UNIVERSIDAD CATÓLICA LUISAMIGÓ

2017

Memorias

Encuentro Nacional de Investigación

FONDO Editorial UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

Encuentro Nac. Investig. (Fund. Univ. Luis Amigó) En Linea | ISSN: 2463-0004 |No. 20 | p. 223
Publicación anual | Evento realizado del 5 al 8 de septiembre | 2017 | Medellín-Colombia

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

Memorias

Encuentro Nacional de Investigación

XX Encuentro Nacional de Investigación

"Investigación, desarrollo e innovación"

Vicerrectoría de Investigaciones
Universidad Católica Luis Amigó
Medellín - Colombia, 2017

Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó

Transversal 51A N°. 67B - 90. Medellín, Antioquia, Colombia
Tel: (574) 448 76 66 (Departamento de Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó)
www.ucatolicaluisamigo.edu.co – fondoeditorial@funlam.edu.co

Encuentro Nacional de Investigación. Memorias
No. 20.- Septiembre de 2017
Medellín-Colombia

ISSN: 2463-0004
Fecha de publicación: 20 de noviembre de 2017

Rector
Pbro. José Wilmar Sánchez Duque

Vicerrectora de Investigaciones
Isabel Cristina Puerta Lopera

Compiladora
Kellis Tatiana Quintero Acosta

Corrección de estilo
Rodrigo Gómez Rojas

Diagramación y diseño
Arbey David Zuluaga Yarce

Coordinadora Fondo Editorial
Carolina Orrego Moscoso

Órgano de divulgación de la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad Católica Luis Amigó.

Financiación realizada por la Universidad Católica Luis Amigó.

Para citar este texto siguiendo las indicaciones de la tercera edición en español de APA:
Quintero Acosta, K. T. (Comp.). (2017). *Encuentro Nacional de Investigación. Memorias.* Medellín, Colombia: Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó.

Índice General

PRESENTACIÓN

EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

PSICOLOGÍA Y CIENCIAS SOCIALES

INGENIERÍAS

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD

DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

Presentación

La Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad Católica Luis Amigó presenta las memorias producto del XX Encuentro Nacional de Investigación 2017, el cual tuvo por lema Investigación, desarrollo e innovación, temas de interés en esta sociedad globalizada, que nos exigen como sujetos académicos construir innovadoras estrategias y modelos alternos que permitan la comprensión y la transformación de problemáticas de los contextos locales, nacionales e internacionales.

Los textos contemplados en la presente publicación dan a conocer los avances de las investigaciones, de las diversas áreas del conocimiento, desarrollas durante el 2017, abordándolas desde el componente innovador que se constituye en puente del desarrollo e instrumento de transformación social.

La competividad y la innovación son una meta en curso; es un reto afrontarlas constructivamente mediante la formación de sujetos activos del conocimiento, la producción de saberes y la divulgación de resultados que aporten a lo social.

Como Institución al servicio de la sociedad, en la Universidad Católica Luis Amigó nos orientamos a seguir trabajando en la obtención de logros significativos que permitan el fortalecimiento de la cultura investigativa basada en la conservación y difusión del conocimiento científico.

Con esta publicación extendemos además nuestros agradecimientos a los docentes investigadores por sus significativos aportes y a todo el equipo humano que intervino en la organización del Encuentro Nacional de Investigación.

Kellis Tatiana Quintero Acosta
Auxiliar Administrativa
Vicerrectoría de Investigaciones

Educación y humanidades

Reflexiones para la familia: Participación infantil y era tecnológica

Adriana María Gallego Henao[*], Enid Daniela Vargas Mesa[**], Leidy Viviana Correa Idarraga[***]

Resumen

El presente texto presenta algunos de los resultados de la investigación *El niño y su imaginario de familia en un mundo tecnológico*. El objetivo es conocer la relación existente entre las concepciones de familia, la participación infantil y el uso de artefactos tecnológicos en el hogar. En cuanto a la metodología, se utilizó como estrategia de investigación el estudio de caso y se asumió desde el paradigma cualitativo, privilegiando el enfoque hermenéutico. Los participantes fueron cuatro familias del Centro Educativo Club Rotario de Envigado, Antioquia, Colombia. Se utilizaron instrumentos para la recolección de la información tales como: entrevista semiestructurada, técnicas interactivas, encuestas y talleres con familias y niños. Como resultado del estudio, se encontró que los padres piensan que niños y niñas por su corta edad no tienen capacidades para tomar decisiones y por ende, participar; sin embargo estos procesos son tan naturales como aprender a hablar, escuchar e incluso a respirar por sí mismos. A modo de conclusión, el uso de la tecnología no es exclusivo de los niños, las familias también han entrado en esta dinámica; y con ello, las relaciones vinculares se han modificado.

Palabras clave

Familia; Nativos digitales; Participación Infantil; Tecnología.

Introducción

Sentados, acostados y de pie, se encuentran nuestros niños sin hacer aparentemente nada productivo; solo se ven los reflejos de las pantallas grandes y azules, que buscan distraer la generación del ahora; niños que no tienen voz ni voto en la sociedad, los adultos toman decisiones sin tener en cuenta a los niños con argumentos como por ejemplo “eres muy chico para decidir”; lo que por antonomasia refleja visiones adulto-céntricas que niegan uno de los derechos de los niños: el derecho a participar y a tomar decisiones. También, a través de estas visiones del adulto se observa que los padres suelen responder a sus hijos, cuando estos desean hacer sonar sus voces para tomar parte en las decisiones, “soy tu papá y si yo lo digo, tú lo haces” “calladito se ve mejor, vaya a ver televisión”. Estas palabras quizás suenan inofensivas desde las visiones de los padres, sin embargo, en su trasfondo denotan una minimización de la infancia y se coarta la libre expresión de los niños. Así mismo es importante recordar que “en las generaciones anteriores la verdad se

* Magister en Educación y Desarrollo Humano. Coordinadora del campo de investigación, Docente investigadora, Semillero Historia, Infancia y Cultura, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: adriana.gallegohe@amigo.edu.co. ORCID: /0000-0003-2952-1603

** Estudiante Licenciatura en Educación Preescolar- Noveno semestre- integrante del Semillero Historia, Infancia y Cultura, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: enid.vargasme@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0003-2228-2072

*** Licenciada en Educación Preescolar. Integrante del Semillero Historia, Infancia y Cultura, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: leidy.correaid@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0001-9104-6933

apoyaba en principios de autoridad: 'lo dice la televisión', 'lo ha dicho tu padre', 'lo han dicho en la escuela'" (Cabero, 2010, p. 17).

Si se piensa un poco en la historia, no solo de los niños sino de los demás seres humanos, se puede ver que la curiosidad es una capacidad con la que se nace; y si se nace con esta capacidad, ¿qué pasó en la naturaleza humana que se perdió? ¿Será que el mundo adulto está tan ocupado que no se tiene tiempo para curiosear, para responder a las inquietudes infantiles? ¿Será que una de las formas de evadir las preguntas, inquietudes y necesidades de los niños es mandándolos a ver televisión o a jugar con los aparatos tecnológicos? Estas preguntas suscitan a otras tales como: ¿si el mundo adulto no tiene tiempo para los niños, qué tipo de niño se está formando? ¿La formación y acompañamiento que está brindando la familia es suficiente para tener niños autónomos, críticos y participativos? Estos interrogantes invitan a pensar que "ser niño no es ser "menos adulto", la niñez no es una etapa de preparación para la vida adulta, es una etapa que requiere vivirse, disfrutarse y reinventarse a través del juego, el disfrute, el tiempo de ocio y el tiempo libre (Bruñol, *s.f.*, p. 2), lo que significa que no importa la edad, en realidad lo que debe interesar es que cada niño, niña y adolescente tiene su propia visión del mundo y son los adultos quienes tienen que cambiar el paradigma y empezar a reconocer que ellos tienen la capacidad para tomar decisiones y participar de las decisiones que los afectan y afectan su entorno.

Ahora bien, este texto surge del proyecto de investigación *El niño y su imaginario de familia en un mundo tecnológico*; la población fue el Centro Educativo Club Rotario Envigado con una muestra de cuatro familias. Para el desarrollo de la investigación se acudió al paradigma cualitativo desde un enfoque hermenéutico, privilegiando como estrategia de investigación el estudio de caso. Las técnicas de recolección de información fueron 9 entrevistas semiestructuradas con padres de familia, 5 talleres, encuestas y técnicas interactivas con las familias y niños. Como resultados se enumeran: 1) Puntos de referencia para comprender la participación infantil como un derecho; y 2) Familias digitales, una verdad en este siglo**.** A continuación se desarrollan estos hallazgos.

Puntos de referencia para comprender la participación infantil como un derecho

La participación infantil es una cuestión de interés social y máxime si nos remitimos a los derechos de los niños. Hoy, este tema se ha tomado los diferentes espacios de ciudad y las diversas comunidades académicas. Se observa, además, que desde las mismas políticas públicas de primera infancia colombiana se han realizado esfuerzos para acompañar y proteger a niños, niñas y adolescentes y velar para que ninguno de sus derechos sea vulnerado.

Es evidente la urgente necesidad de iniciar un trabajo pedagógico con los padres, en tanto que la inversión sin acompañamiento familiar de calidad no serviría de nada. Es necesario que no se "entretenga a los niños" con los aparatos tecnológicos, que lo que están haciendo es alienarlos a un mundo que nos les permite pensar, discernir y discutir; al respecto, señala la

Organización Internacional de las Migraciones, OIM (como se citó en el Ministerio de Educación Nacional, 2013):

> Los estímulos en la primera infancia marcan de manera significativa la historia de vida de los niños y las niñas. (…) Por ello, la creación de vínculos familiares sanos y fuertes desde los primeros años de vida se constituye en un factor protector importante para el niño o la niña puesto que minimiza los factores que potencien su vulnerabilidad (p. 2).

Es necesario entonces, reconocer que los niños tienen derecho a la toma de decisiones en todos los ámbitos que los rodean; escuchar sus voces implica cambios significativos para la sociedad; no obstante, es menester preguntarse ¿los niños de hoy participan libre y espontáneamente en los procesos que los atañe? ¿Los adultos-maestros, cuidadores y padres, reconocen sus opiniones como valiosas y estas son tenidas en cuenta? Estas preguntas son necesarias en tanto si lo que se pretende es resignificar el rol y nivel de participación de cada niño en su hogar.

