

Conceptos en Contextos Sociocomunicacionales Corporación Bogotá Real

Diana Maryely Muñoz Pinilla

Asesor

Ana Mónica Grismaldo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH

Programa de Comunicación Social

2024

Resumen

Este trabajo se centra en una investigación de acción que involucra la observación, indagación y entrevista a un miembro de la Corporación Bogotá Real. Esta organización social, seleccionada según los criterios del DCRSC, se dedica al empoderamiento femenino y al desarrollo social en Bogotá. Trabajan en alianza con diferentes entidades e integran diversas redes sociales en su ecosistema de trabajo. El estudio incluye una práctica de sociopraxis, que implica la participación activa de la sociedad en su propia transformación.

Palabras clave: Investigación de acción, Organización social, Empoderamiento femenino, Desarrollo comunicacional, Ecosistema de trabajo

Abstract

This work focuses on an action research involving observation, inquiry, and interview with a member of the Bogotá Real Corporation. This social organization, selected according to the criteria of the DCRSC, is dedicated to female empowerment and social development in Bogotá. They work in partnership with different entities and integrate various social networks into their work ecosystem. The study includes a sociopraxis practice, which involves the active participation of society in its own transformation. A letter has been shared with the Bogotá Real Corporation requesting to work on a detailed analysis of its communication from different perspectives.

Keywords: Action research, social organization, female empowerment, social development, work ecosystem.

Tabla de Contenido

Introducción.....	5
Ensayo Corporación Bogotá Real	6
Conclusiones.....	15
Referencias Bibliográficas.....	16

Introducción

En el presente trabajo, desarrollaremos una investigación de acción por medio de observación, indagación y una entrevista realizada a uno de los integrantes de la corporación Bogotá Real, la organización social elegida en cumplimiento a los criterios de selección descritos en el DCRSC, trabajado por medio de un informe de identificación y conceptualización en el que se describe detalladamente la Corporación Bogotá Real y todos sus detalles comunicacionales, una organización dedicada al empoderamiento femenino y al desarrollo social en la ciudad de Bogotá, que trabaja con diferentes entidades en modo alianza, incluyendo diferentes redes sociales de comunicación que integra a su ecosistema de trabajo.

Se incluye la sociopraxis como practica que hace participe a la sociedad de su propia transformación, compartiendo una carta con la organización social participativa elegida, la Corporación Bogotá Real, a modo solicitud para trabajar detalladamente un análisis a su comunicación con diferentes enfoques.

Ensayo Corporación Bogotá Real

En el presente informe, encontramos los argumentos, la identificación de los ítems más importantes que me llevaron como estudiante del Diplomado Construcción en redes sociales de comunicación, a elegir la OSP Corporación Bogotá Real, la conceptualización de lo que se está trabajando y de todo lo que viene para el presente desarrollo académico. En la investigación y recolección de información para desarrollar el presente informe, se tomaron en cuenta todas las referencias bibliográficas consignadas en los contenidos de la unidad 1 y 2 del entorno aprendizaje, y como documento principal para tomar la información clave para la selección de la OSP correcta, se analizó a profundidad el documento Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado, en el que además de otras observaciones, "se recomienda elegir organizaciones comunitarias u Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESAL), donde sean observables relaciones de horizontalidad". (López & Salgado, 2012, p.3), motivo por el cual en el estudio de las tres opciones analizadas para dicho cumplimiento académico, se optó por trabajar con la Corporación Bogotá Real, que en estrecha relación con lo anterior, es una entidad sin ánimo de lucro que trabaja actualmente en comunidad, entendiéndose por comunidad "la vida en común duradera y auténtica" (Álvaro, 2010 citando a Tönnies, 1947, p 16) que busca planear, desarrollar, gestionar, dirigir y ejecutar actividades orientadas a la formación y el empoderamiento de

las mujeres bogotanas, a trabajar por su desarrollo integral, como actores fundamentales de transformación social y por el desarrollo económico y cultural de su ciudad Bogotá D.C, en la representación de sus costumbres, intereses turísticos, industriales y comerciales en diferentes ámbitos sociales, por medio de

desfiles, presentaciones, conversatorios, talleres, actividades sociales en diferentes fundaciones, trabajo con pacientes oncológicos y diversas entidades que comparten un objetivo encaminado a la ayuda social, (Corp. Bogotá real, s/f, p1).

Otra de las principales razones para elegir la Corporación Bogotá real para la investigación participativa en curso, es el pronunciado interés por parte de los integrantes de su comité directivo, en trabajar en estrecha relación con el desarrollo del DCRSC, en el que se pretende realizar una investigación participativa, desarrollando un proceso de recolección y análisis de información en busca de encontrar soluciones a sus principales necesidades comunicacionales, “con propósito de encontrarle soluciones y promover transformaciones políticas y sociales” (Balcázar 2003 citando a Selener, 1997, p. 60).

