

2023-03-21

## Corresponsabilidad es equidad: una campaña de relaciones públicas como aporte a la igualdad de género en el hogar

Bárbara Lee Rojas  
*Universitaria Agustiniiana*, [barbara.rojas@uniagustiniana.edu.co](mailto:barbara.rojas@uniagustiniana.edu.co)

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>

---

### Citación recomendada

Rojas, B. L. (2023). Corresponsabilidad es equidad: una campaña de relaciones públicas como aporte a la igualdad de género en el hogar. *Revista de la Universidad de La Salle*, (90), 133-153.

This Artículo de revista is brought to you for free and open access by the Revistas de divulgación at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Revista de la Universidad de La Salle* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

# Corresponsabilidad es equidad: una campaña de relaciones públicas como aporte a la igualdad de género en el hogar

**Bárbara Lee Rojas<sup>1</sup>**

---

## **Un contexto misional institucional que eleva la calidad de vida de la comunidad**

La universitaria Uniagustiniana fundamentada en valores agustinos y comprometida con la formación humana y la excelencia académica promueve, sobre la base de valores éticos y morales, el desarrollo sostenible y la transformación de la sociedad a través del área de Proyección Social para aportar a los agentes sociales y comunitarios soluciones a sus principales problemáticas. En este contexto, las áreas de Proyección Social y Responsabilidad Social promueven anualmente en la comunidad académica la propuesta de acciones en pro de comunidades que puedan beneficiarse con el aporte docente, estudiantil, organizacional y económico.

Bajo este contexto, en La Facultad de Arte Comunicación y cultura, el Programa de Comunicación Social planteó, para el periodo febrero a noviembre de 2021, una intervención en la Fundación Amigos de Jesús y María, entidad

---

<sup>1</sup> Comunicadora Social de la Universidad de la Sabana. Máster en Relaciones públicas. Centro Europeo de Postgrado. Magíster en Psicopedagogía. Universidad de Barcelona Docente en la Universitaria Agustiniiana, del programa de Comunicación Social en la línea de Comunicación comunitaria, relaciones públicas, comunicación organizacional y responsabilidad social. barbara.rojas@uniagustiniana.edu.co

previamente intervenida por parte de acciones del Proyecto integrador de procesos de mejora para su comunidad y públicos internos y externos (trabajo conjunto de tres asignaturas: Comunicación Comunitaria, Cultura y ciudadanía e Investigación, Acción y participación). Así, para el semestre 2019-2, se evidenció la necesidad de elevar la calidad de vida de las familias tras detectarse en los diagnósticos efectuados trazas de violencia intrafamiliar con especial afectación de niños, niñas y mujeres.

Por tal motivo, se presenta el “Proyecto de intervención en comunicación comunitaria para el cambio social orientada a la prevención del maltrato infantil, la promoción del buen trato y la incorporación del enfoque de género en la Fundación Amigos de Jesús y María 2021”.

### **Una aproximación a la comunidad a intervenir**

La Fundación Amigos de Jesús y María es una entidad sin ánimo de lucro que contribuye a garantizar el ejercicio de los derechos fundamentales de la primera infancia, mediante un proceso pedagógico y nutricional, orientando al entorno familiar para mejorar la calidad de vida, en la comunidad residente en barrios definidos de la localidad de Kennedy, Bogotá – Colombia; sección de la capital caracterizada por su gran población, resultado del concepto, tras la visita del presidente John F. Kennedy al país en 1961, de ‘súper manzanas’, “[espacios] con una capacidad de 500 a 1500 viviendas, agrupadas en edificios o casas particulares. Desde entonces el desarrollo de la localidad tomó tales proporciones que se convirtió en una ciudad dentro de la ciudad” (Alcaldía Local de Kennedy, 2016, párr. 3).

La Fundación AJYM, cuenta con 257 familias beneficiarias de procesos educativos para sus hijos, entre ellas se encuentran, según Carolina Andrade, Directora administrativa, “familias, que derivan su sustento económico de labores formales en un 60 %, mientras que el 31 % se dedican a la labor de la recuperación ambiental, las ventas ambulantes y un porcentaje del 9 %, para el 2021, se encontraban desempleados; algunos de sus miembros han llegado desplazados de zonas de violencia y migrantes”.

De este grupo, 50 familias (representan un total de 192 personas) se inscribieron al proyecto con el ánimo de trabajar para superar los temas de violencia a su interior y fijar nuevas formas de interrelacionarse. Hecho que se enmarcó en la pandemia provocada por el COVID-19. Caldo de cultivo que evidenció problemas de convivencia en buena parte de la población mundial y que incrementó acciones de violencia intrafamiliar en Colombia y en esta muestra de la fundación a intervenir.