La participación y la no participación infantil, tienen consecuencias positivas y negativas respectivamente en la vida de los niños. Un claro ejemplo podrían ser los niños que participan en la toma de decisiones, ellos son percibidos como personas críticas, creativas y autónomas, que aportan a los demás saberes que pueden enriquecer un proceso o una situación determinada, sin embargo, existen los niños que no tienen una participación activa, en ellos es notable la inseguridad que se tienen, constantemente necesitan la aprobación del otro, le tienen miedo a la toma de decisiones, y su autoestima se ve afectada; en este punto señala Álvarez (2015): “la autonomía, se opone a los modelos de dominación y opresión” (p. 14). Es así como desde el estudio que se realizó se recomienda a cuidadores generar espacios de participación infantil, estar abierto a las preguntas y curiosidades de los niños, pues si se quiere adultos críticos se debe cultivar la infancia.

Con relación a lo dicho, se encontró, además, que los niños de la investigación son tomados como aptos solo para decisiones de diversión, por ejemplo cuando los padres le preguntan a su hijo ¿A qué parque quieres ir? ¿Qué deseas comer? ¿Qué quieres hacer, cine o piscina? A este tipo de preguntas deben seguirle preguntas relacionadas con el por qué, para qué. Pero en el estudio, lo que se observó es que los padres del Centro Educativo Club Rotario de Envigado solo dan dos alternativas para que los niños elijan dentro de las opciones adultas, y cuando los pequeños eligen, los adultos no se toman el tiempo de preguntar las razones de la elección. Lo anterior, entonces invita a que los cuidadores cultiven competencias en los pequeños relacionadas con la argumentación, de esta manera tendremos adultos críticos y reflexivos, que no deciden porque otros le dan opciones, sino que ellos son quienes generan las opciones para las elecciones.

Por otro lado, también es importante resaltar que así como los niños han ido cambiando generación tras generación, se encontró que las familias también. La era tecnológica ha traído nuevas dinámicas al interior de las familias y con ello nuevas prácticas de crianza. Algunos de estos cambios se reflejan en que se suple la falta de tiempo u ocupaciones con los artefactos[1] tecnológicos, a fin de mantener a los niños

[1] Objeto formado por un conjunto de piezas, en este sentido es utilizado para definir los aparatos tecnológicos.

entretenidos y sin lapso de hacer reclamos por la falta de compañía, casi que es una especie de alienación a la tecnología.

Otro hallazgo importante está relacionado con que los adultos tienen miedo de reconocer en el rostro infantil, voz y capacidad para pensar, hablar y sentir. La visión adulta supone que si los niños se expresan en libertad, ellos -los adultos- no van a poder moldearlos a su imagen y semejanza; de ahí resulta más fácil para los padres mandar a callar y evadirlos, mandándolos a jugar con el play o el computador, de tal manera que su poder omnímodo no se pierda.

Familias digitales, una verdad en este siglo

En la actualidad se habla del término nativos digitales, y eso son los niños de nuestro siglo: nativos digitales; este término se acuña a "todos [los] nacido[s] y [formados] utilizando la particular 'lengua digital' de juegos por ordenador, vídeo e Internet" (Prensky, 2010, p. 5). En este orden de ideas, cabe resaltar que los padres han contribuido a este aspecto, debido a que los regalos que hoy reciben los niños son aparatos tecnológicos (celulares, smartphones, playstation, tablets y ipads), dejando atrás juguetes tradicionales como rompecabezas y loterías y los juegos de calle; lo que ha llevado a que los lugares en los que se jugaba también cambiaran, es decir hoy los niños juegan en el cuarto a través de simuladores, modificándose el contacto cara a cara y los procesos relacionales.

No obstante, los nativos digitales refieren múltiples ventajas de estas tecnologías, como son las grandes posibilidades de comunicación, la facilidad para acceder a la información y la rapidez para adquirir nuevos conocimientos. Ahora bien, la investigación permitió constatar que la era tecnológica también trae algunas desventajas, como por ejemplo, los niños se han alejado de los hábitos de lectura y habilidades para sumar, restar, multiplicar, debido a que tienen a la mano una computadora o un celular que hace de manera rápida estos procesos; además se limita un poco la capacidad de razonar porque la información que se requiere se encuentra rápidamente en la web; esto ha generado que ya muchos niños ni conocen una biblioteca.

De igual manera, se encontró que no solo los niños usan los artefactos tecnológicos cuando están aburridos en casa o se sienten solos, los padres también han entrado en esta moda, a tal punto que no les gusta que los interrumpan cuando están ocupados con los aparatos tecnológicos. Al respecto subraya una madre participante:

> Cuando mi hijo está viendo televisión, no le gusta que nadie le dé besos, ni le digan te amo, ni le hablen, y cuando lo hago me dice que no lo moleste que está ocupado viendo su programa favorito; lo mismo hago yo (risas) o si estoy ocupada y me está hablando lo mando a ver televisión o a jugar con el celular" (**Luciana Idarraga, entrevista realizada en 16 de febrero de 2017).**

El relato enunciado permite inferir que la era tecnológica absorbe la atención de los pequeños y cuidadores modificándose las relaciones afectivas, la comunicación, el tiempo libre y, por ende, los vínculos entre los miembros del grupo familiar.

Conclusiones

Los niños pasan parte del tiempo que tienen libre "solos", debido a las necesidades económicas de las familias o a las múltiples situaciones que se presentan en cada una de ellas. Sin embargo, no es la cantidad de tiempo que se pase con los niños, sino la calidad en el tiempo lo que hace la diferencia; y esta calidad se refiere a escucharlos con atención, dedicación e interés; estas características de la escucha son vitales para cultivar en los niños habilidades para comunicarse y competencias para pensar, analizar, reflexionar y tomar parte de las decisiones que afectan no solo su vida, sino la de su familia y comunidad.

Lo dicho hasta aquí, no quiere decir que la tecnología sea mala, por el contrario, se pueden encontrar múltiples beneficios en esta, el problema radica en la forma como está llegando a los niños, a mil por hora; y lo que menos hay es tiempo para acompañar, escuchar y orientarlos, no solo en sus inquietudes, sino con la información que reciben de los diferentes dispositivos tecnológicos.

Se invita desde este estudio a cuidadores, padres de familia y adultos significativos a desconectarse del mundo digital para volver al mundo físico, al mundo de los afectos, del contacto físico, de las miradas picaronas, de roce cuerpo a cuerpo y de los abrazos cálidos.

Innovación

A partir de este proyecto de investigación, se permitió dar a conocer cómo la tecnología está permeando la vida de los niños y cómo esto se manifiesta desde diferentes emociones dentro del hogar. Si bien, cada día se percibe cómo el mundo se ha tornado más tecnológico, situación que aumentará y permanecerá por muchas décadas más, por tanto, es menester indagar sobre cómo repercute en el desarrollo físico y emocional de los niños y las familias el mundo tecnológico, permitiendo de esta manera tratar de comprender todo lo que pasa alrededor de la era tecnológica y así poder prevenir posibles consecuencias o daños dentro de las familias del ahora.

Referencias

Álvarez, S. (2015). La autonomía personal y la autonomía relacional. *Análisis filosófico*, *35*(1), 13-26. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-96362015000100002&lng=es&tlng=es

Bruñol, C. M. (s.f.). *Infancia, autonomía y derechos: una cuestión de principios.* Recuperado de http://www.inau.gub.uy/biblioteca/cillero.pdf

Cabero, A. J. (2010). *Educación 2.0 ¿Marca, moda o nueva visión de la educación?* Recuperado de http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/jca34.pdf

Ministerio de Educación Nacional, MEN. (2013). *Atender a la primera infancia garantiza una mejor calidad de vida para las sociedades.* Recuperado de http://www.deceroasiempre.gov.co/Prensa/2013/Paginas/130515-Atender-a-la-primera-infancia-garantiza-una-mejor-calidad-de-vida-para-las-sociedades.aspx

Prensky. M. (2010). *Nativos e inmigrantes Digitales.* Recuperado de http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf

Familia y escuela ¿diada necesaria para la construcción de ciudadanía?[1]

Juan Fernando López Correa[*], Adriana María Gallego Henao[**]
Mónica María Álvarez Gallego[***], José Wilmar Pino Montoya[****]

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo describir la relación existente entre la dinámica familiar y la construcción de ciudadanía, especialmente desde el ámbito educativo a partir de las percepciones que se tengan de lo que significa ser ciudadano y su incidencia en el proceso formativo. El método es el paradigma cualitativo desde un enfoque hermenéutico privilegiándose el estudio de caso como estrategia de investigación. En esta medida, se pretende reconocer que la formación de ciudadanía no es solo enseñar un área, sino que esta requiere potenciar competencias relacionadas con la empatía, el trabajo en grupo y la tolerancia. A partir de esto se reflexiona sobre la diada familia y escuela como ejes esenciales para la construcción de ciudadanía.

Palabras clave

Ciudadanía; Escuela; Estudiantes; Familia.

Introducción

Históricamente la escuela se ha visionado como el espacio en el cual se gesta el conocimiento, donde el maestro era el dueño y señor del mismo y el estudiante un súbdito que se debía "rellenar" con el saber; sin embargo, estas visiones con el paso del tiempo se han ido resignificando de tal manera que hoy la educación se piensa desde visiones integradoras, en las que el ser humano es pilar central del acto educa-formativo. En este sentido, esta formación por la que se propende hoy está pensada para que contribuya a la convivencia, la justicia y la solidaridad entre todos los agentes del acto educativo; de esta manera, las instituciones, llámese familia o escuela, le deben apostar a la formación de sujetos críticos, éticos y reflexivos frente a los diversos procesos sociales, políticos y culturales que circundan su contexto.

Bajo esta perspectiva tenemos que la familia y la escuela como agencias de socialización son las que sedimentan las bases en la primera infancia para el empoderamiento de procesos de participación política; los cuales se verán reflejados en la adolescencia y juventud. Sin embargo, no

[1] El presente texto es derivado del macro proyecto de investigación Estructura y dinámica interna familiar con relación a la participación ciudadana, el cual es financiado por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad Católica Luis Amigó.

* La presente ponencia es realizada para optar al título de Magister en Educación, Universidad Católica Luis Amigó, Especialista en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario, Licenciado en Filosofía, y estudiante de Maestría en Educación de la Universidad Católica Luis Amigó. Correo electrónico: juanflopezco@gmail.com. ORCID: orcid.org/0000-0002-5258-0997

** Magister en Educación y Desarrollo Humano. Coordinadora del campo de investigación, Docente investigadora, Semillero Historia, Infancia y Cultura de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: adriana.gallegohe@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0003-2952-1603

*** Magister en Salud Mental de la Niñez y la Adolescencia. Líder del grupo de Investigación Educación, Infancia y Lenguas Extranjeras, Docente investigadora, Coordinadora del Semillero Desarrollo del Pensamiento Creativo de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: monica.alvarezga@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0002-3894-0554

**** Doctor en Filosofía y Magister en Educación y Desarrollo Humano. Docente investigador de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: jose.pinomo@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0001-9035-2058

se puede desconocer que estas dos agencias de socialización no son las únicas que contribuyen a los procesos de formación política, pues aparecen, por ejemplo, los medios de comunicación que ejercen también una fuerte influencia en los procesos democráticos y de participación ciudadana. Lo anterior significa que la escuela se ve obligada a replantear su quehacer formativo dando cabida a nuevos modos de accionar la educación, entre ellos, el trabajo mancomunado con las familias y los contextos reales donde viven los estudiantes.