Se logra analizar previo a la selección de esta corporación, aunque con muchas oportunidades de mejora, que en su comunicación existen relaciones horizontales, en las que se evidencia el dialogo como eje principal, incentivando la participación de todos los comunicadores y miembros de los diferentes comités internos, (comité directivo y comité artístico en el que se encuentran todos los integrantes de la corporación sin excepción) sin excluir a ninguno de sus participantes, dando acceso a cada uno de ellos de participar de forma activa en la toma de decisiones.

Todo lo anterior hace parte del desarrollo de sus actividades, planeación estratégica, elaboración de cronogramas, planteamiento académico para las participantes, labores sociales con diferentes entidades y puestas en escena, que se encuentran encaminadas a mejorar notablemente la vida de la población femenina Bogotana entre los 17 y 27 años que desea participar con la corporación, e incentivar el desarrollo social de la capital, trabajando de la mano con poblaciones vulnerables, empresarios y emprendedores de la capital, condiciones que los

enfrenta a una audiencia cambiante, a una población volátil y demanda un nivel de exigencia alto respecto a los retos que se acrecentan con el paso de los meses y la economía cambiante por la que atravesamos actualmente.

Opiniones a favor y en contra de una labor que se tiene que explicar en detalle para que no se asuma como un organización que trabaja en pro de la belleza capitalina y que ahí queda toda su gestión, sino que aprovecha los reinados, certámenes de belleza y eventos de gran magnitud en el país como lo son el Reinado Nacional de la Panela, que busca a la embajadora de los paneleros, Reinado de la Ganadería que se desarrolla en Córdoba con todos los ganaderos y campesinos de la región, Reinado Nacional del Turismo que busca una embajadora que trabaje por incentivar proyectar y desarrollar el turismo en nuestro país, Reinado Nacional del Arroz en Aguazul Casanare que busca potencializar el sector arrocero llevando un mensaje de trabajo e inclusión a nivel nacional, Reinado Nacional del Bambuco que fortalece las tradiciones culturales del Huila, Reinado Nacional del Café que trabaja en pro de las más de 540,000 familias caficultoras ubicadas geográficamente en el eje cafetero de nuestro país, El Reinado Nacional de la naranja entre otros certámenes que trabajan por llevar un mensaje a nivel nacional y buscan embajadoras capacitadas para comunicar correctamente su mensaje, potencializando dichas plataformas de empoderamiento, para trabajar en el desarrollo integral de mujeres que no cuentan con los recursos económicos para pagar una preparación y competir en un certamen de belleza con propósito, que en muchas ocasiones ha sido parte los sueños de muchas jóvenes Bogotanas y en su afán e ilusión por cumplirlo, terminan en situaciones riesgosas que en ocasiones atentan contra su integridad, trabajando con entidades inescrupulosas que realizan malas prácticas aprovechándose de la situación.

En la naturaleza del ejercicio, para conocer a profundidad la OSP y entender en primera instancia sus formas de comunicación, su desarrollo en ámbitos sociales, su proyección de crecimiento y sus lineamientos organizacionales, se realizaron diferentes ejercicios de inmersión en los que se pretendía levantar información que sirviera como parte de la investigación, recolección y seguimiento, con el fin de comprender la magnitud y la proyección de lo que se empieza a trabajar con esta primera parte, que identifica y conceptualiza el marco del que será un desarrollo activamente participativo en todo su desarrollo comunicacional y social interna y externamente con la comunidad.

Evidenciamos con la implementación de todo lo anterior, la pertinencia de haber trabajado con la Corporación Bogotá real en el DCRSC, lo que benefició en gran medida a ambas partes, por un lado el desarrollo académico en el que se pretenden poner en práctica todos los conocimientos, competencias, habilidades y aprendizajes adquiridos a lo largo de la carrera comunicación social, y por otro el desarrollo de un informe y plan de trabajo, que buscará mejorar la construcción de redes sociales de comunicación que se tiene al interior y exterior de Bogotá Real.

A continuación realizaremos la descripción, análisis y problematización dentro de la organización, empezando por la OSP como una red de relaciones y vínculos (actores, situaciones, motivaciones), dado que se entiende como organización Social Participativa “a los sistemas sociales orientados a conseguir un fin” (Ruiz, 2000, p.18-20), la Corporación Bogotá Real, cuenta actualmente dentro de su organización con 8 integrantes que trabajan arduamente por su objetivo social de empoderar a diferentes mujeres de la ciudad de Bogotá, para que nos representen en diferentes certámenes de belleza nivel nacional, dentro de los cuales encontramos:

Cesar león: presidente – Cirujano Plástico

Leonardo Ortegón: vicepresidente – Maquillador profesional

María Bello: Tesorera

Derly león: Asistente de presidencia

Aníbal Manchola: Profesor de baile

Alejandra Vuelvas: Profesora de Arte

Wilbur Tinjacá: Profesor de pasarela y vestuario

Karen Campos: Coordinadora de escuela

En estrecha relación con lo anterior, podemos observar una red social, entiéndase por red social un sistema integrado por individuos, que mantienen conexiones, relaciones y vínculos motivados por objetivos múltiples y comunes, conformada por los integrantes de la organización quienes tienen motivaciones directamente relacionados con su labor social y con su crecimiento personal y profesional, teniendo en cuenta que cada uno de los integrantes desempeña una labor específica dentro de la organización que se encuentra directamente ligada a su profesión y esta experiencia, puede abrirles puertas sociales y laborales en un futuro.

En cuanto a los temas que tejen las relaciones, desde la armonía o el conflicto, en lo que se pudo observar dentro del ejercicio, la Corporación Bogotá Real teje relaciones de trabajo, armonía y compañerismo, pero no se desconoce que el ejercicio de su labor, implica un alto grado de compromiso por los integrantes que en ocasiones manifiestan se sienten desbalanceado, los eventos que realizan y la naturaleza de su ejercicio, implica horarios de trabajo extensos, carreras y sobresaltos que pueden llevar a algunos conflictos que dañan la armonía y el buen ambiente.

Algunas características de las relaciones como asocialidad y comunidad, las relaciones observadas se centran en el objetivo principal de la corporación, cada uno aportando desde sus saberes y conocimientos actuando en correlación, en torno a un mismo fin, es una comunidad que interactúa de forma interna y externa con muchos actores que actúan como proveedores, patrocinadores y las mismas candidatas, que se vuelven parte de la comunidad mientras dura el certamen de belleza.

Las formas, hechos o situaciones donde se evidencia la comunicación horizontal y participativa de acuerdo con la lectura Adiós a Aristóteles, la Comunicación Horizontal, El diálogo es el eje de la comunicación horizontal porque, si ha de tener lugar la genuina interacción democrática, toda persona debe contar con oportunidades similares para emitir y recibir mensajes de manera que se evite la monopolización de la palabra mediante el monólogo. (Beltrán, s/f).

Teniendo en cuenta lo anterior, se evidencia la comunicación horizontal y participativa en la toma de decisiones internas de la Corporación, la planeación estratégica que se lleva a cabo una vez a la semana en la que se tocan temas como eventos, pasarelas, fundaciones con las que se trabajarán así como detalles mínimos que involucran la repartición de roles y tareas dentro de las presentaciones, se realizan de forma participativa, reuniones en las que todos los integrantes de la organización pueden dar su opinión y participar de forma efectiva en la organización.

Estas son algunas formas comunicacionales que posibilitan el consenso y la armonía social, la comunicación participativa sin duda, es una herramienta infalible al momento de pensar en una organización armónica y unida, de acuerdo a la lectura Breve Recorrido por la Investigación de la Comunicación Participativa de Latinoamérica, se diferencia de las prácticas informacionales que limitan su acción al clásico esquema transmisivo lineal y unidireccional de

emisor, mensaje, receptor (E-M-R), (López & Salgado, 2012). De acuerdo con lo anterior, encontramos que se aplica parcialmente un esquema en el que evidenciamos de forma horizontal a los comunicadores al lado izquierdo y derecho, y en medio el acceso al diálogo, teniendo en cuenta esto se abre el especto a la accesibilidad, la participación, el derecho a la comunicación, la libertad el igualitarismo y la influencia, lo que conlleva a una armonía social que depende de la práctica de lo mencionado anteriormente, en el momento en el que las condiciones de comunicación cambian el ambiente laboral y la armonía se alteran reactivamente.

Estas son algunas formas comunicacionales que generan conflicto, definitivamente aunque aislados, se encuentran organizaciones que trabajan de forma permanente la comunicación horizontal, en el caso de la Corporación Bogotá Real, observamos que se hace de forma parcial, para la toma de algunas decisiones y para los eventos que no implican mayor participación por parte de los directivos, pero hay eventos y algunas situaciones que requieren urgencia en la toma de decisiones, que en ciertos momentos del año se presentan con mayor frecuencia y terminan en la implementación de acciones de urgencia, que generan conflicto y empeoran con el estrés y la falta de información en algunos de los integrantes de la corporación. A continuación realizaremos algunas recomendaciones para fortalecer la comunicación:

Aumentar los espacios de comunicación participativa, en los que se pueda planear con más tiempo cada uno de los eventos que la Corporación Bogotá, para incluir los emergentes y las llamadas urgencias, actualmente se realizan una vez a la semana, se recomiendan como mínimo 2 o tres veces a la semana dependiendo el mes y el movimiento de este en el año.