### **Necesidad de intervención en pandemia, la violencia intrafamiliar en Colombia**

La violencia intrafamiliar es uno de los contextos sociales que ha generado preocupación y alerta durante la emergencia sanitaria, dado que normalmente estos hechos se desarrollan en la vivienda. Por esta razón, la OMS en un estudio realizado en junio del 2020, alertaba acerca de que el hogar no siempre es un lugar seguro para las víctimas y que las medidas que muchos países implementaron para evitar la propagación de COVID-19 podían generar aumentos de la violencia en este contexto. (Organización Mundial de la Salud citada en Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses [INMLCF], 2020)

Por su parte, según la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, a través del Observatorio Colombiano de las Mujeres, Informe Línea 1551, en el contexto de medidas de aislamiento preventivo por Coronavirus en Colombia "en los indicadores de marzo y abril del 2020 se registró un aumento de llamadas efectivas a la línea de atención de violencia en un 142 % con respecto al año 2019, esto independiente que la víctima fuera hombre o mujer" (INMLCF, 2020); sin embargo, llama la atención que el observatorio señala que, tanto en los datos del 2019 como en los del 2020, más del 90 % de las llamadas por violencia intrafamiliar, fueron realizadas por mujeres. Así las cosas, El Instituto Nacional de Medicina Legal de Colombia concluye que

esto nos conlleva a llamar la atención sobre esta violencia, que requiere de protocolos discretos de prevención e intervención para penetrar en el ámbito familiar desde la óptica de fortalecer relaciones sanas intrafamiliares, de resolución de

conflictos, inteligencia emocional en la familia, con aplicación de estilos de comunicación asertiva, que permita generar respeto, comprensión e interacción social desde la perspectiva de la armonía familiar y social. (INMLCF, 2020)

En este contexto local, nacional y mundial, La Universitaria Agustiniiana, de manera corresponsable, da vía libre para desarrollar la intervención propuesta, desde acciones en comunicación comunitaria, en la idea que se conduzca a la reflexión, cambio social y se logre mitigar la violencia intrafamiliar en la población objeto, 50 familias de la Fundación Amigos de Jesús y María.

### **Comunicación y corresponsabilidad familiar**

Esta intervención es producto de un proceso de comunicación en busca del cambio social de los beneficiarios. El significado de la “comunicación” es “poner en común”, sin embargo, es cada vez más frecuente el desempeño de los comunicadores como simples desarrolladores de contenido y difusores de información que no dominan los procesos de la comunicación estratégica y comunitaria que permite fortalecer los procesos sociales. “Necesitamos fortalecer el campo y crear la disciplina de la comunicación para el cambio social en las universidades porque necesitamos profesionales de alto nivel que hoy no existen, o son muy pocos” (Gamucio, 2006). En este sentido la Uniagustiniiana se plantea llevar la academia a la comunidad para crear una sinergia entre estudiantes y docentes al servicio social.

Por tanto, la comunicación comunitaria se convierte en base para lograr que conceptos aportantes renueven hábitos y costumbres para calar en los núcleos de la sociedad, como es el caso de la corresponsabilidad familiar “que supone la articulación de tareas ‘productivas’ y ‘reproductivas’ desde una perspectiva que armonice los espacios de familia y trabajo de una forma más equitativa entre hombres y mujeres como un elemento clave para el desarrollo social de los países” (Gómez-Urrutia y Jiménez-Figueroa, 2015).

## **¿Es posible promover el cambio social a través de la intervención en comunidades con procesos de relaciones públicas como herramienta en comunicación comunitaria?**

La comunicación comunitaria, a diferencia de la comunicación organizacional y el periodismo, tiene acciones destinadas a informar, formar y darle voz a las comunidades. Según Minga Social (2022) “es un proceso para generar conocimientos, pensamiento crítico, conciencia, sensibilidad, compromiso activo y propositivo como un eje estratégico para lograr el bien común, la justicia social, la equidad y la convivencia pacífica”. Y para ello requiere de una herramienta fundamental: las relaciones públicas, tradicionalmente consideradas como un elemento apéndice en los procesos de comunicación dedicado a la parte final de divulgación de un proyecto o al establecimiento de relaciones protocolarias para enmarcar asuntos puntuales en el entorno social.

Sin embargo, “esto está cambiando. Las relaciones públicas se incorporan a las actividades de la sociedad civil y de organizaciones políticas, sociales y de servicio ligadas a sectores populares y comunitarios. Ahora pueden ser un legítimo instrumento para la democratización social” (Krohling, 1993).