Esta ponencia es un avance de la investigación que lleva por título "Relación entre dinámica familiar y construcción de ciudadanía", que se desarrollará en la Institución Educativa Villa del Socorro del Municipio de Medellín con estudiantes de 8° y por lo menos un adulto cuidador del estudiante. Los objetivos del estudio fueron *comprender la relación entre la dinámica familiar y la construcción de ciudadanía a partir del reconocimiento de la estructura y las características de las familias seleccionadas; y describir las percepciones construidas sobre ciudadanía al interior de la familia de los estudiantes seleccionados.* El método utilizado se centra en el paradigma cualitativo desde el enfoque hermenéutico privilegiándose como estrategia de investigación el estudio de caso. Las técnicas de recolección de información son entrevistas semiestructuradas, grupo focal con padres y aplicación de técnicas interactivas con los estudiantes. A continuación, se presentan algunas disertaciones relacionadas con el estudio.

El contexto: punto de partida del problema de investigación

El contexto social donde se ubica la Institución Educativa Villa del Socorro está determinado por comunidades que fueron llegando a la Ciudad entre los años sesenta y setenta desplazadas del campo, quienes se asentaron en las laderas nororientales de Medellín. A finales de los ochenta fueron emergiendo las milicias que se convertirían en algunas bandas delincuenciales que hoy se disputan el micro tráfico de estupefacientes. Estos grupos delincuenciales, según Jaramillo (1993), extorsionan e imponen su ley, que en estos barrios tiene connotaciones solamente válidas en el sector y asumidas por agentes al margen de la institucionalidad del Estado.

Por lo anterior, se genera una tensión en la Institución Educativa Villa del Socorro debido a que las bandas y las personas que las lideran, junto con el poder que representan y su estilo de vida, se vuelven un modelo a partir del cual muchos estudiantes construyen su proyecto de vida, asumiéndolos como un referente de autoridad, con los que construyen sus imaginarios, establecen las formas de relación y de vinculación entre sus pares, su familia y su contexto y que termina llevándolos a tomar decisiones que desfavorecen su proceso formativo escolar apuntando a otros intereses como el dinero, el poder o el reconocimiento social enmarcado en la ilegalidad.

Situaciones como las anteriores ponen de manifiesto un desligamiento de la familia como factor importante en el proceso de formación de sus hijos, dejando toda la responsabilidad a la Institución Educativa y desconociendo que el éxito en los procesos escolares está en el

trabajo articulado entre familia-escuela. Es así como este proyecto emerge, en tanto pensar en la familia es pensar en la formación del ser humano, pues es en el seno de la familia, donde mediante el reconocimiento de las capacidades y las potencialidades de sus integrantes, se desarrollan las actitudes propositivas para actuar y tomar decisiones, así como las motivaciones para interactuar en la sociedad. Es en la escuela donde se terminan de afianzar estas capacidades y actitudes.

En vista de lo enunciado, en las líneas siguientes se desarrollan las categorías familia, dinámica familiar y construcción de ciudadanía buscando adentrarnos en su conceptualización y comprensión.

Algunas perspectivas del concepto de familia: una oportunidad para reconocer-nos

La literatura de la noción de familia ofrece una amplia conceptualización acerca de su significado; así lo afirma Gallego (2012) cuando señala que este término es de difícil conceptualización en tanto hoy existen tantas definiciones como características y finalidades de familia; aspectos que determinan la perspectiva de los autores. Veamos algunas como posibilidad para comprender desde la conceptualización lo que significa la familia.

El concepto de familia es definido desde muchas disciplinas y cada una tiene sus matices diferenciadores. Por ejemplo, desde la sociología, según Estrada (1996), se entiende como:

> Grupo social con residencia común donde las características generales y particulares de esta organización interna de pluralidad de individuos actúan desde sus respectivas posiciones, status, cumpliendo papeles (roles) específicos, buscan a través de la interacción por ella establecida la consecución de unos fines más o menos designados (p. 60).

A la familia pueden determinársele ciertas funciones, las primeras biológicas, relacionadas con el crecimiento y el cuidado desde su gestación hasta su desarrollo; económicas, que van desde la satisfacción de la mayoría de las necesidades básicas de los miembros de la familia como el alimento, el vestido, la vivienda hasta la educación. Asimismo, a esta institución doméstica se le ha dado la responsabilidad de encargarse de la formación social de sus miembros (Barato, 1998), funciones afectivas y socializadoras. A propósito de estas funciones, Barato (1998) define el concepto de familia como "un grupo social en el que se satisfacen las necesidades afectivas y sexuales, indispensables para la vida social de los individuos y donde se protegen las generaciones que se desvinculan del mercado laboral" (p. 33).

La familia se entiende como el punto de partida que posibilita no solo el desarrollo biológico de la persona, sino también la capacidad de reconocerse como parte de una sociedad en la cual logra desarrollarse como persona. Estos conceptos permiten determinar la función de la familia frente a la construcción de ciudadanía, pues es en la familia donde se tejen los elementos primarios que permiten la sociabilidad del individuo y, con ello, la posibilidad de interactuar con el otro, reconociéndose en

un espacio compartido entre iguales donde la norma posibilita la construcción de una sociedad armónica en la que todos puedan realizarse y alcanzar la felicidad.

La dinámica familiar: el punto de partida para la construcción de ciudadanía

La definición de familia es bastante amplia, y máxime en este siglo en el cual la concepción de familia se ha ido modificando a tal punto de alejarse de los viejos modelos de familia como aquella que está constituida por hombre, mujer e hijos, hasta llegar al modelo de familia de hoy, que abre nuevos horizontes y paradigmas tales como, por ejemplo, familias homoparentales, quienes tienen los mismos derechos que las familias tradicionales. Ahora bien, sin importar el tipo de familia, cada grupo familiar en sí mismo gesta unos modos de relacionarse, de encontrarse y desencontrarse (Gallego, 2012), a los que teóricamente se les ha llamado dinámica familiar. Dicha dinámica familiar en su estructura interna establece una serie de características que determinan las comprensiones o distancias entre los miembros del grupo familiar. Así, hablar de la dinámica interna implica remitirse a los componentes como tiempo libre, norma, límite, autoridad y afectividad, entre otros, que van a ser determinantes a la hora de definir las conductas y estructuras de la familia. El adecuado o inadecuado manejo de estos componentes determinará la forma de relacionarse de los hijos en su entorno escolar y social, tales como la comunicación, la autoridad, los roles, los límites, lo afectivo y el tiempo libre (Pino, 2012).

La importancia de la dinámica familiar en aras de este proyecto de investigación radica en el hecho de que esta le otorga a cada familia su identidad, la cual se refleja en un sistema de valores particular, en sus formas de organización y las maneras como determinan la crianza; modos que constituyen el crecimiento individual de sus integrantes y de la familia como totalidad.

La construcción de ciudadanía, ¿para qué?

Desde finales del siglo XX, la academia ha sido testigo del interés particular de la sociedad de hoy por la educación cívica. Colombia se propuso a partir de la Constitución de 1991 desarrollar prácticas democráticas para el aprendizaje de los principios de la participación ciudadana en todas las instituciones educativas, situación que se ve determinada a partir del Decreto 1965 de 2013 que reglamenta los principios mediante los cuales se orientan las competencias ciudadanas y la convivencia escolar en virtud de la construcción de ciudadanía.

Desde este punto de vista, hablar de construcción de ciudadanía implica formar ciudadanos con valores éticos, respetuosos de lo público, convencidos de la importancia y del ejercicio de los Derechos Humanos, que cumplan con sus deberes sociales y vivan en paz. De ahí que se pueda afirmar, de acuerdo con Naval y Ugarte (2008), que “esta corriente lleva a considerar la formación cívica como un componente esencial de la educación” (p. 78).

La definición semántica de ciudadanía connota tres aspectos fundamentales: el primero tiene que ver con el empoderamiento de los derechos que se poseen; el segundo

se refiere al conjunto de ciudadanos de una nación; y el tercero, al comportamiento propio de un buen ciudadano. Este tercer aspecto es sobre el que gira el estudio, entendiendo como comportamiento de un buen ciudadano, aquel que está determinado por el reconocimiento del otro, que junto conmigo crea sociedad y se hace partícipe de los mecanismos que favorecen la construcción de una sociedad más armoniosa e incluyente, en la que cada individuo en pleno ejercicio de su libertad pueda realizarse como persona (Velasco, 2006). Es así que se demanda con urgencia que maestros y familia trabajen en la formación de ciudadanía en tanto la sociedad es cambiante, multicultural y diversa; requiere de niños, niñas y jóvenes tolerantes, pacientes y comprometidos con la creación y generación de espacios pacíficos.

Algunas ideas… para seguir pensando

La familia y escuela son los principales escenarios de formación y construcción de ciudadanía; son los llamados a cultivar competencias relacionadas con la toma de decisiones responsables, el análisis crítico de las situaciones contextuales y el reconocimiento de la otredad como posibilidad para el discenso y el consenso.

La formación ciudadana implica no solo enseñar las letras y las artes, sino que debe conllevar al desarrollo de competencias para trabajar con otros en la construcción de proyectos colectivos, con una postura crítica, propositiva y reflexiva frente a la posibilidad de transformar los diversos contextos.

Innovación

Esta investigación permitirá establecer unas características específicas frente a los constructos de ciudadanía que se hacen las familias de la I.E. Villa del Socorro, entendiendo cómo desde su dinámica familiar interna fortalecen los procesos socializadores, que permiten formar ciudadanos en el marco de los fines de la educación posibilitando para la Institución una revisión de su propuesta pedagógica que pueda ser reorientada hacia las problemáticas y necesidades que surjan como resultado de la investigación.

Referencias

Barato, S. (1998). *Familia y comunidad*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.

Decreto 1965 de 2013, por el cual se reglamenta la Ley 1620 de 2013, que crea el Sistema Nacional de Convivencia Escolar y Formación para el Ejercicio de los Derechos Humanos, la Educación para la Sexualidad y la Prevención y Mitigación de la Violencia Escolar. Ministerio de Educación Nacional. Colombia, 11 de septiembre de 2013. Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-328630_archivo_pdf_Decreto_1965.pdf

Estrada, L. (1996). *El ciclo vital de la familia*. México: Ramdom House Mondadori.

Gallego, A. M. (2012). Recuperación crítica de los conceptos de familia, dinámica familiar y sus caracterísitcas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte,* (35), 326-345. Recuperado de http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/364

Jaramillo, A. (1993). Milicias populares en Medellín: entre lo privado y lo público. *Revista Foro, 22,* 25-36.

