestra mirada subjetiva sobre las cosas. A esa mirada le llamamos Marco Teórico. Pero también es importante no perder de vista qué opinan las personas involucradas, sobre esa realidad. Es importante consensuar el marco teórico con todo el grupo de personas con las que trabajamos.

Las definiciones propias de la Comunidad LGBT en este territorio y los diálogos, los realizamos apoyados en el manual, *Sembrando mi tierra de futuro*, mediante un ejercicio que llevamos a cabo durante tres encuentros al que asistieron personas de la Com LGBT (de la Corporación Visibles y del territorio), y consistió en tomar las palabras que consideramos claves para la comunidad y reflexionamos sobre: desde dónde las concebimos (es decir desde que pensamiento, realidad, definición académica o colectiva han adquirido su significado) y cómo las concebimos (el significado que tienen para la comunidad). El resultado fue:

Tabla 2*Matriz de identificación de palabras claves y sus significados*

Palabras claves	Desde dónde las concebimos	Cómo las concebimos
Personas homosexuales o gay	Realidad individual de las personas LGBT, que a su vez pertenecen a la Comunidad LGBT del territorio de Itagüí (hombres, mujeres y trans).	Personas (hombres o mujeres) que desean y tienen relaciones sexuales con personas de su mismo sexo por voluntad propia.
Persona transgénero	Construcción social del significado, con todas las personas del territorio entre ellas las transgénero.	Persona que por su deseo y voluntad decide llevar la vida de otro sexo.
Persona transexual	Construcción social del significado, con todas las personas del territorio entre ellas las transexuales.	Persona que no está conforme con la sexualidad que tiene por anatomía y decide por su voluntad y deseo cambiar de sexo, a través de procedimientos quirúrgicos.
Persona bisexual	Construcción social del significado, con personas del territorio.	Persona que presenta deseo sexual por personas de sexo masculino y femenino y tiene relaciones con ambos sexos.
Entropía	Realidad individual de muchas personas de la Comunidad LGBT, del territorio de Itagüí en algún momento de su vida incluso el actual.	Forma de vivir el deseo, reflejado en su orientación sexual diferente a la heterosexual, en silencio y soledad (hacia adentro) por miedo al rechazo familiar y social.
Comunidad LGBT	Experiencia de hacer parte de una Comunidad, en la que sus miembros tienen un deseo que se refleja en su orientación sexual y ésta es diferente a la heterosexual.	Formación social materializada en una comunidad, conformada por personas que tienen en común un deseo reflejado en una orientación sexual diferente a la heterosexual, y comparten además de esto, intereses comunes relacionados con la demanda, la defensa y promoción de los derechos de esta Comunidad.
Corporación Visibles	Experiencia de ser miembros de este colectivo, caracterizado por estar compuesto por personas (hombres y mujeres) con un deseo reflejado en una orientación sexual diferente a la heterosexual, y con un fin común.	Ente con legitimidad jurídica, conformado por personas de la Comunidad LGBT para demandar, defender y promover los derechos de esta Comunidad.
Demanda, promoción y defensa de derechos LGBT	Academia, socialización con personas de la Comunidad LGBT, referenciación de otros colectivos LGBT ubicados en otros lugares del país y del mundo que demandan, defienden y promueven los derechos de la Comunidad LGBT. Desde la	La legitimidad por Constitución Política de los ciudadanos colombianos con deseos no heterosexuales para demandar, promover y defender; derechos para la Comunidad LGBT.

	Constitución Política de Colombia.	
Proyección social	Academia, práctica y experiencia. Acto de ayudar a otros miembros de la sociedad que están en situaciones desfavorables desinteresadamente.	Actos de una organización o colectivos de sujetos, encaminados a ayudar a comunidades, agrupaciones o colectivos de personas que necesitan del apoyo y solidaridad de otros.
Estigmatización a las personas LGBT	Realidad individual y colectiva de muchas personas de la Comunidad LGBT en la que se es víctima de rechazo, señalamiento, discriminación, violencia o señalamiento por tener un deseo y una orientación sexual diferente a la heterosexual.	Acto de señalar, marcar, estigmatizar, violentar, irrespetar, rechazar y discriminar a otras personas de la misma sociedad, por tener un deseo con una orientación sexual diferente a la heterosexual.
Violencia contra la Población LGBT	Medios de comunicación, testimonios de personas de la Comunidad LGBT, desde la familia, la iglesia, las empresas, los vecinos, los allegados, los comentarios en las comunidades, política, publicidad, Internet.	Acto de intolerancia que se traduce y materializa al agredir física, verbal y simbólicamente; a las personas de la Comunidad LGBT argumentado en discursos hegemónicos.
Ausencia de apoyo político	Realidad colectiva e individual de las personas de la Comunidad LGBT, del municipio de Itagüí.	La no presencia del poder político y su ausencia de apoyo a la Comunidad LGBT, en la defensa de sus derechos. Ausencia de políticas Públicas para mejorar las realidades y las situaciones de vida de las personas de la Población LGBT.
Entornos precarios	Realidades de muchas personas de la Comunidad LGBT y de miembros de la Corporación Visibles.	Los lugares (barrios y comunas-villas) del municipio de Itagüí, donde viven los miembros de la Comunidad LGBT y algunos miembros de la Corporación Visibles, que no tienen acceso a los servicios domiciliarios básicos (energía eléctrica, agua, gas) difícil acceso al transporte urbano y a la educación. Altos índices de pobreza (hambre) y altos índices de violencia (flagelos de sicariato y drogadicción)
Exclusión y discriminación social	Realidad vivida en algún momento de su existencia, por los miembros de la Comunidad LGBT del territorio, y de los miembros de Visibles Corporación, posteriormente socializada.	Situación producida adrede contra los miembros de la Comunidad LGBT del territorio y de Visibles Corporación, producida por una o varias personas o instituciones, evidenciándolos y haciéndolos a un lado por su deseo y orientación sexual, o rechazándolos y cuestionándolos directamente. Ocurre en diferentes esferas

		sociales como, las empresas, los barrios, las instituciones educativas, los grupos artísticos, deportivos y culturales, la iglesia, la familia, la política entre otros.
Exclusión laboral	Realidad vivida por las personas de la Comunidad LGBT, y de la Corporación, que comparten sus testimonios sobre cómo han sido excluidos en sus ambientes de trabajo o son despedidos por tener deseos y orientaciones sexuales diferentes a las heterosexuales. O por haber visto esta situación con algún compañero de trabajo en represalia por la misma razón.	Acto de perversidad realizado por algunas organizaciones colombianas que profesan no discriminar en sus políticas institucionales por razones de orientación sexual, pero, que en la práctica inmediatamente confirman que tienen un empleado de la Comunidad LGBT en su territorio le despiden.
Comunicación	El día a día, el estar en presencia del otro, la interacción con personas y objetos (en especial los tecnológicos), las brigadas comunitarias y relación con las comunidades, desde las reuniones con la Oficina de Equidad y Género.	Todo lo que nos pasa en nuestra cultura en sus diferentes esferas y con otras personas ya sea en su presencia inmediata o soportados por la tecnología.
Planificación	Experiencia como personas miembros de la Comunidad LGBT, o, de la Corporación Visibles, cuando nos juntamos para realizar alguna actividad en pro de mejorar una problemática.	“Introducir organización y racionalidad en la acción”. (Ceraso, 2002)
Gestión	Nuestra experiencia como miembros de la Corporación Visibles, al juntarnos para gestionar los temas relacionados con las actividades de la Corporación.	Organización de las actividades y su ejecución, previamente planificados, para lograr los objetivos propuestos.
Diagnóstico comunicacional	Academia y realidad del estado en que se encuentra la situación de la Comunidad LGBT del territorio y de Visibles Corporación, basados en los hechos.	Lo que nos pasa aquí y ahora. Análisis e identificación de la realidad inmediata, para hacer una proyección del futuro en relación con el futuro deseado, con el fin de trazar líneas de acción para lograrlo.
Objetivo de desarrollo	Desde la academia, es todo paso al que se quiere llegar por medio de un proyecto, para transformar positivamente una situación de la realidad.	Los pasos necesarios o proyectos a ejecutar, para mejorar las situaciones de vida actuales de los miembros de la Comunidad LGBT del territorio desde Visibles Corporación.
Estrategia de procesos comunicacionales	Academia y la realidad, una tecnología aplicada a la realidad de una cultura, con el fin de mejorar las realidades de un	Análisis de determinadas problemáticas de la Comunidad LGBT del territorio de Itagüí, para poder diagnosticar, planificar y

	colectivo determinado.	gestionar, proyectos de desarrollo que permitan mejorar positivamente las situaciones de vida de la gente esta Comunidad desde Visibles Corporación.
Transformación de la realidad	Deseo individual y colectivo, de los miembros de la Comunidad LGBT del territorio y de Visibles Corporación.	Materialización del deseo de lograr cambiar las realidades negativas, que viven las personas de la Comunidad LGBT de Itagüí y de la Corporación Visibles, desde la Corporación Visibles.
Política pública	Desde la academia, las referenciaciones de políticas públicas elaboradas para suplir determinadas necesidades sociales. Las decisiones y las acciones del gobierno para solucionar problemáticas sociales, económicas, ambientales y contextuales.	Lo que está por conquistarse, lo que hay que lograr, la creación de políticas públicas idóneas que coincidan con la solución de las problemáticas puntuales de la Com LGBT del municipio de Itagüí.
Violencia	Desde la realidad de cada persona LGBT que ha sido víctima de violencia física y/o simbólica, o desde la experiencia de ver que alguna persona de su entorno (conocido, familiar o amigo) ha sido víctima de violencia.	Acto de agresión físico o simbólico, efectuado en un contexto y territorio determinado contra alguna persona LGBT o contra un grupo de personas LGBT.
Género	Percepción individual de cada persona de la Com LGBT en su interacción con el mundo.	Elección de vida, soportada en el deseo propio, traducido en una orientación sexual diferente a la heterosexual, que debe ser defendida ante la sociedad en general y legitimada desde el poder político.
Sexoafectivo ³¹	Desde la experiencia individual socializada en espacio común con las personas de la Com LGBT.	Relaciones afectivas que las personas tienen con otras, en las que está presente su deseo y orientación sexual.

³¹ Concepción Fernández (2004) define la sexoafectividad, como aquellas relaciones afectivas que el sujeto puede establecer, en las cuales toma conciencia de su propia identidad sexual sin que existan relaciones sexuales en el sentido de la genitalidad. Para abarcar todos los puntos que involucra este proceso, se deben tomar en cuenta tres áreas de acción: maduración de las vivencias sexuales, maduración de las vivencias de enamoramiento, maduración de las vivencias del amor.

Acto seguido identificamos las realidades positivas y negativas, las causas (profundas y superficiales) y las tendencias, que nos permitieron vislumbrar posibles líneas de acción, que fueron útiles posteriormente al momento de realizar el diagnóstico y los proyectos u objetivos de desarrollo.

Tabla 3

Matriz de identificación de realidades positivas de la Comunidad LGBT del territorio

Realidades positivas	Datos	Causas			Líneas de acción
		Profundas	Superficiales	Tendencias	
En el territorio existe la Corporación Visibles, que trabaja por la demanda, defensa y promoción, de los derechos de la Com LGBT. Y está abierta para todos los miembros de la comunidad.	Está compuesta por una Mesa Directiva (que son 5 miembros), una Mesa de Trabajo (que son 13 miembros), y una Mesa de Ayuda (que son 25). La Mesa Directiva se reúne los lunes para abordar diferentes temáticas, planear actividades. Los martes se reúnen todas las mesas para bajar y discutir la información.	Existe un fuerte deseo de algunos miembros de la Com LGBT de unirse, para trabajar por la Com LGBT y por la comunidad en general.	Existen las herramientas legales que permiten la creación legal y jurídica, de una Corporación de esta naturaleza.	A medida que la labor de la Corporación se propague, más personas de la Com LGBT y de la comunidad en general, sabrán de su existencia y de su labor (futuros aliados).	Organización, planificación, gestión y divulgación de la labor de la Corporación, para que cada vez más personas lleguen y sea más fuerte el impacto positivo en la Com LGBT y en la comunidad en general. Organización de las reuniones para que sean efectivas y eficientes.

Las personas de la Com LGBT que pertenecen a la Corporación, se caracterizan por ser emprendedores.	La mayoría de los miembros de la Corporación tiene experiencia liderando proyectos de emprendimiento o porque formaron su propio negocio.	Ante la estigmatización y la falta de empleo, iniciaron sus propios emprendimientos y ahora quieren emprender para ayudar a la Com LGBT y a la comunidad general.	Se cuenta con la experiencia en emprendimiento , por la realidad que han vivido las personas miembros de la Corporación.	Aplicar las experiencias de los emprendimientos, en la misión de la Corporación, para ayudar a la Com LGBT y a la comunidad en general.	Organización y distribución de las funciones para lograr organizadamente los objetivos propuestos. Tomar lo mejor de cada práctica y de cada miembro para avanzar juntos en los proyectos.
---	---	---	--	---	--

Tabla 4

Matriz de realidades positivas

Realidades Positivas	Causas				Líneas de acción
	Datos	Profundas	Superficiales	Tendencias	
Conciencia de los miembros de la Com. LGBT del territorio, de las situaciones de precariedad y pobreza en la que viven algunos miembros en determinadas zonas de la municipalidad. Además de las situaciones de entropía, exclusión, invisibilidad, discriminación y violencia de la que son blanco.	El territorio está clasificado como una zona en la que vive gente de clase baja, clase media, clase media y clase media alta (según los estratos sociales del territorio) Está regido bajo la Constitución Política de Colombia de 1991.	Hay un fuerte deseo entre los miembros de la Corporación por ayudar a los miembros de la Com. LGBT que viven de forma precaria y por ayudar a la comunidad en general. Existe un fuerte deseo de parte de los miembros de la Com. LGBT y de Visibles Corporación, porque lo que está escrito en la Constitución se cumpla.	La unión de los miembros de la Corporación Visibles y de los vecinos de las comunidades, han sido claves para poder realizar las diferentes actividades de voluntariado.	Unirse cada vez más con la Com. LGBT y con la comunidad en general, para mejorar las situaciones en que viven las personas, sin importar su orientación sexual.	Identificación de la(s) comunidad(es) en las que se podrían realizar los voluntariado(s), dialogar con los líderes comunales para hablar con ellos acerca de la labor voluntariado que se puede realizar, para que por medio de ellos la comunidad se entere y se integre. Establecer contacto con posibles aliados y patrocinadores. Planeación y planificación del voluntariado.

<p>Existen leyes que enuncian el derecho al desarrollo de la libre personalidad; y rechazo a la discriminación y la violencia de cualquier tipo.</p>	<p>Constitución Política de Colombia 1991.</p>	<p>Algunas personas LGBT del territorio se amparan en esta ley que permite el desarrollo de la libre personalidad. Argumentando cuando son cuestionados que eso cobija, la libertad de escoger la orientación sexual con la que se sienten a gusto.</p>	<p>Algunas personas del territorio aceptan los preceptos de la Constitución, como lo correcto.</p>	<p>Militar desde la Corporación Visibles, para que se cumplan para la Com. LGBT, los derechos adquiridos y estipulados desde la Constitución Política.</p>	<p>Convocar desde la Corporación a todos los miembros de la Com. LGBT, para unirse y demandar, defender y promover, ante el poder político y la comunidad en general, los derechos de la Com. LGBT.</p>
<p>Existencia de la Oficina de Equidad y Género, que es un ente de la administración municipal y está abierta a todo el público.</p>	<p>Es una dependencia de la municipalidad y se encarga de prestar asistencia a la comunidad del territorio, cuando se dan casos de vulneración a la equidad y al género de las personas. Tiene reuniones periódicas con los miembros de la Com. LGBT, C/4 meses.</p>	<p>Se creó por demanda de la Com. LGBT, dados los casos de vulneración a los derechos, los hechos de discriminación y violencia.</p>	<p>El espacio ha sido creado y las administraciones de turno lo han mantenido.</p>	<p>Acercarse cada vez más a las personas del territorio que son vulneradas desde el género y la equidad, para identificar y caracterizar las problemáticas que se están dando.</p>	<p>Mantener un diálogo constante y fluido, para que la administración esté al tanto de los hechos que ocurren en el territorio con respecto a los temas de equidad y género. Y para estar al tanto de los programas, beneficios, actividades y eventos que hay dirigidos específicamente para las personas de esta población.</p>

Tabla 5

Matriz de realidades positivas

Realidades positivas	Causas				Líneas de acción
	Datos	Profundas	Superficiales	Tendencias	
Existencia de la Oficina de la Juventud, trabaja en función de la calidad de vida de la juventud del territorio, y está abierta al público en general.	Tiene conocimiento de la existencia de jóvenes que pertenecen a la Com. LGBT en el territorio.	Existe un fuerte deseo en la comunidad en general, en la Corporación Visibles y en la Com. LGBT, de trabajar por los jóvenes LGBT del territorio, para evitar situaciones de rechazo, violencia, maltrato físico y simbólico, narcotráfico y prostitución.	La municipalidad es el ente que avala y apoya la labor de esta oficina. Desde la administración municipal hay preocupación por los jóvenes del territorio.	Unirse cada vez más la Com LGBT, la Corporación Visibles, la comunidad en general y la municipalidad, para conocer mejor y ayudar a los jóvenes LGBT.	Comunicación constante con esta dependencia de la municipalidad, para generar comunicación en doble vía, de manera tal que se pueda bajar a los jóvenes de la Com LGBT del territorio, las actividades, oportunidades, programaciones, ofertas y beneficios, que esta dependencia ofrece.
Hay un concejal LGBT.	Pertenece al Concejo Municipal de Itagüí, desde 2016.	El concejal al pertenecer a la Com. LGBT, ha manifestado empatía y deseo de ayudar a la Población LGBT del municipio, y está presto al diálogo con la Corporación Visibles.	Hace parte del equipo administrativo, del poder político de la municipalidad.	Estar en constante comunicación para hablar con él, acerca de las realidades que viven las personas de la Com. LGBT del municipio, para que desde sus funciones y posibilidades haga eco sobre las problemáticas ante el administrativo.	Integrar en la medida de lo posible al Concejal para que conozca más a fondo la Corporación Visibles y su trabajo, lo que le permitirá conocer más a fondo la realidad que vive la Com. LGBT del territorio, de manera que se convierta en un aliado dentro de la estructura del poder político.
Existe una Mesa Municipal de Diversidad Sexual.	Busca la garantía y acceso efectivo de los derechos de los itagüiseños. Fue creada en enero de 2017.	Hay un fuerte deseo de los militantes de la Com. LGBT, por garantizar efectivamente el acceso a los derechos de las personas de la	El espacio existe porque dentro de la estructura de la Oficina de Equidad y Género, dependencia de la	Consolidar este espacio, a fin de tener comunicación con el poder político para dialogar sobre los derechos de la Com. LGBT	Asistencia a las reuniones, mantener contacto con los miembros, y ser puntuales y explícitos con los temas que se tratan para que

Depende de la Oficina de Equidad y Género de la Municipalidad.	municipalidad que son LGBT.	municipalidad, se abrió. Porque la gente de la Com. LGBT de la municipalidad sugirió la apertura de este espacio.	y su materialización, legislación y cumplimiento.	las reuniones lleven a acciones en el corto plazo. Llevar seguimiento de los temas tratados y los acuerdos.
--	-----------------------------	---	---	---

Tabla 6

Matriz de realidades positivas

Realidades positivas	Causas				Líneas de acción
	Datos	Profundas	Superficiales	Tendencias	
Existe grupo de WhatsApp en el que participan los miembros de la Corporación Visibles.	A la actualidad tiene 26 participantes. Fue creado en enero de 2016, con la idea de tener contacto e intercambiar información acerca de la Corporación Visibles.	Necesidad de comunicación constante con miembros de la Corporación Visibles del territorio, y de intercambiar información acerca de la Com. LGBT del territorio.	Existe el soporte tecnológico, para tener y mantener este tipo de grupos por medio de la tecnología y las personas que hacen parte de él participan activamente.	Mantener este grupo, convocar para que cada vez tenga más miembros, es decir más personas informadas.	Recordar en cada reunión presencial cara a cara la existencia de este grupo, invitar a los nuevos miembros a participar en él. Compartir información relevante acorde a los intereses de los miembros de la Com LGBT. Crear lineamientos para sus participantes.

Realidades negativas

Tabla 7

Matriz de identificación de realidades negativas de la Comunidad LGBT del territorio

Realidades negativas	Datos	Causas		Tendencias	Líneas de acción
		Profundas	Superficiales		
En la municipalidad la Com. LGBT es discriminada, invisibilizada, excluida, rechazada y violentada (física y simbólicamente)	Al parecer en el territorio hay diseminadas aproximadamente , más de 800 personas de la población LGBT.	Ausencia de acompañamiento o efectivo del poder político y de las autoridades locales, para trabajar en conjunto la tolerancia por la diversidad y el respeto. Ausencia de las autoridades para hacer valer y defender los derechos de la Com. LGBT.	Indiferencia de muchas personas de la Com. LGBT por lo que le pasa a la gente de su comunidad. Indiferencia de la comunidad en general.	Continuidad de la indiferencia, y con ella la naturalización de la intolerancia, la invisibilidad, la discriminación , el rechazo, la exclusión, la violencia (física y simbólica) hacia la gente de la Com LGBT.	Incidir comunicacionalmente e desde la Corporación Visibles, para que los sujetos de la Com LGBT del territorio sean menos indiferentes y la comunidad en general. Acercamiento a las estancias políticas para dialogar sobre estas realidades y hacer valer los derechos de la gente de la Com. LGBT.

Tabla 8

Matriz de realidades negativas

Realidades negativas	Datos	Causas		Tendencias	Líneas de acción
		Profundas	superficiales		
Com. LGBT estigmatizada y excluida laboralmente. Ante la ausencia de oportunidades laborales recurre a la prostitución y el narcotráfico.	La mayoría de las personas LGBT de la Población trabajan como empleados independientes en comercio y peluquerías. Hay jóvenes LGBT que ante la carencia de oportunidades de empleo optan por la prostitución y el narcotráfico	Estigmatización a las personas de la Com. LGBT y crisis de empleo del municipio y del país.	Doble moral de las organizaciones colombianas.	Una Com. LGBT rezagada y estigmatizada laboralmente, con la falsa creencia que por ser LGBT entonces solo pueden trabajar en peluquerías. Una Com. LGBT que ante la falta de oportunidades laborales va a	Incidir comunicacionalmente e para luchar contra la estigmatización a la Com. LGBT en todas sus dimensiones. Generar alianzas y canales para comunicar a los miembros de esta Población ofertas laborales, y, cursos de salida laboral que coincidan con las demandas del mercado.

				recurrir a la prostitución y el narcotráfico.	
Los Miembros de la Com. LGBT no quieren ser caracterizados .	Al parecer hay más de 800 personas en el territorio que pertenecen a la Com. LGBT (datos no oficiales).	Miedo a las consecuencias sociales y familiares que este hecho puede traerles.	A muchas personas de la Com. LGBT no les interesa estar caracterizados. Indiferencia ante la caracterización por parte de la Com. LGBT.	No conocer en cifras la cantidad de personas que hay en el territorio, de la Com. LGBT.	Inicio de acciones desde la Corporación para realizar un cálculo de la cantidad de personas LGBT que hay en el territorio y sus características. Proponer acciones en conjunto con la Oficina de Equidad y Género, para realizar un censo serio y responsable, con sensibilización para que la gente no tenga miedo a ser caracterizada.
Com. LGBT retraída y ensimismada (en la entropía) con miedo a expresar libremente sus deseos y vivir libremente su orientación sexual por miedo al rechazo social y familiar.	Personas de la Com. LGBT, que no quieren ser asociadas ni relacionadas con este colectivo.	Las consecuencias que este hecho les puede traer, exclusión, señalamiento, desempleo, rechazo, violencia (física y simbólica), burla.	Especulación que hay en la cultura con respecto a la heteronormatividad como lo permitido y lo LGBT como anormal.	Personas ensimismadas , con miedo a vivir su orientación sexual, refugiados en la entropía, incapaces de ir unos a otros para dialogar (comunicarse) , conocerse, reflexionar, encontrar sentidos y ser capaces de transformar sus realidades.	Incidir comunicacionalmente (desde lo físico y lo virtual) en las personas LGBT del territorio, y abrir espacios de encuentro, para que las personas puedan juntarse, conocerse, interactuar y reflexionar sobre lo que les pasa y estimular la búsqueda de soluciones para transformar sus realidades.

Tabla 9

Matriz de realidades negativas

Realidades negativas	Datos	Causas		Tendencias	Líneas de acción
		Profundas	superficiales		
Ausencia de Políticas Públicas para la Com. LGBT.	A la fecha nunca han existido políticas públicas en el municipio de Itagüí, para las particularidades puntuales de la Com. LGBT.	Falta de credibilidad en el poder político y las administraciones de turno.	Indiferencia de la gente de la Com. LGBT, por los temas políticos.	Continuar como hasta la fecha, sin unas políticas públicas idóneas y coherentes para la Com. LGBT legitimadas desde el poder político, ante la sociedad.	Convocar a la Com. LGBT para sensibilizar y educar sobre lo que es una política pública y su importancia. Dialogar con la Oficina de Equidad y Género para abrir un espacio que permita analizar la situación de la gente LGBT e iniciar con la propuesta y construcción de políticas públicas.
Carencia de un ente especial como el INADI, con funciones detalladas y específicas.	Ni en el territorio, ni en Colombia existe un ente que cree políticas nacionales, para combatir la discriminación, la xenofobia y el racismo, con el fin de lograr una sociedad diversa e igualitaria.	Ningún gobierno se ha preocupado por centralizar y regularizar este tipo de situaciones, pese a que se dan muy a menudo en diferentes lugares y esferas sociales del país.	Indiferencia y ausencia de propuestas, y de gobiernos y departamentos que trabajen por estas temáticas.	Continuar indiferentes ante la discriminación, la xenofobia y el racismo. Las personas víctimas de estos actos desprotegidas por la ley.	Realizar referenciación de entes en el mundo como el INADI que trabajen contra la discriminación. Analizar las situaciones puntuales del territorio. Realizar propuesta al poder político de creación de un ente de esta naturaleza.
Cultura heteronormativa, machista, religiosa y conservadora.	La cultura del territorio es de creencias católicas, conservadora de los principios de heteronormatividad y machista. La única orientación sexual permitida es la heterosexual, no hay lugar para otras.	Creencias religiosas y culturales que vienen de años atrás, con conocimientos y creencias transmitidos de generación en generación.	Resignación de las personas ante la estructura social y forma de pensamiento impartida.	Una sociedad de doble moral, con lo heterosexual como norma, reforzado por las instituciones educativas y la iglesia. Con personas LGBT, bisexuales y transgénero reprimidas, pero presentes.	Incidir comunicacionalmente (desde lo físico y lo virtual), para militar promover y defender los derechos de la Com. LGBT. Comunicar la existencia y aceptación de la diversidad y la diferencia desde el respeto. Promover el encuentro y la unión entre las personas LGBT.

Oficina de Equidad y Género, desconocida por los miembros del territorio.	Aunque existe la Oficina de Equidad y Género, de la municipalidad, poco se sabe de su existencia y labor. El espacio asignado es pequeño, el personal es mínimo y no está preparado para atender a las demandas y necesidades de la Com. LGBT del territorio.	La administración la tiene como un ente más en el aparato administrativo, por demanda de la Com. LGBT.	La gente no cree en la labor de la Oficina de Equidad y Género, su trabajo le parece repetitivo, poco efectivo y de bajo impacto. La oficina está muy deslegitimada entre la gente de la Com. LGBT. De hecho hay gente que no sabe dónde está la oficina o ignoran su existencia.	A continuar deslegitimada, por su baja efectividad en el territorio.	Trabajar desde Visibles Corporación de la mano, con la Oficina de Equidad y Género, para promover y fortalecer sus acciones para que cada vez más se tenga más efecto positivo y de alto espectro en el territorio. Dar a conocer su labor y su función y dialogar con el poder político sobre la importancia de este ente y reclamar porque cada vez sea más equipado y competente.
---	---	--	---	--	--

Tabla 10

Matriz de realidades negativas

Realidades negativas	Datos	Causas		Tendencias	Líneas de acción
		Profundas	superficiales		
Desde la administración municipal no hay un lugar físico de encuentro exclusivo y digno, asignado para la gente de la Com. LGBT.	Nunca ha existido en el territorio, un lugar físico (sede) para que la gente de la Com. LGBT se reúna y pueda hablar, compartir y reflexionar, sobre sus realidades y las de esta comunidad en el territorio.	Las administraciones han recibido la solicitud, pero ninguna lo materializa.	La entrega de una sede para esta población, al parecer no parece estar entre las prioridades de las administraciones municipales que han estado en el poder.	Continuar sin un lugar físico digno, para que las personas de la Com. LGBT se reúnan. Una Com. LGBT dispersa por el territorio que vive su orientación sexual como puede, sin un lugar a dónde recurrir si necesitara algún tipo de orientación o direccionamiento. Factor determinante para que las personas sigan en la entropía.	Continuidad desde Visibles Corporación, para que cada vez se fortalezca más en número, de manera tal que se pueda seguir solicitando a las administraciones un lugar digno de encuentro para la gente de la Com. LGBT.