Este concepto reevalúa el alcance de este elemento clave de las comunicaciones que de manera transversal amalgama de inicio a fin cualquier proceso en el que intervengan seres humanos que en sinergia acuerdan dar cuerpo y gestionar un proyecto. “Hablar de relaciones públicas populares, o comunitarias, es hablar de nuevas relaciones públicas en el sentido de su compromiso con la realidad y las necesidades e intereses de la población” (Krohling, 1993).

### **El proceso de relaciones públicas en las fases de intervención comunitaria**

Desde esta experiencia, se propone un proceso de intervención en comunicación comunitaria donde la acción de relaciones públicas es transversal y contempla las siguientes etapas:

- La primera relacionada con la **ideación, planificación** y puesta en común de la idea de intervención y una primera aproximación a la posibilidad de implementación y posibles resultados; uno de los primeros pasos de las relaciones públicas desde donde se interviene para lograr abrir un espacio implementación y desarrollo de la idea en pro de la comunidad. Para la fundación, este recurso de socialización adquirió importancia para crear relaciones interinstitucionales y un acuerdo con Uniagustiniana como sustento inicial para el proceso de formación de la comunidad, que incluyó docentes, familias, niños, niñas, adolescentes y personal administrativo.
- La segunda relacionada con el **diagnóstico**, que pretende, a través del recaudo de información, establecer las necesidades de la población con base en su propio dicho; el análisis en campo, de la situación, la aplicación de instrumentos que faciliten la evaluación cuantitativa y cualitativa y la comparación con procesos comunitarios similares. En todos estos procesos la actividad en relaciones públicas es indispensable para sensibilizar a la población y facilitar los espacios para dialogar y construir un espacio común que facilite la gestión cooperada y enfocada en el beneficio mutuo. La fundación en este aparte se beneficia al obtener el respaldo de la comunidad académica al desarrollar instrumentos que le permitan establecer si los problemas de violencia intrafamiliar son exclusivos o compartidos con otros grupos.
- La tercera genera una **planeación estratégica** dedicada a configurar acciones comunicativas que permitan a la comunidad informarse y formarse para gestar sus propios procesos comunicativos, reflejo de su actualidad, y tener la capacidad para transformar sus realidades, visibilizar sus problemáticas y proponer. En este punto la acción de relaciones públicas engrandece los proyectos al establecer puentes que comunican a quienes pueden gestar ayuda por dominio de conocimiento, relaciones, información, insumos y productos con las comunidades. Proceso que enriquece la dinámica de intervención al generar aliados en pro de la comunidad. El aporte específico para la fundación, reviste importancia al establecerse la campaña de "Corresponsabilidad es equidad" y el " Primer conversatorio Internacional

sobre corresponsabilidad Familiar y Masculinidades no violentas” además de un video organizacional, intervención en redes sociales, boletines de prensa, contacto con profesionales donantes de tiempo, desarrollo de bases de datos de posibles aliados y ubicación de pares internacionales que quisieran compartir la experiencia con las familias.

- La cuarta hace referencia a la **implementación de esas propuestas** y mide las acciones con indicadores de gestión en el desarrollo. Las relaciones públicas aportan la garantía que la puesta en escena del trabajo planeado se desarrolle acorde a la agenda lograda y enfoca la sinergia hacia un objetivo común, el éxito de la intervención y el cumplimiento de cada indicador a través de la motivación del público interno y la sensibilización del público externo con la problemática hallada. Recursos como las campañas, ruedas de prensa, eventos masivos, artículos y entrevista exponen el poder del alcance de las acciones en RRPP. Para este momento la fundación, gracias al proceso, logra aliados como: La Gobernación de Cundinamarca, He For She de ONU, La Alcaldía de Funza y sus Secretarías de la Mujer y equidad y educación, La Universidad de la Sabana, El colectivo de Hombres y Masculinidades de Colombia, El Colegio Agustiniiano de Suba, EVEFEM de España y 9 ONG colombianas que acudieron para sumar aprender y reproducir. Además, se establece por sugerencia del público el carácter internacional del conversatorio al cual se vinculan mujeres expertas: Daniela Bonnet, directora de He For She Colombia, María Martín Barranco experta en género y política pública, escritora, por España; Verónica Gómez Urrutia, PhD en género de la Universidad de Sussex, por Chile y Raúl Suarez Tarazona experto en nuevas masculinidades por Colombia; Carlota Alméciga asesora en género y política pública por Colombia, María Docal docente de la Universidad de la Sabana, experta en género, además, de un total de 556 familias inscritas. Así, la campaña de “Corresponsabilidad es equidad” logra alcanzar 7 países.
- Finalmente, la quinta fase **evalúa** los resultados y de allí genera políticas que permitan fijar experiencias positivas y buenas prácticas, en pro del