Naval, C., y Ugarte, C. (2008). Educación para la ciudadanía y los derechos humanos, concepto clave en la ley de educación española. *Revista panamericana de pedagogía, 11,* 77-91.

Pino, J. W. (2012). Los conflictos y la dinámica interna familiar. *Revista Memorias, 10*(18), 159-170.

Velasco, J. C. (2006). La noción republicana de filosofía y la diversidad cultural. *Isegoría,* 191-206.

El currículo de la Licenciatura en Lenguas Extranjeras con énfasis en inglés de la Universidad Católica Luis Amigó: de una propuesta pedagógica a un modelo de formación

Erika Marcela Restrepo Bolívar*, Diana Marcela Jaramillo Cataño, Blanca Estella Montoya Ramírez*****

Resumen

Esta propuesta de investigación se lleva a cabo en el contexto de la Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Católica Luis Amigó con la participación de docentes, directivos, y estudiantes matriculados en el programa de Licenciatura en Inglés. El tema abordado es la formación de maestros en el área de la enseñanza del inglés como lengua extranjera. Orientado desde una perspectiva analítica, reflexiva y crítica, este estudio se fundamenta en la concepción *gadameriana* de *formación* como proceso en constante desarrollo, el cual trasciende la sola búsqueda de perfeccionamiento de destrezas en los sujetos (Gadamer, 1991, p. 40). A partir de esta investigación, se busca consolidar un modelo de formación para el programa de Licenciatura en Lenguas Extranjeras con énfasis en Inglés de la Universidad Católica Luis Amigó que, respondiendo a las exigencias del contexto y las políticas educativas vigentes para los programas de formación inicial de maestros en Colombia, y articulado a la filosofía institucional, contribuya al *ser, saber* y *hacer* de los futuros licenciados en la enseñanza del inglés.

Palabras clave

Formación; Docente; Formación docente; Licenciatura en lenguas extranjeras; identidad profesional.

Introducción

La literatura sobre el tema de la formación de maestros para la enseñanza de lenguas extranjeras en Colombia, publicada en los últimos cinco años, se centra en la necesidad de fortalecer los programas de desarrollo profesional inicial ofrecidos por las diferentes instituciones de educación superior del país, mediante la promoción de la reflexión y la comprensión como procesos que posibilitan el empoderamiento docente orientado a la transformación. Sin embargo, a partir de la revisión de las fuentes disponibles, se puede inferir que no existen

* Magister en Enseñanza y Aprendizaje de Lenguas Extranjeras. Docente Facultad de Educación y Humanidades, Universidad Católica Luis Amigó. Grupo de Investigación: Educación, Infancia y Lenguas Extranjeras. Ente financiador: Funlam. Medellín, Colombia. Correo electrónico: erika.restrepobo@amigo.edu.co. ORCID ID: 0000-0002-7442-168X

** Magister en Educación. Directora, Licenciatura en Lenguas Extranjeras con Énfasis en Inglés, Facultad de Educación y Humanidades, Universidad Católica Luis Amigó. Grupo de Investigación: Educación, Infancia y Lenguas Extranjeras. Ente financiador: Funlam. Medellín, Colombia. Correo electrónico: djaramil@funlam.edu.co ORCID ID: 0000-0003-3076-5365

*** Master in Teaching English as a Foreign Language. Docente - Facultad de Educación Y Humanidades - Universidad Católica Luis Amigó. Grupo de Investigación: Educación, Infancia y Lenguas Extranjeras. Ente financiador: Funlam. Medellín, Colombia. blanca.montoyara@amigo.edu.co ORCID ID: 0000-0003-0005-3084

modelos definidos de formación en los que aspectos como los anteriores se materialicen bajo la forma de metas y metodologías concretas para orientar la acción de los formadores de los futuros licenciados en los programas de licenciatura en la enseñanza del inglés como lengua extranjera en el contexto local.

En consecuencia, la presente propuesta contribuye al desarrollo de la discusión en el campo, mediante la consolidación de un modelo de formación para el programa de Licenciatura en Lenguas Extranjeras con énfasis en Inglés de la Universidad Católica Luis Amigó, como referente teórico y práctico para agentes internos y externos a la institución. El estudio parte de la premisa de que el currículo, como marco en el cual se inscribe el modelo de formación de los programas profesionales, debe orientarse hacia una racionalidad crítica que trascienda lo puramente técnico-práctico.

En una primera etapa, este estudio analiza la relación del concepto de *formación* con la construcción de la identidad profesional de los futuros licenciados, y explora las concepciones, creencias, posturas, objetivos de aprendizaje y metodologías que fundamentan la propuesta pedagógica actual del programa de Licenciatura en Lenguas Extranjeras con énfasis en Inglés de la Universidad Católica Luis Amigó. A partir de los hallazgos obtenidos se realizarán los ajustes curriculares necesarios que permitirán, en lo que denominamos una segunda fase del proyecto, consolidar el modelo de formación deseado. En una tercera etapa, será necesario analizar el impacto del modelo de formación del programa en las prácticas de los docentes formadores del programa y de los futuros licenciados en su experiencia pre-profesional.

Identidad, creencias y evaluación curricular en la consolidación de un modelo de formación

Según Gadamer (1991), la *formación* consiste en "dar forma a las disposiciones y capacidades naturales del hombre" (p. 39). Para el autor, el hombre se forma gracias a la cultura, la cual a su vez apropia como parte de su formación a través de un proceso continuado donde el sujeto se va perfeccionando. Vista de esta manera, la formación va más allá del desarrollo de habilidades técnicas o cultivo de talentos en los sujetos para convertirse en un medio, y no en un fin, por el que estos últimos amplían su percepción del mundo (Gadamer, 1991, p. 40). Dentro de las implicaciones que esta concepción tiene para la orientación de los programas de educación inicial está el hecho de reconocer que el futuro profesional no se empieza a formar cuando ingresa al programa, ni deja de hacerlo cuando lo culmina.

Al respecto, Freiman-Nemser; Kargan; y Wideen, et al. (como se citó en Marcelo & Vaillant, 2010, p. 35) coinciden en afirmar que al iniciar su formación en el programa, el futuro licenciado posee percepciones y presupuestos, en la mayoría de los casos invariables, acerca de lo que es el proceso de enseñanza y aprendizaje, y de lo que implica ser un profesor. Según los autores, la identidad del futuro licenciado se comienza a construir desde que es un estudiante en la escuela, logra consolidarse en el periodo

de formación inicial y lo acompaña a lo largo de su práctica docente. De ahí que sea necesario ajustar tanto los fines como los medios implementados en los distintos programas para la formación de docentes, con el propósito de integrar dichas posturas a la planeación y ejecución del currículo.

De otro lado, Freiman-Nemser (como se citó en Marcelo & Vaillant, 2010) llama la atención sobre la incapacidad de las instituciones formadoras de docentes para responder a las necesidades de esta profesión. Según el autor, dicha incapacidad está motivada especialmente por la prevalencia de la burocracia y la ausencia de un currículo integrador que sirva de puente entre las facultades de educación y las escuelas, entre la teoría y la práctica (p. 48). Por tanto, en el empeño por consolidar un modelo de formación para la Licenciatura en Lenguas Extranjeras con énfasis en Inglés de la Universidad Católica Luis Amigó, cimentado en la concepción de *formación* expuesta en líneas anteriores, el tema de la evaluación curricular cobra especial sentido.

En el contexto de este estudio, el currículo se entiende como "proyecto a realizar en la práctica en determinadas condiciones" (Brovelli, 2001, p. 103), y su evaluación como "la tarea que consiste en establecer su valor como recurso normativo principal de un proceso concreto de enseñanza-aprendizaje, para determinar la conveniencia de conservarlo, modificarlo o sustituirlo" (Arnaz, como se citó en Díaz-Barriga, Lule, Rojas y Saád, 1990, p. 135). Al respecto, Díaz-Barriga et al. (1990) resaltan que, en general, las evaluaciones curriculares carecen de rigurosidad metodológica, se conducen asistemáticamente y de manera parcializada (p. 136).

Con el objetivo de transformar este panorama, las investigadoras que llevan a cabo este estudio proponen la evaluación del currículo bajo una perspectiva crítica que, según Kemmis (1993), consiste en "la búsqueda de contradicciones que puedan surgir de la interpretación de la naturaleza y la historia de las formas particulares que este puede adoptar en determinado tiempo y lugar" (p. 157). A partir de la implementación de esta metodología, se busca trascender el carácter técnico-administrativo que se le ha atribuido a la evaluación del currículo en otros momentos, generando el análisis y la reflexión no sólo de sus formas concretas, como lo son los formatos y procedimientos para su implementación, sino además de los fundamentos antropológicos, sociológicos, filosóficos, pedagógicos, etc. que lo sustentan, y tomando conciencia frente al carácter axiológico de la evaluación curricular en la búsqueda de coherencia entre el ideal de formación y las maneras, recursos y medios para lograrlo.

Para ser consecuentes con el ideal de formación expresado en nuestra propuesta, el currículo debe transformarse para garantizar la continuidad en el proceso de formación de los futuros licenciados, partiendo de 1) la comprensión sobre cómo construyen su identidad profesional, 2) la caracterización de las estructuras profundas y superficiales que sustenta el currículo vigente del programa y 3) la búsqueda de la articulación coherente entre dichos elementos. La institución universitaria como agencia formadora de maestros ejerce un poder sobre el maestro desde las decisiones curriculares. El currículo es un eje de poder que determina los objetivos de formación y el tipo de profesional desde la forma de procesar la información, es decir, el para qué de esa formación educativa profesional. De ahí

que sea necesario partir de una exploración y evaluación de las concepciones que subyacen al entramado de metas, metodologías y procesos de evaluación propuestos desde el programa, como primer paso para la consolidación de un modelo de formación de licenciados en el área de la enseñanza del inglés como lengua extranjera en el contexto colombiano.

Innovación

Como se expresó en líneas anteriores, el carácter innovador de nuestra propuesta está dado por la implementación de una metodología poco frecuente entre las instituciones educativas de nivel superior donde se emprenden reformas curriculares de los programas. Cabe resaltar que los aportes de este proyecto al ámbito académico van desde la sustentabilidad de niveles de alta acreditación del programa hasta su reconocimiento entre las instituciones que ofrecen educación inicial para la formación de licenciados en la enseñanza del inglés como lengua extranjera en nuestro país, por contar con un modelo de formación concreto y situado que responde a las demandas sociales y profesionales del medio; convirtiendo al programa en primera opción de formación para los futuros docentes y referente para el diseño de otros programas de la misma naturaleza.

