

**Fundación Cultural Guakená, construcción de identidad corporativa desde la  
comunicación participativa**

Ensayo

Realizado por:

Oscar David Contreras Bravo

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Corozal, diciembre de 2021

## Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Fundación Cultural Guakená, construcción de identidad corporativa desde la comunicación participativa.....	4
Conclusiones.....	14
Referencias.....	15

## Resumen

Fundación Cultural Guakená es una organización conformada por jóvenes y adultos de Sincelejo (Sucre) que, apuesta a la transformación de la sociedad a través de procesos de formación en artes en las comunidades vulnerables de la ciudad y municipios vecinos, generando cambios en sus individuos desarrollando talleres en danza, música, pintura, lectura y teatro. Con apenas seis años de servicio, este grupo de líderes mantiene una conexión muy cercana desde la infancia, haciendo parte de diferentes colectivos artísticos y culturales. Actualmente se encuentra en proceso de constitución legal, no tiene una identidad corporativa que permita el fortalecimiento del sentido de pertenencia en sus miembros y las comunidades donde hace presencia. Sus procesos de comunicación interna y externa son informales y no cuenta con herramientas para la difusión y promoción de las actividades; todo esto redundando en una carencia de aliados y de relacionamiento público para la gestión de proyectos.

**Palabras clave:** Comunidad, organización, horizontalidad, red social, comunicación participativa.

## **Fundación Cultural Guakená, construcción de identidad corporativa desde la comunicación participativa**

La horizontalidad en el diálogo es una herramienta clave en los procesos que apuntan a refrendar una genuina y valiosa democracia participativa, es una forma de mostrar a los individuos que todos cuentan con las mismas oportunidades para expresarse y recibir ideas en sano debate, a fin de tomar decisiones conjuntas que puedan beneficiar las causas comunes. Esta es la esencia de una verdadera comunicación con sentido humano, identificar las posibilidades para conversar y debatir ideas de manera libre y espontánea, sin jerarquías ni poderes, donde todos y cada uno de los actores tengan participación activa en los procesos de transformación de sus contextos sociales.

Así mismo, la aplicación de estos fundamentos teóricos en la definición colectiva de la identidad corporativa de una organización es una acción que fortalece en gran manera sus comunicaciones internas y externas, generando un profundo sentido de pertenencia entre sus miembros, pero también permitiendo que las comunidades, entendidas como base social, puedan reconocer e identificarse como parte integral de ella.

Solo si cada uno de los miembros constituyentes participa activamente de su construcción, visibiliza y promueve la identidad de su organización, sumado a la puesta en marcha de acciones encaminadas a la difusión de la información derivada del trabajo con las comunidades, puede lograrse una sólida proyección social, promover servicios y despertar el interés en potenciales aliados que apoyen la gestión y ejecución de nuevos proyectos; esta es la tesis propuesta a través de este documento realizado en el curso Diplomado en Construcción en Redes Sociales de Comunicación.

La Fundación Cultural Guakená es una organización social participativa (OSP) asentada en Sincelejo (Sucre), una ciudad considerada de las mayores receptoras de población víctima del desplazamiento forzoso producto de la violencia generada por el conflicto armado en el país,

situación que, sumada a otros factores de orden político administrativo, a la migración venezolana y a la crisis de salud mundial generada por la pandemia por Covid-19, hace mucho más delicada la realidad de un territorio que no ofrece mayores posibilidades de trabajo estable y, por el contrario, cada día refleja en sus calles una informalidad laboral creciente sin una solución pronta y efectiva a la vista.

La organización no tiene carácter privado, religioso ni político. Está conformada por un grupo de jóvenes y adultos con edades que oscilan entre los 18 y 40 años que, con espíritu emprendedor y amplio sentido de responsabilidad social ante la falta de oportunidades y de inversión del estado, se han enfocado en la gestión de proyectos relacionados con el desarrollo de procesos de formación integral en artes ligados a la danza, la música, la pintura, la lectura y el teatro con niños, niñas, adolescentes y jóvenes de diferentes sectores pertenecientes a los estratos 1 y 2. El propósito fundamental es lograr la transformación de los individuos a través de soluciones conjuntas sostenibles de beneficio común.