desarrollo comunitario. Un espacio de relevancia para la RRPP que mide el impacto en el público objeto y establece el logro a través de la consulta sobre los aprendizajes para organizadores, aliados, comunidad y sociedad. Este estadio le brinda la oportunidad a la fundación de generar un proceso de formación y sostenimiento al interior de su comunidad, fortalecida por las relaciones y aprendizajes desarrolladas en pro. Esto además de la opinión de 422 de los participantes que calificaron de exitoso el proceso de intervención que benefició a un total de 1 500 personas, gracias a una intervención híbrida con gran alcance digital donde resalta que las 50 familias lograron generar piezas comunicativas que comparten tras apropiarse de los conceptos y en adelante difunden, gracias a la labor de relaciones públicas ahora generadas por el grupo focal mismo. Demostrando que, tras el proceso de consumidores de información y formación, difunden lo aprendido.

### **La comunicación transforma, las relaciones públicas lo hacen posible**

La parte más enriquecedora de este proceso transformador a través de la comunicación ocurre cuando se transfiere información amplia que permite a la población explorar y analizar lo que sucede, en este caso al interior de las familias y el contexto social, facilitando la reflexión; el saber dónde estoy, ¿qué sabía? “es una etapa fundamentalmente cognitiva, recoge, analiza y sintetiza la información sobre su práctica, trata de comprender su problemática y de sensibilizarse frente a ella” (Juliao-Vargas, 2011, p. 35). Este es el principal aspecto de las relaciones públicas que permite, como se indicó, poner en común una problemática que parece propia, para contrastar y recibir ayuda en pro de cada individuo.

Esto conlleva a la reacción donde las personas involucradas se preguntan ¿qué puedo hacer? y ¿qué sé ahora? Donde la respuesta está por explorarse y deriva en que es posible construir otra realidad “sospechamos que otra cosa es posible, que nuestra capacidad creadora e innovadora puede gestar otra acción” (Juliao-Vargas, 2011, p. 36).

La fase siguiente, tras esta ola de información y comunicación, dispone a los individuos hacia la práctica, “devolución creativa” donde el ser propositivo se impone y tras renovar el conocimiento emerge hacia el desarrollo de acciones concretas. “Un mejor conocimiento de sí mismo, del medio, de los diversos actores conduce a un rigor en la formulación, la planeación y la elaboración estratégica de la acción, que se desea, al mismo tiempo, eficiente y eficaz” (Juliao-Vargas, 2011, p. 40). Y finaliza en el propósito de la intervención que observa en las familias de la Fundación Amigos de Jesús y María individuos transformadores y constructores de su propia realidad. Lo cual facilita, a quienes hemos intervenido la comunidad, construir teoría a partir de su saber y sumar en el procesamiento de la información, que en acción prosumidora, ahora generan.

### **¿Qué sentido adquiere un proceso comunicativo gestado por la comunidad?**

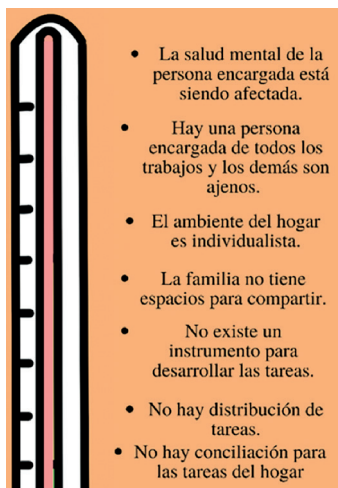
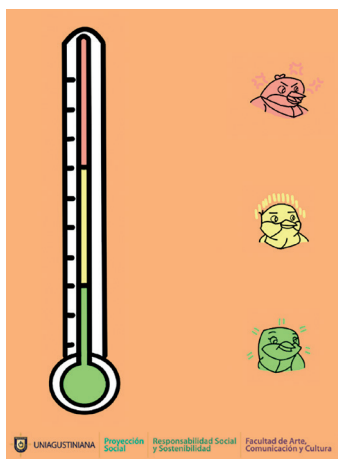
El producto comunicativo emitido por una comunidad permite crear empatía, nuevo conocimiento, otra forma de solucionar la realidad; el aporte valida y permite sumar a los procesos de información y formación de otras comunidades que a su vez transforman y diversifican el proceso de devolución para crear mejores espacios, en el sentido de esta intervención, para todas y todos.

En este contexto conceptual este grupo de familias, docentes y estudiantes, construyeron la campaña “Corresponsabilidad es equidad” dentro de la cual las familias crearon las siguientes piezas comunicativas y de campaña, con el ánimo de contribuir con otras comunidades a construir familias más armoniosas, comprometidas con la corresponsabilidad familiar como pilar para formar nuevas generaciones con una presencia más equitativa en la sociedad y en el inmediato ofrecer mayores espacios para conciliar el trabajo con las actividades familiares, lograr espacios para compartir en familia y para el desarrollo personal.