Aumentar los canales digitales disponibles para los integrantes de la corporación, como por ejemplo un grupo de WhatsApp en el que se encuentren todos los integrantes y no solo organizados por comités como se hace actualmente, esto ayudará a incentivar aún más la

comunicación participativa y el acceso a la información, que aplicado de forma correcta se convierte en comunicación horizontal, teniendo en cuenta que “Los miembros de la comunidad, son los actores críticos en la transformación de su propia realidad social” (Balcázar, 2003, p.59)

Crear espacios virtuales, apoyados en plataformas digitales como los grupos de redes sociales, teniendo en cuenta que “El internet ha convertido cualquier espacio en un posible entorno para el aprendizaje” (Gisbert y Johnson 2015; Solage, Tenorio y Ramírez 2016), aprovechando algunos canales digitales para capacitar y concientizar a los integrantes de la corporación, sobre la importancia del desarrollo de habilidades blandas, estas capacitaciones actualmente no se tienen dentro de la Corporación y definitivamente son indispensables para el ejercicio de la concientización, ampliando la armonía y las relaciones que giren en torno al respeto. Estas son algunas recomendaciones para fortalecer la red:

Está directamente relacionada con el siguiente texto: La sociedad de la información se caracteriza por la facilidad del acceso de la información a través de los distintos medios de comunicación que permiten alcanzar a una mayor audiencia y abarcar una gran variedad de temáticas. En estrecha relación con lo anterior, se recomienda ampliar la comunicación externa ante la comunidad, para contar con una red de apoyo y trabajo mucho más grande de lo que se trabaja actualmente, hay muchos profesionales especializados en temas de belleza y empoderamiento femenino, que estarían encantados y dispuestos a participar de forma activa dentro de la Corporación trabajando en pro del objetivo social y ganando visibilización que los ayude a su crecimiento profesional y prácticas en su arte.

Mantener las relaciones actualmente construidas, por medio de un seguimiento exhausto y constante para no perder relaciones en su red construidas, hacerlas más duraderas en el tiempo. Mantener sondeos constantes, que les permita saber las necesidades, las inconformidades y todos

los aspectos que se puedan mejorar para fortalecer las redes que incluyen los actores y comunicadores externos e internos, por medio de herramientas digitales y disposición de talento humano que esté dispuesto a comunicarse constantemente con las personas.

Conclusiones

La Corporación Bogotá Real, cumplió con las condiciones de estudio. Solicitadas por los criterios de selección para actuar como OSP del DCRSC. Encontramos oportunidades de mejora en sus redes sociales de interacción creando un plan estructurado e implementable al final del DSRSC. Los actores principales de la Corporación, actualmente poseen redes sociales de comunicación muy fuertes que se enlazan al interior y exterior de la misma, construyendo un tejido mucho más fuerte en ciertas áreas y dejando con urgencia de tratar otras auxiliares que definitivamente deberían gozar de las mismas condiciones.

Aunque las condiciones actuales son favorables, se necesitaron ejercicios más detallados de observación al interior de la Corporación Bogotá Real, para entender otras situaciones que nos condujeron a un informe mucho más detallado de su estado actual.

A pesar de que la Corporación Bogotá Real actualmente cuenta con muchas formas de comunicación participativa, de que trabajan en pro de un objetivo social muy fuerte y cuentan con una red de apoyo y trabajo grande y fuerte, presentan evidentes falencias que pueden mejorar con la implementación de algunas recomendaciones, que buscan una armonía permanente y un trabajo mucho más equilibrado, por medio de la conciencia de cada uno de los integrantes tomando como referencia que definitivamente son ellos, los únicos creadores de su propia realidad y del futuro de su organización.

Referencias Bibliográficas

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de “comunidad” y “sociedad” de Ferdinand Tönnies. Papeles del CEIC, (1), 1-24. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Vizcaya, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76512779009>
- Balcázar, F. E. (2003). Investigación acción participativa (IAP): aspectos conceptuales y dificultades de implementación. Fundamentos En Humanidades, 7-8, 59–77.
[Investigación acción participativa \(IAP\): aspectos conceptuales y dificultades de implementación - Dialnet \(unirioja.es\)](#)
- Gisbert Cervera, M. y Johnson, L. (2015). Educación y tecnología: nuevos escenarios de aprendizaje desde una visión transformadora. RUSC. Universities and Knowledge Society Journal, 12(2). págs. 1-14. doi <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v12i2.2570>
- López, J., & Salgado, D. (2012). Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado.
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/10861>
- Silva-Quiroz, J., Fernández Serrano, E., & Astudillo Cavierres, A. (2016). Modelo interactivo en red para el aprendizaje: Hacia un proceso de aprendizaje online centrado en el estudiante. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, (49).
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/368/36846509016/html/index.html>