Cada uno de los miembros de la organización está especializado en un arte diferente y desempeña roles específicos en los procesos de formación con las comunidades, pero a la vez, ha adquirido un compromiso ético y moral consigo mismo y con sus compañeros, y, por consiguiente, se establece una relación descrita en términos de cohesión y responsabilidad entre ellos y hacia los individuos que se sustentan de sus conocimientos y experiencias. Una red social capaz de apoyar a las distintas comunidades a través de una interacción permanente basada en la participación activa de sus individuos, la solidaridad y el trabajo en equipo como ejes fundamentales.

Este grupo de líderes sociales se ha organizado colectivamente dejando de lado las angustias y vicisitudes para ayudar en la construcción de proyectos de vida con niños, niñas, adolescentes y jóvenes de condiciones socioeconómicas similares, que redunden en la formación

de ciudadanos comprometidos con el mejoramiento de la calidad de vida de sus comunidades. En concordancia con lo anterior y desde una perspectiva sistémica, así lo expresa Najmanovich (citado en Vélez, 2011) “...rescata al sujeto y construye una visión de la sociedad en la cual el sujeto abandona su estatus de clausura con respecto a su entorno y se construye a partir de las relaciones que establece con otros sujetos y su entorno” (p.6).

La comunidad objeto está constituida por niños, niñas, adolescentes y jóvenes pertenecientes a los estratos sociales 1 y 2, algunos provenientes de hogares disfuncionales, de familias con serias dificultades socioeconómicas y laborales, o víctimas de episodios de violencia intrafamiliar o de desplazamiento forzoso, situaciones todas que limitan la posibilidad de acceder a un panorama con amplias y suficientes oportunidades de desarrollo social.

Las experiencias particulares vividas por los líderes de la fundación ante la ausencia de oportunidades para estudiar y trabajar, los ha llevado a buscar otras alternativas de formación para generar ingresos, encontrando en las artes el espacio ideal para salir adelante con su vocación de artistas y organizarse formalmente para apuntar a la formación de otros líderes culturales. En consonancia con este aspecto, Balcázar (2003), expresa que los individuos “...aprenden a entender su papel de transformación de su realidad social, no como víctimas o como espectadores pasivos, sino como actores centrales en el proceso de cambio” (p.62).

Los líderes de la Fundación Cultural Guakená se constituyen en un referente para estas comunidades, pues han logrado hacer de las artes la herramienta fundamental para mejorar sus condiciones de vida permitiéndoles llevar el sustento diario a sus familias y proyectarse profesionalmente, pues todos tienen estudios técnicos en el área artística y cultural pero se encuentran a la espera de contar con un proyecto institucional, desde el Ministerio de Cultura a través de los distintos entes territoriales, que les brinde la oportunidad académica para lograr la profesionalización de sus estudios académicos.

Desde una perspectiva territorial, basados en la construcción de sociogramas se visualizaron las relaciones existentes entre la OSP y los distintos actores: entes de poder, tejido asociativo y base social. Un primer conjunto de acción permitió identificar a la Fundación Cultural Guakená, como escuela de formación en artes, que mantiene una interacción constante y, por tanto, un alto grado de afinidad con la base social sobre la cual desarrolla sus procesos de formación: padres de familia, niños y niñas, adolescentes y jóvenes, población indígena y vecinos de los diferentes sectores. También mantiene vínculos cercanos con algunas ONG, Juntas de Acción Comunal y autoridades de cabildos indígenas que requieren de sus servicios al interior de las comunidades que representan.

Otro conjunto de acción señala una relación puntual entre los entes que representan el poder: Ministerio de Cultura, Gobernación de Sucre, Fondo Mixto de Cultura y las Artes de Sucre, Alcaldía de Sincelejo y la Dirección de Cultura Municipal. La relación del grupo inicial con este último debería ser una relación con mayor interacción, mucho más estrecha y cercana, pero los muy pocos proyectos de formación en artes que se obtienen a través de la gestión ante estas entidades estatales refleja que la situación es totalmente opuesta, llegando a considerarse de aislamiento.

Los líderes de esta OSP han cultivado su amistad desde la infancia, cuando hacían parte de diferentes colectivos artísticos y culturales en sus sectores de origen, compartiendo escenarios en distintos barrios, corregimientos o municipios, y experimentando todo tipo de situaciones favorables o adversas propias de estos procesos de formación; condición que les ha permitido desarrollar una conexión muy cercana basada en la confianza y la solidaridad, considerada por ellos mismos como una relación de hermandad, como la familia que la vida les ha permitido elegir, donde cada uno está comprometido no solo con sus funciones laborales sino con el trabajo en equipo y el bienestar de sus semejantes.