Se comparten a continuación las piezas desarrolladas por las familias que representan su deseo, creatividad y conceptualización para sumar a nuevos procesos dinamizadores de información y formación sobre corresponsabilidad familiar y la construcción de una sociedad más equitativa.

I. Equidómetro (propuesta de un método para medir el estado de la equidad familiar)

Este elemento tiene por objetivo, medir el estado en que se encuentra la situación de una familia en términos de los efectos en la armonía del hogar, dependiendo de si se aplica o no la corresponsabilidad familiar. Siendo estos los tres estados del medidor: verde: situación óptima; amarillo: estado de alerta; rojo: indicador de peligro (figura 1).



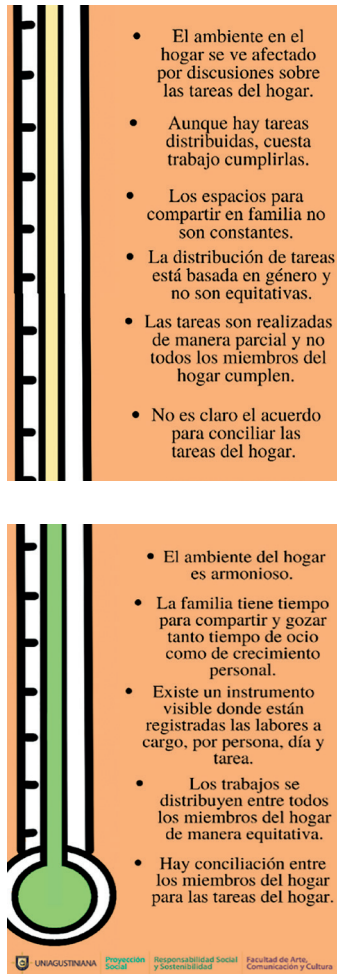


Figura 1. Equidómetro

Fuente: familias intervenidas Fundación Amigos de Jesús y María. Diseño a cargo de los estudiantes de Comunicación Social Uniagustiniana.

2. Decálogo para lograr corresponsabilidad familiar, cara 1 y 2  
Con esta pieza, las familias quieren sumar a los conceptos y actividades indispensables para lograr conciliar ese diálogo familiar que les permita construir un ambiente corresponsable (figura 2).



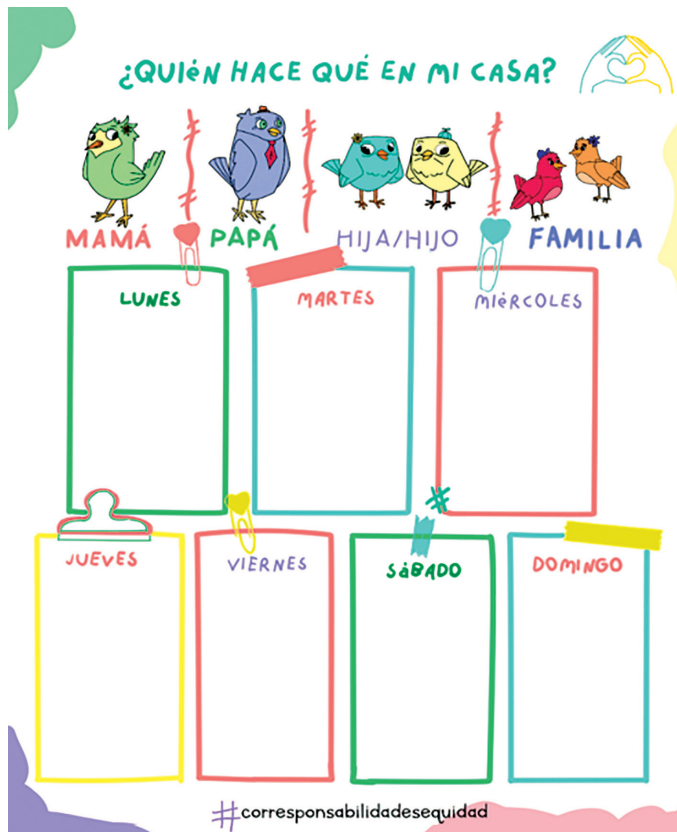


Figura 2. Decálogo para lograr corresponsabilidad en el hogar

Fuente: familias intervenidas Fundación Amigos de Jesús y María. Diseño a cargo de los estudiantes de Comunicación Social Uniagustiniana.