Com. LGBT desinformada.	No existen medios que comuniquen constantemente, con claridad, periodicidad, actualidad y calidad, las noticias y hechos de la Com. LGBT en el territorio local y nacional. Cuando la gente de la Com. LGBT quiere información de calidad no la encuentra.	Ausencia de proyectos serios que busquen informar con calidad y a tiempo los hechos y noticias de la Com. LGBT. Las propuestas que aparecen son de índole comercial.	Ausencia de conocimiento e iniciativa, para buscar formas de informar de forma oportuna y con calidad a la Com LGBT.	Una Com LGBT cada vez más desinformada con respecto a los temas, avances y hechos de la Com LGBT en el territorio, en el país y en el mundo.	Análisis de canales que prefiere y usa la Com LGBT en el territorio. Análisis del lenguaje usado. Análisis de signos. Realización de medios que informen a la Com LGBT. Elaboración de mensajes propios.
-------------------------	--	--	--	--	--

Capítulo 4

Marco Metodológico

Construcción del mapa y delimitación del territorio

Con el fin de conocer mejor el territorio a intervenir, presento dos mapas señalando la ubicación y el área del municipio de Itagüí, dos mapas de vista aérea señalando el Parque Principal de Itagüí y sus alrededores, que son los lugares donde confluye la gente de la Com LGBT y un mapa con la división política del territorio.

Los mapas permitieron ubicar elementos significativos (signos) y reconocimiento de actores, que fueron fundamentales para realizar posteriormente el análisis de los signos y de las relaciones.

Reflexionar el mapa fue fundamental porque como dice (Ceraso et al., 2002):

Pensar y dibujar un mapa es una manera de reflexionar sobre nuestra geografía, pero también es mucho más que eso. Los modos en los que están contruidos y distribuidos los espacios, son determinantes para pensar las relaciones y las redes que se dan entre los distintos actores: qué instituciones hay y dónde están, qué distancia hay entre unas y otras; cuáles son los caminos que las comunican y cuáles son las posibilidades de ir de unas a otras (p.43)



Figura 1. “Google. (s.f). [En la parte superior derecha el mapa de Colombia con la ubicación del mapa de Antioquia en color rojo, en el centro de la imagen el mapa de Antioquia con el municipio de Itagüí señalado en color rojo y el área metropolitana marcada en color gris, en Wikipedia]. Recuperado el 23 de octubre de 2018, en:https://es.wikipedia.org/wiki/Itag%C3%BC%C3%AD#/media/File:Colombia_-_Antioquia_-_Itag%C3%BC%C3%AD.svg . El área resaltada con color rojo delimita al municipio de Itagüí al sur, Medellín en el centro y el municipio de Bello al norte ambos en color gris.

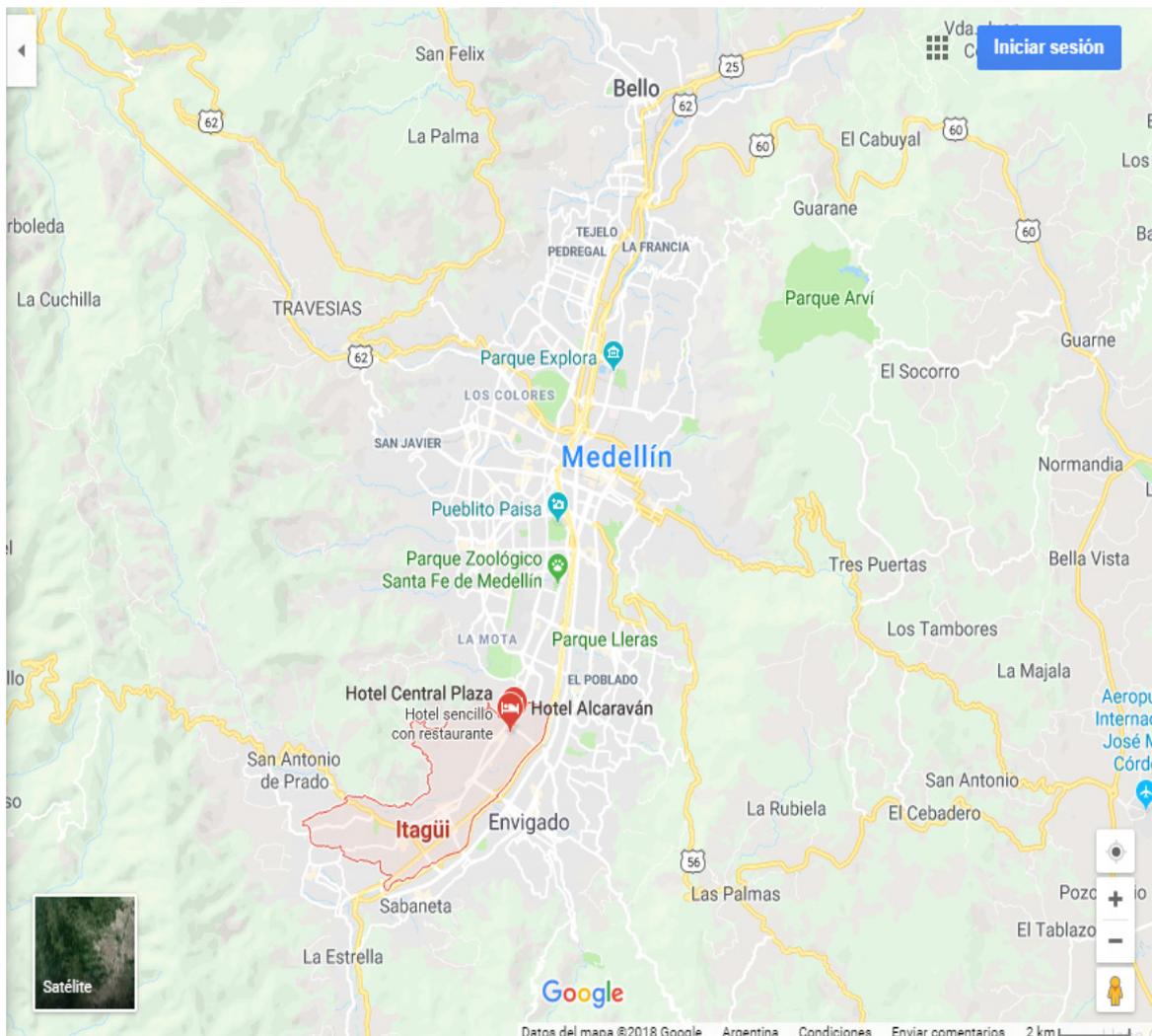


Figura 2. “Google. (s.f.). [Mapa de ubicación del municipio de Itagüí en el área metropolitana de Medellín, en Google maps]. Recuperado el 18 de julio, 2018, en: <https://www.google.com/maps>. El área resaltada con color rojo delimita al municipio de Itagüí al sur, Medellín en el centro y el municipio de Bello al norte. Fuente: Google Maps.

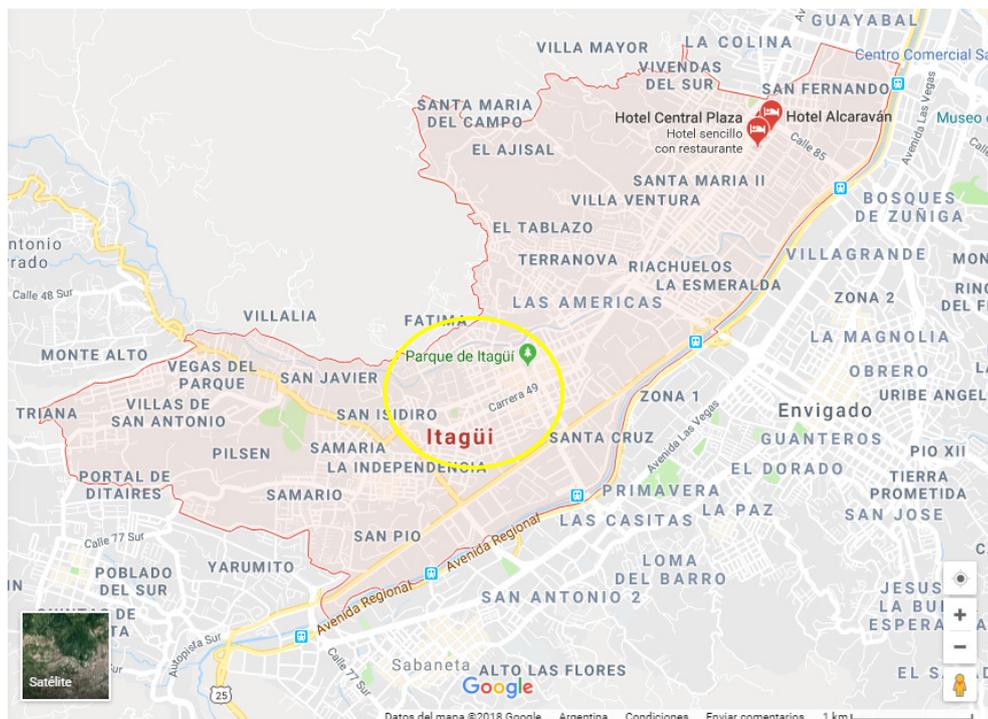


Figura 3. Google. (s.f.). [Mapa del municipio de Itagüí, en Google maps]. Recuperado el 18 de julio, 2018, en: <https://www.google.com/maps>. El área resaltada con color rojo delimita al municipio de Itagüí y el área resaltada con color amarillo señala la ubicación del parque principal.

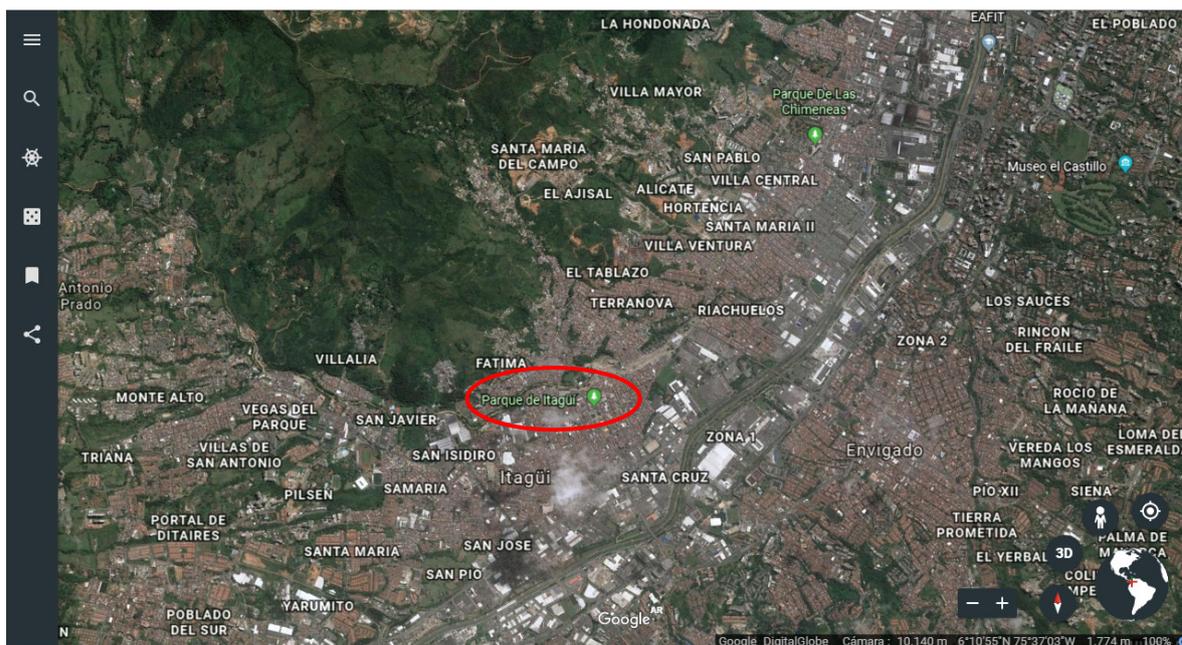


Figura 4. Google. (s.f.). [Vista aérea del municipio de Itagüí con sus barrios, en Google Earth]. Recuperado el 18 de julio, 2018, en: <https://www.google.com/earth>. El área resaltada con color rojo delimita el Parque principal que es el lugar donde confluyen las personas de la Com LGBT de los diferentes barrios.



Figura 5. Google. (s.f.). [Vista aérea del Parque Principal de Itagüí y sus alrededores, en Google Earth]. Recuperado el 18 de julio, 2018, en: <https://www.google.com/earth>. El área delimitada de rojo pertenece al parque principal. El elipse de color rojo más pequeño señala la ubicación de Aquarius Bar, el lugar de encuentro de la Com LGBT del municipio. Las líneas amarillas señalan las principales avenidas dónde hay movimientos comerciales en el día, bares, mini casinos y boliches en la noche. Las líneas azules marcan el lugar dónde hay mayor movimiento de personas LGBT prostituyéndose y a su vez dónde hay mayor movimiento de venta de drogas.

El Parque Principal tiene una iglesia y todo a su alrededor es muy comercial en el día, locales comerciales, bancos, centros comerciales, cafeterías, salones de eventos, minicasinos, centros de estudios y otros; componen la dinámica del lugar.

A media cuadra de las zonas comerciales y del Parque, está el edificio del Centro Administrativo Municipal CAMI también llamado Alcaldía, allí funciona la Oficina de Equidad y Género del municipio. A su vez, muy cerca del Parque Principal de Itagüí, la iglesia y la Alcaldía; está Aquarius Bar, un bar gay que es administrado por Farlin Sierra, el director de la Corporación Visibles que presta la locación de su negocio para las reuniones de la Mesa Directiva y la Mesa de Apoyo de la corporación.

A lo largo del territorio de Itagüí (que tiene una superficie de 21,09 km²) hay 231.340 habitantes cifra del censo realizado el 30 de junio de 2012, de los que se dice porque no hay cifras serias ni oficiales aproximadamente más de 800 personas son LGBT, y, 664 están registrados en las bases de datos de la Administración Municipal.

Geográficamente el territorio está dividido en seis pedazos denominados comunas que en su total suman 71 barrios, y, ocho pedazos denominados veredas dónde se presentan serias situaciones de violencia y precariedad en infraestructura (muchas personas de la Com LGBT viven en estas veredas).



Figura 6. Google. (s.f). [mapa división política del municipio de Itagüí, en Google imágenes]. Recuperado el 18 de julio, 2018, en: <https://www.google.com/imagenes>.

El periódico El Colombiano³² un diario local de Medellín y uno de los más leídos presentó en su informe especial escrito y virtual el municipio de Itagüí en números, al respecto (El Colombiano, 2014) presenta las cifras siguientes:

³² El Colombiano es el principal diario de la ciudad de Medellín. Su primera publicación se hizo el 6 de febrero de 1912, su ideología política es Conservadora y su directora se llama Martha Ortiz Gómez.

Tabla 11*Municipio de Itagüí en cifras, año 2014.*

Vías terciarias pavimentadas	15
Viviendas con cobertura de alcantarillado	73014
Viviendas con servicio de gas residencial por red	55571
Hospitales	2
Tasa de homicidio por cada 100.000 habitantes	13.97%
Tasa de desempleo	9.62%
Tasa de mortalidad infantil	9.4%
Vías terciarias destapadas	5
Viviendas con cobertura de energía	73596
Suscriptores en cabeceras municipales al servicio de basura	71749
Número de bases de fuerzas armadas	1
Casos de hurto anuales	705
Total de hogares	63610
Escolaridad hasta la secundaria	72.08%
Viviendas con cobertura de servicio de agua	67667
Viviendas con servicio de Internet	53028
Instituciones educativas	72

Tasa de ocupados	52.35%
Cantidad de camas en hospitales	325
Número de maestros en instituciones oficiales	1129

Nota: (Periódico El Colombiano, 2014) Recuperado de Itagüí en Cifras, del portal: elcolombiano.com, presentado el 15 de septiembre de 2014.

Itagüí es un municipio industrial, comercial y mayormente católico (el 80% de sus habitantes pertenece a esta religión), tiene habilitado exclusivamente para la Com LGBT en el centro (parque de Itagüí) y sus alrededores: 4 bares, 2 discotecas, 2 saunas, 1 video y 2 moteles.

Estas cifras más el mapa con el territorio definido, más el trabajo de campo, fueron:

“Los disparadores que facilitaron pensar el contexto y comprender los procesos socioculturales, políticos y económicos que se dan allí”. (Ceraso et al., 2002. p.43)

Además estimularon la reflexión para interpelar el mapa agregar variables y dimensionar lo que no se ve en él, porque si bien observamos que el territorio del municipio estaba delimitado por la línea roja en la *figura 2*, muchas acciones y temas que competen a la Com LGBT ocurren en el territorio demarcado por el círculo amarillo *figura 2* o elipse rojo *figura 3* y *figura 4*, que es el centro del municipio, El Parque Principal de Itagüí.

Ahora, si le agregamos un reloj al mapa y nos situamos en el área comprendida por el círculo amarillo *figura 2* o elipse rojo *figura 3* y *figura 4* (parque de Itagüí), desde el jueves en la noche hasta el domingo al amanecer de una semana cualquiera del año, veremos que este territorio es uno de día y otro de noche.

De día es un territorio muy industrial (de hecho de los más industriales de Colombia) pero de noche la zona céntrica se convierte en un territorio lleno de pequeños casinos con muchas

máquinas tragamonedas que son visitadas por todo tipo de personas en especial aquellas con problemas de ludopatía, sus calles después de las 22 hs se tornan más inseguras, muchas personas de la comunidad en general entre ellos de la Com LGBT salen a las calles a prostituirse, beber alcohol, consumir y expender drogas.

Abunda la venta de trago adulterado y la escopolamina³³, los bares y las discotecas gay que hay en la zona abren sus puertas y entre baile, licor de cualquier calidad y drogas, jóvenes, adultos y mayores de la Com LGBT llevan como pueden la vida, sí, esa vida que muchos de ellos dicen: *“Fue la que nos tocó”*.

Las personas entran y salen con rapidez de los bares y las discotecas gay para no ser vistos, mientras que en el Parque Principal al frente de la iglesia y sus alrededores, todo tipo de personas entre ellas las LGBT se dedican a la prostitución, el narcotráfico o ambas cosas, caminan sigilosamente esperando que los clientes que los buscan por una u otra razón (sexo o droga) y que son de cualquier edad, religión, clase social, estado civil, pasado judicial y nivel académico, lleguen.

Nunca se sabe que va a pasar, a medida que entra la noche el clima se pone peor, las avenidas comerciales siguen siéndolo pero de otros productos, sexo, droga y licor. Mientras llega el sol bajo la complicidad de la noche el centro de Itagüí se convierte en un territorio peligroso en el que muchas veces muchos perdieron la vida, otros su estado de salud y otros

³³Es una sustancia afín a la atropina que se encuentra en la belladona (*Atropa belladonna*). La escopolamina es una droga altamente tóxica y debe ser usada en dosis minúsculas; por ejemplo, en la profilaxis de la cinetosis (mareos vehiculares), se usan dosis trasdérmicas que no superan los 330 µg cada día. Una sobredosis por escopolamina puede causar delirio, y otras psicosis, parálisis, estupor y la muerte.

tantos cada tanto pierden la esperanza. La posibilidad de ser robado, apuñaleado o abaleado siempre está presente.

Todo ocurre ahí, alrededor de la iglesia, diagonal a las oficinas de la Alcaldía, en la zona comercial, mejor dicho en el centro de Itagüí, ahí en la noche muchas personas de la Com LGBT confluyen los fines de semana con diferentes intenciones: divertirse un rato sanamente, hacer nuevos amigos, encontrar un amante, tomar un trago, expender droga y/o prostituirse o comprar droga.

Ahí en la misma zona dónde están los principales y más grandes centros académicos del municipio, los bancos, almacenes y supermercados, ahí es donde tiene cita la Com LGBT y el resto de la población en general, porque en el boca a boca se dice que: *“Ahí está la movida”*. Es posible que todo pase allí porque llegar en transporte público es sencillo y funcionan los fines de semana 24 horas, todos los colectivos de las comunas pasan por el Parque de Itagüí una zona llena de discotecas, bares y carritos de comida, cerca uno de otro.

El centro de Itagüí es el lugar más conocido por los habitantes del municipio, hay movimiento, comercio, diversión y transporte. El resto del territorio es más residencial, los barrios tienen uno que otro almacén habilitado en una cochera, una que otra tienda y también barreras invisibles, lo que quiere decir que los habitantes de un barrio no pueden pasar a otro por los problemas entre bandas criminales. El parque es un territorio neutro, por eso, los habitantes entre ellos los miembros de la Com LGBT se movilizan “al parque” cuando se trata de: gestiones comerciales, pagar cuentas, trabajo, estudio y diversión.

También es cerca de esa zona, a dos cuadras, donde funciona la Corporación Visibles en el bar Aquarius.

Identificación de los deseos de los sujetos

Métodos y herramientas

Para hacerlo utilicé la observación, la encuesta y la entrevista, lo que me otorgó una mirada panorámica y contextual sobre cómo funciona la Corporación en su interior y cómo se relaciona con el exterior, esto me acercó mucho más a las personas.

Observé las reuniones de la Mesa Directiva de la Corporación, quién y cómo se propone el orden del día, los temas propuestos, cómo se abordan, quiénes intervienen, que constancia queda de los resultados de la reunión, si se propuso un cronograma como queda registrado y cómo se garantiza que se cumpla. Este registro se realizó con asistencia, con toma de notas y con lectura del orden de la reunión que realiza el secretario.

Al respecto pude concluir que las reuniones de la Mesa Directiva (que son 5 miembros, más los miembros nuevos, que son invitados para que conozcan cómo funciona la Corporación) generalmente son así: se realizan el día lunes cada semana, el orden del día inicia con la presentación de los nuevos miembros que llegan a la corporación, ellos toman la palabra y cuentan un poco acerca de sus vidas, a que se dedican, sus experiencias como personas LGBT y sus expectativas con respecto a la Corporación. Acto seguido se les da la bienvenida y se les invita a proponer, expresarse y sentirse cómodos porque es un espacio abierto para juntarse con otros, para hablar y escuchar y para proponer ideas nuevas con tranquilidad y respeto en función de transformar para bien las situaciones de vida de la Com LGBT en el territorio.

Luego, los miembros de la Mesa Directiva proponen los temas a tratar en torno a la misión de la Corporación. Entonces, se escucha si hay ideas o propuestas que ayuden a la visibilidad de la Com LGBT. Se expresan si hay casos de violencia contra la Población LGBT en alguna parte del territorio para tratar de divulgarlos y pronunciarse frente a ellos. Se planea si está en

la mira la realización de algún voluntariado en alguna comunidad. Se comunica si hay alguna jornada o evento realizado por la Oficina de Equidad y Género de la Alcaldía, en el que invitan a los miembros de la Corporación a participar.

Acto seguido, el señor secretario va jerarquizando los temas y al final los lee a fin de verificar que no haya quedado ningún tópico por fuera. Una vez terminada la lista de temas el Director abre la sesión y el secretario modera. Luego se estudia tema por tema su viabilidad y se identifican los aliados (todo esto es una producción en conjunto).

Finalmente para lo que va a realizarse se propone un orden de planeación y un cronograma de ejecución que se está revisando en cada reunión para ver su avance, también se reparten tareas específicas a realizar por uno o varios miembros. Todo queda registrado en el acta de reunión que realiza (a mano) y archiva el señor secretario con fecha, hora, lugar y asistentes. Este resultado es el que se comparte con la Mesa de Trabajo y la Mesa de Ayuda al día siguiente y está abierto a sus opiniones y puntos de vista para ser revaluado o modificado, una vez se compartió y discutió puede decirse que los temas, las acciones a realizar y los encargados quedan establecidos.

Después observé las reuniones de la Mesa Directiva con la Mesa de Trabajo y la Mesa de Ayuda, para ver cómo se relacionan entre ellos, que propuestas hay, que ideas se proponen, que contrapropuestas surgen, como asumen y solucionan sus desencuentros y cómo se proponen llevar a cabo las actividades concertadas. Este registro lo realicé con asistencia a las reuniones y toma de notas.

Al respecto concluí que: las reuniones de la Mesa Directiva con la Mesa de Trabajo y la Mesa de Ayuda, se realizan el día martes, la Mesa Directiva comunica a las demás mesas las decisiones tomadas y una persona asignada hace el registro de los temas comunicados, cómo

se van a realizar y de qué manera. Entonces se abre el espacio de opiniones, contrapropuestas y comentarios.

Esta reunión es mucho más nutrida (por la cantidad de asistentes) puede llegar a tener hasta 50 personas y en ocasiones son más difíciles de controlar por el deseo de participación al mismo tiempo de los asistentes.

La reunión no termina hasta que todos los miembros llegan a un acuerdo común, ya sea que se va a realizar una acción determinada tal y como la planteó la Mesa Directiva o porque será revisada nuevamente con las contrapropuestas, comentarios y sugerencias de las otras mesas.

Finalmente se realiza el acta de la reunión (a mano) y se informa de la presencia de los nuevos miembros que harán parte de la Corporación y que estarán presentes en las siguientes reuniones (de las mesas de trabajo y de ayuda) para acogerlos, respetarlos, escucharlos y hacerlos sentir cómodos.

Para observar como la Corporación se relaciona y comunica con el exterior asistí a las reuniones con la Alcaldía, que se hacen por medio de la Oficina de Equidad y Género y a la que son invitados todos los miembros de la Com LGBT y observé que: el poder de convocatoria de la Oficina de Equidad y Género es poca, se separa un auditorio con capacidad para 300 personas en un auditorio de las instalaciones de la alcaldía al que están invitados a concurrir todos los miembros de la Com LGBT, para abordar sus realidades y problemáticas y solo asisten ocho personas. Las representantes de la Oficina de Equidad y Género son dos personas.

Inician haciendo diligenciar a los asistentes un formato, comunican un orden del día, escuchan los temas que los asistentes proponen que se traten y toman nota. Expresan que van a elevar a la administración el resultado de lo tratado en la reunión y verán lo que es viable y

lo que no. Este registro se realizó con asistencia a la reunión, tomas de notas y entrevistando personas de la Com LGBT.

Dicen algunos miembros de la Com LGBT que la razón por la que la asistencia es tan pobre, es porque las reuniones se han convertido en sinónimo de “pérdida de tiempo”, ya que se habla de problemáticas específicas que se tienen desde hace varios años y que no se solucionan.

Las acciones que se emprenden son lentas e infructuosas, un ejemplo de ello es la capacitación a las personas de la Com LGBT en oficios que no coinciden con la demanda laboral del municipio, lo que no da salida laboral, y las personas en especial los jóvenes (que deben mantenerse ellos mismos y ayudar a sus familias) terminan recurriendo al narcotráfico y la prostitución.

No obstante hay que aclarar que la *Oficina de Equidad y Género* se ha mostrado presta a escuchar y trata de adelantar acciones dentro de su espectro administrativo, pero parece ser que sus acciones dentro de la maquinaria administrativa a la que pertenece no son prioritarias.

Ahora con respecto a la forma como se relaciona la Corporación Visibles con las comunidades en las que hace presencia puede decirse que: al momento de establecer contacto con las comunidades la Corporación es bien recibida, los líderes comunales se muestran prestos a escuchar y poner de su parte para que se realicen los voluntariados comunitarios, que terminan siendo un éxito con más personas de las esperadas participando.

Las ollas en las que se elabora la comida para elaborar los almuerzos comunitarios siempre al final de la jornada terminan vacías, quedan faltando niños y jóvenes por cortar el cabello porque la cantidad de participantes excede a la cantidad de peluqueros, y siempre hay suficientes personas para recibir los mercados comunitarios.

Los lugares designados para realizar los talleres de pintura con los niños siempre están llenos, los espacios deportivos mejorados en las zonas periféricas cada vez son más gracias a la mano de la Corporación, la relaciones con los líderes comunales y las personas de la comunidad son amigables, gratas y de puertas abiertas una vez se realiza un voluntariado comunitario. Este registro se realizó con planilla de observación y tomas fotográficas.

Aplicación de encuestas

Una vez observadas sus dinámicas realicé y apliqué una encuesta de 24 preguntas a 40 personas de la Com LGBT para como dice (Ceraso et al., 2002)

Acercarme a una porción de la población para dar cuenta de lo que piensa y siente un universo mayor. La encuesta sirve para constatar la envergadura del o los problemas. Es como sacar una foto que, en el “aquí y ahora”, nos permita medir algunos síntomas significativos de la situación (p.44).

Algunas de las personas encuestadas son también miembros de la Corporación Visibles. Las edades oscilaron entre los 18 y los 61 años. Antes de ser aplicada se aclaró a las personas que la diligenciaron que la información obtenida sería usada única y exclusivamente para fines académicos. La forma cómo se aplicó fue física y virtual.