Referencias

Brovelli, M. (2001). Evaluación curricular. *Fundamentos en humanidades, 2*(4), 101-122. Recuperado de http://fundamentos.unsl.edu.ar/pdf/revista-4.pdf

Díaz-Barriga, F., Lule, M., Rojas, S., y Saád, E. (1990). *Metodología de diseño curricular para educación superior*. México: Trillas.

Gadamer, H. (1991). *Verdad y Método I*. Salamanca, España: Sígueme.

Kemmis, S. (1993). *El curriculum: más allá de la teoría de la reproducción*. Madrid, España: Morata.

Marcelo, C. y Vaillant, D. (2010). *Desarrollo profesional docente. ¿Cómo se aprende a enseñar?* Madrid, España: Narcea.

Pensamiento crítico y formación de maestros: Apuntes para una educación de-colonial rural para la paz[1]

José Federico Agudelo Torres*
Félix Rafael Berrouet Marimón**

Resumen

Este artículo es resultado parcial de la investigación interuniversitaria: "Haz de relaciones cartográficas: formación de maestros y educadores en Antioquia", de la Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Católica Luis Amigó con la cofinanciación de ASCOFADE, que tiene por objeto develar los sentidos de las prácticas y los discursos en torno a la formación de maestros en Antioquia en el contexto de la educación para la paz y la construcción de ciudadanía.

Se reconoce que la educación para la paz es un tema concomitante a la educación, sin embargo uno de los mayores retos que enfrentan los maestros, es deshacerse de todos los discursos y prácticas heredados y difundidos por la escuela misma. Se plantea la necesidad de reconocer la a-criticidad del pensamiento educativo respecto a la herencia cultural moderna eurocéntrica y cómo esta influyó en la estructuración de la educación. Se hace mención a algunas perspectivas de la educación para la paz reconociendo la situación de la ruralidad en Colombia, finalmente se aborda la importancia que tiene promover el pensamiento crítico en la formación de maestros, sin ello será imposible pensar una educación para una nueva sociedad.

Palabras clave

Educación rural; Formación; Paz; Pensamiento crítico.

Introducción

Una educación de-colonial, podría tornarse en un proyecto educativo anacrónico, en la medida en que pretende derribar la herencia cultural moderna eurocéntrica. Aquellas apuestas pedagógicas que logran contrariar las posturas heredadas por los postulados modernos del progreso y el desarrollo, en un escenario de pos-conflicto, es uno de los más importantes retos que enfrenta actualmente la educación, en especial, en la formación de maestros del país.

¿Sabemos acaso de un cambio social, que no hubiese nacido con base en una revolución cognitiva o de una revolución científica que no hubiese logrado transformar y transgredir algunas de las más arraigadas concepciones del orden social establecido?

En este artículo se abordará la importancia que tiene promover el pensamiento crítico en la formación de maestros, en especial en la construcción de una educación rural de-colonial

[1] Artículo resultado parcial de la investigación interuniversitaria "Haz de relaciones cartográficas: formación de maestros y educadores en Antioquia", patrocinada por ASCOFADE.

* Magíster en Educación. Docente de la Universidad Católica Luis Amigó y miembro del grupo de investigación: Educación, infancia y lenguas extranjeras, Medellín-Colombia. Correo electrónico: jose.agudeloto@amigo.edu.co ORCID 0000-0003-0916-7707

** Magíster en Educación. Docente de la Universidad Católica Luis Amigó y miembro del grupo de investigación: Educación, infancia y lenguas extranjeras, Medellín-Colombia. Correo electrónico: felix.berrouetma@amigo.edu.co ORCID 0000-0003-7586-3650

para la paz, en el marco del posconflicto, para ello en primer lugar es menester reconocer la a-criticidad del pensamiento educativo respecto a la herencia cultural moderna eurocéntrica y cómo esta influyó en la estructuración de la educación, encasillándola en un lugar de marginación. En segundo lugar, enunciaremos algunas perspectivas de la educación para la paz, no sin antes hacer mención a la situación de la ruralidad en Colombia, lo que nos permite reflexionar sobre la posibilidad de construir una perspectiva crítica de la educación y a su vez preguntarnos por la práctica pedagógica del maestro en el marco del posconflicto.

El problema de la herencia cultural moderna y los estereotipos de lo rural

El nacimiento de la cultura moderna, descansa sobre la base de la "única" visión de la historia universal, que tiene como fuente epistémica la idea de progreso, la naturalización de las relaciones sociales del postulado liberal-capitalista, la ontologización de las múltiples separaciones propias de Europa y la superioridad de los saberes [ciencia]. (Grofoguel, 2006, como se citó en Berrouet, 2008). Escenarios propicios para el desarrollo y producción de la alta cultura y los conocimientos ejemplares, científicos y humanistas necesarios para una nueva sociedad de la que se debía ocupar la educación (Santos, 2007); sin embargo, vale la pena preguntarse sobre la geopolítica de los saberes hegemónicos modernos, ¿Para qué y para quién es el conocimiento creado y el que reproducimos? ¿Qué valores y qué posibilidades de futuro son alimentados? ¿Qué valores y posibilidades de futuro son socavados?" (Lander, 1999, pp. 25-26); interrogantes básicos que nos ayudan no solo a comprender el proyecto moderno de sociedad y las bases que soportan la nueva forma de pensar, en reemplazo del pensamiento heredado de la edad media, sino también, a cuestionarnos por las sucesivas fracturas de este pensamiento a lo largo del siglo XX y que cuestionan el sentido de universalidad del conocimiento (Escobar, 2007, p. 51).

No obstante estas fracturas, bastaron solo unos siglos, para que la idea de universalidad y unanimidad del saber, invisibilizara, marginara y desechara otras formas de ser y de conocer, que al no ser considerados útiles, para aportar al modelo de sociedad que se había instalado como dominante y que había sido definido desde las estructuras de poder que operaban en el sistema social, se convirtieran en palabras de Foucault (1999) en "saberes sometidos" que fueron confinadas a un lugar de olvido, por no decir que marginal.

Así, el nacimiento de lo urbano, tiene como punto de partida, a las ciencias sociales, que desde su origen tienen como centro la derrota de lo rural, a la cual despojó de su propia voz. Se consolidó así el imaginario de la relación urbano en oposición y más grave aún, en detrimento a lo rural, dando lugar a una especie de "subjetividades recursivas, al tiempo que desancladas" (Lander, 1999, p. 53), la cual se naturaliza bajo el nombre de modernidad o globalización. En este orden de ideas podemos afirmar que el lugar que ocupa lo rural, se encuentra en medio de una especie de *máquina* que narra al mundo, lo clasifica, y lo describe desde múltiples mitos, que hoy son reciclados en los discursos de la globalización.

Autores como Walsh (2013), Tapia (2008) y Escobar (2007), plantean una crítica al orden social imperante, y señalan que los efectos del pensamiento hegemónico eurocéntrico desde su nacimiento hasta hoy ha dejado un camino de invisibilizados, excluidos y subalternizados, e instaurando imaginarios de inferioridad, diferencia y atraso; los cuales han naturalizado prácticas de dominación y homogeneización sobre lo rural.

Entendida así, toda propuesta educativa que se desarrolle en las zonas rurales, debe permitir hacerle frente al pensamiento hegemónico eurocéntrico, que emerja del contexto para el contexto y debe tener como finalidad la incorporación de acciones viabilizadas por una reflexión pedagógica que permita la construcción de lo rural, centrada en el compromiso del conocimiento pedagógico en la formación de ciudadanos responsables y sensibles a la construcción de paz territorial.

Hacia una perspectiva crítica de la educación de-colonial para la paz

Para el 2016, Colombia cuenta con una población de 47.6 millones de habitantes; de ese número, el 32% son pobladores rurales, y de 1122 municipios; en las tres cuartas partes del territorio nacional, predominan relaciones propias de sociedades rurales. La mayoría de los indígenas y afrocolombianos vive en zonas rurales, y enfrenta barreras adicionales para acceder a la educación (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE, 2016)

En materia de educación, en Colombia hay alrededor de 44.416 sedes escolares de educación pública, de las cuales 9.718 se encuentran ubicadas en zonas urbanas y 34.698 en zonas rurales. En cuanto a las sedes escolares de carácter privado, podemos encontrar 6.575, de las cuales 6.256 se encuentran ubicadas en zonas urbanas y 319 en territorios rurales (Ministerio de Educación Nacional, MEN, 2014).

Con este breve panorama, nos resulta apenas pertinente hacernos varias preguntas entorno a una educación-rural de-colonial para la paz. ¿Con qué palabras, con qué metáforas y desde cuáles presupuestos teóricos-prácticos estamos comunicando la paz que tanto se anhela?, ¿Qué valores, que perspectivas y qué posibilidades de futuro son alimentadas desde la escuela?

De ahí la necesidad de ampliar los horizontes con los que nombramos la paz en nuestras aulas escolares y exhortar a la experiencia de nuevos territorios: “la calle, los medios masivos de comunicación y los pares escolares” (Vasco, 2003, p. 62). ¿No son y no han sido desde hace muchos años dimensiones cercanas a la escuela? ¿Acaso no se generan y no se gestan neófitas ideas de paz desde el compartir del sujeto con esta triada y de la influencia de dicha triada en el ser más íntimo del sujeto?

Es menester en este punto de la reflexión, convocar los análisis hermenéuticos realizados por el Equipo del Programa por la Paz, ACODESI, (2003) en el que se aprecian cuatro perspectivas pedagógicas para re-semantizar la problemática de la paz y su enseñabilidad en la escuela colombiana. Estas son:

Enfoque culturalista, donde la propuesta es alterar el orden simbólico del sujeto, trascendiendo todos los ámbitos de la cultura misma, convocando al sujeto a trasformar su entorno, su rol y quehacer; aquí se hace visible la relación de tejido y red que ha de existir entre la educación, la ciencia y la cultura en pro de la co-creación de un ambiente de paz.

Enfoque curricular, comprendido como aquel esfuerzo que se realiza entre las relaciones establecidas entre las instituciones y el Estado, ubicamos en este punto aquellos elementos consagrados en el art. 22, 41 y 67 de la Constitución Nacional, la Ley 1732 de 2014 que establece el carácter obligatorio de la Cátedra de la Paz en todas las instituciones educativas del País y el Decreto 1038 de 2015, por el cual se reglamenta la Cátedra de la Paz**.**

Enfoque pragmático, en el cual podemos ubicar todas aquellas acciones que en su conjunto resultan ser prácticas, cercanas al quehacer y al habitar en la escuela; al igual que los enfoques anteriores, su campo de acción transciende la escuela y convoca a diversos ámbitos como la familia, la sociedad, los medios de comunicación y las políticas públicas.

Enfoque Liberacionista, en el cual se exhorta al sujeto a pensar en el conflicto como oportunidad y realidad, en tanto le advierte como elemento consustancial a la vida. El pensamiento crítico como emulación de transformación social, es el convidado primordial de una perspectiva crítica de la educación rural de-colonial para la paz.