3. Distribuidor de tareas

Compuesto por cuatro piezas que pueden adaptarse a cualquier grupo familiar, el primero es un distribuidor de tareas semanal; el segundo está compuesto por fichas que permiten individualizar actividades previamente acordadas por cada uno de los miembros de la familia; el tercero tiene como objetivo diferenciar actividades menos frecuentes en el mantenimiento de tareas del hogar que pueden desarrollarse dos veces por mes y el cuarto está compuesto por una tabla de reconocimientos que, de acuerdo con la cultura organizacional, puede reunir una serie de estímulos para reconocer el compromiso de cada miembro de la familia (figura 3).



#CORRESPONSABILIDADESEQUIDAD

ENCARGADO :

ACTIVIDAD :




#CORRESPONSABILIDADESEQUIDAD

ENCARGADO :

ACTIVIDAD :




#CORRESPONSABILIDADESEQUIDAD

ENCARGADO :

ACTIVIDAD :




#CORRESPONSABILIDADESEQUIDAD

ENCARGADO :

ACTIVIDAD :




#CORRESPONSABILIDADESEQUIDAD

ENCARGADO :

ACTIVIDAD :




#CORRESPONSABILIDADESEQUIDAD

ENCARGADO :

ACTIVIDAD :




#CORRESPONSABILIDADESEQUIDAD

ENCARGADO :

ACTIVIDAD :




#CORRESPONSABILIDADESEQUIDAD

ENCARGADO :

ACTIVIDAD :




## ACTIVIDADES DOS VECES AL MES

ENCARGADO :




#CORRESPONSABILIDADESEQUIDAD



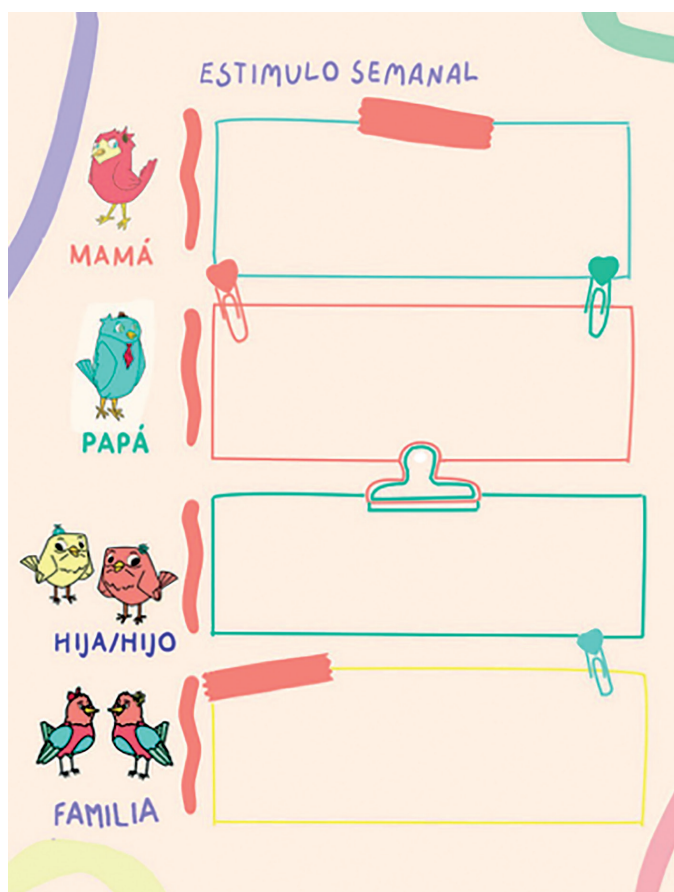


Figura 3. Distribuidores de tareas

Fuente: familias intervenidas Fundación Amigos de Jesús y María. Diseño a cargo de los estudiantes de Comunicación Social Uniagustiniana.

#### 4. Manifiesto

El manifiesto se comprende como un documento testimonial que elabora una comunidad intervenida, para sentar un punto de vista, opinión, como aporte al proceso de aprendizaje obtenido, en este caso, surge como resultado del Primer Conversatorio Internacional sobre corresponsabilidad

familiar y masculinidades no violentas, para la construcción de una cultura de la equidad, de la campaña de corresponsabilidad es equidad, donde panelistas y organizadora concluyen de manera propositiva:

Para construir un mundo justo, una sociedad en igualdad y un reparto equitativo de las tareas familiares y los tiempos de ocio y descanso las palabras son muy importantes. La corresponsabilidad no es “ayudar” a la otra persona (sea mamá, papá, una abuela o abuelo): “¿En qué la ayudo?” no es la pregunta. La pregunta es “¿cómo colaboro?”. Las cosas que se hacen no se hacen para quien siempre las realizó, se hacen para el sostenimiento común de la vida. “Ya le barrí el piso”, o “ya le extendí la cama” no son las frases, “ya barrí el piso” o “ya extendí la cama” sí lo son. El modo en el que construyes el relato revela de quién crees que es la obligación. ¿Y tú cómo lo cuentas?