Modelo de la encuesta**ENCUESTA PARA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL COMUNIDAD LGBT**

1. Edad _____
2. Barrio _____
3. Nivel educativo _____
4. Sexo _____
5. Orientación sexual _____
6. Religión _____
7. Ocupación _____
8. Trabaja en relación de dependencia o independiente _____
9. ¿Usa redes sociales? Si ___ / No ___
10. En caso de hacerlo ¿cuáles son las redes sociales que usa? _____

11. ¿Qué tipo de información prefiere cuando busca en Internet? _____

12. ¿Tiene EPS³⁴? Si ___ / No ___ ¿Cuál? _____
13. ¿Está usted censado como miembro de la Comunidad LGBT? Si ___ / No ___

³⁴ La sigla EPS (Entidad Promotora de Salud) sería el equivalente a la Obra Social para la cultura de la Argentina.

14. ¿Estaría dispuesto a dejarse censar como miembro de la Com LGBT? Si ___/ No___ si su respuesta fue No ¿Por qué? _____

15. ¿Ha sido víctima de violencia, exclusión o rechazo, por tener una orientación sexual diferente a la heterosexual? Si ___/ No___
¿Dónde? _____

16. ¿Pertenece a alguna institución que defienda y promueva los derechos de la Comunidad LGBT? Si ___/ No___ ¿Por qué? _____

17. ¿Es usted miembro de la Com LGBT declarado? Si ___/No___ ¿Por qué? _____

18. ¿Conoce los derechos de la Comunidad LGBT de su territorio? Si ___/ No___

19. ¿Le gustaría recibir información acerca de los derechos, avances y eventos de la Comunidad LGBT de su territorio? Si ___/ No___

20. ¿De qué manera le gustaría recibir esta información? _____

21. ¿Tiene amigos de la Comunidad LGBT? Si ___/ No___

22. ¿Conoce la Oficina de Equidad y Género de la Alcaldía? Si ___/ No___

23. ¿Qué opina acerca de la labor de la Oficina de Equidad y Género del municipio? _____

24. ¿Considera usted que la Comunidad LGBT de su territorio de alguna manera ha sido invisibilizada? Si ___/No___ ¿Por qué? _____

Realización de entrevistas

De igual manera se utilizó la entrevista para profundizar y obtener más información, que permitiera identificar los deseos y opiniones de los sujetos con respecto a la forma como se viven las orientaciones sexuales diferentes a la heterosexual en el territorio. Toda la información extraída de las entrevistas fue importante porque se cruzó con los datos de la encuesta, el mapa y la observación, lo que permitió identificar lo comunicacional y elaborar el diagnóstico.

Antes de realizar las entrevistas se aclaró a los entrevistados que la información obtenida sería usada única y exclusivamente con fines académicos.

La entrevista constaba de 15 preguntas y se realizó a 15 personas de la Com LGBT del municipio de Itagüí, algunos de ellos miembros de la Corporación Visibles.

Modelo de entrevista

ENTREVISTA PARA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL COMUNIDAD LGBT

- 1. ¿Cómo miembro de la Comunidad LGBT siente que el municipio le otorga derechos y se los hace respetar cuando son vulnerados? ¿Por qué?*
- 2. ¿Conoce a alguien que haya sido víctima de violencia, rechazo y/o exclusión por ser miembro de la Comunidad LGBT?*
- 3. ¿A quién o dónde recurre cuando quiere hablar sobre su orientación sexual o cree que tiene problemas con este tema?*
- 4. ¿Ha sido retirado de algún proceso laboral por manifestar abiertamente que tiene deseos sexoafectivos que reflejan orientaciones sexuales diferentes a la heterosexual? ¿Conoce a alguien que le haya pasado?*

5. *¿Cuándo quiere compartir con personas de la Comunidad LGBT dónde o cómo lo hace?*
6. *¿Cuál es la posición de su familia con respecto a la Comunidad LGBT?*
7. *¿Vivió en algún momento o vive todavía su orientación sexual con vergüenza? ¿Por qué?*
8. *¿Qué medios informativos usa o cómo hace para adquirir información con respecto a la Comunidad LGBT?*
9. *¿En qué medios le gustaría encontrar información sobre la Comunidad LGBT y por qué?*
10. *¿Vivió o vive su orientación sexual de forma aislada? ¿Por qué?*
11. *¿Cuándo de temas de salud sexual y de enfermedades de transmisión sexual ETS se trata, sabe a qué institución o dónde recurrir para adquirir información?*
12. *¿Se siente desinformado con respecto a temas de la Comunidad LGBT de su territorio? ¿Por qué?*
13. *¿Le cuesta acercarse a otros sujetos aun cuando sabe que comparten su misma orientación sexual? ¿Por qué?*
14. *¿Conoce algún miembro de la Comunidad LGBT que haya optado por la prostitución u otra opción ante la carencia de oportunidades de empleo?*
15. *¿Qué le parece que está mal con la Comunidad LGBT de su territorio y cómo le gustaría que fuera?*

Análisis de los resultados de la encuesta

Aplicada la encuesta a 40 personas de la Comunidad LGBT del municipio de Itagüí se encontró que:

Edad. La edad de los encuestados está entre los 18 y los 61 años. 27/40 encuestados están entre los 18 y los 35 años. 13/40 están entre los 36 y los 61 años de edad. Lo que indica que en la Comunidad LGBT del municipio de Itagüí hay personas en todas las etapas de la vida: juventud, edad madura y tercera edad.

Barrio. Con la pregunta por el barrio en el que viven los encuestados lo que se buscaba era ubicar el estrato social de los sujetos³⁵. La encuesta reflejó que 15/40 encuestados pertenecen al estrato 1 lo que indica su pertenencia a la clase social más baja. A su vez, 13/40 pertenecen al estrato 2, lo que indica que pertenecen a una clase social baja. Finalmente, 12/40 manifestaron pertenecer al estrato 3 lo que indica que se encuentran en una clase social baja con tendencia a clase media. En conclusión el 100% de los encuestados pertenecen a la clase baja y un 30% de ellos presenta una tendencia a la clase media.

Nivel educativo. 8/40 encuestados manifestaron haber cursado la primaria e iniciado el bachillerato no terminando este último. 18/40 cursaron el bachillerato completo. 5/40 hicieron

³⁵El estrato social es una convención que se usa para ubicar socialmente a las personas de acuerdo a su nivel económico. Se encuentra en la factura de servicios públicos (donde está integrado el servicio de gas, agua, energía eléctrica, alumbrado público y tasa de aseo y limpieza). La estratificación va de 1 a 6, siendo 1 el estrato económico más bajo y 6 el estrato social más alto. El estrato 2 sigue indicando que se pertenece a una clase social baja y el 3 indica que se pertenece a una clase social que está entre baja y media. A partir del estrato 4 se indica que el nivel socioeconómico está entre medio y alto, con una tendencia más a al alto, el estrato 5 indica la pertenencia a una clase social alta y el estrato 6 que es el máximo indica la pertenencia al más alto nivel de poder adquisitivo de la ciudad.

el bachillerato y cursan estudios técnicos. 4/40 cursó el bachillerato y cursa estudios tecnológicos. 3/40 encuestados es tecnólogo o profesional, 2/40 se encuentran cursando el bachillerato en jornada nocturna.

Sexo. Con respecto al sexo 12/40 encuestadas son mujeres, 1/40 se realizó el cambio de sexo mediante intervención quirúrgica de varón a mujer, 2/40 se definen cómo personas de género femenino y finalmente 25/40 son de sexo masculino. La participación de las mujeres, transexuales y transgénero, es menor en relación con la cantidad de sujetos de género masculino homosexuales.

Orientación sexual. 12/40 encuestadas son homosexuales, lesbianas o gays, 1/40 es transexual con deseos sexoafectivos hacia el sexo masculino, 2/40 son transgénero y 25/40 son homosexuales o gays. La muestra no presentó presencia de bisexuales.

Religión. 35/40 encuestados manifestaron ser de religión católica, 1/40 manifestó no tener religión o culto y 4/40 manifestaron ser de una religión diferente a la católica.

Ocupación. 31/40 encuestados manifestó tener ocupación laboral, 2/40 manifestaron solo dedicarse a estudiar y 7/40 manifestaron estar en búsqueda de empleo.

Trabajo en relación de dependencia o independiente. 8/40 encuestados manifestó estar laborando en relación de dependencia, 23/40 manifestaron tener una ocupación laboral independiente o informal. 14/40 manifestó que su ocupación está relacionada con salones de belleza, peluquería o artículos de belleza, mientras 9/40 manifestó dedicarse a temas relacionados con el comercio. La muestra no presento presencia de personas jubiladas.

Uso de redes sociales. 40/40 encuestados manifestó usar redes sociales, lo que quiere decir que el 100% de la muestra tiene acceso a la red ya sea desde un computador o desde un dispositivo móvil, y se conectan desde el trabajo, institución educativa, domicilio o desde un

Café Internet. Adicionalmente 40/40 tienen creado un correo electrónico toda vez que para poder hacer uso de una red social, hay que registrarse con un correo electrónico.

Redes sociales que usan. De los 40 encuestados todos manifestaron hacer uso de al menos una red social o de una App. La App más usada es WhatsApp, el 100% de la muestra manifestó tenerla descargada en el teléfono móvil. 5/40 manifestó usar la App de geolocalización Grindr³⁶. 34/40 manifestó usar la red social Facebook. 31/40 manifestó usar la red social Instagram. 25/40 manifestó usar la red social Twitter. 31/40 manifestaron usar las redes sociales Facebook e Instagram. Esta pregunta reflejó un alto nivel de alfabetización digital con respecto al uso de la Internet.

Información que buscan en Internet. Los encuestados manifestaron no buscar una información determinada cuando navegan por la red, cuando ingresan lo hacen con el fin de revisar sus redes sociales, sus cuentas de correo electrónico o para informarse de las novedades que sus familiares y amigos montan en las diferentes redes. A veces navegan alguna información que de momento les parece de interés y que les es presentada en las redes sociales. También manifestaron ingresar a la red para ver videos en Youtube.

EPS. 37/40 encuestados manifestaron tener obra social, 14/40 manifestó tener la EPS SISBEN³⁷ que es la EPS gratuita que otorga el gobierno. 3/40 manifestó no tener obra social.

³⁶Grindr es una App geosocial destinada al público gay que permite a los usuarios que lo tienen descargado localizar y comunicarse con otros hombres homosexuales y bisexuales que se encuentren a un determinado radio de proximidad. Es considerada la mayor red social para homosexuales. En julio de 2018 la esta App registra un total de 80 millones de usuarios en 192 países. Fue creada por el estadounidense Joel Simkai.

³⁷ El Sisbén, es el Sistema de identificación de potenciales beneficiarios de programas sociales, que a través de un puntaje, clasifica a la población de acuerdo con sus condiciones socioeconómicas. Es utilizado para

Censo. 13/40 encuestados manifestaron que alguna vez fueron censados como miembro de la Com LGBT en algún lugar de la ciudad.

Disposición para el censo. 27/40 encuestados manifestaron no estar interesados en participar ni hacer parte del Censo de la Comunidad LGBT, por motivos relacionados con su intimidad, su vida social o por las consecuencias negativas que un hecho como este podría traerles.

Discriminación. 37/40 encuestados manifestaron en algún momento de su vida haber sido excluidos, rechazados o violentados, por ser o parecer homosexual, ser transexual o transgénero. Los lugares o esferas sociales dónde les ocurrió fueron: la familia, la iglesia, el barrio, la escuela, el colegio, la universidad, equipos deportivos, medios de transporte, lugares públicos, escenarios laborales, medios de transporte y discotecas.

Pertenencia institucional. 9/40 encuestados manifestaron hacer parte de una institución que defiende y promueve los derechos de la Comunidad LGBT, o pequeñas agrupaciones no formales vinculadas al tema de la Comunidad LGBT y sus derechos. 31/40 manifestaron no estar vinculados a instituciones porque no conocen ninguna o porque directamente no les interesa hacer parte.

Orientación sexual asumida en sociedad. 9/40 encuestad(as) manifestaron que tienen asumida su orientación sexual en sus diferentes esferas de vida porque se sienten bien

identificar de manera rápida y objetiva a la población en situación de vulnerabilidad para focalizar la inversión social y garantizar que esta sea asignada a quienes más lo necesitan.

haciéndolo. 31/40 manifestó no considerarlo necesario o no querer hacerlo por las consecuencias sociales, familiares y laborales, que este hecho puede llegar a traerles.

Conocimiento de los derechos de la Com LGBT. 7/40 encuestados manifestaron conocer algunos de los derechos de la Comunidad LGBT. 33/40 manifestó no tener información acerca de los derechos de esta comunidad.

Deseo de la información. 40/40 encuestados manifestaron que les gustaría tener acceso a información relacionada con la Com LGBT en general y de su territorio.

Formato de la información. 36/40 encuestados prefieren recibir y tener acceso a información de la Com LGBT por medio de: redes sociales, correo electrónico, portales Web (de instituciones con información precisa, actualizada y de calidad) o grupos de WhatsApp. 4/40 les gustaría recibir información por medio de medios escritos, programas radiales y televisivos.

Popularidad de la Oficina de Equidad y Género. 16/40 encuestados manifestaron conocer o saber de la existencia de la Oficina de Equidad y Género del municipio. 24/40 manifestaron no saber de la existencia de esta oficina, ni de su trabajo.

Gestión de la Oficina de Equidad y Género. 10/40 encuestados manifestaron que la labor de la Oficina de Equidad y Género es redundante y lenta. 4/40 manifestó que la labor de esta oficina hace parte de una maquinaria administrativa que no le da prioridad pero que es importante vincularse con ella para la elaboración de Políticas Públicas a favor de la Comunidad LGBT.

Visibilidad. 33/40 encuestados considera que la Com LGBT de su territorio es invisible y poco tenida en cuenta. 7/40 considera que la Com LGBT de su territorio no es invisible pero si vulnerada y sin derechos.

Círculo social. 40/40 encuestados manifestaron conocer personas de la Com LGBT de su territorio.

Análisis de los resultados de la entrevista

La entrevista se realizó a 15 personas de la Com LGBT entre los 18 y 55 años. 5 de ellas eran mujeres (lesbianas, homosexuales o gays), 3 personas transgénero y 7 hombres (homosexuales o gays).

1. ¿Cómo miembro de la Comunidad LGBT siente que el municipio le otorga derechos y se los hace respetar cuando son vulnerados? ¿Por qué?

Frente a esta pregunta los entrevistados coincidieron en que hay una ausencia de derechos otorgados o materializados para la Com LGBT en su territorio. Con respecto al porqué dijeron: no existe una comunicación clara a la ciudadanía y reiterativa dónde se exprese que la Com LGTB existe y como tal tiene unos derechos, eso solo se dice aquí como una noticia que después sale de la agenda, queda en la constitución o donde deba quedar pero en la práctica siguen haciendo de lado a la gente LGBT de forma frontal o diplomática.

No existen jornadas sociales de concientización y mucho menos de pedagogía para que como sociedad acepten, den oportunidades y respeten o toleren a la Com LGBT. Las personas de esta población en general crecen sin conocer los derechos de la Com LGBT incluso crecen sin saber que hay personas LGBT. De eso no se habla en la escuela, ni en el colegio, ni en las empresas, ni en las iglesias, ni en las comunidades.

Pero la gente LGBT si crece viendo y viviendo el señalamiento, el rechazo, el desplazamiento, la invisibilidad y la exclusión; y cuando se crece y se vive así se naturaliza el hecho de no tener un lugar en la sociedad y se termina creyendo que no hay derechos.

Otorgar derechos y hacerlos valer no es hacer una jornada y ya, no es hacer una reunión con poca gente tres veces al año y ya, no es saber por los medios que el Matrimonio Igualitario fue aprobado y al momento de quererte casar no encontrar ningún notario (escribano) que quiera hacerlo, no es abrir 10 plazas educativas para la Com LGBT en áreas de formación que el mercado no demanda, no es abrir concursos y convocatorias que no vas a poder ganar por la cantidad de documentación que piden, no es estar desinformado durante toda tu vida que como ser humano con una orientación sexoafectiva diferente a la heterosexual tienes unos derechos que te cobijan si el resto de la sociedad está en desacuerdo.

Es tan evidente la ausencia de derechos otorgados que no existen Políticas Públicas diseñadas para satisfacer las necesidades sociales y las problemáticas de la Com LGBT, que sin duda hace parte de la sociedad. Por esto los entrevistados coincidieron en que el municipio no les otorga derechos, ni los hace valer.

2. ¿Conoce a alguien que haya sido víctima de violencia, rechazo y/o exclusión por ser miembro de la Comunidad LGBT?

A esta pregunta los 15 entrevistados reconocieron que en algún momento de su vida en diferentes esferas (social, escuela, barrio, colegio, trabajo, lugar público, familia, iglesia) fueron víctimas de violencia, discriminación, rechazo y/o exclusión por su orientación sexual. A su vez manifestaron conocer una o varias personas entre sus conocidos o amigos que también fueron víctimas de lo mismo por lo mismo, en las esferas nombradas.

3. ¿A quién o dónde recurre cuando quiere hablar sobre su orientación sexual o cree que tiene problemas con este tema?

La mayoría de los entrevistados 12/15 manifestaron en la actualidad en primera instancia recurrir a la red por el anonimato, la prudencia y la privacidad que esta da. Pero no siempre fue así, cuando no había Internet o no se había masificado recurrían a un amigo de confianza.

3/15 entrevistados manifestaron recurrir en primera instancia a un amigo. En la actualidad la primera opción es la red, la segunda un amigo de confianza.

5/15 en tercera instancia manifestaron recurrir a un familiar. Es importante resaltar que todos los entrevistados expresaron que en una etapa más temprana de su vida (cuando se encuentran en el closet) sintieron una sensación de desorientación y soledad (al no saber a quién o dónde recurrir).

Un dato curioso para tener en cuenta, es que ante esta pregunta los entrevistados iniciaron sus respuestas partiendo del pasado, y terminan en el presente.

4. ¿Ha sido retirado de algún proceso laboral por manifestar abiertamente que pertenece a la Comunidad LGBT? ¿Conoce a alguien que le haya pasado?

6/15 entrevistados contaron haber sido retirados de procesos de selección de forma poco clara, aún, sin expresar abiertamente su orientación sexual. 2/15 expresaron ser retirados con explicaciones diplomáticas. 15/15 expresaron conocer personas que fueron retiradas de procesos de selección de forma cautelosa por tener orientaciones sexuales diferentes a las heterosexuales y a su vez expresaron conocer personas con estas orientaciones sexuales que fueron despedid(a)s de sus cargos sin justa causa.

5. ¿Cuándo quiere compartir con personas de la Comunidad LGBT dónde o cómo lo hace?

15/15 entrevistados van a bares o discotecas cuando quieren compartir con gente LGBT. 3/15 dijeron asistir a ciclos de cine gay, porque saben que el público en su mayoría es LGBT. 5/15 además de bares y discotecas frecuentan saunas y videos para entrar en contacto con personas LGBT.

6. ¿Cuál es la posición de su familia con respecto al tema de la homosexualidad?

6/15 entrevistados expresaron que sus familias saben, o tienen incertidumbre con respecto a su orientación sexual y prefieren no hablar del tema o ignorarlo. 7/15 contaron que su familia no acepta una forma de orientación sexual que no sea heterosexual por diferentes razones. 1/15 dijo que su familia acepta la homosexualidad abiertamente y sin hipocresía. 1/15 expresó que su familia no conoce su orientación sexual y es hostil frente al tema razón por la que no la comparte.

7. ¿Vivió en algún momento o vive todavía su orientación sexual con vergüenza? ¿Por qué?

Los 15 entrevistados narraron en un principio (época del closet) sentir vergüenza por su orientación sexual. 8/15 expresaron actualmente no sentirse avergonzados por su orientación sexual pero tampoco sentirse orgullosos y por eso prefieren ser prudentes.

4/15 expresaron no estar seguros si viven en la actualidad su orientación sexual con vergüenza pero les hace bien juntarse con pares para compartir con mucha prudencia alrededor del tema. 3/15 dijeron que actualmente no siente vergüenza de su orientación sexual y dar las respuestas que requiere cada situación de la vida.

8. ¿Qué medios informativos usa o cómo hace para adquirir información con respecto a la Com LGBT? ¿Por qué?

Los 15 entrevistados expresaron sentirse desinformados con respecto a los temas de la Com LGBT.

Los medios que usan para conseguir información son portales Web que en su mayoría están desactualizados o con información imprecisa, las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y Grindr), además, en ocasiones participan en grupos de WhatsApp creados para eventos específicos.

Expresaron además que en la red se encuentra información de instituciones LGBT pero con temáticas de otros territorios y les gustaría un portal así pero con información de la Com LGBT de su territorio.

Los entrevistados expresaron preferir los portales de Internet, las Apps y las redes sociales por la privacidad, el anonimato y el acceso a la información en cualquier momento de forma individual; sin tener que estar indagando acerca de determinados temas en la calle con otras personas, que pueden empezar a hacer interpretaciones acerca de sus gustos e intereses y traer problemas sociales a futuro.

9. ¿En qué medios le gustaría encontrar información sobre la Com LGBT y por qué?

En coincidencia con la respuesta anterior todos los entrevistados dijeron que les gustaría encontrar información precisa, actualizada y de calidad, en las redes sociales, o que les llegara a su correo electrónico, o tener un portal actualizado todo el tiempo dónde puedan informarse de diferentes temas relacionados con la Com LGBT.

Prefieren los medios digitales por la privacidad, la individualidad de la navegación, el anonimato y la posibilidad de poder acceder a la información en cualquier momento. Además, porque en el municipio no existe un lugar formal asignado por la administración para que la Com LGBT se reúna.

10. ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar?

Entre la información que les gustaría encontrar en la red los 15 entrevistados manifestaron deseo de encontrar información que les permita conocer más a fondo la Com LGBT local, nacional e internacional, y tener un portal local no tan comercial como las guías gays que actualmente se distribuyen que solo tiene información con las direcciones de bares, discotecas, saunas y videos de la ciudad.

Les gustaría obtener información actualizada y precisa sobre temas de derechos, eventos, salud sexual, grupos de encuentro, ofertas de empleo, jornadas culturales, programas de salud, ofertas educativas, ofertas de capacitación para el empleo, denuncia de hechos de violencia contra la Com LGBT, casos de éxito de otras agrupaciones LGBT en otros territorios.

Además manifestaron que les gustaría encontrar información sobre a dónde recurrir en caso de requerir asistencia psicológica o ayuda social.

11. ¿Vivió o vive su orientación sexual de forma aislada? ¿Por qué?

Los 15 entrevistados manifestaron que en algún momento de su vida vivieron su orientación sexual de forma aislada, por las consecuencias sociales y familiares que podría traerles el hecho de expresar públicamente sus deseos. 7/15 expresaron en la actualidad vivir su orientación sexual de forma aislada por la forma como son tratadas las personas de la Com LGBT en sus esferas sociales y familiares con rechazo, lastima, discriminación, violencia y exclusión.

12. ¿Cuándo de temas de salud sexual y de enfermedades de transmisión sexual ETS se trata, sabe a qué institución o dónde recurrir para adquirir información?

Los entrevistados manifestaron recurrir a la red cuando de temas de salud sexual y enfermedades de transmisión sexual se trata. En segunda instancia recurren a un amigo de confianza o a alguien de su grupo familiar. En casos en los que está muy comprometida la salud recurren a un centro médico con timidez y desconfianza.

13. ¿Le cuesta acercarse a otros sujetos aun sabiendo que tienen orientaciones sexuales diferentes a la heterosexual? ¿Por qué?

Los 15 entrevistados expresaron que en algún momento de su vida sobre todo cuando estaban descubriendo su orientación sexual, les costaba mucho acercarse a otros sujetos aún

sabiendo que compartían el mismo deseo por miedo a ser rechazados, o dejar en evidencia su orientación sexual.

También contaron que tenían problemas para acercarse a otros por timidez natural, por miedo a equivocarse o por la negación del otro ante la evidencia de ser abordado.

14. ¿Conoce algún miembro de la Comunidad LGBT que haya optado por la prostitución u otra opción por carencias económicas u otras razones?

Las 15 personas entrevistadas dijeron conocer una o varias personas que han optado por la prostitución, al parecer las razones por las que realizan esta elección son: la primera, por situaciones económicas difíciles propias y familiares; la segunda, por ausencia de oportunidades de empleo; y la tercera, por elección y deseo.

15. ¿Cómo desearía usted que fuera la vida de la gente LGBT de su territorio?

Esta pregunta no fue exclusiva de la entrevista, también hizo parte de la encuesta y de las conversaciones cotidianas que sostuve con las personas de la Com LGBT del territorio. Las respuestas obtenidas dieron cuenta de la emoción, los anhelos y los deseos, de las personas LGBT y son:

Dejar de ser invisibles en una sociedad que no tiene un espacio establecido para ellos. Las personas de la Com LGBT de este territorio desean ser visibles y a su vez respetados, desean poder juntarse tranquilamente y comunicarse con otros, sin miedo.

También, desean no ser estigmatizados ni mal vistos cuando salen a las diferentes esferas sociales en las que transcurre su vida. Familia, grupos de amigos, grupos deportivos, culturales, iglesia, colegio, universidad, grupos de trabajo, entre otros.

No quieren ser blanco de violencia física ni simbólica por el hecho de ser homosexual, gay, lesbiana, transgénero o transexual. Quieren llevar una vida plena sin tener que esconderse o avergonzarse de su orientación sexual, y desean no tener la lástima del heterosexual que cuando se muestra amigable y presto a aceptarle le dice que entiende que son “normales”.

Algunos sujetos de este territorio desean unirse para legitimarse jurídica y legalmente para fortalecerse y reclamar ante el poder político los derechos de la Com LGBT, para conseguirlos, defenderlos y promoverlos.

Anhelan tener contacto, conversación y negociación con el poder político y ser además de escuchados tomados en serio, para trabajar en conjunto la creación de Políticas Públicas idóneas que satisfagan las necesidades y den soluciones a las problemáticas en un marco de protección a los derechos de las personas de la Com LGBT.

Desean denunciar (comunicar) la mayor cantidad de hechos violentos contra la Com LGBT para manifestar su desacuerdo con estos actos y pronunciarse en defensa de los miembros de las personas LGBT vulneradas.

Quieren profundamente protegerse entre ellos y aportar su granito de arena para ayudar a las comunidades más vulnerables dónde hay episodios de hambre y violencia, porque saben que son seres humanos que necesitan de la solidaridad del otro, y porque saben que muchos miembros de la Corporación Visibles y de la Com LGBT viven en esas comunidades.

Desean que cada vez más personas de la Com LGBT se unan y toquen a la puerta de las instituciones que velan por sus derechos como la Corporación Visibles para brindarles apoyo y la ayuda necesaria en la medida de lo posible.

Desean que la Com LGBT sea reconocida, visible y tratada como cualquier otra agrupación social. A su vez, quieren y les gustaría que las personas LGBT tengan acceso fácilmente a los

mismos deberes y derechos que los heterosexuales, tener acceso a salud, formación, buen trato, respeto, reconocimiento y oportunidades de calidad para que los miembros de su comunidad no tengan que recurrir a la prostitución y la drogadicción.

Desean tener una sede digna para poder juntarse a hablar sobre sus realidades, problemáticas, derechos, y planificar sus voluntariados comunitarios tranquilamente y que la comunidad en general se involucre en la realización de estas actividades.

Les gustaría tener un sitio web (TICS) para centralizar información de interés para la Com LGBT y que todos tengan acceso a información de calidad, en especial aquellos que viven su orientación sexual con temor en la seguridad de su prudencia para que puedan indagar e informarse.

Desean estar comunicados todo el tiempo para estar alerta a las novedades, logros y luchas de la Com LGBT.

Las personas de la Com LGBT de Itagüí desean con fuerza transformar positivamente sus realidades y las del entorno que los rodea, quieren ser escuchados, valorados, aceptados, visibles y sobre todo, como todos los seres humanos, desean ser amados.

Desean llevar una vida en paz sin la lastima ni el permiso de la heteronormatividad.

Analizados los datos de la encuesta y de la entrevista pase a identificar lo comunicacional para determinar en dónde incidir.

Capítulo 5

Identificación de lo comunicacional

Desde el territorio

Lo primero que observé en las personas de la Com LGBT del municipio de Itagüí, después de compartir con ellos, de leer acerca de la historia de la diversidad en Colombia, de hablar con la gente, de recorrer y trazar el mapa, de estudiar el territorio, de identificar los actores, de aplicar y analizar la encuesta y la entrevista, es que gran parte de la gente de esta región vive su orientación sexual de una forma que tiende al silencio y al aislamiento, porque estuvieron o están todavía en la entropía.

Por lo tanto era necesario incidir en ellos desde lo comunicacional para que no perdieran su intención de comunicación y facilitarles el ir unos a otros para que se conectaran y expresaran sus sentimientos y emociones. Evitar que se sigan metiendo para adentro proponiendo espacios de reflexión para encontrar puntos comunes, estimular la emotividad, el consenso y la creatividad para buscar y encontrar soluciones.