¿Qué tiene de crítico el pensamiento crítico? ¿Existen acaso, en nuestros muy seguros y asépticos currículos escolares, espacios para co-construir posturas, reales y comprometidas, con todas aquellas formas de pensar que resultan cercanas al desafío, al reto y a la transformación? ¿Cómo generar un cambio en nuestras muy virtuosas y obedientes escuelas? ¿Qué pensamientos y que formas de pensar se llevan a nuestras escuelas?

El aula escolar, desde una perspectiva crítica, paradójicamente habrá de enseñar a despojarse de todos los saberes que ella misma predica, tendrá que otorgar herramientas a sus aprendices y esperar que estos se vayan luego, lanza en ristre, contra todo aquello que ella amorosamente les enseñó, heredar y enseñar a des-heredarse de todo aquello que heredó y ha de potenciar la capacidad del sujeto por preguntar y preguntar-se, pues es en dicho ejercicio dialéctico que el sujeto se sabe a sí mismo como un otro, en palabras de Baudrillard (1999), “El sujeto desprovisto de toda alteridad se desploma sobre sí mismo y se abisma en el autismo” (p. 19). El conocimiento que poseemos de nuestra incompletud, resulta ser el mejor acceso al ejercicio que contempla el pensar críticamente.

Cultivar un pensamiento paciente, cauto, solidario y nunca ipso facto en nuestras escuelas, es provocar a que acaezcan las transformaciones que los pensamientos mecanicistas cultivan y perpetuán. Aceptar que “la realidad no es plana, sino multidimensional”. (Cerda, 2000, p. 270), es aceptar una premisa básica y fundamental, a saber, “sin preguntas móviles, para qué enseñar y con respuestas fijas, para qué aprender” (Agudelo, 2016, p. 14).

Innovación

Estimular el juicio, incitar el hábito de apostar-se por todo lo que conlleva el devenir y fomentar la elaboración de nuevos y más complejos razonamientos resulta ser la estrategia, la metódica y la teleología del pensamiento crítico. Con ello se abre un escenario donde la inteligencia y el pensar cohabiten intensamente, en tanto nos recuerdan la movilidad de la democracia y lo estático de toda dictadura (Bobbio, 2007).

Esa sería la clave en la construcción de un nuevo país, en donde las instituciones formadoras de maestros, en especial las escuelas normales y las facultades de educación jugaran un papel fundamental en la formación de nuevos maestros, sin duda este será uno de los aportes esenciales para el País. ¿No es acaso esta una de las más hermosa finalidades de la escuela?

Referencias

Agudelo, F. (2016). *El cuento como estrategia pedagógica: una oportunidad para pensar-se y narrar-se en el aula*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial Fundación Universitaria Luis Amigó.

Baudrillard, J. (1999). *El intercambio imposible*. Madrid, España: Cátedra.

Berrouet, F. R. (2006). *Los Estudiantes y la cultura. Experiencia de iniciación en cultura investigativa con estudiantes de pregrado desde un semillero de investigación.* (Tesis de maestría en Educación, Facultad de Educación, Universidad de Antioquia), Medellín, Colombia.

Bobbio, N. (2007). *Pensar la democracia*. Ciudad de México, México: UNAM.

Cerda, H. (2000). *La evaluación como experiencia total. Logros-objetivos-procesos-competencias y desempeños*. Bogotá, Colombia: Cooperativa Magisterio.

Decreto 1038 de 2015, por la cual se reglamenta la cátedra de la paz. Presidencia de la República de Colombia. 25 de mayo de 2015.

Equipo de Programa por la Paz, ACODESI (Asociación de Colegios Jesuitas de Colombia). (mayo, 2003) Hacia una educación para la paz-Estado del arte- Bogotá, D.C., Colombia. Recuperado de http://www.acodesi.org.co/es/images/stories/textosrecomendados/Hacia%20una%20Educacion%20para%20la%20Paz%20-Estado%20del%20Arte-.pdf

Escobar, M.R. (Octubre, 2007). Universidad, conocimiento y subjetividad. Relaciones de saber/poder en la academia contemporánea. *Nómadas* (27), 48-61. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105116595005

Escobar, A. (2007). La problematización de la pobreza: la fábula de los tres mundos. En *La invención del tercer mundo* (pp. 47-99). Caracas, Venezuela: Fundación editorial el perro y la rana.

Foucault, M. (1988). El sujeto y el poder. *Revista Mexicana de Sociología, 50*(3), 3-20. Recuperado de http://terceridad.net/wordpress/wp-content/uploads/2011/10/Foucault-M.-El-sujeto-y-el-poder.pdf

Lander, Edgar. (1999). Ciencias Sociales: saberes coloniales y eurocentrismo. En *La colonialidad del saber. Eurocentrismo y ciencias sociales, Perspectivas latinoamericanas.* Buenos Aires: CLACSO.

Ley 1732 de 2014, por la cual se establece la cátedra de la paz en todas las instituciones educativas del país. Congreso de Colombia, 1 de septiembre de 2014. Recuperado de http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/LEY%201732%20DEL%2001%20DE%20SEPTIEMBRE%20DE%202014.pdf

Ministerio de Educación Nacional, MEN. (2014). *Tasa de deserción acumulada por cohorte según semestre*. Sistema para la Prevención de la Deserción de la Educación Superior (SPADIES). Recuperado de www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles254702_archivo_pdf_estadisticas_2013.pdf.

Revisión de políticas nacionales de educación: La educación en Colombia (2016). OCDE, Capítulo 1, Colombia y su sistema educativo.

Santos, B. de S. (2007). *La Universidad en el Siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipatoria de la universidad*. La Paz, Bolivia: Plural Editores.

Tapia, L. (2008). *Política salvaje.* La Paz: CLACSO, Muela del Diablo Editores y Comuna.

Walsh, C. E. (Ed.). (2013). Pedagogías decoloniales: prácticas insurgentes de resistir, (re) existir y (re) vivir. Tomo 1. *Serie Pensamiento Decolonial.* Quito: Abya Yala.

Vasco, C. (2003). La educación para la ciudadanía, la paz, la democracia y los derechos humanos: una mirada integral a las instituciones educativas. En *Escuelas y ciudadanías*, Medellín, Colombia: Corporación Región.

Aportes de la teoría de la autodeterminación para promover el bienestar de los estudiantes universitarios

José Vicente Abad*
Lina Marcela Ramírez Zapata**

Resumen

Este capítulo resume un estudio cuantitativo de carácter transnacional basado en los principios de la teoría de la autodeterminación (TAD), que plantea que las personas deben satisfacer las necesidades básicas por sentirse autónomos, competentes y en vínculo significativo con otros para funcionar plenamente. El estudio buscó establecer la relación entre las percepciones de los estudiantes con respecto a la promoción de sus necesidades psicológicas básicas por parte de la universidad y el grado de motivación, bienestar general y compromiso académico que ellos manifestaban. Para tal fin, se recogieron datos de 712 estudiantes de tres universidades colombianas y de una estadounidense mediante el uso de cuestionarios en línea. Los resultados indican que aunque existe una fuerte asociación entre la promoción de las necesidades básicas por parte de la universidad y las demás variables consideradas, ésta fue más fuerte en la universidad americana que en las universidades colombianas. El estudio plantea desafíos para las universidades en relación con la necesidad de repensar e innovar los programas de bienestar universitario.

Palabras clave

Bienestar Universitario; Compromiso Académico; Teoría de la Auto-Determinación; Necesidades Psicológicas Básicas; Motivación.

Introducción

Tal como lo plantea Muñoz (2016) en el informe correspondiente a este proyecto, el compromiso académico, la motivación y el bienestar de los estudiantes son prioridades para la universidad del siglo XXI. Los estudiantes tienen necesidades diversas y enfrentan una variedad de desafíos. La mayoría de ellos no solo enfrentan problemas familiares y personales a lo largo de su carrera, sino que también deben cubrir los costos de sus estudios, lo que a menudo supone asumir cargas laborales adicionales. Se espera además que los estudiantes se involucren en los distintos aspectos de la vida universitaria y sobresalgan en el aula mientras avanzan en el proceso de convertirse en profesionales integrales capaces de aportar al desarrollo social. No obstante, las múltiples presiones que enfrentan pueden afectar su salud física y emocional, su motivación y su rendimiento. Por tanto, es imperativo que las universidades les

* Magister en Educación, Docente Auxiliar e Investigador de la Universidad Católica Luis Amigó. Miembro del grupo Educación, Infancia y Lenguas Extranjeras (EILEX) de la Facultad de Educación. Co-investigador del proyecto *Need support from Colombian universities: Using self-determination theory to predict student academic engagement and wellness*, financiado por Eafit y Universidad Católica Luis Amigó. Correo electrónico: jose.abadol@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0002-1548-9043

** Estudiante del 9º semestre del programa de Licenciatura en Inglés de la Universidad Católica Luis Amigo, miembro activo del Semillero en Formación de Maestros de Lenguas (FML), y estudiante auxiliar del proyecto *Need support from Colombian universities: Using self-determination theory to predict student academic engagement and wellness.* Correo: lina.ramirezza@amigo.edu.co. ORCID: http://orcid.org/0000-0003-0255-9492

ofrezcan, junto con una educación de calidad, apoyo continuo orientado a la satisfacción de sus necesidades psicológicas fundamentales. En este orden de ideas, es importante determinar la percepción que los estudiantes tienen de sus universidades respecto a la manera en que promueven su bienestar general (Muñoz, 2016, p. 1).

La Teoría de la Autodeterminación, TAD (Deci y Ryan, 2008), que da cuenta de la motivación humana en contextos sociales, tiene una fuerte aplicación en el campo de la educación (Niemiec & Ryan, 2009). Esta teoría postula que todos los individuos, independientemente de los factores espacio temporales, biológicos o culturales que los delimiten, necesitan sentirse y reconocerse como seres autónomos, competentes y en vínculo significativo con otros. Una persona es autónoma cuando sus conductas emergen de elecciones volitivas, conscientes y reflexivas. Una persona es competente cuando reconoce que tiene capacidades y conocimientos suficientes para actuar de manera efectiva en el desempeño de tareas que conduzcan al logro de sus objetivos. Finalmente, una persona satisface su necesidad de vínculo cuando establece relaciones de cariño, respeto y reciprocidad con otros que son significativos para su vida.

Múltiples investigaciones fundamentadas en la TAD han demostrado que la satisfacción de estas tres necesidades psicológicas básicas es esencial para garantizar el funcionamiento saludable e integrado de las personas en sociedad (Niemiec, Soenens y Vansteenkiste, 2014). En el campo de la educación, las investigaciones han demostrado que contribuir a que los estudiantes se sientan vinculados, autónomos y competentes les permite tomar decisiones más saludables y asumir más responsabilidad por su bienestar personal y por el de los demás (Ryan, 1995; Ryan & Deci, 2000a, 2000b). Por último, la evidencia ha demostrado que promover el bienestar físico y psicológico de los estudiantes ayuda a mejorar el bienestar de toda la población en el largo plazo.