**María Martín Barranco (España)**

Nos comprometernos con una educación más igualitaria para niños, niña y adolescentes, para que ellos y ellas no reproduzcan una cultura de género basada en roles fijos, poco flexibles. Reconocemos que el trabajo doméstico y de cuidado son trabajos socialmente importantes y que, por lo tanto, son tan valiosos como el trabajo remunerado fuera de casa. Promovemos cambios a nivel familiar que puedan redistribuir el trabajo doméstico entre los miembros de la familia, según se edad y niveles de autonomía (tal vez los niños y niñas no deban cocinar, pero sí puede alimentar mascotas, sacar la basura, etc.).

**Verónica Gómez Urrutia (Chile)**

Para lograr una cultura de la equidad hacen falta tres condiciones: a) identificar y reconocer que existen brechas de desigualdad entre los diferentes agentes que dinamizan las sociedades, b) esto supone no solamente un ejercicio de visibilización de esas brechas sino su abordaje en clave de acciones afirmativas y c) reconocer que la diversidad es un factor potencializador de las sociedades y cómo su reconocimiento contribuye de manera efectiva a la pluralidad y, por ende, a la construcción de equidad.

**Carlota Alméciga (Colombia)**

Seamos hombres que marcan la diferencia, porque solucionamos los conflictos, con la pareja, con otros hombres, con los niños, niñas y adolescentes, de manera pacífica. Somos mejores hombres cuando cuidamos protegemos y dedicamos tiempo de calidad a nuestra pareja, a nuestros hijos, hijas y a nuestro entorno. Somos mejores hombres, cuando educamos con el buen ejemplo, con tolerancia y respeto por las opiniones de los demás, porque todos somos muy importantes, personas sujetas y sujetos de derechos.

**Raúl Suárez Tarazona (Colombia)**

Nos desprendemos de los estereotipos sociales y promovemos un desarrollo de la personalidad libre de prejuicios. Reconocemos e identificamos las capacidades y habilidades de cada individuo y distribuimos equitativamente el trabajo de conformidad con las mismas. Utilizamos un lenguaje inclusivo, reconocemos y aceptamos el poder proveniente de cada sexo y aprendemos de cada uno.

**Daniela Bonnet (Washington)**

Como mujeres aprendemos a delegar en el hogar y permitir que todos los miembros de la familia sumen, acorde a sus capacidades en un ambiente de disciplina y armonía amorosa. Permitimos que nuestros hijas e hijos se expresen libremente, les enseñamos la comunicación amorosa, considerada y sincera para que puedan hacer gala de sus dones que los hacen únicos, para aportar desde su ser, saber, quehacer y sentir a una sociedad diversa, respetuosa, tolerante y valorativa del otro. Creamos espacios para la diversidad en el hogar y permitimos que los niños y niñas comparta igualitariamente el ambiente, sin direccionar su actuar y pensamiento a nuestro acomodo. Es necesario el compromiso, por parte de los hombres, para considerar que existe más fuerza en las palabras que en las manos; que una buena charla soluciona, acerca, aclara y permite entender al otro y entendernos a nosotros mismos; que el amor se basa en dar y recibir y que la comunicación basada solamente en el sexo, priva de conocer realmente el corazón y la razón de a quienes se ama. La única expresión de amor, no es la sexual, la corresponsabilidad familiar permite demostrar nuevas formas de amar. Los profesionales de la comunicación y las relaciones públicas, tenemos el deber de investigar, informar y formar a la comunidad en procesos que le permitan elevar su calidad de vida, por tanto, sumar en la difusión del ejercicio

de la corresponsabilidad familiar deberá ser una prioridad para contribuir con el cambio social y la vivencia de una cultura de la equidad.

**Bárbara Lee Rojas (Colombia)**

## **Conclusiones**

Es imprescindible que los medios de comunicación generen espacios que emanen desde las áreas de responsabilidad social para contribuir con la información y formación del público, para sumar en su proceso de reflexión y devolución, para transformar sus realidades y elevar su calidad de vida.

Es un aporte invaluable para las comunidades, que la academia llegue hasta sus territorios para dialogar, buscar soluciones reflexivas y de aporte, que además apoye con el saber y la inversión para sumar al cambio social sin olvidar el acompañamiento humano que tanto hace falta para abrazar y brindar esperanza.

Este proyecto ha sido una ganancia en la formación profesional y de conciencia comunitaria de los futuros comunicadores sociales de Uniagustiniana que por medio del proyecto se acercaron a la realidad e imprimieron asesoría y recursos didácticos, creativos, lúdicos y comunicacionales en la idea de elevar la calidad de vida de las familias beneficiadas.