(Ceraso et al., 2002) dice:

Hay algo que está adentro nuestro y que nos determina en el momento de comunicarnos, y es nuestra emotividad. La determinación emocional es la predisposición a relacionarnos con los otros, a poner en común: el miedo, la angustia, la excitación, la admiración, el respeto, el amor, la imaginación son recursos endógenos (no son recursos materiales) que nos movilizan desde la sensibilidad y evitan que nos quedemos aislados, que nos volvamos entrópicos, es decir que “nos metamos para adentro”. “Meternos para adentro es aislarnos, perder conexión, es evitar lo que nos pasa y es negar nuestra capacidad de hacer cosas para transformar. Potenciar estos recursos endógenos y evitar la entropía es algo que depende sólo de nosotros, es no perder nuestra intención de comunicación. (p.22)

Entonces identifiqué cuáles son los canales de comunicación que prefieren y usan las personas del territorio, para conocer los códigos y las formas de lenguaje que utilizan para expresarse y comunicarse; de manera tal que se pueda desde los canales identificados producir mensajes para lograr que la mayor cantidad de personas de la Com LGBT se una, se auto reconozca, reflexione continuamente y se anime a trabajar en conjunto para transformar esos aspectos de sus realidades con los que no están de acuerdo. Después de lograr esto lo que se hace es la transferencia de conocimiento para que se apropien de los lenguajes de comunicación y los usen.

Lo anterior fue un desafío comunicacional porque lograr que las personas de la Com LGBT de este territorio se auto reconozcan no es fácil, dado que muchos de ellos tienen miedo a ser identificados porque posteriormente pueden llegar a ser discriminados, excluidos, señalados en la calle, ser blanco de burlas, rechazados en sus familias, estigmatizados en sus empleos y blancos de violencia física y simbólica.

Por eso fue y ha sido importante trabajar desde los canales de comunicación identificados que fueron: el voz a voz, la interacción cara a cara, los medios digitales (correo electrónico, redes sociales, Apps) y los escritos (afiches); la creación de mensajes propios promoviendo la aceptación, la reflexión, la visibilidad y unión de los sujetos; para enfrentar los miedos y derribar esas barreras que impiden acercarse unos a otros a pesar de tener puntos comunes como orientaciones sexuales diferentes a la heterosexual. Además, ha sido importante promover desde lo comunicacional la lucha contra los prejuicios sociales, la búsqueda del reconocimiento de los derechos de la Com LGBT y una cultura de tolerancia y paz.

(Ceraso et al., 2002) afirma:

Reconocer las dimensiones comunicacionales en los problemas de desarrollo es el primer paso para situar el análisis de la realidad comunicacional. La posibilidad de mirar

comunicacionalmente un escenario, nos facilita la definición de canales y actores de la comunicación, los códigos, los modos, los contextos. Esta mirada nos permite proponer nuevas formas de comunicación, desde la producción de mensajes y la promoción de redes que contribuyan a la solución de los problemas. (p.15)

Un aspecto comunicacional interesante que observé entre los sujetos de este territorio, ocurrió cuando llegaban por primera vez a la Corporación Visibles y compartían y conocían un poco más de su realidad y la de otros, de inmediato en la interacción con nuevos sujetos encontraban puntos comunes y compartían puntos de vista. Y, a medida que los intercambios eran más largos y repetitivos se iba dando la construcción de un sentido compartido, que tenía como punto común la orientación sexual diferente y el deseo de llevar vidas tranquilas y respetadas en las diferentes esferas sociales.

Por lo que era necesario desde lo comunicacional acompañar a la Corporación y apoyar lo que hacían estas personas que sienten, que quieren, que piensan, que entienden y proponen la construcción de una cultura negociando y buscando un consenso con la comunidad heterosexual para ponerse de acuerdo con: los códigos, símbolos, los signos, las prácticas, las reglas; y, socializar los códigos existentes entre la Com LGBT, para buscar la inclusión, la aceptación y el respeto de nuevos símbolos, manifestar la existencia de otras prácticas (las de la Com LGBT) y proponer nuevas reglas.

Ampliar lo que ya estaba establecido en una comunidad en la que coexiste otra comunidad para generar otros sentidos, otros discursos, otras formas de relacionamiento, otros marcos desde dónde entenderse, en suma, otras comunicaciones.

Negociar lo que estaba aparentemente negociado, para producir un nuevo sentido porque la heterosexualidad no es absoluta en todos los sujetos de este territorio pero si es algo que se

acepta y entiende en su imaginario colectivo, era fundamental para lograr cambios positivos en la percepción de las personas de la Com LGBT en el territorio.

Esa negociación solo ha podido llevarse a cabo porque las personas de la Com LGBT viven, creen, entienden y sienten como propio y como parte del otro el género.

(Ceraso et al., 2002) dice:

El sentido es el significado que tienen las cosas, las palabras, los valores y las actitudes para las personas que viven en una comunidad. Algo tiene sentido cuando la gente cree en eso, cuando lo siente propio, cuando lo entiende. El sentido es a la vez social e individual: porque el ámbito en el que nos movemos (la escuela, el barrio, el club, la familia, etc.) le da sentido a lo que hacemos. Pero nosotros somos los que impregnamos de sentidos particulares las diversas prácticas y la vida cotidiana. (p.23)

La Com LGBT en el contexto de la ciudad de Medellín en el municipio de Itagüí actualmente tiene una negociación constante con la comunidad heterosexual, se comunican, luchan y negocian por el sentido de sus discursos.

Y esta negociación se está dando porque homosexuales, heterosexuales, bisexuales, transexuales y transgénero, están entendiendo conjuntamente la diferencia y a su vez están respetando la diferencia del deseo y la orientación sexual del otro.

Se están dando acuerdos, pero no solo desde las instituciones (Corporación Visibles con otras instituciones y autoridades locales) también en el día a día de las calles, las aulas, los barrios, las pandillas, en los grupos deportivos, en los grupos culturales y muchos otros sitios. También en gestos como las miradas y los tonos de voz. Todos ellos espacios dónde la Com LGBT ya no es con tanta frecuencia objeto de bullying, burla, estigmatización, rechazo, exclusión, discriminación y violencia.

Las personas de la Com LGBT están asistiendo diariamente a la producción con la comunidad heterosexual de un sentido, que es producido por el resultado de la negociación de dos discursos y cada hecho que ocurre de aceptación o rechazo en cada rincón de este municipio, ratifica el acuerdo o lo modifica y lo retrocede.

Los sentidos de esta sociedad en la que coexisten homosexuales, bisexuales, transgénero, transexuales y heterosexuales, se construye día a día en cada situación individual y colectiva. Cada persona de la Com LGBT y cada persona de la comunidad heterosexual adapta y defiende su discurso e interpreta el del otro desde su perspectiva y necesidad, y en ese contexto comprender la diferencia, entender la diferencia y la tolerancia frente a la diferencia han sido determinantes.

(Ceraso et al., 2002) señala:

Cuando hay comunicación hay negociación. Porque en cada situación los interlocutores de un proceso de comunicación luchan y negocian por el sentido de sus discursos. Hay negociación cuando nos encontramos, cuando entendemos algo conjuntamente, cuando acordamos entre diferentes el sentido y la importancia de un determinado mensaje. Además, la comunicación es producción de sentido y decimos que el sentido es producido porque: es el resultado de una negociación. La negociación o acuerdo se modifica en cada situación. El sentido no se da de una vez y para siempre, sino que se construye en cada situación individual y en cada comunidad. Cada integrante del proceso de comunicación adapta su discurso e interpreta el de los demás, según sus necesidades. (p.23)

Al interior de la Com LGBT hay una comunicación entre sus miembros, y a su vez cada uno de estos miembros tiene comunicación con sujetos del resto de la población que no es

LGBT y en la que está presente la expresión que él da y la expresión que de él emana³⁸, esa comunicación está todo el tiempo en constante interacción con los demás en todas las esferas en las que el sujeto intervenga, y a su vez puede ser evaluada positiva o negativamente por los demás y producir aceptación, discriminación, rechazo y hasta violencia.

Por lo anterior es importante resaltar que con esta “*Estrategia de procesos comunicacionales*,” no se busca marcar diferencias enemigas entre poblaciones, lo que se pretende es la aceptación, la tranquilidad, la libertad y la paz, que necesitan todos los sujetos para vivir en la totalidad del territorio. En términos de Butler (2004), que cuenten con los elementos para tener una vida llevadera y habitable. Y no las situaciones de entropía que inhiben su voluntad de comunicación o las actuaciones de engaño y fingimiento que despliegan en sus diferentes esferas sociales para ser aceptados (los no heterosexuales) o para parecer que aceptan al otro (los heterosexuales).

(Goffman, 1956) con respecto a la expresividad del individuo afirma:

La expresividad del individuo (y por lo tanto su capacidad para producir impresiones) parece involucrar dos tipos radicalmente distintos de actividad significativa: la expresión que da y la expresión que emana de él. El primero incluye los símbolos verbales-o sustitutos de estos- que confiesa usar y usa con el único propósito de transmitir la información que él y otros atribuyen a estos símbolos. Esta es la comunicación en el sentido tradicional y limitado del término. El segundo comprende un amplio rango de acciones que los otros pueden tratar como sintomáticas del actor, considerando probable que hayan sido realizadas por razones

³⁸ El concepto: expresión que da y expresión que emana, es trabajado por el sociólogo canadiense, Erving Goffman, en el texto: la presentación de la persona en la vida cotidiana, escrito en 1956; dónde aborda la expresividad del individuo.

ajenas a la información transmitida en esta forma. El individuo por supuesto transmite intencionalmente información errónea por medio de ambos tipos de comunicación, el primero involucra engaño, el segundo, fingimiento. (p.16)

Lo comunicacional desde Visibles Corporación

En lo referente a la Corporación Visibles, mirar comunicacionalmente su escenario fue algo ineludible para poder definir con que canales cuenta, los actores de la comunicación, los códigos, los modos y los contextos; para definir y afinar los mensajes propios y proponer nuevas formas de comunicación dirigidos a la Com LGBT.

A su vez esta mirada fue útil para detectar redes que pudieran ayudar a la solución de problemas, y, contactos estratégicos útiles en la gestión de los proyectos de desarrollo (resultado de la: Estrategia de procesos comunicacionales) que nos acercaron a la situación deseada.

Conociendo los miembros de la corporación y con quién se relacionan (actores) obtuvimos luz para definir los contenidos y las formas de los mensajes, qué lenguaje usar y cómo usarlo para llegar a la comunidad.

La Corporación Visibles se creó con un fin matriz, promover y defender los derechos de la Com LGBT y hacer visibles a los invisibles. Por lo que era preciso estudiar a su vez los lenguajes de comunicación usados al interior de la Corporación, para que los miembros percibieran bien expresado ese fin, y a su vez transmitirlo a la comunidad.

El ejercicio de producción de mensajes fue muy enriquecedor porque los miembros de la corporación fortalecieron su identidad y a su vez reflexionaron sobre lo que son, quiénes son y lo que hay para decir sobre su realidad, y, sus propuestas y acciones de cambio.

Los canales de comunicación con los que la Corporación establece contacto con la comunidad son:

- Las reuniones cara a cara entre los miembros de Visibles Corporación.
- Las reuniones de Visibles Corporación con las personas de la Com LGBT.
- Las reuniones de Visibles Corporación con el poder político, los líderes comunales y con diferentes instituciones.
- Los flyers digitales que elaboran para expresar a la sociedad la existencia de Visibles Corporación y su misión de demandar, defender y promover, los derechos de la Com LGBT.
- El grupo de WhatsApp, de Visibles Corporación para estar en contacto con sus miembros.
- Los afiches físicos realizados de forma manual por los miembros de la Corporación que luego son pegados en las calles de la municipalidad, informando sobre los voluntariados comunitarios y eventos de la Corporación.

Actualmente estos canales se usan, evalúan y se mejoran. Además se considera su efectividad, e impacto y se adapta para cada uno de ellos los contenidos de los mensajes propios.

Capítulo 6

Estrategia de procesos comunicacionales

Se realizó con la comunicación como elemento transversal a las realidades, los datos duros, los hechos, los valores subjetivos de la comunidad, la historia, las conversaciones, las entrevistas, las encuestas, entre otros, porque son considerados como valiosos en la medida que aportaron información importante para la construcción de la *Estrategia*.

Cada hecho observado, cada conversación, cada opinión, cada dato, cada situación ocurrido en la magnitud de su esplendor fue observado como tal, sin perder de vista lo que expresa, dice o comunica.

En ese orden, la *Estrategia* se construyó teniendo en cuenta las particularidades que presenta el territorio y la comunidad (los datos duros obtenidos del *Diagnóstico*); cruzados con los *Valores Subjetivos de la Comunidad* (resultado de: recorrer el territorio, interactuar con las personas y conocer su cultura); lo que nos permitió *Pronosticar* la situación futura que es cómo sería la situación de la Com LGBT en 5 ó 10 años sin haberla intervenido para transformarla; lo que dio paso a identificar elementos potenciales de *Desarrollo Endógenos*, en búsqueda de la *transformación* de las realidades negativas y mejoramiento o mantenimiento de las realidades positivas; lo que coincidió con la utopía o situación deseada de la Com LGBT (*Objetivo de Desarrollo Endógeno*).

Una vez planteado el Objetivo, se plantearon los Proyectos Comunicacionales de Desarrollo, se determinó su viabilidad y finalmente se delinea la planificación y gestión.

La matriz que estructuró la *Estrategia de Procesos Comunicacionales* fue:

Tabla12*Matriz de la Estrategia de Procesos Comunicacionales*

Proceso	Dimensión
Obtención de datos duros del Diagnóstico	Realidad material y objetiva
Identificación de los valores subjetivos de la comunidad	Realidad subjetiva de la comunidad
Elaboración de Pronóstico	Futuro no intervenido para la Transformación
Identificación de elementos potenciales de Desarrollo Endógeno	Realidad por intervenir para la transformación
Construcción de Objetivo de Desarrollo Endógeno	Futuro deseado
Planteamiento y elaboración de proyectos comunicacionales de Desarrollo Endógeno	Desde la comunicación, Planificación de la realidad para la Transformación
Ejecución de proyectos comunicacionales de Desarrollo Endógeno	Gestión de la realidad para transformarla desde la comunicación

Figura 7

Gráfica de la matriz de la Estrategia de Procesos Comunicacionales

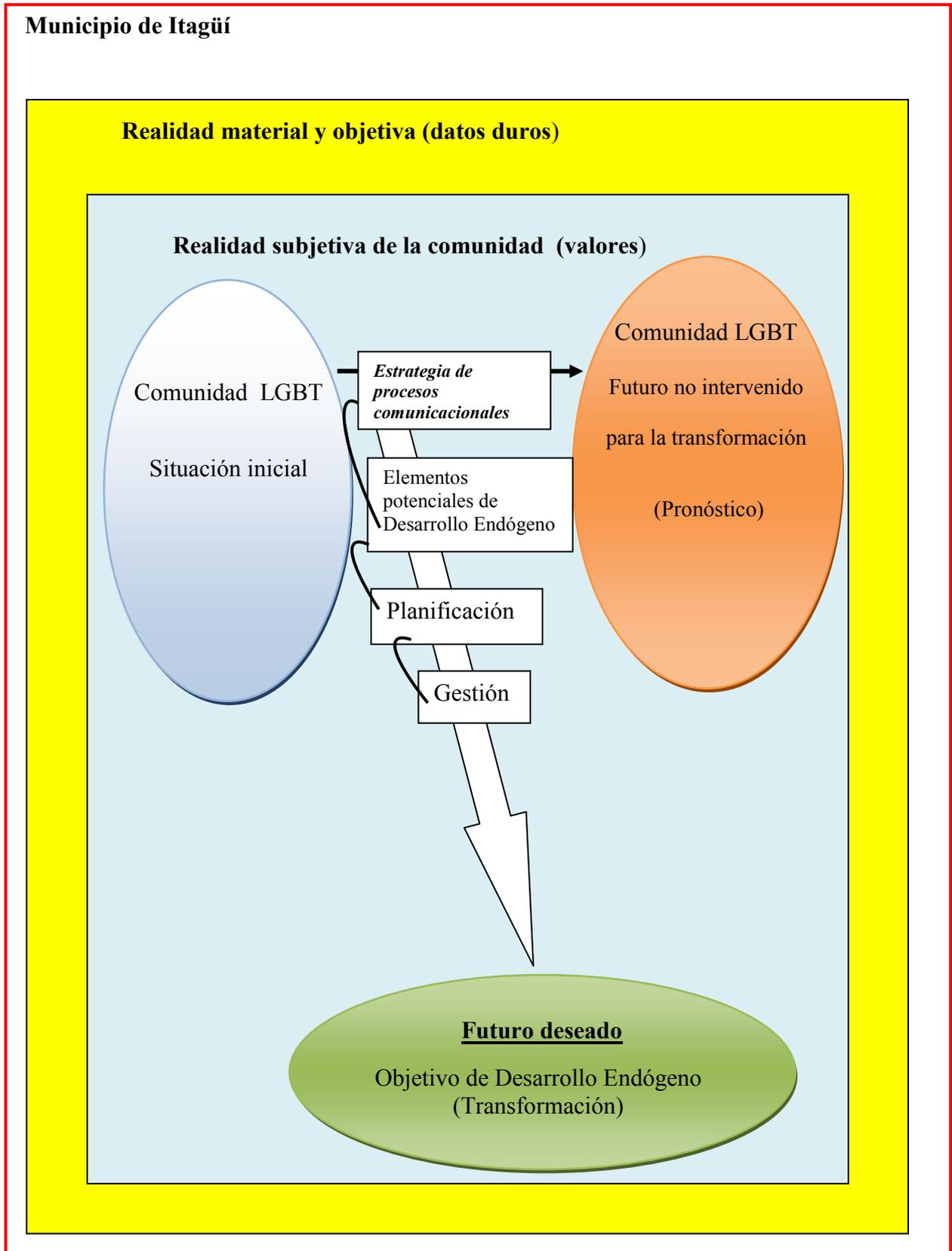


Tabla 13*Matriz de datos duros, realidad material y objetiva*

 Obtención de datos duros del diagnóstico (realidad material y objetiva)

*Datos sobre el territorio y la Comunidad LGBT

-El municipio de Itagüí tiene 231.340 habitantes distribuidos en una superficie de 21.9 km cuadrados de los cuales 12.17 km cuadrados son de zona urbana y 8.91 km cuadrados son de zona rural. Además, del total de su población 47.2% son hombres y 52.8% son mujeres.

-Tiene una cárcel de máxima seguridad.

-El clima de Itagüí es muy cálido oscila entre los 21 y 26 grados.

-Sus principales fuentes de economía son las industrias textiles, químicas, metalúrgica y confecciones.

-Está dividido en 6 comunas, en las que hay 71 barrios y 8 veredas³⁹.

-Hasta octubre de 2017 el territorio presenta un total de 31.522 personas víctimas del conflicto armado interno.

-Tiene 15 vías terciarias pavimentadas y 5 destapadas, 73.014 viviendas con cobertura de alcantarillado, 55.571 viviendas con servicio de gas residencial por red y 2 hospitales, la cantidad de camas en hospitales es de 325.

-La tasa de homicidio por cada 100.000 habitantes es de 13.97%, la tasa de desempleo es de 9.62% y la tasa de mortalidad infantil es de 9.4%.

-Tiene 63.610 hogares, 73596 viviendas con cobertura de energía, 67.667 con cobertura de servicio de agua y 53.028 con servicio de Internet.

-Anualmente presenta 705 casos de hurto.

-La escolaridad hasta la secundaria es de 72.08%, y tiene 72 instituciones educativas, el número de maestros en instituciones oficiales es de 1.129.

³⁹ Una vereda en Colombia es uno de los centros de división territorial de un municipio o corregimiento.

-La tasa de ocupados es de 52.35%

-Hasta 2016 registra 1 asociación LGBT con personería jurídica. Con respecto la cantidad de personas LGBT existen diferentes cifras: las bases de datos de la Administración Municipal reportan un total de 664 personas registradas, y, un ejercicio de Censo realizado de manera informal por Visibles Corporación arrojó un total 837. La Organización Mundial de la Salud al año 2016 no reporta datos sobre el número total de la Población LGBT a nivel mundial, ni local, sin embargo estima que es de aproximadamente el 10% del total de la población mundial, lo que aplicado al total de la población de Itagüí, daría un total de 23.134 personas.

-Cantidad de personas activas en la única Corporación LGBT registrada, 43.

-Promedio de número de personas que se acercan a la Corporación para conocerla y acercarse a la Comunidad LGBT por reunión 2.

-Cantidad de voluntariados hechos en diferentes comunidades vulnerables por año 4.

-Número de personas beneficiadas por voluntariado realizado, entre 50 y 65 personas.

-Hay para la Comunidad LGBT habilitados 4 bares gay, 2 discotecas gay, 2 saunas gay, 1 video gay⁴⁰ y 2 moteles gay.

-El estrato socioeconómico que predomina es el 3, con el 51.2%, que corresponde a la clase media baja. Le sigue el estrato 2 que corresponde a la clase baja. Lo prosigue el estrato 1, con un 6%, que corresponde a la clase baja. El estrato 4 que pertenece a la clase media alta tiene presencia con un 1.1%.

Fuente: informe, Itagüí en cifras, presentado en el año 2014 por el periódico El Colombiano y página Web de la Alcaldía de Itagüí: <https://www.itagui.gov.co/>

⁴⁰ Un vídeo Gay es un lugar en el que se proyectan videos masculinos, acondicionado con sillas, mesas y cuartos entre salones y laberintos.

Tabla 14*Matriz de identificación de valores subjetivos de la Com LGBT*

Identificación de los valores subjetivos de la comunidad (realidad subjetiva de la comunidad)

-El municipio de Itagüí es en su mayoría católico y las creencias y costumbres de las personas y las familias tienden a ser conservadoras y machistas.

-Está en el imaginario colectivo que los géneros permitidos son el masculino y el femenino, por tanto se rigen por la heteronormatividad.

-La seguridad es muy importante, por eso, a la hora de movilizarse en el territorio el tema seguridad es primordial para sus habitantes por el problema de violencia y conflicto armado interno que ha tenido el municipio en los últimos 10 años.

- Existe la prostitución heterosexual y de la Comunidad LGBT, además hay expendio y venta de drogas en las calles.

-Desde la observación es evidente la presencia de economías informales.

-Las personas de la Comunidad LGBT son consideradas generalmente como personas que deben trabajar exclusivamente como peluquerxs.

-Se han dado problemas de exclusión laboral para las personas de la Com LGBT.

-Se han dado episodios de violencia, rechazo y exclusión para las personas de la Com LGBT en las calles.

-Existe una Oficina de Equidad y Género, pero no es muy conocida por las personas del territorio y las personas de la Com LGBT no creen en el trabajo que se realiza desde esta oficina con la Comunidad, lo que cuestiona la efectividad del acompañamiento del Estado.

-Existe el matrimonio igualitario.

-El municipio tiene vida gay sobre todo en las noches en la zona céntrica del municipio.

-Los Itagüiseños se caracterizan por su amabilidad y su solidaridad.

-Está regido por un sistema democrático donde gobierna el Alcalde como Poder Ejecutivo y el Concejo Municipal como Poder Legislativo.

-A octubre de 2016 no tiene *Políticas Públicas* creadas para la Com LGBT pero sí se reconoce su presencia en el territorio y están considerados como población vulnerable.

-Se sabe de la presencia de personas que viven sus deseos, en relación con su orientación sexual de manera aislada y silente (entropía).

-Existe una Corporación LGBT en el territorio que demanda, defiende y promueve los derechos de la Com LGBT.

-Al presentar una buena cobertura en servicio de Internet, el municipio presenta alta alfabetización digital y uso de las nuevas tecnologías.

-Existen personas de la Com LGBT que pertenecen a zonas con problemas de violencia y vulnerabilidad.

- Existe una invisibilidad de la Com LGBT, que la corporación viene trabajando para buscar el reconocimiento y el apoyo del Estado.

-Visibles Corporación realiza labores de voluntariado en las zonas vulnerables, (solidaridad).

- Algunas personas de la Com LGBT en este territorio han manifestado sentirse afectadas social y psicológicamente.

- La Com LGBT ha manifestado sentirse y estar desinformada con respecto a temas exclusivos de su colectivo como estatuto político, cultural y social, no existen medios pensados en las necesidades de información de esta comunidad. (Deseo de información de calidad, oportuna y permanente)

-Reuniones de algunas personas de la Com LGBT de la corporación y convocatoria a todas las personas a participar semanalmente, para compartir y reflexionar sobre los hechos y realidades de la Com LGBT en el territorio, (unión y convocatoria).

-Existen personas de la Com LGBT que se presentan indiferentes y ajenas a lo que ocurre con su comunidad en el territorio y no les interesa auto reconocerse, ni ser censados.

-Existen instituciones y organizaciones que han generado una relación de empatía y solidaridad con la

Corporación Visibles y han manifestado su apoyo y ayuda material para diferentes actividades.

Tabla 15

Matriz de pronóstico, cómo sería el futuro sin intervenir la realidad para transformarla.

Pronóstico (futuro no intervenido para la transformación)

*Proyección de lo que sería el futuro de la Com LGBT del municipio de Itagüí, si no se reflexiona sobre la realidad actual y no se emprenden acciones para transformarla positivamente. Es posible que muchas cosas de la proyección no se puedan cambiar radicalmente pero si se tendrá una reflexión y el deseo de transformación.

- La Com LGBT continuará estigmatizada, en la invisibilidad y violentada (sin derechos reconocidos).

- Continuará la ausencia de proyecto (*Políticas Públicas*) y apoyo político.

-Personas LGBT viviendo en zonas vulnerables con problemas de violencia.

- La Comunidad LGBT seguirá siendo enviada a la invisibilidad.

- Com LGBT sin un espacio para establecer diálogo con la iglesia y sus creencias.

-Muchas personas de la Com LGBT seguirán siendo indiferente ante las problemáticas propias y del entorno, y sin interés al autoreconocimiento por los problemas sociales y familiares que les puede traer.

- La sociedad continuará siendo desigual, machista y conservadora.

- Existencia de sujetos LGBT con problemas de sociabilidad y psicológicos.

-La Com LGBT continuará desinformada e incomunicada en su interior y con las instituciones que hay a su alrededor y con agrupaciones como la comunidad en general y el Estado.

-Las Personas LGBT continuarán sin espacios sociales de sana convivencia, arte y cultura.

-La Com LGBT seguirá siendo discriminada, excluida, sin oportunidades de empleo y con una tasa alta de prostitución y narcotráfico.

-Continuará la ausencia de presupuesto para apoyar a la Com LGBT.

- La Oficina de Equidad y Género seguirá realizando un trabajo desnutrido y su gestión continuará deslegitimada. Hasta es posible que a futuro no exista.

Tabla 16

Matriz de identificación de elementos potenciales de Desarrollo Endógeno

Identificación de elementos potenciales de Desarrollo Endógeno (realidad a intervenir para la transformación)

-La alfabetización digital que presenta el territorio, así como el acceso a la tecnología digital y el uso de las TIC'S⁴¹ aparecen como una oportunidad a aprovechar desde la comunicación en formato digital, para crear y abrir espacios de información y encuentro, en función de transformar la entropía y la desinformación de la Com LGBT.

-La existencia de un grupo de WhatsApp de la Corporación, en el que las personas de la Com LGBT participan, aparece como un elemento, que se debe cultivar y potenciar como medio de contacto constante entre ellos para mantener la comunicación y el intercambio de información útil y relevante.

-La presencia de la Corporación Visibles en el territorio es un elemento potencial de desarrollo porque sirve para unir a los miembros de la Com LGBT y para establecer amistad y diálogo entre ellos. A su vez sirve para establecer conversación con la comunidad en general por medio de la solidaridad, reflejada en actos como los voluntariados que se realizan en las comunidades vulnerables y se transformarán positivamente entornos precarios.

-La presencia de la Corporación Visibles que demanda, defiende y promueve los derechos de la Com LGBT es una oportunidad de diálogo con el Estado, para transformar la situación actual de la Com LGBT del territorio

⁴¹ El término TIC'S se refiere a las tecnologías de la comunicación y la información.

por medio del trabajo en conjunto para la creación de *Políticas Públicas* para esta comunidad. Y es un elemento para la transformación de los sujetos LGBT en sujetos políticos a través de la reflexión sobre sus realidades y la búsqueda del diálogo con la Administración Municipal.

-La existencia de una Oficina de Equidad y Género, es una oportunidad para establecer contacto con el Estado y dialogar acerca de las realidades que se viven en el territorio para generar reflexión, consenso y trazar líneas de acción en función del mejoramiento de las realidades negativas y el mantenimiento y mejoramiento de las realidades positivas.

-Las reuniones que realiza Visibles Corporación con sus miembros y las personas de la Com LGBT son un elemento que se debe cultivar y mejorar para mantener el diálogo constante con las personas, compartir, reflexionar, dialogar, escucharse; para transformar la entropía y buscar soluciones conjuntas a los problemas que tiene la Com LGBT en el territorio.

-Las capacitaciones que realiza la Alcaldía para la comunidad en general y para las que se destinan plazas para las personas LGBT son un elemento potencial de desarrollo, que bien afinado puede ayudar a la transformación del desempleo, la estigmatización al sujeto LGBT, la prostitución y el narcotráfico.

-La buena relación y empatía con las diferentes instituciones y organizaciones, junto con los diálogos de amistad, apoyo tangible y solidaridad, son un elemento de transformación importante logrado desde el trabajo en equipo de la Corporación con los diferentes entes para ayudar a la comunidad.

Tabla 17*Matriz de construcción de Objetivo de Desarrollo Endógeno*

 Construcción de Objetivo de Desarrollo Endógeno (futuro deseado)

*Es la Utopía, el futuro que desean las personas de la Com LGBT del municipio de Itagüí.