Alcances

De acuerdo con Muñoz (2016), la promoción de estas necesidades básicas en el estudiantado supone la participación de quienes influyen en ellos de manera directa; de ahí la importancia de trabajar con los profesionales de la educación, quienes tienen una responsabilidad social que va más allá de cumplir con un plan de estudios prescrito. Esta investigación, llevada a cabo por investigadores de tres universidades colombianas y de una norteamericana, buscó examinar la asociación entre las percepciones que los estudiantes tienen de su universidad respecto a la promoción de sus necesidades psicológicas básicas y su respectivo grado de compromiso académico, bienestar general y motivación. Este estudio permitirá a las universidades participantes (a) reconocer las percepciones de los estudiantes respecto a la manera en que cada una promueve su bienestar general y (b) repensar los programas de bienestar institucional a partir de estrategias que permitan mejorar la satisfacción de las necesidades básicas del estudiantado (Muñoz, 2016, p. 1).

Objetivos

Como objetivo general, este estudio busca determinar si el apoyo institucional a las necesidades psicológicas básicas de los estudiantes está vinculado a su compromiso académico y su bienestar general. De manera más específica, el estudio pretende determinar: 1) si este tipo de promoción institucional de las necesidades en mención está relacionado con aspectos específicos del bienestar académico, psicológico, social y físico de los estudiantes, 2) si la relación de la percepción institucional con el compromiso académico y el bienestar de los estudiantes está mediada por la satisfacción de necesidades psicológicas básicas en la universidad, y 3) si el modelo de la TAD (fundamentado en variables como la motivación autónoma y la competencia percibida) predice el compromiso académico y el bienestar de los estudiantes (Muñoz, 2016, p. 1).

Hipótesis

Sobre la base de los principios de la TAD esbozados anteriormente, planteamos la hipótesis de que las percepciones del apoyo institucional a la satisfacción de necesidades básicas se relacionarían positivamente con el compromiso académico y el bienestar del estudiante (es decir, el bienestar académico, psicológico, social y físico) y que estas asociaciones podrían explicarse parcialmente por la motivación autónoma y la competencia percibida. Aunque no contábamos con un conjunto de hipótesis sobre las diferencias de medias entre las universidades participantes, planteamos la hipótesis de que la fuerza de las asociaciones entre las variables consideradas no variaría considerablemente (es decir, sería estructuralmente invariante) entre ellas.

Desarrollo

Setecientos doce (712) estudiantes fueron reclutados en tres universidades de Colombia (Universidad Eafit, Universidad Católica Luis Amigó y Universidad Católica de Oriente) y una en Estados Unidos (Universidad de Rochester). La distribución de participantes por país fue de 350 estudiantes norteamericanos y 362 estudiantes colombianos. Para abordar los objetivos del estudio, de carácter cuantitativo, se utilizó un cuestionario de 112 ítems adaptado de cuestionarios de la TAD previamente validados (Black & Deci, 2000; Bostic, McGartland Rubio, & Hood, 2000; Deci y Ryan, 2000; La Guardia, Ryan, Couchman y Deci, 2000; Ryan y Connell, 1989).

Como no estábamos seguros del nivel de inglés de los participantes, se empleó el cuestionario en español, el cual se validó bajo el modelo de doble traducción. Así, uno de los investigadores, que dominaba el inglés y el español, tradujo los cuestionarios originales al español. Posteriormente otro investigador, también proficiente en ambos idiomas, tradujo los cuestionarios nuevamente al inglés. La versión final fue avalada por

el investigador estadounidense, experto en la TAD, para garantizar que las preguntas conservaran su significado original.

Una vez aprobado el cuestionario, utilizamos un sitio web para facilitar la recolección de datos. El cuestionario empleado aborda las siguientes variables: Fomento y satisfacción de necesidades psicológicas básicas; vitalidad subjetiva; bienestar subjetivo; soledad; carga de síntomas somáticos; compromiso académico/ dedicación al estudio; percepción de la competencia; autonomía relativa e índice de masa corporal. Este instrumento fue piloteado con un grupo de estudiantes colombianos, tras lo cual se le hicieron algunos ajustes. Una vez que el cuestionario en línea estuvo listo, un investigador en cada una de las universidades participantes fue responsable de aplicarlo, siguiendo un conjunto común de procedimientos.

Resultados

En el informe oficial del proyecto Muñoz (2016) indica que, en relación con los estudiantes de los Estados Unidos, los estudiantes de Colombia reportaron niveles significativamente más altos de satisfacción de sus necesidades psicológicas básicas (satisfacción en la universidad, vitalidad, bienestar subjetivo, compromiso académico, autonomía relativa y percepción de la competencia) así como niveles significativamente más bajos en su índice de masa corporal.

El reporte también señala que el patrón de asociación entre las variables del estudio estuvo en línea con la primera hipótesis. De particular interés, la percepción de apoyo a las necesidades psicológicas básicas predijo las 10 variables evaluadas en los Estados Unidos, pero solo 8 de ellas en Colombia. Entre los estudiantes de Colombia, la percepción del apoyo de la universidad no estuvo asociado a indicadores de salud física.

Por otra parte, los estudiantes colombianos mostraron niveles significativamente más altos de autonomía relativa (indicador de la motivación autónoma) que sus pares estadounidenses. Sin embargo, al comparar las universidades colombianas, la percepción de apoyo institucional a las necesidades básicas predijo 9 de las 10 variables analizadas en Eafit, pero predijo solo 6 de ellas en las universidades católicas participantes (Universidad Católica de Oriente y Universidad Católica Luis Amigó).

Innovación

Ana Muñoz (2016), investigadora principal del estudio, señala que este estudio permitió a las instituciones participantes reflexionar sobre las percepciones de los estudiantes en relación con el apoyo que ofrece la universidad a su bienestar general y llamar la atención sobre la importancia de repensar y reflexionar sobre los programas de bienestar institucional y cómo se pueden implementar y mejorar dentro del aula.

Después de controlar las diferencias de las medias en los resultados, se encontró que, en relación con los estudiantes estadounidenses,

los estudiantes colombianos mostraron mayores índices de bienestar general y de satisfacción de sus necesidades psicológicas básicas, particularmente de autonomía relativa. Esto probablemente se deba a razones de carácter cultural. Christopher Niemiec, asesor internacional del proyecto y experto en la TAD (citado en Muñoz, 2016) plantea que la cultura académica de los Estados Unidos está muy orientada al logro de recompensas o estímulos externos, lo cual afecta la motivación intrínseca. Aunque la cultura colombiana también experimenta este tipo de presión, hay diferencias en la manera en que los estudiantes se relacionan con los demás agentes sociales dentro y fuera de la universidad en virtud del logro académico.

Por otro lado, Muñoz (2016) también reporta haber encontrado que la asociación entre la percepción de apoyo institucional y las demás variables fue inferior en Colombia en relación con los Estados Unidos. En otras palabras, la universidad estadounidense tiene un impacto mayor en el bienestar de los estudiantes que las universidades colombianas. Esta diferencia se explica en el hecho de que los estudiantes en los Estados Unidos viven en el campus, mientras que los estudiantes en Colombia viven fuera del campus (Niemiec citado en Muñoz, 2016).

En resumen, aunque los estudiantes colombianos demostraron mayores niveles de autonomía, competencia y vínculo que los estudiantes norteamericanos, estos se debieron en menor medida al impacto que tiene la universidad en sus vidas. Es necesario entonces seguir ahondando en este tema y buscar maneras cada vez más eficaces de potenciar el impacto positivo de la universidad en la calidad de vida del estudiantado. Un asunto que valdrá la pena revisar será el rol de los docentes como agentes que fomentan o reducen la experiencia de bienestar de los estudiantes en la universidad, lo cual ofrece una mirada innovadora a la concepción actual de bienestar universitario, que en ocasiones se distancia de la labor de la docencia.

Referencias

Black, A. E., & Deci, E. L. (2000). The effects of instructors' autonomy support and students' autonomous motivation on learning organic chemistry: A selfdetermination theory perspective. *Science Education, 84,* 740-756.

Bostic, T. J., McGartland Rubio, D., & Hood, M. (2000). A validation of the subjective vitality scale using structural equation modeling. *Social Indicators Research, 52*(3), 313-324. Doi:10.1023/A:1007136110218

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The" what" and" why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological inquiry, 11*(4), 227-268.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development and health. *Canadian Psychology, 49,* 182-185. Doi: 10.1037/a0012801.

La Guardia, J. G., Ryan, R. M., Couchman, C. E., & Deci, E. L. (2000). Within-person variation in security of attachment: a self-determination theory perspective on attachment, need fulfillment, and well-being. *Journal of personality and social psychology, 79*(3), 367-384.

Muñoz, A. (2016). Need support from universities in Colombia and in the United States: Using self-determination theory to predict student academic engagement and wellness [Informe de Investigación]. Medellin, Colombia: Universidad EAFIT.

Niemiec, C. P., & Ryan, R. M. (2009). Autonomy, competence, and relatedness in the classroom. Applying self-determination theory to educational practice. *Theory and Research in Education, 7*(2), 133-144.

Niemiec, C. P., Soenens, B., & Vansteenkiste, M. (2014). Is relatedness enough? On the importance of need support in different types of social experiences. In N., Weinstein. *Human motivation and interpersonal relationships: Theory, research, and applications.* Netherlands: Springer (pp. 77-96).

Ryan, R. M., & Connell, J. P. (1989). Perceived locus of causality and internalization: examining reasons for acting in two domains. *Journal of personality and social psychology, 57*(5), 749-761. Recuperado de http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.57.5.749

Ryan, R. M. (1995). Psychological needs and the facilitation of integrative processes. *Journal of personality, 63*(3), 397-427.

Ryan, R .M. & Deci, E. L. (2000a). Self-determination theory and the facilitation ofintrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist, 55*, 68-78.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000b). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology, 25*, 54–67.

Educación virtual: un campo para innovar en prevención del consumo de sustancias psicoactivas[1]

Luisa Fernanda Córdoba Quintero*
Sandra Milena Restrepo Escobar**

Cuando pensamos en el joven de hoy,
generalmente lo imaginamos sentado frente
al televisor, la tablet o el ordenador, jugando
a la Wii o conectado a un grupo de WhatsApp
Domínguez Fernández, Jaén Martínez y Ceballos García (2017).

Resumen

La educación virtual es un escenario innovador que se ha utilizado como la estrategia para apoyar diversos procesos de formación. Estos procesos, en relación con el consumo de drogas (problemática de salud pública que continúa en revisión), se han enfocado en proporcionar información en sitios web, aplicaciones, chat, foros y algunos cursos.