Necesitamos medios de comunicación que acompañen a las comunidades y difundan las iniciativas que dinamicen viejas conductas que no aportan a los nuevos procesos de crecimiento personal, familiar y social. Urgen más campañas, más comunicadores comunitarios, más relacionistas públicos que sumen para normalizar una sociedad equitativa donde hombres, mujeres, niños, niñas y adolescentes puedan vivir y crecer en hogares armónicos y corresponsables.

Es claro que, con este impulso, derivado de la sinergia entre los comunicadores comunitarios en aplicación de acciones de relaciones públicas y la difusión mediática, puede estimularse

con este sencillo cambio en los hábitos del hogar, valorar el papel de las mujeres, de las niñas y adolescentes, culturalmente exigidas en labores del hogar y cuidado, muchas veces adicional al trabajo laboral y sin remuneración o reconocimiento justos y, desde luego brinda oportunidad a los hombres de establecer nuevos roles y espacios para compartir y disfrutar la vida familiar y de pareja. (Rojas, entrevistada por Canro, 2021)

Este proceso, para elevar la calidad de vida de las familias de la Fundación Amigos de Jesús y María y el público espectador impactado, de inicio a fin, se sustentó en una intervención en comunicación comunitaria donde las relaciones públicas ejercieron de manera transversal un proceso de sensibilización, ayuda y puesta en común de una problemática que se incrementó en la pandemia del COVID-19: la violencia intrafamiliar y el desequilibrio en las tareas del hogar.

Se logró, por medio de la socialización entre los públicos, la ubicación de asesoría experta que facilitó la reflexión, la ideación de soluciones auténticas emanadas por la comunidad y la difusión de su proceso de devolución creativa, para sumar a otros individuos y enseñarles cómo mejorar su proceso de distribución de tareas en el hogar como un elemento fundamental para equilibrar la interacción familiar y fomentar las relaciones solidarias, respetuosas y amorosas.

Se ha iniciado así, un movimiento llamado “Corresponsabilidad es equidad”<sup>2</sup> un mecanismo simple que desde el hogar propone, a través de pequeñas acciones, sumar a la construcción de una sociedad más equitativa.

---

2 Para mayores informes sobre la campaña “Corresponsabilidad es equidad”, @corresponsabilidadesequidad, escribir al correo [barbara.rojas@uniagustiniana.edu.co](mailto:barbara.rojas@uniagustiniana.edu.co), [barbaraleerojas@gmail.com](mailto:barbaraleerojas@gmail.com), @barbaraleerojas, WhatsApp: + 57 311 487 59 83. Video: <https://www.youtube.com/watch?v=uw0b-dEJNFU&t=1909s>

## Referencias

- Alcaldía Local de Kennedy. (2016). *Historia de la localidad*. <http://www.kennedy.gov.co/mi-localidad/conociendo-mi-localidad/historia>
- Canro, H. (2021, octubre 25). Entrevista Bárbara Lee Rojas – Directora Campaña Corresponsabilidad es equidad. *Bacatá Stereo*. <https://bacatastereo.com/?s=corresponsabilidad+es+equidad>
- Gamucio, A. (2006). *Tiempo de Milagros: tres retos de la comunicación para el cambio social*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. [https://fescomunica.fes.de/fileadmin/user\\_upload/pdf/publicaciones/documentos/2006\\_Tiempo\\_de\\_milagros\\_Tres\\_retos\\_de\\_la\\_comunicacion\\_para\\_el\\_cambio\\_social.pdf](https://fescomunica.fes.de/fileadmin/user_upload/pdf/publicaciones/documentos/2006_Tiempo_de_milagros_Tres_retos_de_la_comunicacion_para_el_cambio_social.pdf)
- Gómez-Urrutia, V. y Jiménez-Figueroa, A. (2015). Corresponsabilidad familiar y el equilibrio trabajo-familia: medios para mejorar la equidad de género. *Polis*, 14(40), 1-15. <http://journals.openedition.org/polis/10784>
- Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses. (18 de junio de 2020). Violencia intrafamiliar durante la pandemia por COVID-19. <https://www.medicinalegal.gov.co/blog/-/blogs/violencia-intrafamiliar-durante-la-pandemia-por-covid-19>
- Krohling, C. M. (1993). Relaciones públicas y cambio social. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, (46), 111-114. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/688>
- Minga Social. (08 de agosto de 2022). *Comunicación comunitaria*. <https://mingasocial.net/escuela-de-cine-y-comunicacion-comunitaria/la-comunicacion-comunitaria/>
- Juliao-Vargas, C. G. (2011). *El enfoque praxeológico*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.