- Una Com LGBT unida, comunicada y fortalecida, para ser visibles y defender los derechos LGBT.
 - Personas LGBT convertidas en sujetos políticos (sin entropía) que se informan, conocen y defienden sus derechos.
 - La presencia de más Corporaciones LGBT legales, fortalecidas, reconocidas y legitimadas; para demandar, defender y promover los derechos LGBT.
 - Entornos sociales mejorados por los voluntariados de la Com LGBT.
 - Derechos LGBT reconocidos y respetados política y socialmente.
 - Medios propios para denunciar la violencia y la estigmatización a la Com LGBT.
 - Imaginario colectivo incluyente y abierto a la diversidad sexual.
 - Com LGBT visible y aceptada por la sociedad.
 - Personas LGBT que conocen sus derechos, los promueven y defienden, y a su vez, informados de los proyectos políticos y de ley de la Com LGBT en su país y el mundo.
 - Derecho a la capacitación y el empleo sin importar la orientación sexual.
 - Erradicación de la prostitución LGBT y heterosexual, y erradicación del narcotráfico, o, en su defecto índices muy bajos.
 - Personas LGBT tranquilas con una vida llevadera y habitable.
 - Sujetos sanos psicológicamente, con acceso a programas de salud duraderos y de calidad, y capacitación sobre temas de salud en general y ETS.
-

-Com LGBT con sede y con espacios para la unión, la sana convivencia, el arte y la cultura.

-Com LGBT apoyada de palabra y de hecho por el poder político.

-*Políticas públicas* acordes a las necesidades y problemáticas de la Com LGBT.

-Com LGBT informada.

*Oficina de equidad y Género legitimada, fortalecida y conectada con la Com LGBT.

Nota: esta matriz fue construida con miembros de la Com LGBT

Una vez conocido el *Objetivo de Desarrollo Endógeno*, hubo que reflexionar y analizar desde la comunicación cómo se podía incidir en las problemáticas de esta población, y tratar de identificar posibles alternativas de solución (ideas de proyectos) que se pudieran materializar (convertir en proyectos planificables y gestionables).

El escenario ideal comprendía tener *ideas de proyectos* que plantearan la solución a todas las problemáticas de la Com LGBT del territorio pero de inmediato no era posible, por lo que hubo que hacer pie en tierra para definir qué, desde nuestro aquí y ahora era viable y ejecutable, una vez definido esto se jerarquizó que se iba a ejecutar teniendo en cuenta: la importancia para la estrategia, la urgencia, la sencillez de la ejecución, el atractivo para los involucrados, vinculación con otros problemas, posibilidad de gestión y facilidad de financiamiento.

Cabe anotar que las *ideas de proyecto* y su posterior *planificación y gestión*, estuvieron encaminadas además de transformar positivamente las situaciones de vida de la Com LGBT en el territorio, a trabajar el tema de la aceptación del deseo y la orientación sexual propia y de los demás, a luchar contra la *entropía* de las personas, a propiciar espacios de diálogo sobre temas como la diversidad, el género y la sexualidad, sin vergüenza y señalamiento, para

mirarlo como algo natural y no como algo permitido o prohibido por las convenciones sociales, la cultura y la heteronormatividad.

Las ideas de proyectos planteadas y jerarquizadas fueron:

1. La creación de un boletín que aborde temas relacionados con las problemáticas LGBT en versión física y digital con tiraje mensual.

2. Elaboración de sitio Web de la Corporación Visibles de carácter informativo y divulgativo de la Com LGBT.

3. Organización y planeación, de ejecución de la reunión de los lunes, de la Mesa Directiva y de la Mesa de ayuda (los martes), con los nuevos miembros para que sean más organizadas, interesantes y efectivas.

4. Elaboración de calendario con obligaciones jurídicas para garantizar la legalidad y el buen funcionamiento de la Corporación.

5. Elaboración de normas de participación para el grupo de WhatsApp de la Corporación.

6. Elaboración de cuentas de la Corporación para redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram. Y elaboración de manual de uso, contenido y estilo.

7. Elaboración de calendario y planilla de planeación y gestión de los voluntariados Comunitarios. Centralizar y organizar la documentación y archivo de los voluntariados realizados.

8. Elaboración de calendario de reuniones con la Oficina de Equidad y Género de la Municipalidad, para hablar de las problemáticas de la Com LGBT e iniciar con las propuestas de las Políticas Públicas para esta comunidad.

9. Elaboración de base de datos de la Com LGBT para iniciar construcción de CENSO poblacional, construcción de agenda de destinatarios para hacer entrega de información de la Com LGBT por correo electrónico.

10. Establecer canales de contacto y calendario de reuniones con aliados estratégicos, para informarlos sobre temas relacionados con las realidades y demandas de la Com LGBT.

11. Elaborar listado de posibles aliados para patrocinios de las actividades de la Corporación y divulgación de su labor (free press).

12. Elaborar propuesta para solicitar a la municipalidad un lugar digno para las reuniones de la Com LGBT.

Una vez conocido el *Objetivo de Desarrollo Endógeno* y las ideas de proyecto se construyó el objetivo general de la *Estrategia de procesos comunicacionales*.

El objetivo general

Aplicar la tecnología de la *planificación y gestión*, en una *Estrategia de procesos comunicacionales*, que se pueda ejecutar desde un ente legitimado jurídicamente en el territorio, para intervenir desde lo comunicacional las problemáticas de vida de la Comunidad LGBT del municipio de Itagüí.

Objetivos específicos

1. Abrir espacios de encuentros físicos y virtuales a la Com LGBT y a la comunidad en general, con el fin de que se unan, se comuniquen y salgan de la entropía.
2. Crear espacios de reflexión y acción donde los miembros de la Com LGBT se escuchen, se expresen, se informen, participen y trabajen; en función de transformar positivamente sus situaciones de vida y las formas de aceptar la orientación sexual de

las personas de la Com LGBT, combatiendo a su vez la invisibilidad y mejorando los entornos sociales.

3. Construir sentidos colectivos para luchar contra la discriminación en todas las dimensiones, denunciando los hechos de violencia en el marco de la demanda, defensa y promoción de los derechos de la Comunidad LGBT ante la sociedad en general y ante el poder político.
5. Conocer los deseos de los sujetos de la Com LGBT del municipio de Itagüí.
6. Construir un marco teórico que dé cuenta de las nociones de género que atraviesan esta temática.
7. Explorar, conocer y explicar el contexto actual de la Com LGBT en el municipio de Itagüí.
8. Plantear en forma participativa desde la realización de un diagnóstico socio-comunicacional y su posterior Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales, una *Estrategia de procesos comunicacionales*, que lleve a la Comunidad LGBT del municipio de Itagüí a acercarse a un Objetivo de Desarrollo endógeno que transforme sus situaciones de vida positivamente, de manera tal que este proceso de cambio esté atravesado por la comunicación, la reflexión y el aprendizaje.

Capítulo 7

Planteamiento de Planificación y Gestión de los proyectos

Las ideas de proyecto fueron evaluadas para saber si estaban dentro de nuestro marco de acción y eran posibles de realizar, los criterios utilizados fueron:

Factibilidad económica. Su financiación es posible y se tienen los recursos humanos y materiales.

Viabilidad política. Existen relaciones favorables para poder gestionarlos y estamos en capacidad de tomar decisiones para sacarlos adelante en tiempo y forma.

Viabilidad social y cultural. Son percibidos como una necesidad sentida por los actores, (miembros de la Corporación Visibles y personas que no son de la corporación pero que viven en el territorio y hacen parte de la Comunidad LGBT).

Así las cosas, quedaba planificar los proyectos teniendo en cuenta a (Ceraso et al., 2002) cuando dice: “La planificación consiste en introducir organización y racionalidad en la acción, la idea de planificación se encuentra vinculada en las Ciencias Sociales, a la organización de la sociedad y al Estado como planificador”. (p.64)

Articulamos entonces cada uno de los proyectos de manera tal que la planificación y gestión de uno, abra en la medida de lo posible las puertas de otros proyectos.

“Es importante ver que cada proyecto no solo resuelve un aspecto del problema, sino que facilita la resolución de otros”. (Ceraso et al., 2002, p. 67)

Iniciar la planificación de los proyectos fue un ejercicio esperanzador aún cuando sabíamos que no se iban a resolver por completo las problemáticas de la Com LGBT de Itagüí, pero si iba a acercarnos cada vez más a la situación deseada, es decir al objetivo de desarrollo.

Proyecto 1

Creación de un boletín físico y digital, para la Comunidad LGBT del municipio de Itagüí.

Descripción

Este proyecto consta de la creación desde el diseño y la forma de un boletín en formato físico y digital, que aborde temas de interés de forma seria y actualizada para la Com LGBT del municipio de Itagüí.

Surge del diagnóstico realizado de forma participativa con los miembros de la Corporación Visibles y con algunos miembros de la Com LGBT del municipio de Itagüí, donde quedó en evidencia que las personas LGBT se sienten desinformadas con respecto a temas de interés general de la Com LGBT como: jornadas de salud, hechos de violencia contra las personas de la Com LGBT, derechos de la Com LGBT, programas dirigidos a esta Comunidad, ofertas de empleo, ofertas académicas, oportunidades para financiar emprendimientos, convocatorias para participar de actividades culturales, actividades recreativas, actividades deportivas y culturales.

Es importante porque parte del diagnóstico que se realizó hablando con las personas del territorio, cara a cara y por medio de encuestas y entrevistas, reveló que la Com LGBT se sentía y está desinformada con respecto a los temas propuestos y que les gustaría estar informados sobre lo ocurre en la Com LGBT.

Las personas de la Comunidad LGBT expresaron que es fundamental salir de la desinformación y contar con medios en diferentes formatos, especialmente digitales porque se pueden leer y releer en cualquier momento desde cualquier dispositivo y con privacidad, lo que ayuda a aquellas personas que no hacen pública su orientación sexual y llevan su vida de forma prudente, silente o aislada.

Elegimos este proyecto porque la desinformación puede tener efectos muy graves en una comunidad como: desorientación, soledad, desunión, individualidad, entropía, estancamiento, dispersión de las personas LGBT por no tener información transversal, actualizada, clara y precisa; carencia de información que puede ser relevante para las situaciones puntuales de las personas y pérdida de oportunidades.

Además la presencia de un boletín daría más visibilidad a la Com LGBT lo que contrarrestaría de algún modo la invisibilidad que tienen las personas de esta comunidad en la municipalidad.

Datos del ente ejecutor

Denominación: Visibles Corporación.

Barrio: Calle 46 # 49 - 47 Barrio Las Mercedes, Itagüí.

Facilidades físicas con las que cuenta. Espacio físico, 1 computador que puede usarse para la diagramación del boletín y con acceso a internet.

Experiencia de realización de trabajos similares

Una persona miembro de la Corporación es comunicador y tiene experiencia en la elaboración de trabajos similares.

Diagnóstico

La Comunidad LGBT en el municipio de Itagüí a la fecha ha sido invisibilizada, por este motivo las personas se han refugiado en la entropía. Hay aproximadamente más de 800 personas LGBT en el territorio dispersas y desinformadas, sin una organización social que se haya encargado de sus problemáticas puntuales, y no existen Políticas Públicas idóneas diseñadas pensando en las necesidades de esta comunidad establecida en un territorio de clase

media baja, y que no tiene un lugar digno para reunirse. El financiamiento económico viene básicamente de los bolsillos de sus 43 miembros.

El problema

Personas LGBT del territorio desinformados sobre sus derechos, entre ellos el de ser informados y tener acceso a información de calidad y actualizada sobre su comunidad.

Por esto las personas consideran necesario que exista un medio en diferentes formatos, que informe de manera oportuna, clara y precisa, sobre temas relacionados con la Com LGBT para evitar la desinformación y la desorientación.

Y para que también desde allí se trabajen la información y la reflexión sobre tópicos como: la desunión, la violencia, la tolerancia, la estigmatización, la soledad, la prostitución, la individualidad, la salud, la entropía, el narcotráfico, la indiferencia, el género, la sexualidad y la dispersión de las personas LGBT.

Propuesta

La realización de un boletín en formato digital y físico de tiraje mensual, que aborde temas relacionados con la Com LGBT, para combatir la desinformación e informar a su vez a la comunidad en general.

Así, con información de calidad entregada a tiempo y actualizada, las personas LGBT y de la comunidad en general empezarán a enterarse cada vez más sobre lo que ocurre con la Comunidad LGBT, a participar de la información y a replicarla.

De esta forma las más de 800 personas LGBT tendrán un medio al que recurrir para buscar información determinada y ampliarán su percepción y su conocimiento acerca de los hechos, derechos, programas y actividades, que hay para las personas de esta comunidad.

Podrán interactuar con quien elijan sobre esta información y apelarla, pulirla y complementarla con los creadores del medio, incluso, podrán ser en algún momento una fuente de información.

Con la creación de un boletín las personas tendrán acceso a información a la que antes no podían porque no sabían dónde estaba, ni cómo conseguirla, y podrán seleccionar la que más le interese. El boletín será a su vez un formador de opinión pública para las personas de la Com LGBT y para la comunidad en general.

La creación del boletín beneficiará a la Com LGBT porque tendrá un medio serio y a la comunidad en general porque tendrá información sobre la Com LGBT.

Objetivo general

Además de combatir la desinformación e informar a la Com LGBT, un medio caracterizado por la calidad, actualidad y oportunidad, abrirá un espacio de información y de interacción de la corporación con la Com LGBT y con la comunidad en general para dialogar, reflexionar, encontrarse, decodificar sentidos y crear nuevos.

Objetivo específico

Informar a las personas de la Com LGBT y a la comunidad en general del territorio de Itagüí, con un boletín que tendrá tiraje mensual en formato físico y digital.

Metas

Incidir desde la comunicación con un boletín informativo físico y digital (por primera vez) en la Com LGBT de Itagüí y en la comunidad en general.

Tabla 18*Cronograma de actividades proyecto 1*

Actividades	Día, hora, lugar.	Insumos	Responsable	Resultados esperados
Definir Comité Editorial y reporteros.	Día: martes. Fecha: por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación Visibles. Computador con programas de diseño y acceso a Internet.	Farlin Sierra Comunicador, Fernando Flórez.	Definir el Comité Editorial del boletín para fijar los temas y los enfoques de los temas a tratar, y definir las secciones, y los cronogramas de entrega del material. Definir la fecha de levantamiento de información, edición y publicación. Definir fechas de las reuniones del Comité Editorial. Iniciar capacitación en géneros periodísticos y fotografía
Definir diseño y diagramación del boletín	Día: martes. Fecha: por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación Visibles. Computador con programas de diseño y acceso a Internet.	Farlin Sierra Comunicador, Fernando Flórez.	Definir la imagen y el diseño del boletín digital y físico con sus secciones, y establecer contacto y presupuestos para la impresión de 100 boletines.

Tabla 19*Recursos humanos proyecto 1*

Descripción	Precio por unidad	Precio total
Comunicador con experiencia en la elaboración de boletines.	\$0	\$0
Reporteros	\$0	\$0
Diseñador gráfico	\$0	\$0
Total RRHH		\$00

Tabla 20
Recursos materiales proyecto 1

Descripción	Precio por unidad	Precio total
Papel	Por definir	Por definir
Impresiones	Por definir	Por definir
Servicio de tipografía	Por definir	Por definir

Tabla 21
Viáticos proyecto 1

Descripción	Precio por unidad	Precio total
Viajes en colectivo para ir a realizar las entrevistas y realizar tomas fotográficas.	Por definir	Por definir

Tabla 22
Presupuesto total proyecto 1

Descripción	\$
Recursos humanos	Por definir
Recursos materiales	Por definir
Viáticos	Por definir
Total	

Tabla 23*Calendario de erogaciones proyecto 1*

Descripción	Boletín mes 1	Boletín mes 2	Boletín mes 3	Total
RRHH				
RR materiales				
Viáticos				
Total				

Impacto social alcanzado

Se espera llegar a más de 800 personas de la Com LGBT del territorio con el boletín de forma física y digital.

Impacto social indirecto

Se espera llegar a, las diferentes instancias del poder político, a las diferentes comunidades dónde se realicen los Voluntariados Comunitarios, a Comunidades LGBT de otros territorios, a instituciones aliadas y a la comunidad en general.

Proyecto 2

Elaboración de sitio Web informativo para la Corporación Visibles y la Comunidad LGBT, de carácter informativo y divulgativo.

Descripción del proyecto

Deseamos realizar para la Corporación Visibles un sitio Web con información de calidad y actualizada para que las personas de la Com LGBT puedan tener en cualquier momento acceso a información acerca de: los principales hechos, noticias, convocatorias, leyes, actividades, derechos y ofertas; que hay para la Com LGBT.

Este proyecto surge del diagnóstico donde se identificó que las personas de la Com LGBT se encuentran desinformadas, porque no existe un medio, ni un portal, al que puedan acceder con información confiable sobre temáticas propias de la Com LGBT del territorio.

Con este proyecto se estaría apuntando a: combatir la desinformación y la invisibilidad de la Com LGBT. Y se estaría promoviendo la masificación y la presencia en la red. El diagnóstico reflejo en los diálogos, las encuestas y las entrevistas que las personas LGBT quieren recibir información acerca de la Com LGBT y la prefieren de modo digital como portales Web, redes sociales, Apps y correo electrónico.

Datos del ente ejecutor

Ídem, proyecto 1.

Diagnóstico

Com LGBT dispersa en un territorio de clase media baja, con problemas de violencia, invisibilidad, alto nivel de alfabetización digital y amplia cobertura de Internet. En el territorio nunca se ha tenido un portal Web destinado exclusivamente a temas de la Com LGBT.

Problema

La desinformación afecta a todas las personas de la Com LGBT del municipio de Itagüí, se calcula que hay más de 800 personas, y que muchas de ellas no conocen bien sus derechos, y no saben a dónde recurrir cuando necesitan ayuda o apoyo cuando se trata de temas relacionados con ser LGBT.

Las personas LGBT no tienen un medio serio y exclusivo que aborde temas como: derechos de la Com LGBT, jornadas de salud, ofertas de empleo vigentes (lo que puede ayudar a quienes recurren a la prostitución y al narcotráfico como fuente de sustento

económico), ofertas académicas (que pueden servir a quienes quieren continuar ciclos de formación en un sistema en el que la educación pública de calidad es para pocos).

Pero además, el sitio Web les da a las personas que llevan su orientación sexual en silencio una fuente de información que puede ser consultada en cualquier momento.

El sitio es una forma de llegar a las personas entrópicas y a su vez puede ser un canal para luchar contra la entropía. Servirá para convocar e invitar a participar de las reuniones de la corporación y a enterarse de los programas y convocatorias abiertos desde la municipalidad para la Com LGBT. También, servirá para conocerse con otros que tienen situaciones de vida similares y para darse cuenta que la Com LGBT es grande, tiene derechos y que hay personas en sus mismas situaciones dispuestas a mejorar los escenarios de vida actuales.

A su vez el sitio, es una forma de abordar la invisibilidad a la Com LGBT y será una forma de divulgar los hechos de violencia contra las personas de esta Comunidad. Y, servirá de repositorio para el boletín digital mensual que puede cargarse allí, para quienes deseen descargarlo o tener acceso a él en cualquier momento.

Será una forma de centralizar información de la Com LGBT en la red, dónde además estarán los datos de la corporación y de la Oficina de Equidad y Género (que es una aliada).

Será una fuente de información para la comunidad en general y una forma de enviar mensajes de paz en función de aceptar y tolerar la diferencia y los deseos y las elecciones de las personas.

Propuesta

Realizar un sitio Web para luchar contra: la desinformación de la Com LGBT, la invisibilidad de esta comunidad, los actos de violencia denunciándolos, rechazo y estigmatización de esta comunidad.

Objetivo general

Abrir desde la comunicación un espacio virtual informativo para la Com LGBT y la comunidad en general que invite a: la reflexión, la unión (toda vez que se va convocar a las reuniones de Visibles Corporación los lunes) promover una cultura de paz, la solidaridad t la defensa y promoción de los derechos de la Com LGBT.

Objetivo específico

Informar a la Com LGBT del municipio de Itagüí. Convocar a las personas de la Com LGBT y la comunidad en general para que se integren, y estimular la reflexión y la aceptación de los deseos y las orientaciones sexuales diferentes a la heterosexual.

Metas

Se espera llegar a más de 800 visitas que significarán, alrededor de 800 navegantes que se informarán sobre la temática LGBT desde diferentes frentes: derechos, ofertas, divulgación de actos, reflexiones, invitaciones y acciones sociales-comunitarias.

Tabla 24*Cronograma de actividades proyecto 2*

Actividades	Día, hora, lugar.	Insumos	Responsable	Resultados esperados
Definir comité editorial para las secciones del sitio.	Día: martes. Fecha: por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación Visibles. Computador con programas de diseño y acceso a Internet.	Farlin Sierra Comunicador, Fernando Flórez.	Definir el comité editorial para las secciones del sitio y los enfoques de los temas a tratar. Hacer levantamiento y edición de información. Definir cada cuánto se actualizará, nombramiento y capacitación del responsable
Definir diseño y diagramación del sitio Web.	Día: martes. Fecha: por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación Visibles. Computador con programas de diseño y acceso Internet.	Farlin Sierra Comunicador, Fernando Flórez.	Definir la imagen y el diseño del sitio Web colores, tipografía, galerías fotográficas.

Tabla 25*Recursos humanos proyecto 2*

Descripción	Precio por unidad	Precio total
Comunicador editor de contenidos Web, diseñador de sitios Web y Web máster.	\$0	\$0
Levantadores de información	\$0	\$0
Diseñador gráfico	\$0	\$0
Total RRHH		\$00

Tabla 26*Recursos materiales proyecto 2*

Descripción	Precio por unidad	Precio total
Computador con programas gráficos	Ya se tiene	Por definir
Dominio del sitio	15 dólares	15 dólares
Servicio de internet	Por definir	Por definir

Tabla 27*Presupuesto total proyecto 2*

Descripción	\$
Recursos humanos	Por definir
Recursos materiales	15 dólares
Total	15 dólares

Tabla 28*Calendario de erogaciones proyecto 2*

Descripción	Elaboración Web	Elaboración Web	Actualización Web mes	Total
	mes 1	mes 2	mes 3	
RRHH				
RR materiales				
Total				

Impacto social alcanzado

Más de 800 personas de la Com LGBT del territorio informadas sobre temáticas LGBT.

Impacto social indirecto

Todas las personas del municipio de Itagüí, autoridades locales, entes políticos y cualquier persona del planeta que quiera informarse acerca de la Com LGBT en el municipio de Itagüí, tendrá acceso a la información por medio de esta Web.

Proyecto 3

Organización y planeación de ejecución de la reunión de los lunes de la Mesa Directiva y de la Mesa de Ayuda (los martes) con los nuevos miembros que realiza la Corporación Visibles para que sean más organizadas, interesantes y efectivas.

Descripción

Se trata de organizar las reuniones que realiza la Corporación los lunes de la Mesa Directiva y los martes de la Mesa de Ayuda (ambas con los miembros nuevos de la Com LGBT) para que sean más eficientes.

Es importante organizarlas bien para que los temas allí tratados sean abordados de manera apropiada con un orden, es decir, inicio y cierre, y que quede un acta dónde se consignen los datos de la reunión como los temas tratados, las ideas y propuestas, los compromisos e idear una forma de compartir el acta con los miembros.

Adecuar el lugar, las luces, la temperatura, las sillas, y, organizar el desarrollo de la reunión. Además, que los diferentes temas llevados a cabo temas tengan un registro de avance para poder hacerles seguimiento.

Organizar el espacio de las reuniones, planificar su desarrollo, hacer registro y tener logística, será en sí, un mensaje para los nuevos miembros de seriedad de la Corporación.

Este proyecto nació del diagnóstico, en él los miembros y asistentes a las reuniones expresaron que el espacio de encuentro es muy importante y valioso, pero necesita organizarse mejor desde la logística, el desarrollo y el registro, para que sea mejor aprovechado.

Datos del ente ejecutor

Denominación. Ídem, proyecto1.

Diagnóstico

Ídem, proyecto 1 y 2.

Problema

En este momento se realizan dos reuniones semanales, lo que hay que resolver es la logística de la reunión y el orden de su realización, y que quede un documento serio de repositorio en el que se registren los temas tratados y las conclusiones a las que se llegaron.

Propuesta

Planificar la organización y ejecución de las reuniones que realiza la Corporación con los miembros de las diferentes mesas y los nuevos miembros. La planificación debe ser como un protocolo a seguir al momento de realizar las reuniones.

Debe definir: locación, hora y lugar. Y, convocar a tiempo a los interesados. La locación debe estar: limpia, iluminada, con sillas suficientes y calefaccionada. El orden del día debe tener: inicio, desarrollo y final. El acta debe contener: temas abordados, ideas, acuerdos, compromisos y asistentes.

Objetivo

Organizar los espacios de reunión de la corporación para que el espacio se fortalezca y sea aprovechado al máximo.

Cronograma de actividades

Inicialmente: reunirse la Mesa Directiva con las diferentes mesas, para definir y designar por reunión quién se encargará de organizar la logística y de dirigir el desarrollo de la reunión.

Insumos o recursos

Humanos. Ídem proyecto 1 y 2.

Materiales. La locación, que es el bar Aquarius, es prestado por Farlin Sierra, director de la corporación. El espacio tiene suficiente silletería, servicio eléctrico, de Internet y calefacción.

Viáticos. No aplica.

Presupuesto total. No aplica.

Calendario de erogaciones. No aplica.

Impacto social

Los miembros de la Corporación Visibles que asisten a las reuniones van a ser beneficiados al contar con un espacio de encuentro organizado desde lo tangibles y desde lo intangible (desarrollo de las reuniones). Todos los miembros de la Com LGBT y de la comunidad en general que decidan asistir a las reuniones, igual.

Proyecto 4

Elaboración de calendario con obligaciones jurídicas para la Corporación Visibles del municipio de Itagüí.

Descripción

Realizar un calendario en el que estén consignadas las fechas de las obligaciones jurídicas legales de la Corporación Visibles, para garantizar su funcionamiento como ente legal y su buen funcionamiento como Corporación. La idea nace de hablar con diferentes personas de la

Corporación que manifestaron la necesidad de orden en los pagos y gestiones que tiene la misma, para evitar deudas con el municipio y perder ante los estamentos públicos y el poder político la legitimidad y la vigencia de la Corporación.

Datos del ente ejecutor

Ídem, proyecto 1.

Diagnóstico

La Corporación Visibles es un ente sin ánimo de lucro, así lo aclara su creación legal y jurídica. Vela por la demanda, defensa y promoción de los derechos de la Com LGBT en el municipio de Itagüí. Hasta el momento no hay otra corporación legitimada legalmente en el territorio que haga una labor parecida a la de Visibles.

Problema

No cumplir con la documentación y las fechas de pago de las obligaciones jurídicas, puede traer serios problemas legales y jurídicos a la corporación. Al no cumplir a tiempo la Corporación puede ser multada y perder su carácter de funcionamiento legal, lo que traería problemas de legitimidad y credibilidad.

Esto afectaría a la institución, a las comunidades en las que se realizan los voluntariados comunitarios, a la Com LGBT y a la Comunidad en general. No tener legalizadas y al día las obligaciones le quitará a la Corporación, la validez legal para ir ante el poder político como ente reconocido a dialogar sobre sus problemáticas y derechos.

Propuesta

Realizar un calendario con las obligaciones que tiene la Corporación y designar a una persona para que se encargue de llevar a cabo las actividades en él consignadas, y nombrar una persona para que realice seguimiento del mismo. Así, se evitará que la Corporación quede por fuera del ámbito jurídico.

Objetivo general

Organizar las responsabilidades legales ineludibles de la Corporación y garantizar que haya personas que se encarguen realicen seguimiento, para poder solucionar a tiempo cualquier contratiempo que se presente.

Meta

Tener en todo momento las obligaciones y la documentación de la Corporación al día y centralizada.

Tabla 29

Cronograma de actividades proyecto 4

Actividades	Día, hora, lugar.	Insumos	Responsable	Resultados esperados
Reunirse, levantar la información de las obligaciones y centralizarlas.	Día: martes. Fecha: por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación. Visibles. Computador con programas de Office y acceso a Internet.	Farlin Sierra Vicedirector administrativo. Vicedirector financiero.	Definir a la(s) persona(s) que se van a encargar de este tema, entregarles la información, analizarla, realizar el calendario y poner fechas de chequeo y revisión.

Recursos humanos. Ídem, proyecto 1 y 2.

Tabla 30

Recursos materiales proyecto 4

Descripción	Precio por unidad	Precio total
Computador con programas de Office	Ya se tiene	Por definir
Archivador	Por cotizar	Por definir
Calendario contable	Por cotizar	Por definir

Tabla 31*Viáticos proyecto 4*

Descripción	Precio por unidad	Precio total
Impresiones de recibos	Por cotizar	Por definir
Viajes en colectivo para ir a realizar gestiones y pagos.	Por cotizar	Por definir
Archivo y calendario contable	Por cotizar	Por definir

Presupuesto total. Por definir

Calendario de erogaciones. Se realiza a medida que se vayan haciendo pagos.