Muy en concordancia con lo expresado con Fresno et al. (2014), “Esa estructura es un soporte casi “virtual”, un tejido, una *net* que se origina entre los individuos interrelacionados por vínculos de amistad, de colaboración, o de otro tipo de interés” (p.25). Se identifican entonces en esta OSP, relaciones ligadas con la confianza, el apoyo y el respeto que definen la naturalidad de sus miembros, individuos provenientes de familias humildes, llenos de humanidad y nobleza, capaces de dar de sí mismos para el bienestar de los demás.

Justamente esta relación armónica ha sido clave en el desarrollo exitoso de los procesos de formación de la organización, por cuanto se promueve un alto grado de libertad para expresar ideas, tolerar y aceptar las diferencias de pensamiento y opinión, favoreciendo así la democracia participativa y la toma de decisiones conjuntas para apuntar a la transformación y al mejoramiento continuo no solo como personas sino también como profesionales. Esta misma estrategia aplica para la relación que establecen con las comunidades en formación, niños, niñas, adolescentes, jóvenes y hasta con los padres de familia, pues todos tienen la posibilidad y el derecho de sugerir ideas o participar de las actividades en las que sus hijos intervienen para enriquecer la unidad familiar. Así mismo y de manera individual, se crean espacios para conocer las inquietudes de los padres e informarles sobre el desarrollo de sus hijos en los procesos de formación, creando una relación que nutre la confianza, la motivación y el compromiso mutuo.

El desarrollo del proceso de investigación acción con esta organización se logró en dos fases, la primera estuvo encaminada a conocer aspectos fundamentales sobre su operatividad a través de distintas entrevistas con el señor José David Benítez, quien se desempeña como director general de la Fundación Cultural Guakená; y la segunda, constituida por la elaboración de un diario de campo empleando la técnica de observación participante tomando como referencia una sesión de formación teatral donde además se generó interacción social con los sujetos observados y se tomó material fotográfico como evidencia del ejercicio académico de investigación.

La metodología aplicada permitió identificar algunos aspectos positivos que merecen ser destacados, como la relación entre los miembros de la fundación la cual está profundamente marcada por el diálogo y el debate democrático donde cada uno tiene la libertad y el derecho de participar y expresar sus opiniones para tomar decisiones conjuntas y convenientes. La disposición, pasión y motivación permanente para desarrollar los diferentes procesos con sus comunidades y el compromiso consigo mismos ante la posibilidad de aprender nuevos conocimientos y ponerlos en práctica con sus comunidades de manera que les permita una transformación como individuos. Igualmente, existe una relación respetuosa, amable y armoniosa entre los líderes de la organización y los padres de familia de las comunidades donde desarrollan sus procesos de formación, quienes, de manera tímida expresan sus ideas, pero se involucran mucho más como apoyo en la logística relacionada con las actividades en las que sus hijos intervienen.

Las acciones desarrolladas a lo largo del proceso de investigación también arrojaron como resultado una serie de falencias identificadas desde el interior mismo de la organización hasta su interacción social y proyección en la región.

El desconocimiento del contexto cultural sabanero ligado a la falta de oportunidades que durante muchos años ha limitado su desarrollo individual y social, ha llevado a los miembros de algunas comunidades a generar comentarios preliminares desfavorables respecto del arte y los proyectos que de él se derivan, impactando de forma negativa en la motivación de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes interesados en participar de los procesos formativos, aislándolos de las posibilidades reales que las artes pueden ofrecer a las nuevas generaciones en cuanto a productividad y transformación social.

A nivel organizacional, la Fundación Cultural Guakená no ha sabido aprovechar las ventajas de las distintas herramientas y mecanismos que permitan mejorar su identidad

corporativa y establecer relaciones de formalidad con los distintos grupos de interés: entes de poder, tejido asociativo y base social. No existen los componentes mínimos que permitan al público conocer la marca, identificarse con ella o hacer presencia ante cualquier tipo de entidad a través de comunicados corporativos, sin necesidad de recurrir a descripciones orales.