Impacto social alcanzado

Una corporación con un comportamiento legal serio y puntual ante: las instancias municipales, la Com LGBT, la comunidad en general y ante quienes deseen rastrearla o investigarla.

Legitimidad y derecho de la corporación, de carácter jurídico-legal, para ir a otros estamentos a presentarse para entrar en diálogos y negociaciones relacionados a sus deseos, demandas y luchas, por ejemplo, la creación de políticas públicas para la Com LGBT.

Proyecto 5**Elaboración de normas de participación del grupo de WhatsApp de la Corporación.****Descripción**

Monitorear y estar atento a la escritura, las conversaciones y la información que se intercambia en el grupo, para evitar problemas de desinformación y malos entendidos. Procurar mantener clara la misión de la corporación y el objetivo del grupo, en este espacio virtual. Incentivar las buenas relaciones entre los participantes.

Este proyecto nace de las manifestaciones verbales de los miembros de la corporación que hacen parte del grupo de WhatsApp, dónde expresan que estar conectados todo el tiempo es muy buena idea y es provechoso, pero a veces hay temas que no son de interés general o no son apropiados para ser tratados este espacio porque pueden darse interpretaciones equivocadas.

Datos del ente ejecutor. Ídem, proyecto 1.

Diagnóstico

El grupo está compuesto principalmente por los miembros de la corporación y personas de la Com LGBT. Es un espacio de encuentro virtual continuo, donde los participantes están conectados todo el tiempo.

Problema

Ausencia y dificultad de tener acceso a información sobre la Com LGBT. Personas LGBT dispersas en el territorio, entropía.

Propuesta

Aprovechar este grupo que funciona en plataforma digital como una oportunidad de comunicación, que debe ser moderada para encaminarla y aprovecharla mejor.

Realizar referenciación sobre formas efectivas de moderar foros y grupos virtuales, para elaborar, discutir y compartir, un manual de participación para los integrantes del grupo de WhatsApp de la corporación, donde se aborde: el objetivo del grupo, la pertinencia de los temas, las causas que les unen en lo tangible y ponerse en lugar del otro para no lastimarlo.

Promover además de la misión de la corporación, la reflexión, el respeto, la paz, la unión y la tolerancia.

Justificación

Construir el manual ayudará que los miembros de la corporación no se dispersen en lo virtual como están en el territorio, hará que los participantes no pierdan el enfoque porque el grupo estará alineado en ejes comunes por lo que la información que se intercambie será relevante para los participantes.

Objetivo general

Cultivar y mejorar un espacio de encuentro, participación y comunicación virtual, en el que los participantes compartan rasgos, intereses y objetivos comunes, para promover el intercambio de información relevante como: ofertas educativas, ofertas laborales, actividades culturales y deportivas, beneficios dirigidos a la Com LGBT, información de interés general, noticias de actualidad, jornadas de salud, talleres y jornadas comunitarias.

Lograr que todos los integrantes se sientan cómodos, pertinentes e incluidos. Direccionar el grupo de WhatasApp en el fin para que fue creado hará también que los participantes no olviden porque pertenecen a este grupo y su razón de ser.

Procurar que el espacio sea lo más cómodo posible, para que el que haga parte de él se quede y el grupo crezca. Este espacio es y debe seguir siendo un lugar de comunicación abierto y reflexivo en detrimento de la entropía.

Metas

Mantener a los participantes actuales del grupo y hacerlo crecer para que se fortalezca.

Tabla 32*Cronograma de actividades proyecto 5*

Actividades	Día, hora, lugar.	Insumos	Responsable	Resultados esperados
Reunirse para evaluar la participación del grupo, la información que se intercambia en él, clasificarla.	Día: martes. Fecha: por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación Visibles. Teléfono móvil con acceso al grupo de WhastsApp. Computadora con acceso a Internet.	Mesa Directiva	Empezar levantamiento de información para el manual.
Aplicar encuesta a los participantes del grupo, sobre lo que opinan del grupo de WhatsApp y cómo le gustaría que fuera	Por definir	Ídem, anterior.	Mesa Directiva	Realizar tabulación y análisis de encuestas para obtener información, que a su vez será tomada en cuenta para realizar el manual.
Realizar referenciación sobre normas, formas y estilos para moderar grupos virtuales.	Por definir	Ídem, anterior.	Mesa Directiva	Primera versión del manual de estilo para ser revisado, luego corregido y socializado. Nombrar administrador-moderador.

Viáticos. No aplica.

Presupuesto. No aplica.

Calendario de erogaciones. No aplica.

Impacto social

Aproximadamente 25 personas en un principio se beneficiaran con la realización de este proyecto.

Proyecto 6

Abrir las cuentas de Facebook, Twitter e Instagram de la Corporación, para hacer presencia en las redes sociales.

Descripción del proyecto

Abrir cuentas en tres redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) para que la Corporación empiece a tener presencia en la red e iniciar a construir la huella digital. Esta idea nace resultado de las encuestas y las entrevistas donde se reveló: primero, que hay un alto nivel de alfabetización digital; segundo, que las personas de la Corporación y de la Com LGBT quieren recibir información relacionada a esta comunidad en formato digital; y tercero, las redes sociales que más usan son Facebook, Twitter e Instagram.

Es importante dar este paso porque apunta a combatir la ausencia de información que tienen las personas LGBT, con respecto a la comunidad LGBT y los actores que tienen relación con ella. A su vez apunta a combatir la entropía toda vez que informa a los sujetos de diferentes actividades y oportunidades, invitándolos a participar y a reunirse con los miembros de su comunidad.

Datos del ente ejecutor

Ídem, proyecto 1. Denominación: Visibles Corporación.

Diagnóstico

Partimos de una Com LGBT con aproximadamente más de 800 personas, dispersas en el territorio y que no saben dónde encontrar información relacionada con la Com LGBT. Las personas de este territorio hacen uso de la red y participan en redes sociales. Aunque el territorio está clasificado como de clase media baja hay acceso a la tecnología por ofertas de mercado con costos variados y económicos.

Problema

No hay medios exclusivos, ni periódicos, que informen sobre lo que ocurre con la Com LGBT del territorio.

Muchas personas de la Com LGBT llevan una vida aislada y no conocen a otras personas de esta comunidad, ni mucho menos lo que ocurre con respecto a este tema en el territorio. Por lo que las redes sociales pueden servir de punto de información y de encuentro de estas personas.

La propuesta

Crear las cuentas oficiales de la Corporación, en las redes sociales donde las personas LGBT manifestaron que navegaban, para empezar a llegar a ellos con mensajes propios.

Justificación

Va a beneficiar a la Com LGBT y a la Corporación Visibles porque los mensajes propios elaborados con el fin de demandar, defender y promover, los derechos de la Com LGBT, se van a masificar y se van a poder reproducir en sitios digitales que son visitados y usados por personas LGBT del territorio local, nacional e internacional.

La corporación por medio de las redes podrá ampliar su espectro informativo, y a su vez establecerá interacción con las personas que participen. Esto le ayudará a obtener datos e información que podrá ser analizada para conocer más a la Com LGBT y sus problemáticas, reflexionar sobre ellas y hasta trazar líneas de acción.

Objetivo general

Hacer presencia en redes sociales para llevar los mensajes propios de la Corporación, a la mayor cantidad posible de personas LGBT (masificación de la información). Hacer a la Com LGBT visible en la red.

Metas

Llegar a más de 800 personas de la Com LGBT de Itagüí, en cualquier momento y en cualquier lugar, para informarlos acerca de lo que ocurre con la Com LGBT de su territorio.

Cronograma de actividades

Tabla 33

Cronograma de actividades proyecto 6

Actividades	Día, hora, lugar.	Insumos	Responsable	Resultados esperados
Reunirse y definir quién(es) se encargarán de la creación y de la administración de las cuentas de redes.	Día: martes. Fecha: por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación Visibles. Materiales: Computadora con acceso a Internet y programas de diseño.	Mesa Directiva Comunicador, Fernando Flórez.	Nombramiento de la persona encargada de crear y administrar las redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.
Establecer fechas de actualización y monitoreo. Tono de los mensajes y de las interacciones, extensiones de los mensajes y lineamiento gráfico.	Ídem, anterior.	Ídem, anterior.	Mesa Directiva Comunicador, Fernando Flórez.	Establecer calendario de actualización. Grupo editorial para establecer el protocolo de contenido y de interacción, en redes sociales.

Viáticos. No aplica.

Presupuesto total. No aplica.

Calendario de erogaciones. No aplica.

Impacto social alcanzado

Se beneficiarán todas las personas de la Com LGBT del municipio de Itagüí, que hagan presencia en las redes sociales y que deseen interactuar con la corporación, desde cualquier lugar del mundo.

Proyecto 7**Elaboración de calendario, planilla de planeación y archivo de los voluntariados Comunitarios que realiza la Corporación en el municipio de Itagüí.****Descripción**

Este proyecto propone la creación de dos calendarios semestrales, es decir, un calendario anual dividido en dos partes, donde queden registradas las fechas de las brigadas comunitarias que se van a realizar en ese periodo de tiempo.

A su vez, se propone la creación de una planilla de planeación sobre cómo se van a realizar los Voluntariados Comunitarios (fecha, lugar, hora de inicio y cierre), divulgación de la actividad e invitación a participar, actividades que se van a realizar, coordinadores de actividades, responsables de gestionar los permisos y patrocinios, responsables de recaudaciones de insumos y aportes económicos, responsable de realizar el registro gráfico y audiovisual.

Este proyecto propone además, la creación de un archivo físico y digital dónde quede registrado cada Voluntariado Comunitario realizado, para hacer un seguimiento de las actividades cumplidas en el año, para realizar un informe de gestión anual, publicar en los medios (free press), para el boletín, para la Web y para las redes sociales.

Datos del ente ejecutor

Ídem, proyecto 1.

Diagnóstico

Partimos de una corporación que tiene experiencia en la realización de Voluntariados Comunitarios en las comunidades vulnerables del municipio de Itagüí, pero no tiene experiencia en la planeación de éstas en forma ordenada y racional, ni tiene un registro físico ni digital de los voluntariados realizados (archivo de voluntariado).

Problema

En ocasiones la realización de los Voluntariados Comunitarios se salen de control por falta de orden y racionalidad para hacerlos, por eso queremos organizar su ejecución para aprovechar al máximo este espacio de intervención en las comunidades vulnerables.

Ordenar lo que se viene haciendo para que todas las personas involucradas desde un principio tengan claro su lugar y sus funciones, y dejar un registro para divulgarlo al resto de la municipalidad, con el fin de generar conciencia y reflexión acerca de las diferentes realidades que tienen las comunidades que conforman el municipio. La mejor manera de transformar positivamente nuestras realidades es ayudando a los demás a transformar las suyas.

Propuesta

Creación de calendario semestral de los Voluntariados. Creación de planilla de planeación de los Voluntariados, creación de archivo físico y digital para estas actividades.

Justificación

Este proyecto beneficia a la Corporación porque con organización y racionalidad de los Voluntariados, hará un mapeo de actividades anuales, y eso le permitirá planear e identificar oportunidades y acciones que estén relacionadas con los Voluntariados programados en el calendario.

Se podrán delinear los pasos para realizar los Voluntariados, lo que evitará pasos innecesarios, retrocesos y replaneación durante la realización de éstos.

El registro de lo realizado permitirá a posteriori revisar las actividades, evaluarlas y mejorarlas. Identificar las buenas prácticas, los aciertos y los desaciertos, comunicar al resto de la sociedad lo hecho e invitar a la reflexión. Tener un archivo de las actividades realizadas será el inicio de la historia de la corporación y parte de su identidad.

Objetivo general

Poner orden y racionalidad a los Voluntariados realizados, para fortalecerlos y mejorarlos.

Metas

Organizar racionalmente los voluntariados para ser más eficientes. Contar con un archivo al que se pueda recurrir en cualquier momento para recuperar información. Iniciar la realización de indicadores cuantitativos que nos permitan llegar a cualitativos.

Tabla 34

Cronograma de actividades proyecto 7

Actividades	Día, hora, lugar.	Insumos	Responsable	Resultados esperados
Comunicar y designar a las personas encargadas de la administración del calendario de Voluntariados Comunitarios, planilla de planeación y archivo.	Día: martes. Fecha: por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación Visibles. Materiales: Computador con programas de Office e Internet.	Farlin Sierra Vicedirector administrativo	Presentar las actividades que se quieren realizar y cómo, para definir quiénes estarán a cargo de administrar y diligenciar el calendario, la planilla de planeación y el archivo. A su vez designar a la(s) personas encargadas de realizar el registro visual (fotográfico y video) de los voluntariados Comunitarios.

Impacto social alcanzado

Las 43 personas de la Corporación serán beneficiadas con este proyecto, porque podrán enfocar su energía en algo pensado y racionalizado, con orden y secuencia.

Impacto social indirecto

Las personas de las comunidades vulnerables donde se realicen los voluntariados serán las principales beneficiadas, al disfrutar de una jornada solidaria y de humanidad bien planeada y organizada.

Proyecto 8**Creación de calendario de reuniones de la Corporación Visibles de Itagüí con la oficina de Equidad y Género, de la municipalidad.****Descripción**

Elaborar un calendario dónde queden registradas las reuniones en las que la oficina de Equidad y Género, convoca a las personas de la Com LGBT, para dialogar acerca de las diferentes problemáticas, y, socializar las actividades y convocatorias existentes para la Com LGBT.

Este proyecto nace de la inconformidad expresada por las personas LGBT, de forma verbal y escrita en las encuestas y las entrevistas, dónde manifestaron la infructuosidad de la oficina de Equidad y Género, y, su desconocimiento y falta de legitimidad en el territorio.

Datos del ente ejecutor

Ídem, proyecto 1.

Diagnóstico

La situación actual presenta personas LGBT que no conocen la oficina de Equidad y Género, y aquellos que si la conocen no creen en su labor por la redundancia en las actividades propuestas, los temas tratados y sus propuestas.

Aunque esta oficina está de puertas abiertas a la Com LGBT y la comunidad general, su estructura es pequeña y la labor y eficiencia del personal muy cuestionado por los usuarios.

Lo positivo de esta situación es que existe esta oficina, está abierta al público, se reúne con las comunidades y los escucha.

Problema

Com LGBT dispersa que en su mayoría no sabe de la existencia de la Oficina de Equidad y Género. Es necesario acercarse a este ente, dialogar seriamente acerca de lo que está ocurriendo con ellos como oficina y a su vez conversar acerca de las diferentes problemáticas que se presentan en el territorio, para trabajar en conjunto por: la realización de Políticas Públicas idóneas que coincidan con las problemáticas y necesidades de la Com LGBT, y, para mejorar la reputación y resaltar ante la comunidad en general y el poder político la labor y la importancia de la Oficina de Equidad y Género.

Propuesta

Realizar para Visibles Corporación un calendario en el que queden registradas las reuniones a las que convoca la Oficina de Equidad y Género para: agendarlas e invitar a los miembros de la Corporación y de la Com LGBT, para que las reuniones sean más nutridas en asistencia, en otras palabras, hacer eco en la convocatoria desde la Corporación.

Reunirse con los miembros de la Corporación antes de asistir a las reuniones, y dialogar con los miembros acerca de las problemáticas de la Com LGBT, dialogar sobre posibles soluciones, plantear ideas y organizar todo, de manera que al momento de la reunión estas problemáticas se expresen de manera organizada y coherente, para solicitar que se realice el registro y se empiece a trabajar en las soluciones considerando la creación de Políticas Públicas.

Justificación

Este proyecto beneficiará a toda la Com LGBT porque aborda las problemáticas que ocurren en el territorio con estas personas, las expondrá y solicitará que sean tenidas en cuenta y demandará la creación de Políticas Públicas para solucionarlas. Actualmente no hay Políticas Públicas para la Com LGBT, de lograrse su creación incidirá directa y positivamente en la calidad de vida de las personas LGBT.

Objetivo general

Fortalecer los espacios de encuentro entre el poder político (la Oficina de Equidad y Género) y la Com LGBT, para propiciar el diálogo sobre las problemáticas y las posibles soluciones, que conlleven a la reflexión y creación de Políticas Públicas que coincidan con las necesidades de las personas LGBT del territorio.

Fortalecer el trabajo con la Oficina de Equidad y Género, para generar conciencia sobre la importancia de su existencia para la Com LGBT y para la municipalidad. Realizar un acta y hacer registro de la reunión para hacer seguimiento de los temas tratados, las propuestas y los compromisos establecidos (esto último con el fin de verificar que se cumplan los acuerdos y compromisos para que haya avance).

Metas

Que más de 10 personas asistan a las reuniones a las que invita esta Oficina de la municipalidad (porque cada vez van menos de 10). Que la corporación asista para exponer las problemáticas de la Com LGBT de forma seria, clara, argumentada y con pruebas, para poder proponer soluciones. Iniciar cuanto antes la creación de políticas públicas con enfoque en diversidad.

Tabla 35*Cronograma de actividades proyecto 8*

Actividades	Día, hora, lugar.	Insumos	Responsable	Resultados esperados
Reunirse, para establecer quién(es) se pondrán en contacto con la Oficina de E y G, para obtener las fechas en las que convocarán a la Com LGBT.	Día: martes. Fecha: por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación Visibles. Materiales: Computador con programas de Office e Internet.	Farlin Sierra Mesa directiva	Nombrar responsable de establecer contacto con la Oficina de E y G, para saber las fechas de las reuniones. Bajar la información a la corporación.
Reunirse para análisis de problemáticas que se llevarán a la reunión con la Ofic. de E y G.	Ídem, anterior.	Ídem, anterior.	Ídem, anterior.	Registro de problemáticas de la Com LGBT del territorio, posibles razones y posibles soluciones.

Impacto social alcanzado

Con este proyecto se beneficiarán las más de 800 personas de la Com LGBT que tiene el municipio de Itagüí. Si se alcanzan los objetivos será un hito, porque actualmente en este territorio no existen Políticas Públicas pensadas para las problemáticas específicas de la Com LGBT.

Proyecto 9

Creación de la base de datos de la Comunidad LGBT del municipio de Itagüí, para la Corporación Visibles.

Descripción

Este proyecto consta de la creación de una base de datos en las que reposen los datos de personas de la Com LGBT del municipio (con su previa autorización). Se propone ante la

incertidumbre que expresan verbalmente las personas LGBT, cuándo se les pregunta si conocen la cifra total de personas LGBT que hay en el territorio.

Actualmente no hay una cifra exacta que exprese la cantidad, ni un método de medición oficial confiable que haya dado un número que determine aproximadamente cuántas son las personas de la Com LGBT que hay en el municipio de Itagüí.

Este proyecto es importante porque refleja la búsqueda de la certidumbre con respecto a la cantidad total de personas LGBT que hay en el territorio, para poder hacer mediciones serias y confiables que permitan el levantamiento de indicadores.

Datos del ente ejecutor

Ídem, proyecto 1.

Diagnóstico

Partimos de una Corporación compuesta por 43 personas LGBT que demandan, defienden y promueven los derechos LGBT, no tienen datos duros de la cantidad de personas LGBT que puede haber en el territorio así que no saben a cuántas personas están representando.

Todo lo que se sabe es por observación y por cálculo y por un ejercicio de censo no oficial que se realizó que arrojó que en el municipio hay aproximadamente 800 personas LGBT.

Además se sabe que el territorio hay casos de violencia contra las personas LGBT en especial las transgénero, transexuales y homosexuales varones. Y que de parte de las personas LGBT hay apatía al autoreconocimiento por la estigmatización social que puede traerles.

La corporación no cuenta con recursos económicos fuertes pues la base de su capital proviene de los bolsillos de sus miembros, por esto no pueden contratar una firma que realice la campaña y el censo poblacional, pero, si pueden desde la corporación iniciar con la creación de una base de datos con la información de las personas que lo consientan.

Problema

Las personas LGBT no quieren ser reconocidas ni identificadas, por los problemas sociales y familiares que este hecho puede traerles y esto dificulta el autoreconocimiento.

Sin embargo, desde la perseverancia de la Corporación se propone empezar a generar una base de datos para llegar con información de calidad a la mayor cantidad de personas LGBT, y poder generar conciencia y reflexión acerca de la realidad que viven las personas de esta comunidad e invitar a la unión, a salir de la soledad, a dejar la culpa y la vergüenza, y a unirse con otras personas con orientaciones sexuales diferentes a la heterosexual para expresar con respeto y paz, la diversidad y a reclamar un lugar digno en la sociedad.

No es una tarea fácil pero hay que comenzar ya para lograrla.

Propuesta

Crear una base de datos de personas de la Com LGBT para que la corporación pueda dimensionar cada vez de manera más precisa la cantidad de personas que tiene el territorio, y poder compartir con ellos información de calidad, convocar e interactuar con ellos ya sea en espacios físicos y virtuales, para poder analizar y comprender cada vez más la Com LGBT del municipio, sus características, problemáticas, demandas, hechos y deseos.

Justificación

Este proyecto va a beneficiar a la Com LGBT y a la Corporación Visibles, porque será el inicio de la construcción de un elemento (base de datos) que permitirá obtener datos numéricos sobre la Com LGBT como (cantidad de personas, edades, nivel de estudios, acceso a la salud, entre otros).

Esto permitirá conocer más a fondo este colectivo, sus particularidades, problemáticas y deseos. Este proyecto permitirá obtener indicadores cuantitativos para llegar a los cualitativos.

Objetivo general

Crear una base de datos real que contenga los datos (con previo consentimiento) de las personas de la Com LGBT del municipio de Itagüí. Responder a la pregunta *¿Aproximadamente cuántas personas LGBT hay diseminadas en el municipio de Itagüí?*

Metas

Ingresar la mayor cantidad de personas de la Com LGBT a la base de datos y obtener los datos de contacto, para tratar de establecer contacto con ellos. En un principio se espera generar una base de datos con al menos 1000 personas.

Tabla 36

Cronograma de actividades proyecto 9

Actividades	Día, hora, lugar.	Insumos	Responsable	Resultados esperados
Reunirse para determinar, el formato y los campos que va a llevar la base de datos. Establecer responsable del registro y alimentación de datos.	Día: martes. Fecha: por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación Visibles. Computador: con programa de Office (Excel) e Internet.	Farlin Sierra y quién(es) la Mesa Directiva defina(n).	Creación de la planilla de base de datos con los campos a diligenciar de las personas que se registren. Diagramación de la planilla en formato digital y físico (definición del uso de cada uno). Buscar asesoría para no infringir los términos y condiciones legales de obtención de datos. Definición de lugares dónde se podría obtener información de personas LGBT.

Viáticos. No aplica.

Presupuesto total. No aplica.

Calendario de erogaciones. No aplica.

Impacto social alcanzado

Aproximadamente se espera registrar a más de 1000 personas para empezar a tener contacto con ellos, generar interacciones, llevarles información de calidad e invitarlos a unirse a las luchas de su colectivo para transformar las situaciones problemáticas que los atraviesan.

Proyecto 10**Creación de agenda de contactos de aliados estratégicos de la Corporación Visibles****Descripción**

Propone la creación de una agenda de contactos de aliados (líderes comunitarios, instituciones, empresas, medios y actores políticos) que han mostrado simpatía por los derechos LGBT.

Nace de la carencia de una agenda de la que se pueda echar mano al momento de querer realizar una actividad de la Corporación como por ejemplo, un Voluntariado Comunitario, y, de la pérdida de datos de contacto de personas, instituciones y organizaciones, que en un determinado momento brindaron apoyo a la Corporación.

Datos del ente ejecutor

Ídem, proyecto1.

Diagnóstico

Iniciamos con una corporación que cada vez trata de articularse mejor para cumplir cabalmente con su misión y sus funciones, y que desde su inicio ha tenido detractores y aliados. Sin embargo, no realizó un registro de ellos, es decir, no tuvo ni tiene actualmente una agenda de contactos de aliados.

Problema

Con este proyecto se quiere resolver el tener que iniciar desde cero cada vez que la corporación quiere realizar alguna actividad, e iniciar con el registro de las personas, medios e

instituciones que han mostrado simpatía por la causa de la corporación para fortalecer las relaciones con ellos y establecer relaciones duraderas en el tiempo para lograr cada vez un trabajo en conjunto e integral con los aliados.

Propuesta

Creación de agenda de contactos, con los datos de las personas, líderes comunitarios, instituciones, actores políticos y organizaciones, que han mostrado agrado y apoyo a la corporación en la búsqueda del cumplimiento de su misión.

Justificación

La ejecución de este proyecto ayudará a no perder contacto con aliados, a registrar los nuevos y a no perderlos. Ayudará a dimensionar con qué y quiénes se cuenta al momento de planear actividades y saber cómo y dónde ubicarlos.

Objetivo general

Crear una agenda de contactos, con los aliados estratégicos de Visibles Corporación.

Metas

Su creación en formato físico y digital, la creación de un repositorio en digital y físico para poder recuperar la información en caso de que se pierda.

Tabla 37

Cronograma de actividades proyecto 10

Actividades	Día, hora, lugar.	Insumos	Responsable	Resultados esperados
Reunión para comunicar el proyecto y determinar los campos de la agenda de contactos, levantamiento y recuperación de información.	Día martes. Fecha por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación Visibles. Materiales: computador con programa de Office (Excel) e Internet.	Farlin Sierra y quién(es) la Mesa Directiva defina(n).	Creación y diagramación de agenda de contactos, definición de ubicación del repositorio físico y virtual.

Viáticos. No aplica.

Presupuesto total. No aplica.

Calendario de erogaciones: No aplica.

Impacto social alcanzado

Todos los miembros de Visibles Corporación, los miembros de la Com LGBT y la comunidad en general, en especial aquellas comunidades vulnerables donde se realizan las Brigadas Comunitarias, serán beneficiadas si se mantienen los aliados de la corporación o si aumenta el número porque eso apoyará y fortalecerá la labor de la corporación.

Proyecto 11

Realizar solicitud formal a la municipalidad para que la Comunidad LGBT de Itagüí tenga un lugar digno para reunirse.

Descripción

Consiste en ir a las autoridades locales para solicitar un lugar digno para la Com LGBT. Surge de la manifestación verbal de las personas LGBT del territorio, dónde se expresa el

deseo de un lugar físico específico propio, que puedan sentir suyo. Un lugar visible para los invisibles. Este requerimiento se viene haciendo desde hace más de dos años, lo registran pero no se cumple.

Este proyecto lo soporta la insistencia, que debe ser cada vez más latente y con más fuerza para lograrlo.

Datos del ente ejecutor

Ídem, proyecto 1.

Diagnóstico

La Com LGBT de Itagüí en su historia, nunca ha tenido un lugar propio para reunirse, salvo los propuestos por los comerciales (bares, saunas y discotecas). Sus lugares de encuentro siempre han sido aquellos que la dinámica comercial les provee mientras sean rentables.

Así, mientras una persona tenga para pagar la entrada a una discoteca, lo suficiente para tomarse una copa en un bar, el costo de la entrada de un video o de un sauna, tendrá acceso a los lugares dónde las personas LGBT se reúnen.

El resto del tiempo las personas LGBT están distribuidos indistintamente por el territorio en otras dinámicas, sin compartir sobre aquello que tienen en común, sin conocer-se y sin reconocerse.

En su vida social la mayoría parten de la máscara heterosexual, *¿cuántxs pueden ser LGBT?, ¿Quiénes son LGBT?, ¿Dónde se reúnen para interactuar y compartir?* No se sabe. Al parecer todos, o la gran mayoría son invisibles.

Problema

El problema a resolver o por mejorar, sería la ausencia de un lugar físico digno y público en el que las personas LGBT puedan reunirse, el primer paso para facilitar encuentros habituales, es contar con un lugar en buenas condiciones para juntarse.

Por eso lo primero a lo que se debe apuntar es a tener un lugar del encuentro, para que las personas LGBT tengan un espacio que identifiquen y que sientan suyo, porque el deseo de reunirse un parte de la población ya lo tiene y de hecho lo materializan los lunes y los martes de cada semana, cuando asisten a las reuniones de la Corporación que se realizan en el local Aquarius Bar.

Propuesta

Retomar la solicitud ante la administración municipal de un lugar o espacio, en buenas condiciones, para que las personas de la Com LGBT tengan su sitio. Hacer las gestiones pertinentes, averiguar los procedimientos legales y administrativos, realizarlos a cabalidad e insistir.

Expresarlo constantemente en las actividades y encuentros con la Oficina de Equidad y Género. Hacer llegar el mensaje a los actores y pedir que se replique hasta que las autoridades locales además de una respuesta positiva, materialicen la solicitud.

Justificación

La realización de este proyecto beneficiará sustancialmente a toda la Com LGBT, con algo que viene solicitando desde años atrás y que nunca han tenido en su historia.

Con un lugar digno, fijo y acondicionado, las personas LGBT del territorio tendrán un espacio donde podrán reunirse con otros para dialogar, reflexionar y generar sentidos compartidos.

Objetivo general

Conseguir que la administración municipal dote de un lugar digno a la Com LGBT, para iniciar procesos de encuentro, aprendizaje, reflexión, visibilización, planificación y transformación.

Metas

Que la respuesta de la Administración Municipal además de positiva, sea materializada.