Considerando el rápido y fácil acceso a la información en la actualidad a través de los dispositivos móviles, la OSP no ha hecho presencia en el campo de los medios digitales de comunicación al aprovechar los beneficios de una página web o de las redes sociales para comunicar sus logros y proyectos, difundir las convocatorias, publicar el desarrollo de sus procesos formativos y promocionar de forma integral sus servicios.

Kamlonguera y Mefalopulos (2008), establecen que “...los problemas relacionados con la comunicación son aquellos que tratan temas relacionados con la participación de la población, sus percepciones, la adopción de la innovación y el cambio de conducta” (p.14). Con base en esta premisa y luego del análisis de los anteriores hallazgos se han definido y planificado una serie de acciones encaminadas a fortalecer la comunicación desde el interior de la OSP, demandando cambios sustanciales en sus integrantes en cuanto a actitudes, conocimientos y experiencias para lograr una mejor proyección ante los distintos grupos de interés regional.

La estrategia formulada ha sido denominada “Construyendo futuro” y tiene como objetivo principal fortalecer a la OSP desde la perspectiva de red social y mejorar su proyección social a través de acciones organizacionales y comunicativas basadas en la generación de espacios de diálogo y participación comunitaria, y en la creación de contenidos corporativos.

Villasante (2010) afirma que “..lo más importante son las relaciones, no los sujetos que soportan las relaciones, no el conjunto total de la comunidad o del campo considerado, sino cómo se mueven los vínculos, las confianzas entre unos y otros” (p.115); en relación con lo anterior, se propone que, de manera conjunta los miembros de la fundación se reúnan para debatir y definir

los elementos que constituirán la cultura organizacional de su organización: su razón de ser (misión), lo que esperan lograr en el futuro (visión), los principios éticos y profesionales que orientan sus acciones (valores) y los objetivos que persiguen como organización. Todo este conjunto de elementos constituirá el marco de referencia que será compartido y adoptado por cada uno de sus miembros tanto en sus relaciones internas como externas, permitiéndoles identificarse y diferenciarse de las demás organizaciones.

Toda la información definida como parte de la cultura organizacional y con la que se auto identifican sus miembros, debe ser expresada de manera externa a través de una imagen corporativa compuesta por un logotipo, un eslogan, imágenes de apoyo y textos publicitarios que enriquezcan y hagan más atractiva la marca, despertando el interés entre el público y facilitando su recordación, mejorando la comunicación de su propósito y propuesta de valor hacia los distintos grupos de interés: entes de poder, tejido asociativo y base social.

En la actualidad, las organizaciones deben marchar al ritmo que impone la tecnología, otorgándole especial atención a las herramientas digitales como las redes sociales Facebook, Instagram, WhatsApp o Tik Tok, un sitio web oficial y el desarrollo de campañas de posicionamiento de marca, difusión de acciones y promoción de servicios haciendo uso de los canales de televisión local y regional con amplia presencia en el territorio de Sucre, Córdoba y Bolívar como Canal Doce (Claro TV), Mas TV (Global Comunicaciones), OK TV y Canal 8 (Monitor Space), o de emisoras comunitarias cercanas a Sincelejo como Primavera Stereo (Sampués) y Morroa Stereo (Morroa).

Antes de hacer públicas las convocatorias de participación en las comunidades, se propone desarrollar jornadas preliminares de sensibilización con padres de familia y comunidad en general para que conozcan y comprendan el arte desde la perspectiva de una herramienta

generadora de productividad y de transformación social. En aras de dar cumplimiento a este propósito debe tenerse en cuenta lo expresado por Kamlonguera y Mefalopulos (2008):

Cuando el mismo tema se presenta y se discute abiertamente con la comunidad, por lo general la población reconoce y reflexiona sobre muchos de los puntos en cuestión. Además, siendo un enfoque de doble vía, los temas a discutir y las herramientas ofrecen ideas útiles para ayudar a entender y trabajar hacia la solución del problema. (p.22)