Tabla 38

Cronograma de actividades proyecto 11

Actividades	Día, hora, lugar.	Insumos	Responsable	Resultados esperados
Revisión de solicitudes anteriores, referenciación de solicitudes similares hechas a la administración que se cumplieron	Día: martes. Fecha: por definir. Hora: 20 hs. Lugar: Aquarius Bar.	Humanos: miembros de la Corporación Visibles. Materiales: computador con programa de Office e Internet.	Farlin Sierra y quién(es) la Mesa Directiva defina(n).	Planificación y gestión de la solicitud ante la administración municipal. Mensajes de refuerzo en medios de la Corporación. Comunicación del deseo a los diferentes actores y aliados.
<i>¿quién las hizo?</i>				
<i>¿Cómo las hizo?</i>				
<i>¿Para qué las hizo?</i>				

Viáticos. Los necesarios para ir a realizar las averiguaciones a las oficinas de la municipalidad.

Presupuesto total. Por definir.

Impacto social alcanzado

Se beneficiarán todas las personas de la Com LGBT del municipio de Itagüí que actualmente no tienen una sede para reunirse.

Capítulo 8

Conclusiones

Resultado de unir teoría y práctica para transformar

Han sido construidas a partir de reflexiones que fueron surgiendo mientras daba respuesta a la pregunta de investigación, producto del problema que exprese en el Capítulo 1 de esta tesis:

¿Desde la comunicación qué se podría proponer para ayudar a cambiar las situaciones de vida actuales (problemáticas) de los sujetos de la Com LGBT del municipio de Itagüí, para que en el corto, mediano y largo plazo, sus realidades de vida se transformen positivamente?

La respuesta que propuse al interrogante era una *Estrategia de Procesos Comunicacionales*, que desarrollé en ocho capítulos que me llevaron a concluir que:

Desde la teoría

Sin la academia no podía abordar la situación problemática y de haberlo hecho, no sé cuánto tiempo habría tardado y qué resultados hubiera obtenido.

Por eso, la maestría PLANGESCO resultó ser una gran aliada para buscar y plantear soluciones, y para ayudar a la Com LGBT del municipio de Itagüí, toda vez que los conceptos abordados durante la cursada en asignaturas como, *Comunicación modelos y perspectivas*, fueron de gran utilidad al momento de construir el *Marco Teórico* y de realizar la *Identificación de lo Comunicacional* desde las realidades del territorio. Las asignaturas *Planificación y Gestión 1 y 2*, posibilitaron la construcción del *Diagnóstico Participativo*, la identificación de los *Actores y sus Relaciones* y el planteamiento del *Marco Metodológico* que permitió a medida que descubría datos, opiniones y hechos de la realidad, elaborar la matriz de la *Estrategia de Procesos Comunicacionales* con el planteamiento de la *Planificación y la Gestión* de los proyectos de *Desarrollo Endógenos*.

La asignatura *Paradigmas Sociales y Matrices*, aportó elementos para realizar el rastreo de la historia de la diversidad en Colombia y la construcción del contexto específico de la Com LGBT en el municipio de Itagüí. La materia, *Comunicación en las Organizaciones*, aportó conocimientos para comprender las lógicas de la *Corporación Visibles* como organización que interactúa con la *Com LGBT*, la comunidad en general y con otras organizaciones, en un marco comunicativo y político.

Con los talleres de tesis 1, 2 y 3, la tesis fue tomando forma y se reflejó en la definición del tema y la elaboración del plan de tesis.

En resumen a medida que se cursó la maestría, el avance permitió articular poco a poco la elaboración de los diferentes capítulos de la tesis, algunos de ellos conformados en parte por los trabajos finales presentados para rendir las materias de la currícula.

Al momento de escribir la tesis los trabajos rendidos y aprobados fueron retomados, mejorados, profundizados, pulidos y ensamblados, como un instrumento musical tocado a muchas manos con intervenciones orquestadas por el comunicador-planificador para interpretar la sinfonía de la *transformación*.

Las asignaturas *Taller Multimedial 1 y 2*, mantuvieron la reflexión sobre la *comunicación en formatos digitales* y siempre estuvo recordando que existe la comunicación soportada en diferentes plataformas y formatos, y esto debe ser tenido en cuenta al momento de estudiar y analizar los contextos.

Otro elemento que sin duda fue clave para escribir la tesis y construir la *Estrategia* con la comunidad fue el manual *Sembrando mi tierra de futuro*, que además de ser parte de la bibliografía básica de PLANGESCO, es la bibliografía base de esta tesis que a su vez es como un puente de aproximadamente cinco mil kilómetros que une los conocimientos gestados en PLANGESCO, con el territorio de Colombia en el que fueron aplicados. Esto quiere decir que

esta tesis es el resultado de aplicar los conceptos enseñados en la maestría a un territorio determinado. Teoría y práctica son uno solo e igual de importantes y necesarios para entenderla.

Desde la acción

Sin la disposición, el deseo y la voluntad, de las personas del territorio para aprender y colaborar con el mejoramiento de los entornos vulnerables del municipio y las problemáticas de la Com LGBT esta tesis no habría sido posible.

Al momento de construir el contexto de la Com LGBT del municipio en el *Diagnóstico Participativo*, hubo personas que se mostraron prestas para aportar datos de lugares, hechos, personas, actividades, historias, preguntas, direcciones, fotos y pensamientos. Hubo también, personas que se encargaron de que me enterara de su indiferencia remarcándola con sus palabras, silencios, gestos y acciones. Hubo gente además, deseosa por encender una luz de emergencia que diga: « *hay sujetos aquí enviados a la invisibilidad y el silencio por la lógica de la heteronormatividad*». En esta parte de la *Estrategia* la experiencia con las personas estuvo en los diálogos que tuvimos, en la escucha atenta y en aprender de su participación.

Al momento de identificar *los actores y sus relaciones*, de construir los *significados de las palabras claves*, y de identificar las *realidades positivas y negativas*, hubo momentos de silencio, de duda, de corrección, de cuestionamiento, de ejemplificar, de construir, de razonar, de reflexionar. Aprendimos todos de las realidades que están a nuestro alrededor, lo que nos parecía lejano de repente estuvo cerca, muy cerca, de hecho sentado a nuestro lado desde la realidad de otro.

Desde la vivencia colectiva, fuimos sujetos de conocimiento que aprendimos del contexto y que además significamos palabras en relación con nuestra realidad.

Al momento de realizar el mapa y delimitar el territorio en el *Marco Metodológico*, encontré que al momento de cruzar los datos geográficos con datos duros, no hay muchos datos oficiales sobre la Com LGBT, lo que denota una falta de interés en conocer más de esta población y una tendencia a la invisibilidad.

La no existencia de un CENSO y de otras mediciones con estándares de calidad en búsqueda de cifras confiables que arrojen el tamaño de la Com LGBT del municipio, con algunas de sus principales características, se convierten en barreras al momento de dimensionar la cantidad de personas que pueden llegar a ser impactadas con la realización de actividades, a su vez, impiden al momento de planificar acciones saber para cuántas personas se está planeando, lo que se quiere hacer y que características o rasgos específicos presentan los destinatarios de las actividades.

Que la comunidad itagüiseña no tenga información veraz y relevante sobre la Com LGBT que coexiste en su territorio, quiere decir que hay una parte de ellos como miembros del municipio que no conocen, por tanto hay una parte de su cultura que no está siendo tomada en cuenta porque ha estado invisibilizada, y eso les está negando la oportunidad de conocerse mejor como cultura y municipio.

No basta con conocer el mapa, delimitar el territorio, conocer su división política y ubicar signos. Es fundamental recorrerlo, olerlo, observarlo, visitar lugares, interactuar con las personas y vivirlo. Hacerlo varias veces, en diferentes horarios.

Así y solo así, podremos entrever que el mismo territorio presenta actividades diferentes de acuerdo al día y el horario y las personas lo saben. En el centro de Itagüí, la calle más transitada de día puede ser la menos transitada en la noche por temas de inseguridad, o simplemente por una división del territorio establecida y regulada por las leyes del comercio y servicios nocturnos.

Los cambios en las actividades que ocurren en las calles apenas cae la noche están ligados en cierta medida al desempleo, una contrariedad que se agudiza porque muchas personas de esta comunidad incluidas las LGBT ante la falta de oportunidades laborales, están optando por la prostitución, el narcotráfico o ambas cosas.

Este hecho merece atención porque atraviesa a la juventud, la madurez y la tercera edad de los habitantes del municipio, y ha traído consigo problemas de inseguridad, violencia y hasta orden público. Abrir la problemática, reflexionarla en conjunto, analizarla y plantear líneas de acción sería una actividad interesante, que de antemano requiere de la identificación de los actores y de la presencia activa del Estado para *planificar y gestionar* líneas de acción y Políticas Públicas que transformen positivamente esta problemática.

Las personas de la comunidad en general saben lo que pasa en las calles de su municipio, se comenta en la iglesia, en las tiendas, en los colectivos, se discute de lo que ocurre, se impresionan y lloran por las muertes, se dialoga sobre las precauciones que hay que tener; es decir, hay un conocimiento colectivo de la situación, pero no hay propuestas ni iniciativas para mejorarlo.

Los mapas y los datos dicen lo evidente si se interpretan correctamente, pero introducirse en ellos, caminarlos, recorrerlos, vivirlos en conjunto con las historias, los hechos, las actividades, la gente, los códigos, la cultura, permiten conocerlos mucho mejor y saber más de ellos (lo no dicho, lo no evidente).

Con respecto a los datos levantados por medio de los métodos y herramientas del *Plan Metodológico*, se encontró además que la mayoría de los habitantes del territorio conocen y hacen uso de las TICS, lo que fue tenido en cuenta en la *Estrategia de Procesos Comunicacionales* al momento de construir los *Proyectos de Desarrollo Endógenos* que plantean la creación de un *boletín digital*, la creación de *una página Web*, *repositorios*

digitales (para actas, voluntariados comunitarios realizados e imágenes), la presencia en *redes sociales*, la elaboración y *digitalización* de la base de datos de las personas LGBT del territorio y la presencia en WhatsApp. Todo para hacerle frente a las problemáticas de desinformación y entropía que vive la Com LGBT del territorio.

Los datos encontrados con respecto a la comunicación y lo digital dejan abierto un tema que bien podría tratarse como otro trabajo de tesis y es: *“La Comunicación en formatos digitales como vehículo de transformación positiva, de las problemáticas de los sujetos que se encuentran voluntaria o involuntariamente en contextos de: entropía, miedo, violencia, vulnerabilidad, silencio e invisibilidad”*.

Con respecto a la Com LGBT que se encuentra inmersa en el territorio y la pregunta *¿cómo se configura la invisibilidad de los sujetos LGBT en la construcción de sentidos?* planteada en la introducción de esta tesis en el Capítulo 1, observé y analicé los relatos de la comunidad LGBT y la comunidad en general, e identifiqué la invisibilidad en diferentes configuraciones así:

- a) Invisibilidad de la igualdad, al no reconocer a los sujetos LGBT como personas en igualdad de condiciones, capacidades y derechos. Lo que se evidencia a través de la vida cotidiana.
- b) La invisibilidad como forma o estrategia de autopreservación y acuerdo tácito entre sujetos LGBT (no me ve, no lo veo, no nos vemos; no soy visible, no es visible, no somos visibles; no me reconoce, no lo reconozco, no nos reconocemos; no nos vemos, no somos visibles, no nos reconocemos, no estamos expuestos). El deseo, la orientación sexual no está en evidencia, no es visible. Lo que se ve de mí está dentro de las concepciones sociales permitidas dominantes (heteronorma), y los sujetos lo adoptan como política social para encajar y ser aceptados.

- c) La invisibilidad de los sujetos LGBT vinculada con el silencio, la ceguera, la no escucha y la indiferencia al reconocimiento; para no hablar y no hablarse, no ver y no verse, no escuchar y no escucharse, no reconocer y no reconocerse.
- d) La invisibilidad como estrategia para silenciar a los sujetos de la Com LGBT y con ello silenciar e invisibilizar sus derechos, su opinión, sus deseos y sus problemáticas.
- e) La invisibilidad asociada al miedo y la entropía como resultado de la violencia física, simbólica e institucional, ejercida sobre los sujetos de la Com LGBT.

Gracias a la ayuda de las personas LGBT del territorio entre ellas personas de Visibles Corporación, que me brindaron para elaborar la *Estrategia de Procesos Comunicacionales* (Capítulo 6), encontré además que hay sujetos que están decididos a no vivir con culpa su orientación sexual, y este deseo estaba impulsado por la aspiración de tomar la palabra pública, para producir y expresar su discurso del deseo diferente al dominante en un contexto de invisibilidad impuesto, lo que me hizo sentir que asistía a un proceso de emancipación y transformación, que convocaba e interpelaba a todos esos otros sujetos que se identifican con la realidad de la Com LGBT de Itagüí.

Pero las cosas no llegaron solo hasta ahí, los invisibilizados que vienen transformando sus realidades con acciones del día a día, también a través de valores culturales como la solidaridad, visitan los lugares más recónditos y vulnerables de su municipio y con los voluntariados tocan a las personas, establecen vínculos con la comunidad en general mejorando sus espacios comunes, y abren espacios para el conocimiento y reconocimiento entre ellos como miembros de una comunidad y de un municipio, generando a través de la comunicación lazos de conocimiento, confianza, intercambios de información y mejoramiento de las percepciones entre comunidades.

Presenció y vivió la experiencia de la visibilidad y la solidaridad, y observó los rostros de la comunidad en general con sus diversas expresiones (sorpresa, agrado, inquietud, rechazo, apertura, entre otros). En suma, presenció la crisis de la naturalización de la invisibilidad y la entropía de los sujetos LGBT, y con ello la crisis del retraimiento y la sumisión. A su vez, vio que la llama de la esperanza creció al momento de construir el *Futuro Deseado* y que se fortaleció con los deseos de continuar haciendo actividades.

En lo que respecta al trabajo que Visibles Corporación realiza en el municipio, observó que los sujetos que la integran y su trabajo como colectivo expresa la presencia de la reflexión, la construcción de autonomía y auto-organización frente a las problemáticas, y también pudo entrever la generación de consensos que proyectan un pensamiento estratégico para transformar situaciones negativas.

Con respecto al tema de la identidad de género, debo decir que las discusiones que hay en el ambiente de la Com LGBT del municipio están animadas por los deseos de las personas, pero no solo desde el punto de vista pasional o sexual, porque está claro que hay un colectivo en este territorio que tiene deseos, que se manifiestan en orientaciones sexuales diferente a la heterosexual y se materializan en prácticas, pero, a su vez está también: el deseo de ser aceptados social y familiarmente; el deseo de la libertad de desear; el deseo de cambio en normas, pensamientos, convenciones e imaginarios; y finalmente está el deseo de tener una vida llevadera, habitable y en paz; siendo esto último no solo un deseo de los sujetos LGBT si no una aspiración de la comunidad en general a nivel local y nacional.

Comparto con todos, el resultado de haberme valido de la comunicación para gestar procesos de transformación, que además se acercan e involucran al *Estado* para que asuma el rol de planificador, y cuestionan y desafían los discursos hegemónicos deónticos que han

llevado a la invisibilidad y la entropía a seres humanos que son coherentes con sus deseos, pensamientos y acciones.

Celebro además, haber llegado a las aulas de la Universidad Nacional de La Plata y a PLANGESCO, porque me transformaron en un sujeto planificador, que ve al mundo como un territorio con muchísimas realidades que se deben cultivar, mejorar o transformar. Me alegra a granel, saber que esta tesis no solo reposará impresa sobre un escritorio o el estante de una biblioteca esperando ser leída o consultada, porque ella ya está latente entre las calles, ordenadores y cabezas de los sujetos LGBT del municipio de Itagüí, interpelando sus realidades, incitando a la reflexión y el aprendizaje, pero sobre todo convocando a la unión para la transformación.

Otras conclusiones

La Com LGBT colombiana se encuentra diseminada en todo el territorio del país, en consecuencia las problemáticas de esta comunidad están condicionadas a los contextos de los territorios a los que pertenece lo que las puede volver diversas o curiosamente similares. A su vez, las vidas de las personas LGBT en tierra colombiana están atravesadas por la voluntad política de reconocerles y otorgarles derechos por medio de la Constitución Política, leyes, artículos, decretos y sentencias.

Sin embargo, hay territorios colombianos como el municipio de Itagüí, en Antioquia, al sur de Medellín, en los que la Com LGBT ha sido y es vulnerada. Lo que permite concluir que las leyes existen y se implementan en algunos territorios pero en otros no, e incluso no son acatadas por algunos sujetos de la fuerza de seguridad (policía) y funcionarios públicos (notarios)⁴² dejando entrever el ejercicio de una violencia institucional.

⁴² El término notario en Colombia es equivalente al término escribano.

En Colombia hay personas con deseos diferentes a los heterosexuales desde mucho antes que se legalizara la homosexualidad en 1980. Hoy que la diversidad sexual es aceptada parcialmente desde lo político y lo social, siguen existiendo problemáticas específicas en territorios determinados, por lo que se propuso esta *Estrategia de Procesos Comunicacionales* pensada en el contexto del municipio de Itagüí, y se observó que después de la *Planificación y Gestión* de algunos de los *Proyectos de Desarrollo Endógenos* los sujetos han fortalecido sus deseos de unión, y con respecto a sus derechos el deseo de conocerlos, demandarlos y promoverlos. Esto se refleja en las reuniones con el poder político a través de la *Oficina de Equidad y Género* para solicitar la construcción de *Políticas Públicas* que coincidan con las problemáticas de la Com LGBT, e incluso la solicitud de un espacio digno para reunirse, lo que transformó a los Sujetos LGBT participantes, invisibilizados y silentes, en sujetos políticos.

La *Oficina de Equidad y Género* de la Administración es para muchas personas de la Com LGBT desconocida, y, muchos sujetos LGBT que saben de su existencia dudan de la eficiencia de su trabajo, lo que ha convertido a este actor que está en relación con la Com LGBT y la Corporación Visibles en un ente con problemas de credibilidad. El reto ya que existe, no está en juzgar ni evidenciar su situación actual, sino en acercarse y unirse a esta Oficina para generar alianzas, actividades y fortalezas, que redunden en la calidad de vida de las personas LGBT.

Los *Proyectos de Desarrollo Endógenos* que han sido llevados a cabo como la creación de la página Web, las planillas de planeación de los voluntariados y la ejecución de los mismos, las reglas para participar en el grupo de WhatsApp, la elaboración del calendario de obligaciones jurídicas, la elaboración de bases de datos, la presencia en las redes sociales, la planificación de las reuniones de los lunes y los martes con las personas, las reuniones con la Oficina de Equidad y Género para abordar temas como la creación de *Políticas Públicas* y el

otorgamiento de una sede; dejan entrever que cuando hay procesos de comunicación encausados hacia el orden y la racionalidad (*Planificación*) en el trabajo comunitario, se facilita en los participantes la reflexión, la generación de consensos y las propuestas y planeación de líneas de acción, lo que permite a su vez ejecutarlas (*gestionarlas*) de manera eficiente y organizada, transformando positivamente situaciones negativas.

Los *Proyectos de Desarrollo Endógenos* de la *Estrategia de Procesos Comunicacionales* propuestos en esta tesis no solucionarán por completo las problemáticas que tiene la Com LGBT del territorio y eso genera un sinsabor, pero, y por fortuna esta vez existe uno, hay un comienzo que da cuenta (memoria) de la existencia de personas que se sentían invisibles y que echaron mano de la comunicación y la solidaridad para ayudarse a sí mismos y a los más vulnerados, además, demandan, defienden y promueven derechos que ya fueron otorgados en el papel legal y estamos en el rescate y la materialización de ellos a través de las *Políticas Públicas* para la Comunidad LGBT del municipio de Itagüí.

Con esta tesis se abre el proceso de *Planificación y Gestión* de la *Comunicación* desde la Corporación Visibles, el paso siguiente es la continuidad en la ejecución de los proyectos de *Desarrollo Endógenos* y su evaluación para conocer resultados.

La planificación consiste en introducir organización y racionalidad en la acción, la idea de la planificación se encuentra vinculada a las Ciencias Sociales, a la organización de la sociedad y al Estado como planificador (Ceraso et, al. 2002, p.64)

Lista de referencias

- Ceraso Cecilia, y otros (2002). *Sembrando mi tierra de Futuro*. Ediciones de la Unidad de Prácticas y Producción de Conocimiento, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Foucault, Michel. (2014). *Historia de la sexualidad, 1. La voluntad del saber*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores.
- Tejada, Walter. (2009). Ponencia, *Las familias: el reto de la diversidad*. III Seminario internacional sobre familia. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Departamento de Estudios de Familia. Universidad Caldas. Manizales, Colombia.
- Constitución Política de Colombia 1991. (2018). Bogotá, Colombia: Libros Hidalgo.
- Goffman, Erving. (2017). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.
- Barbero, Jesús Martín. (1987). *De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona.
- Kaplún, Mario. (1987). *El comunicador Popular*. Buenos Aires. Editorial Humanitas.
- Butler, Judith. (2004). *Deshacer el género*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Ceraso, Cecilia. (2008). *Redes de desarrollo local y colectivos de comunicación en el territorio (Tesis de Maestría)*. Maestría de Planificación y Gestión de la Comunicación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Buenos Aires, Argentina.
- Caletí, Sergio. (1991). Profesores, historia y taxonomías: algunas discriminaciones necesarias. *Diálogos* (31), 26.
- Gutiérrez, Francisco (1975) *Pedagogía de la Comunicación*. Argentina: Editorial Humanitas.
- Alcaldía de Itagüí. (21 de 10 de 2018). *Municipio de Itagüí*. Recuperado el 21 de 10 de 2018, de <https://www.itagui.gov.co/>
- Periódico El Colombiano. (25 de 9 de 2014). *Especiales El Colombiano, descubriendo Antioquia, Itagüí en cifras*. Recuperado el 11 de 12 de 2018, de

<http://www.elcolombiano.com/especiales/descubriendo-antioquia/valle-de-aburra/itagui/itagui-en-cifras-XH3911404>.

Google. (18 de julio de 2018). *Google Earth*. Recuperado el 18 de julio de 2018, de <https://earth.google.com/web/@0,0,-24018.82718741a,36750128.22569847d,35y,0h,0t,0r/data=CgAoAQ>

Google. (18 de julio de 2018). *Google Imágenes*. Recuperado el 18 de julio de 2018, de https://www.google.com.ar/search?q=mapa+comunas+de+itagui&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiv5-2gKjcAhUiwlkKHd-gAc8Q_AUICigB&biw=1422&bih=771#imgrc=QQIUUwhkCv9WyM:

Google. (18 de julio de 2018). *Google Maps*. Recuperado el 18 de julio de 2018, de <https://www.google.com/maps/place/Itag%C3%BCi,+Antioquia,+Colombia/@6.1753352,-75.6314396,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e46822e075e9cd5:0x6dd21cc8445c3d42!8m2!3d6.1675682!4d-75.6146712>

Ley 1753, Colombia, 2015.

Ley 2893, Colombia, 2011.

Sentencia T-062, Colombia, 2011.

Sentencia C-577, Colombia, 2011.

Decreto 1227, Colombia, 2015.

Ley 115, Colombia, 1994.

Ley 1620, Colombia, 2013.

Sentencia T-565, Colombia, 2013.

Ley 1709, Colombia, 2014.

Ley 1751, Estatutaria. Colombia, 2015.

Sentencia T-314, Colombia 2011.

Decreto 100, Colombia, 1980.

Apéndice

Avance proyecto 1 de Desarrollo Endógeno. Propuesta diagramada del boletín que estará en formato digital y físico.

Portada, página 1

Los Visibles



VOLUMEN I, N° 1
DICIEMBRE DE 2018

DESTACADOS

- Destacado 1
- Destacado 2
- Destacado 3
- Destacado 4

CONTENIDO

Artículo 1	2
Artículo 2	2
Artículo 3	2
Artículo 4	3
Artículo 5	4
Artículo 6	5
Artículo 7	6

Artículo Principal, info de interés para la Com LGBT

Ese artículo puede incluir 175-225 palabras.

El contenido del boletín se proporcionará información especializada para un público determinado. Los boletines constituyen un buen método publicitario para sus productos o servicios, además de aumentar credibilidad y afianzar la imagen de su organización tanto fuera como dentro de ella.

En primer lugar, determine el público al que va dirigido el boletín: por ejemplo, empleados o personas interesadas en un producto o servicio.

Creo una lista de direcciones a partir de las tarjetas de negocios, hojas de información de clientes, tarjetas de presentación obtenidas en ferias o listas de miembros. Puede adquirir también una lista de direcciones de una organización.

Publicar incluye numerosas ventajas. Esto le ayudará a determinar la frecuencia con la que publicará el boletín y su extensión. Se recomienda publicar un boletín al menos trimestralmente, con el fin de que se considere una fuente constante de información. Sus clientes o empleados apreciarán su publicación.



Pie de imagen o gráficos.

publicaciones que aumenten el estilo de su boletín.

A continuación, establezca el tiempo y el dinero que puede invertir. Esto le ayudará a determinar la frecuencia con la que publicará el boletín y su extensión. Se recomienda publicar un boletín al menos trimestralmente, con el fin de que se considere una fuente constante de información. Sus clientes o empleados apreciarán su publicación.

Artículo Secundario, voluntariado

Ese artículo puede incluir 75-125 palabras.

El título es una carta importante del boletín y debe pensarlo con detenimiento.

Debe resumir brevemente y con pocas palabras el contenido del artículo y despertar el interés del lector por leerlo. Escríbalo primero en el título. De esta manera, el título le ayudará a desarrollar el artículo centrado en ese punto.

Algunos ejemplos: Premio Internacional para un producto, ¿Este nuevo producto le ahorrará tiempo? Próxima apertura de una oficina cerca de usted.

Cuerpo, páginas 2 y 3.

Noticias de salud para la Com LGBT



Pie de imagen o gráfico.

Este artículo puede incluir 150-200 palabras.

Una ventaja de utilizar el boletín como herramienta para promocionarse es que puede resultar el contenido de otro material de marketing, como comunicados de prensa, estudios de mercado e informes.

Quizá su principal objetivo sea distribuir un boletín para vender su producto o servicio, pero la clave del éxito de un boletín es conseguir que sea útil para el público.

Un buen método consiste en escribir sus propios artículos, o bien incluir un calendario de próximos eventos o una oferta especial.

También puede consultar artículos o buscar artículos "de relleno" en el World Wide Web. Escriba acerca de una variedad de temas, pero procure que los artículos sean breves.

La mayor parte del contenido que incluya en el boletín lo puede utilizar también para el

sitio web. Microsoft Publisher ofrece una manera fácil de convertir el boletín en una publicación para la Web. Por tanto, cuando acabe de escribir el boletín, conviértalo en sitio web y publíquelo.

Divulgación hechos violentos contra la Com LGBT

Este artículo puede incluir 100-150 palabras.

El tema de los boletines es cada interminable. Puede incluir artículos sobre tecnologías actuales o innovaciones en su campo.

Quizá desea mencionar las tendencias comerciales o económicas, así como realizar predicciones.

Si el boletín se distribuye internamente, puede comenzar las mejoras que se van a llevar a cabo. Incluya cifras de los beneficios para mostrar el crecimiento de su negocio.

Algunos boletines incluyen una columna que se actualiza en cada edición; por ejemplo, los últimos libros publicados, una carta del presidente o un editorial. También puede mostrar

el perfil de nuevos empleados, clientes o distribuidores.

"Frases o citas
intensas para los
lectores"

Agenda cultural LGBT



Pie de imagen o gráfico.

Este artículo puede incluir 75-125 palabras.

La selección de imágenes o gráficos es importante al armar contenido al boletín.

Planee en el artículo y envíelo a los

lectores el mes que desea transmitir. Si se seleccionan imágenes que parecen estar fuera de contexto.

Microsoft Publisher incluye miles de imágenes prediseñadas que puede importar a su boletín, además de herramientas para dibujar formas y símbolos.

Una vez elegida la imagen, colóquela cerca del artículo. Asegúrese de que el día de la imagen está ordenado a la imagen.

Marco legal, derechos LGBT



Este artículo puede incluir 150-200 palabras.

Una ventaja de utilizar el boletín como herramienta para promocionarse es que puede resultar el contenido de otro material de mar-

que, como comunicados de prensa, estudios de mercado e informes.

Quizá su principal objetivo sea distribuir un boletín para vender su producto o servicio, pero la clave del éxito de un boletín es conseguir que sea útil para el público.

Un buen método consiste en escribir sus propios artículos, o bien incluir un calendario de próximos eventos o una oferta especial.

También puede consultar artículos o buscar artículos "de relleno" en el World Wide Web. Escriba acerca de una variedad de temas, pero procure que los artículos sean breves.

La mayor parte del contenido que incluya en el boletín lo puede utilizar también para el sitio web. Microsoft Publisher ofrece una manera fácil de convertir el boletín en una publicación para la Web. Por tanto, cuando acabe de escribir el boletín, conviértalo en sitio web y publíquelo.

Oiertas de empleo

Este artículo puede incluir 100-150 palabras.

El tema de los boletines es cada interminable. Puede incluir artículos sobre tecnologías actuales o innovaciones en su campo.

Quizá desea mencionar las tendencias comerciales o económicas, así como realizar predicciones.

Si el boletín se distribuye interna-

mente, puede comenzar las mejoras que se van a llevar a cabo. Incluya cifras de los beneficios para mostrar el crecimiento de su negocio.

Algunos boletines incluyen una columna que se actualiza en cada edición; por ejemplo, los últimos libros publicados, una carta del presidente o un editorial. También puede mostrar el perfil de nuevos empleados, clientes o distribuido-

res.

"Frases o citas
de interés para
los lectores"

Oiertas académicas

Este artículo puede incluir 75-125 palabras.

La selección de imágenes o gráficos es importante al armar contenido al boletín.

Planee en el artículo y envíelo a los lectores el mes que desea transmitir. Si se seleccionan imágenes que parecen estar fuera de contexto.

Microsoft Publisher incluye miles de imágenes prediseñadas que puede importar a su boletín, además de herramientas para dibujar formas y símbolos.

Una vez elegida la imagen, colóquela cerca del artículo. Asegúrese de que el día de la imagen está ordenado a la imagen.



Pie de imagen o gráfico.

Retiro, página 4



Dirección: Mesa Directiva, Visibles
Corporación.
Línea 2 de dirección: Mesa de Ayuda
Colaboradores

Teléfono: +57 3 20 735 1971
E-mail: visiblescorporacion@gmail.com
Dirección: calle 48 N 49-47, barrio Las
Mercedes, Bogotá.

Aquí: sitio Web y redes sociales

Misión de Visibles Corporación, ficha de fundación y breve historia. Invítara unirse y a participar de las reuniones de los martes.

Contactos:

Oportunidades de emprendimiento

Este artículo puede incluir 175-225 palabras.

Si el botón es para elevarlo y enviarlo por correo, este artículo aparecerá en la parte posterior. Por tanto, es una buena idea que puede leerse de un vistazo.

Un modo de llamar la atención del público es incluir una sección de preguntas y respuestas. Recopile preguntas que haya recibido desde la última edición o resuma algunas que se realicen con frecuencia acerca de su organización.

Una lista de los directores de la organización da un toque personal al boletín. Si la organización es pequeña, quizá desee enumerar la lista de nombres de todos los empleados.

Si tiene precios de productos o servicios estándar, puede incluir una lista

en este espacio.

También puede hacer referencia a cualquier otro modo de comunicación que haya creado para su organización.

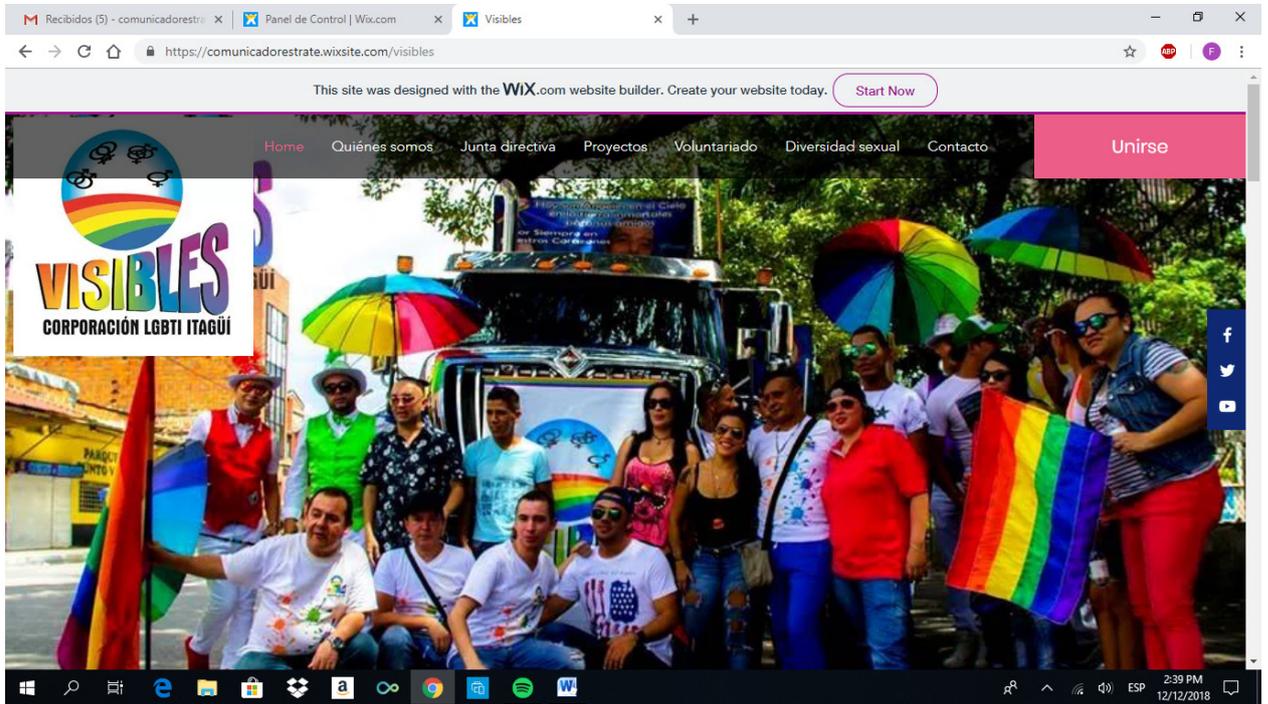
Si dispone de espacio, puede insertar una imagen o ilustración o incluso otro gráfico.



Pie de imagen o gráfico.

Avance proyecto 2 de Desarrollo Endógeno. Creación de la página Web de Visibles Corporación, con información de interés para la Com LGBT. Actualmente el vínculo para ingresar a la Web es: <https://comunicadorestrate.wixsite.com/visibles>

Portada

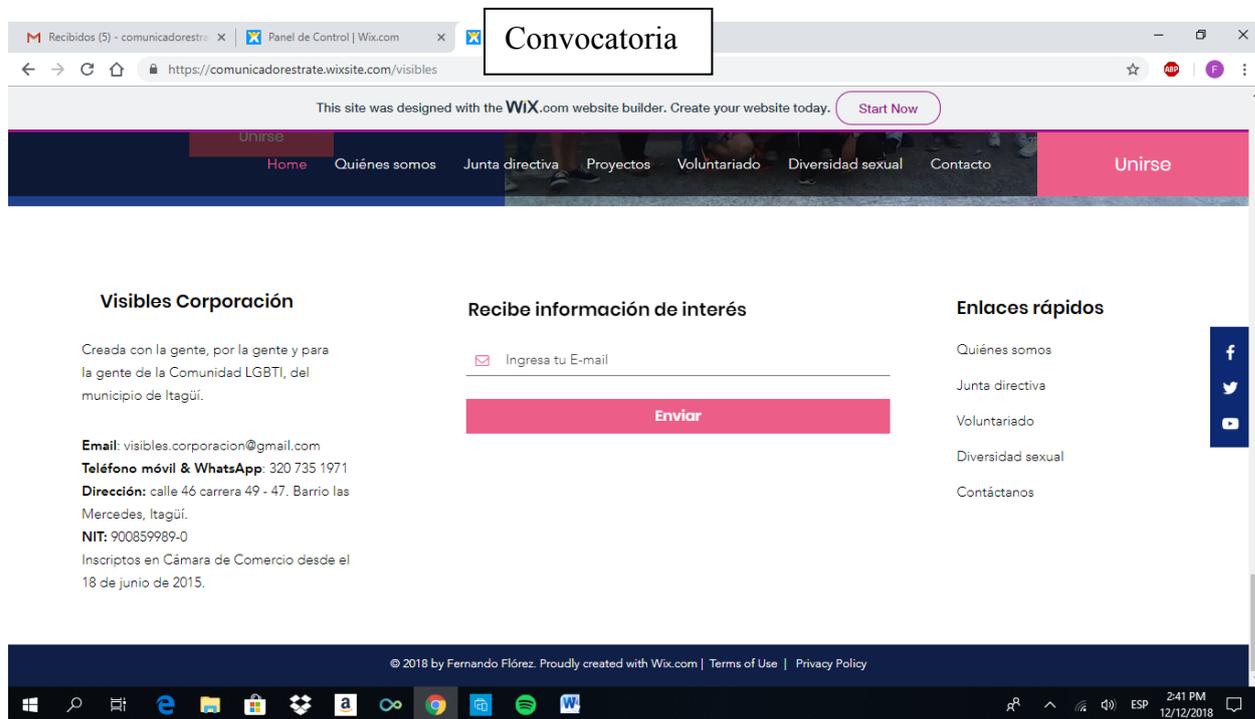


Portada



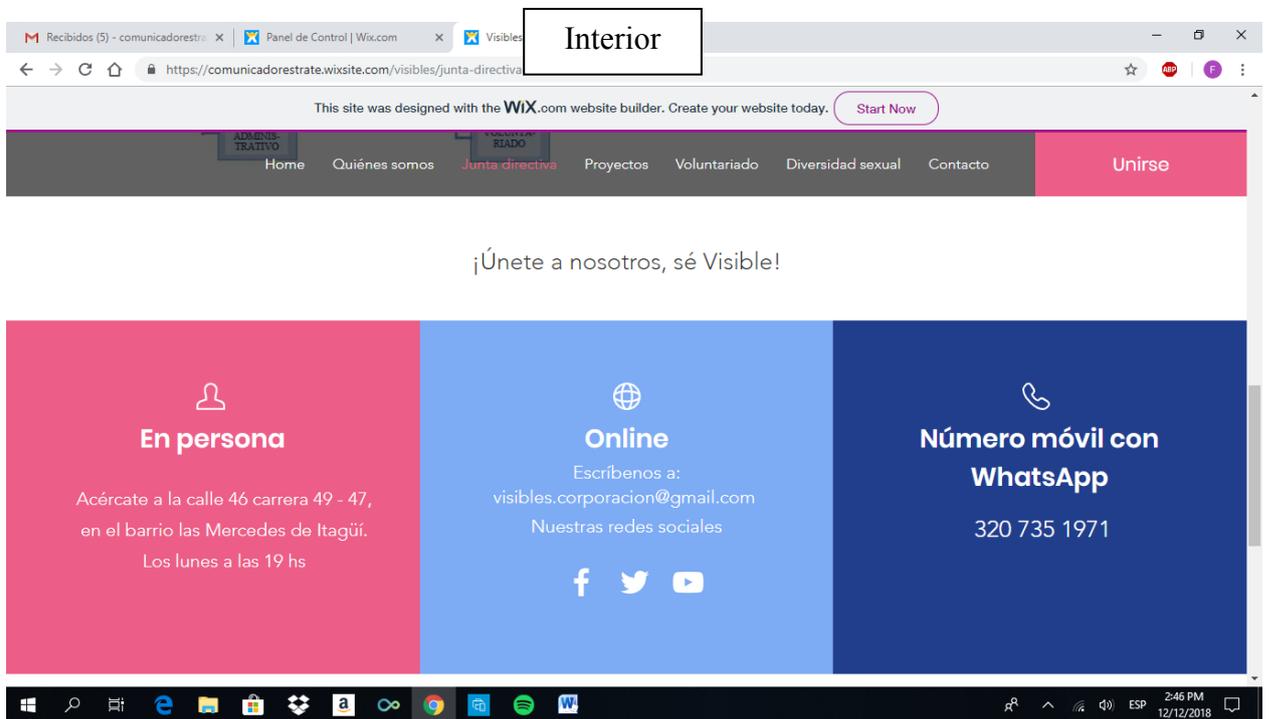
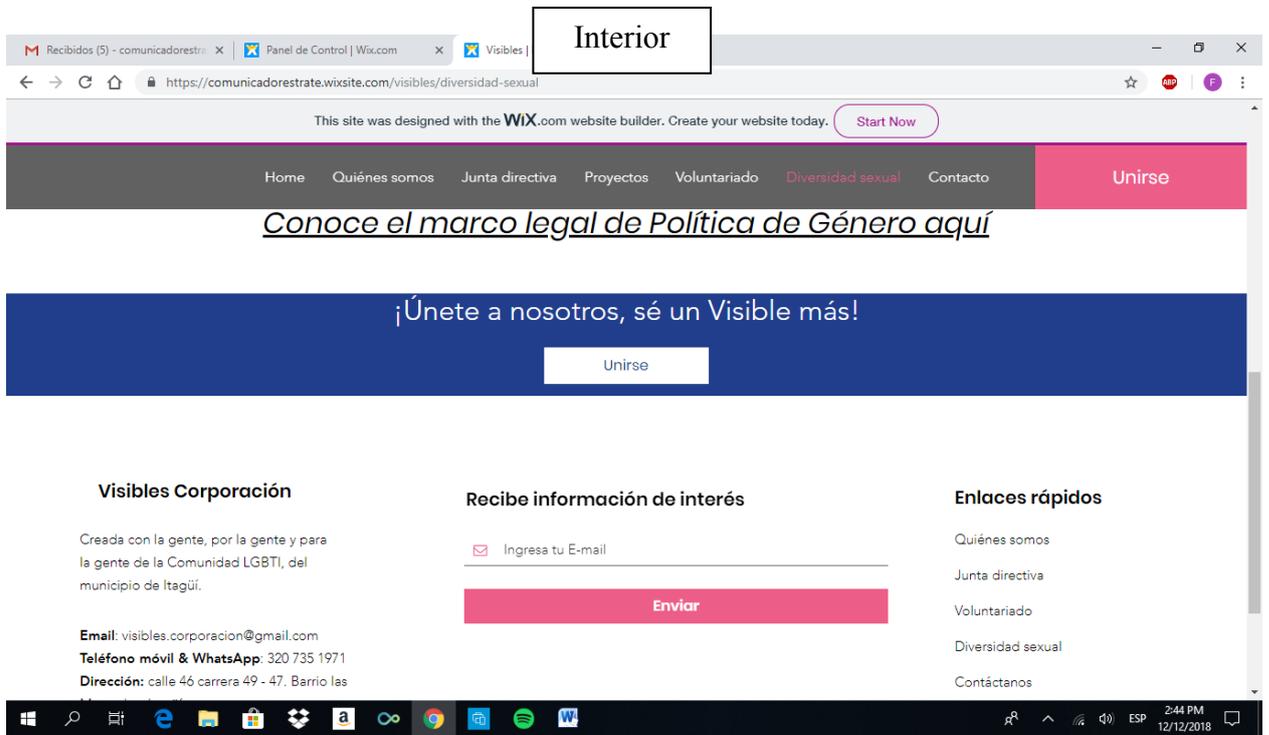
Voluntariado











Avance proyecto 3 de Desarrollo Endógeno. Elaboración de planificador de las reuniones que realiza la Corporación, abiertas para toda la comunidad.

PLANIFICADOR REUNIÓN VISIBLES CORPORACIÓN

Título: Reunión Visibles Corporación		Organizador: Visibles Corporación	
Ubicación: Itaguí	Fecha: 03/12/2018	Hora de comienzo: 19:30:00	Hora de finalización: 20:30:00
Objetivo: Hablar de asuntos como los posibles territorios vulnerables donde se podrían realizar voluntariados, problemáticas actuales que tenga la Com LGBT del territorio, bajar información a los asistentes acerca de los programas, ofertas y demás que nos hay compartido la Oficina de Equidad y Género y escuchar atentamente las opiniones de los asistentes.			

Asistentes

Nombre	Correo electrónico
Giovani Alzate	Example@gmail.com attendeeEmail

Tabla extensible

Elementos de discusión

ELEMENTO DE DISCUSIÓN

Título: Violencia en las calles ...	Moderador: <div style="border: 1px solid gray; height: 15px; width: 100%;"></div>	Haga clic aquí para adjuntar un archivo
--	--	---

Donde está ubicado el territorio, problemáticas que presenta, actividades que se podrían realizar de acuerdo a las problemáticas.

Sección extensible

Elementos de acción

Título	Asignado a	Vence el
Contactar a los líderes comunales	<div style="border: 1px solid gray; height: 15px; width: 100%;"></div>	<div style="border: 1px solid gray; height: 15px; width: 100%;"></div>

Tabla extensible

El planificador permite saber el lugar, la fecha y la hora, lo que da tiempo para acondicionar el lugar antes de las reuniones y hacer envío por mail a los participantes de los temas tratados durante la reunión y los compromisos adquiridos. Los asistentes quedan

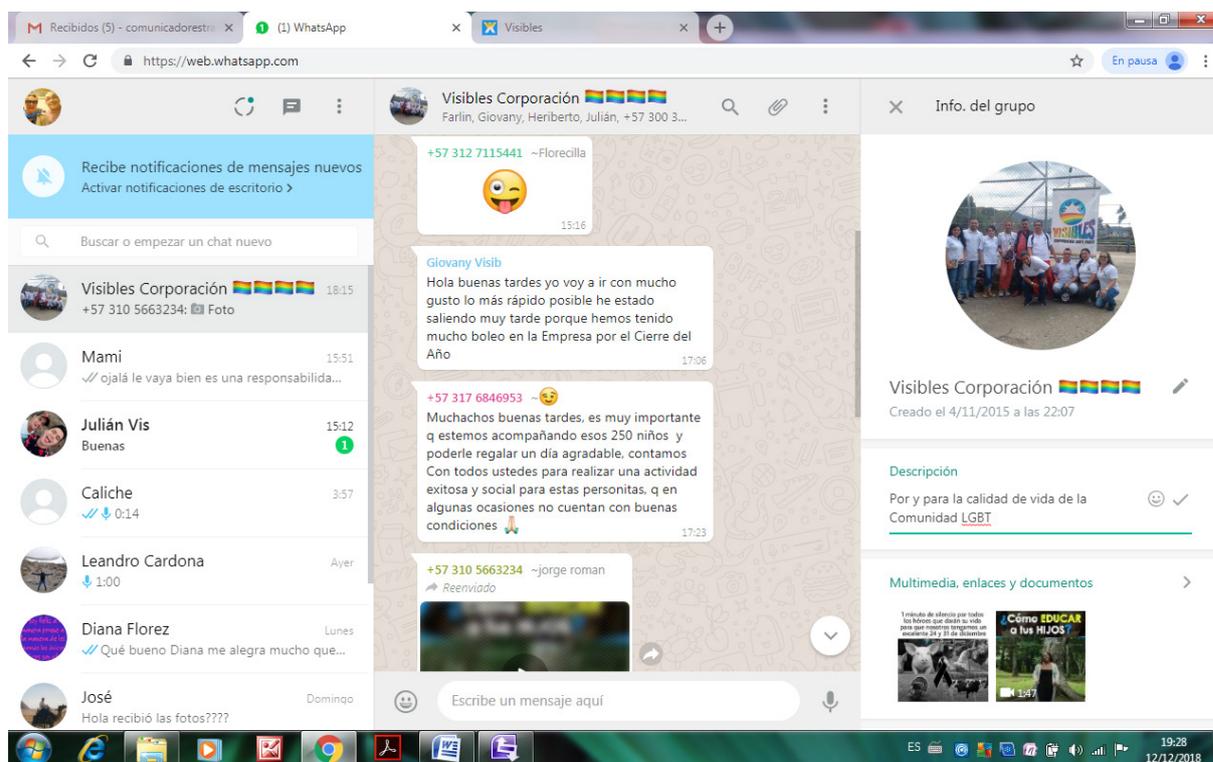
registrados en el planificador con nombre, correo electrónico y la reunión a la que asistieron con fecha. Adicionalmente durante la reunión se pasa una hoja física en la que los asistentes a voluntad propia, se registran con nombre, número telefónico, barrio y correo electrónico. Esto ha mejorado el orden y el desarrollo de las reuniones y facilita la planificación de las acciones que en ellas se deciden que se van a ejecutar.

Avance proyecto 4 de Desarrollo Endógeno. Calendario Jurídico de la Corporación. Se realizó el calendario jurídico con las obligaciones trimestrales que se deben pagar a la municipalidad y se encargó a una persona de hacerlo durante todo el año, con un suplente en caso de que no pueda la persona encargada.

Esta acción aunque parece sencilla caía muchas veces en el olvido, y no recordarla ni actualizarla costaba además de dinero por multas, la legalidad de la Corporación para funcionar en el municipio. El calendario quedó establecido para realizar los pagos, los 5 primeros días de inicio de trimestre, así, 5 primeros días de los meses de enero, abril, julio y octubre. Los días anteriores han sido destinados a reunir el importe que se tenga que pagar.

Avance proyecto 5 de Desarrollo Endógeno. Elaboración de normas de participación para el grupo de WhatsApp de la Corporación.

Dados los malentendidos, las discusiones, la gran variedad de temas sin foco abordados sin profundidad, y la cantidad de videos e imágenes y de información sin encausar que había en el grupo de WhatsApp, se decidió nombrar un administrador y crear pautas para su buen funcionamiento.



Actualmente el grupo tiene 27 participantes, se decidió que su administrador sea el director de la corporación, Farlin Sierra. Las reglas para mejorar la calidad de la interacción son:

- 1) El objetivo del grupo, es mejorar la calidad de vida de la Com LGBT y de la comunidad en general, por lo tanto los temas tratados deben ir en esta dirección.
- 2) Evitar hablar de temas personales, particulares o que sean de interés grupal.
- 3) Respetar a los demás desde todo punto de vista.
- 4) Ser breves
- 5) Respetar los horarios
- 6) No publicar cadenas, ni publicidad.
- 7) Aportar con respeto temas de interés para el grupo.

- 8) Evitar conversaciones directas con una sola persona, dado el caso realizar la conversación en privado.
- 9) Evitar el uso excesivo de los emoticones.
- 10) No hablar de temas, ni dar opiniones que ataquen las creencias religiosas, políticas o sexuales de otras personas.
- 11) No ensuciar el nombre de otras personas.
- 12) Evitar las discusiones y si se dan no alentarlas.
- 13) Tener cuidado con los videos e imágenes que se comparten.
- 14) Los comentarios, las quejas y sugerencias que se tengan, hablarlos con el administrador del grupo.

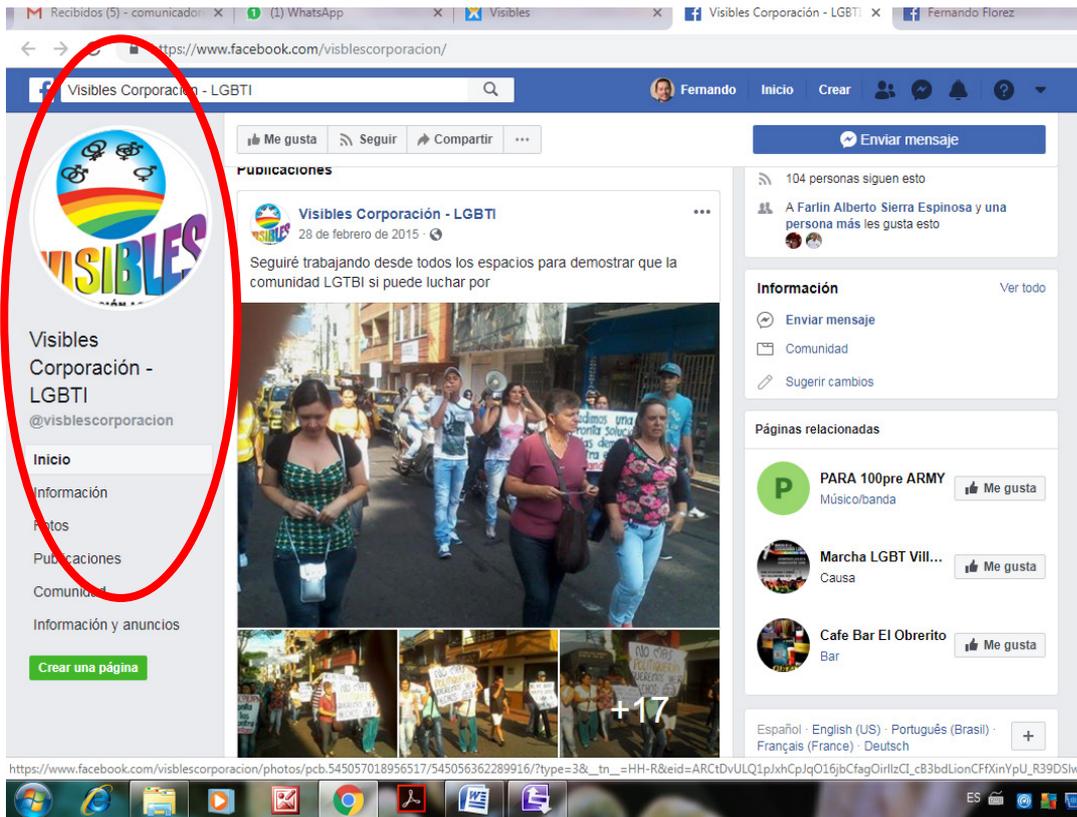
Avance proyecto 6 de Desarrollo Endógeno. Elaboración de cuentas de la Corporación para redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram. Y elaboración de manual de uso, contenido y estilo.

La cuenta de Facebook ya fue creada, y la de Twitter también, aún falta la cuenta de Instagram. Se encuentra en gestión y discusión el enfoque con el que se usarán las redes sociales, el contenido y la periodicidad de las publicaciones.

Cuenta

Cuenta de Facebook

de



Cuenta de Twitter



Avance, proyecto 7 de Desarrollo Endógeno. Elaboración de calendario y planilla de planeación y gestión de los voluntariados Comunitarios. Centralizar y organizar la documentación y archivo de los voluntariados realizados.

PLANEADOR DE VOLUNTARIADOS VISIBLES CORPORACIÓN

Título:		Organizador:	
VOLUNTARIADO VEREDA LOS GÓMEZ		VISIBLES CORPORACION	
Ubicación:	Fecha:	Hora de comienzo:	Hora de finalización:
ITAGUI	16/12/2018	14:00:00	16:30:00
Objetivo:			
Realización del voluntariado navideño con los niños de vereda Los Gómez. Haremos actividades recreativas dirigidas, haremos natilla y buñuelos con la comunidad y haremos entrega de 160 regalos navideños a los niños de la comunidad			

Asistentes

Nombre	Correo electrónico
Miembros de visibles corporación	VISIBLES.CORPORACIÓN@GMAIL.COM

Agregar asistente

Elementos de discusión

ELEMENTO DE DISCUSIÓN

Título:	Moderador:	Haga clic aquí para adjuntar un archivo
OBLIGACIONES Y COMPRO	FARLIN SIERRA	

definir, quien hablará con los líderes comunales, encargado de cada actividad, coordinación del transporte de ida y vuelta, recoger y empacar los regalos, hablar con los patrocinadores...

Agregar elemento de discusión

Elementos de acción

Título	Asignado a	Vence el
ADMINISTRACIÓN DE REGALOS	FLOR	16/12/2018

Agregar elemento de acción

El planificador se realiza en el momento y se deja actualizar las veces que sea necesario, llegando la notificación a todas las personas que se les quiera compartir. De esta manera todos los involucrados tienen la misma información actualizada en tiempo real. Antes de la realización del voluntariado también hay reuniones presenciales previas para garantizar que

todo salga bien y que no escape ningún detalle. La centralización de la documentación de los voluntariados realizados todavía se encuentra en gestión y se espera que parte de ella repose en la web, en archivos digitales y en archivos físicos.

Avance, proyecto 8 de Desarrollo Endógeno. Elaboración de calendario de reuniones con la Oficina de Equidad y Género de la Municipalidad, para hablar de las problemáticas de la Com LGBT e iniciar con las propuestas de las Políticas Públicas para esta comunidad.

PLANIFICADOR REUNIONES CON OFICINA DE EQUIDAD Y GÉNERO DE LA MUNICIPALIDAD PARA REALIZAR POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA COMUNIDAD LGBT

Título:

Organizador:

Ubicación:

Fecha:

Hora de comienzo:

Hora de finalización:

Objetivo:
 Reunirse con las personas de la Oficina de Equidad y Género de la Alcaldía para conocer información de los programas que tiene la municipalidad para la Com LGBT y para conversar acerca de las problemáticas que tiene la comunidad en el territorio, y proponer la creación de políticas públicas que transformen estas situaciones.

Asistentes

Nombre	Correo electrónico
TODOS LOS MIEMBROS DE LA COM LGBT	

Agregar asistente

Elementos de discusión

ELEMENTO DE DISCUSIÓN

Título:

Moderador:

Haga clic aquí para adjuntar un archivo

Proponer hablar de: problemáticas serias que afectan la calidad de vida de las personas LGBT del municipio y proponer líneas de acción para transformarlas positivamente (Políticas Públicas)

Agregar elemento de discusión

Elementos de acción

Título	Asignado a	Vence el
SEGUIMIENTO PARA EVALUAR AVANC	POR DEFININIR	<input type="text" value=""/>

Agregar elemento de acción

Convocatorias a la comunidad para participar de la discusión para la formulación de la Política Pública de Diversidad Sexual.



Invitación

Socialización de las fases iniciales para la formulación de la Política Pública de Diversidad Sexual

Fecha: 21 de mayo de 2018
Hora: 6:00 p. m.
Lugar: Fundación Sanar
Dirección: calle 51 No. 47A-12, Itagüí
Barrio Los Naranjos

Las personas interesadas en participar pueden comunicarse al teléfono
373 32 59
o escribir al correo
Jefferson.Posso@itagui.gov.co



Los proyectos de Desarrollo Endógenos 9, 10,11 y 12; están en gestión.