Establecer reuniones periódicas con estudiantes y/o padres de familia para generar interacción y reconocerlos como verdaderos participantes activos, consolidando con ello la confianza entre las partes, organizando grupos de apoyo para la realización de algunas tareas, fortaleciendo la red social y conociendo además sus formas de pensamiento y opiniones sobre los procesos de formación de sus nuevas generaciones y de cómo les gustaría lograr las soluciones a sus necesidades. Esto no significa, de ninguna manera, que los procesos de formación deban desarrollarse como la comunidad así lo considere, sino que, debe procurarse que estos espacios sean verdaderos escenarios democráticos donde cada propuesta tenga igual oportunidad de ser considerada y debatida con miras a tomar decisiones conjuntas. Al respecto, CIMAS (2010) establece:

Para que un proceso se pueda mantener por sí mismo se tiene que basar en el protagonismo colectivo construido desde la base. Es decir, que la gente sienta y compruebe que sus iniciativas son tenidas en cuenta, por el conjunto del proceso, en los grupos y reuniones, al menos en un cierto grado. (p.63).

El diálogo y la participación, como pilares de la comunicación horizontal, son esenciales en todos los procesos colectivos ya que se surten como herramientas clave para generar cohesión y construir una red social transformadora de realidades. Una relación basada en la motivación

permanente, el sentido de la responsabilidad y el diálogo de todos al mismo nivel estimula la participación de los individuos involucrados a través de ideas y propuestas para salir adelante en los procesos que se ejecutan. En este sentido, Beltrán (1979) expresa que "...la participación es la culminación de la comunicación horizontal porque sin oportunidades similares para todas las personas de emitir los mensajes el proceso permanecería gobernado por la minoría" (p.20).

El diálogo permanente entre los miembros de la organización, y entre estos y las comunidades permite a las partes analizar y comprender de mejor manera las realidades que viven, fortalecer sus capacidades para enfrentarlas con conciencia crítica y transformarlas para mejorar su calidad de vida y las de sus familias.

Todo este panorama muestra la gran importancia que representa construir colectivamente la identidad corporativa ya que genera sentido de pertenencia y empoderamiento de los actores sociales en torno a sus intereses comunes, logrando comprender que los cambios sustanciales no se logran con la pasividad sino involucrándose en la generación de sus propias soluciones.

## Conclusiones

El desarrollo de este ejercicio académico de investigación acción enriquece notablemente la formación como comunicadores sociales pues es una gran oportunidad para contrastar el conocimiento teórico con los resultados obtenidos a través de acciones experimentales. Permite que los individuos participen activamente en el proceso de investigación y, por consiguiente, obtener información de primera mano para conocer la realidad de las comunidades, sus necesidades y pensamientos para construir posibles soluciones conjuntas que permitan un mejor país.

Las relaciones de comunicación horizontal, soportadas en el diálogo y en la participación crítica y reflexiva de los individuos es una pieza clave en la transformación de las comunidades porque permite a los actores involucrados interactuar cimentando la confianza y la comprensión, reconociendo y valorando las experiencias y necesidades de las comunidades, motivando y despertando el interés colectivo. Así se construye una red social armónica, cohesionada y eficiente, capaz de generar confianza y transformar las realidades comunes.

Una sólida proyección social de las organizaciones se logra fortaleciéndose, primero, desde sus propios miembros, construyendo colectivamente su cultura organizacional, apropiándose de ella de manera que puedan identificarse y diferenciarse de otras organizaciones para entonces ser expresada a través de una imagen corporativa que determine la formalidad en los procesos de comunicación internos y externos. Disponiendo de las herramientas de difusión necesarias para promover sus servicios, relacionarse públicamente y lograr conquistar potenciales aliados para la gestión y ejecución de proyectos.

## Referencias

- Balcázar, F. E. (2003). Investigación acción participativa (IAP): aspectos conceptuales y dificultades de implementación. *Fundamentos En Humanidades*, 7-8, 59–77.  
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/20765>
- Beltrán, L. (1979). “Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. *Revista Comunicación y Sociedad*, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35.  
<http://www.rebelion.org/docs/54654.pdf>
- CIMAS. (2010). Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. Manual de Metodologías participativas (p.27). [http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual\\_2010.pdf](http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf)
- Fresno, M. D. Paunero, D. S. y Marqués, P. (2014). Conectados por redes sociales: Introducción al Análisis de redes sociales y casos prácticos. *Redes: Revista Hispana Para El Análisis de Redes Sociales*, 26( 2), 236–241. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723>
- Kamlongera, C. y Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed.  
<http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En *Razón y Palabra* (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- Villasante, T. R. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: *Sociedad Hoy*, núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>