Sin embargo, no existen lineamientos de educación virtual que orienten la prevención del consumo de sustancias psicoactivas en Colombia con base en la evidencia científica, lo cual permite concluir que es necesario poner al día lo que se ha estudiado con respecto al tema, con el fin de proponer estrategias que redunden en la prevención del consumo en los jóvenes y en la adopción de hábitos saludables.

Palabras clave

Atención primaria en salud; Consumo de sustancias psicoactivas; Educación virtual.

Introducción

Un referente innovador en el uso de TIC, para disminuir las brechas de acceso a los servicios de salud en el Departamento, es el Living Lab. Este laboratorio de la Universidad de Antioquia lidera la atención de pacientes en diversos municipios, mediante el uso de herramientas tecnológicas, en empresas sociales del estado (ESE) y en entidades prestadoras de servicios de salud (EPS) (Caracol Noticias, 24 de abril de 2017).

[1] Investigación inscrita en el macro proyecto Creación de un Sistema Digital para la prevención del consumo de drogas.

* Comunicadora Social, Universidad Católica Luis Amigó. Maestranda en Educación, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: lcordoba@funlam.edu.co, ORCID: orcid.org/0000-0002-3257-9040

** Magister en Educación y Desarrollo Humano, Universidad de Manizales. Docente investigadora, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia, pertenece al Grupo de Investigación Farmacodependencia y otras adicciones. Correo electrónico: sandra.restrepoes@amigo.edu.co, ORCID: orcid.org/0000-0002-1459-858X

Esta propuesta implementada en Medellín en el 2013, es un ejemplo que pone en contexto la temática de esta investigación "Educación virtual en la prevención del consumo de sustancias psicoactivas".

La indagación parte de considerar que el consumo de sustancias psicoactivas sigue siendo un asunto susceptible de análisis en distintos contextos. Como evidencia, se cuenta con los resultados del Informe Mundial sobre las Drogas (Oficina de las Naciones Unidas contra la droga y el Delito, UNODC, 2016), con el Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Colombia (Ministerio de Justicia y del Derecho, Ministerio de Salud y Protección Social y Observatorio de Drogas, 2014) y con el Primer Estudio Poblacional de Salud Mental (Secretaría de Salud de Medellín y Centro de Excelencia en Investigación en Salud Mental de la Universidad CES, 2012).

El tema se ha abordado además en investigaciones académicas desde distintos puntos. Pero, al realizar una búsqueda de evidencia científica sobre educación virtual en la prevención del consumo de sustancias psicoactivas (en las bases de datos Redalyc, Dialnet y Scielo, entre septiembre y diciembre de 2016) se encontraron 7 artículos (Camarotti, Kornlit y Di Leo, 2013; Castaño, 2006; Del Pozo Irribarría, 2009; García del Castillo y Segura Díaz, 2009; Hernández, 2013; Mazzoglio y Nabar et al., 2015; Tirado, Méndez y Aguaded, 2008), producto de estudios en Argentina (uno de 2015 y otro de 2013), República Dominicana (uno en 2013), España (dos de 2009 y uno de 2008) y Colombia (uno en 2006), cifra que constata la escasez de estudios sobre esta temática en particular.

Este estudio cualitativo en curso se propone interpretar los aportes de la educación virtual a la atención primaria en salud (APS) relacionada con la prevención del consumo de sustancias psicoactivas, para ampliar y actualizar las referencias de conocimiento científico con respecto al tema.

Desarrollo

Antecedentes

El escenario inicial para abordar la temática de este estudio es la atención primaria, la cual hace referencia al acceso a los servicios de salud en condiciones igualitarias, mediante métodos y tecnologías que atiendan a las condiciones económicas, sociales y de salud particulares en cada país (Declaración de Alma-Ata, OMS, OPS y UNICEF, 1978).

Atendiendo a lo anterior, el Ministerio de Salud de Colombia definió cuatro niveles de complejidad en la Resolución 5261 de 1994. El primero comprende los servicios de educación para la salud, la salud mental y otros que se ofrecen a los pacientes consumidores de droga; quienes para rehabilitación o tratamiento del trastorno requerirían de la intervención de un profesional especialista (Nivel 2).

Hay que señalar que el Estudio Nacional de Consumo en Colombia (Ministerio de Justicia y del Derecho, Ministerio de Salud y Protección Social y Observatorio de Drogas, 2014) clasificó por dominios departamentales el abuso o dependencia de cualquier sustancia psicoactiva; en sus resultados, Medellín y el Área Metropolitana, Cali y Yumbo, Barranquilla y Soledad, reportaron 189.397 personas con abuso o dependencia (en total se encuestó a 32.605 personas, entre 12 y 65 años. La muestra tuvo diseño probabilístico, de conglomerados y tetraetápico). Esto para precisar que, en Medellín, al obtener indicadores para trastorno por dependencia de drogas, los grupos poblacionales con alto riesgo de consumo tienen edades entre 19 y 29, y de 13 a 18 años (Secretaría de Salud de Medellín y Centro de Excelencia en Investigación en Salud Mental de la Universidad CES, 2012).

Expuesto lo anterior, se entiende la importancia de fortalecer las iniciativas de prevención para jóvenes y de encontrar, además en otros campos poco explorados, posibilidades para cumplir con este fin, tal y como se propone con la educación virtual.

Referente teórico

Ahora, en cuanto a la educación virtual en la prevención del consumo de drogas, un planteamiento de Nieto Göller (2012) puede considerarse como un soporte acertado cuando de justificar este estudio se trata:

> La Educación Virtual nos ofrece, hoy en día, un océano de posibilidades (…) para armonizar y poner en juego la verdadera unidad en la diversidad, propia del ser humano, a través de infinidad de procesos cognitivos, reales, simbólicos y virtuales. Pues, si toda experiencia humana es, por definición, enseñanza y aprendizaje, construcción y desconstrucción de conocimiento, entonces, hablamos de que, virtualmente, toda ella es educación, de manera generalizada (p. 146).

Está claro que, por naturaleza, el objetivo de la educación es formar al ser humano. Esa formación puede lograrse mediante el uso de herramientas y estrategias virtuales para que los individuos se empoderen de sus propios procesos preventivos con respecto al consumo de drogas, por ejemplo, se han desarrollado algunos cursos, aplicaciones para celulares, sitios web con información sobre las sustancias tradicionales y algunos blogs, foros y chats.

Existen también componentes virtuales –registro médico electrónico, telesalud, teleeducación, msalud, elearning, educación continua en TIC y otros– enmarcados en la cibersalud (Organización Mundial de la Salud, OMS, 2005) o E-salud (Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2011). De estos, encuentran soporte legal en la Ley 1419 del 13 de diciembre de 2010 en Colombia, la telesalud, la telemedicina y la teleeducación; esta última se define como "la utilización de las tecnologías de la información y telecomunicación para la práctica educativa de salud a distancia" (Congreso de la República, 2010, p. 2).

Además de las fuentes ya mencionadas, por el foco de interés de esta propuesta, se encuentra apoyo en la Teoría de la Sociedad

Red de Manuel Castells (2006) y en la Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas (1999), las que permiten entender el consumo de sustancias psicoactivas como un hecho social influenciado por distintos factores (la familia, los amigos, la escuela, el medio ambiente, la genética y otros) y a la educación virtual como una estrategia para comunicar y formar.

Metodología

La búsqueda de evidencia científica sobre el tema se realizó en Redalyc, Dialnet y Scielo, entre septiembre y diciembre de 2016, con los términos: educación virtual y drogas, e-salud y drogas, educación virtual y SPA, virtualidad y drogas, entorno virtual para la prevención del consumo de drogas, entorno virtual y drogas, virtual spaces and drugs y virtual environment and drugs.

Se obtuvieron 44 textos (43 artículos y un libro) que hablan de temas como: e-salud, TIC, buenas prácticas educativas usando TIC, Internet y educación superior, educación para la salud y drogas, entornos virtuales, promoción y prevención del consumo de drogas, aceptación de la educación virtual, promoción de la salud, educación virtual relacionada con la prevención del consumo de SPA, entre otros.

El foco de la selección de los escritos se centró en la temática educación virtual y prevención del consumo de sustancias psicoactivas; con la lectura de los resúmenes y palabras clave se eligieron siete fuentes para la revisión final. El análisis inició con una matriz de revisión bibliográfica, luego se efectuó una lectura de los textos para identificar particularidades relacionadas con el tema de estudio, las cuales se consignaron en fichas de resumen.

Hallazgos preliminares

Al revisar los 7 escritos (uno de una investigación cuantitativa y los demás de estudios cualitativos) que arrojó la búsqueda en las bases de datos señaladas con anterioridad, se encuentra que estos coinciden en que, en la prevención del consumo de sustancias psicoactivas, usar herramientas virtuales puede tener resultados favorables si los contenidos presentados son atractivos e interactivos. El reto es precisamente atraer a los jóvenes (que son quienes hacen mayor uso de teléfonos inteligentes, tabletas y computadores), y que esto redunde en la adopción de hábitos saludables que transformen las conductas asumidas frente al consumo de drogas ilícitas. También se señala la importancia de que las estrategias educativas virtuales incluyan a los actores del contexto cercano del individuo (familia y educadores).

Innovación

Fortalecer las acciones educativas que se proponen complementar las iniciativas de prevención del consumo de sustancias psicoactivas es una necesidad. Con base en los resultados de la revisión bibliográfica, la relevancia de esta investigación reside en que en Colombia desde el

2006, no se han documentado los aportes de la educación virtual en la prevención del consumo de drogas, asunto que requiere una actualización desde la realidad social.

Este tema sería el punto de partida para innovar en lineamientos que permitan entender cómo el uso de herramientas virtuales sería útil para este fin, cuáles podrían ser las herramientas y las estrategias implementadas, cuál sería la apropiación de las mismas, cómo estructurar los contenidos, cómo podrían mitigarse los posibles desaciertos de las herramientas y principalmente el modo en que las personas podrían adoptar hábitos saludables que se vean reflejados en la prevención del consumo, en el uso, el abuso y el retraso en la edad de inicio en estas prácticas. Con seguridad, pueden surgir muchas preguntas más a partir de los hallazgos de este estudio.

Además, en el ámbito social, sus resultados podrán servir como referencia para los planes y programas que pretendan atender a población consumidora y su entorno; la educación virtual podría empezar a considerarse como una estrategia dentro de la educación para la salud; en complemento, en el ámbito académico, los hallazgos pueden retomarse desde las instituciones educativas para plantear posibles perspectivas de estudios cualitativos y cuantitativos que con sus resultados contribuyan al desarrollo de herramientas virtuales propias para prevenir el consumo de sustancias psicoactivas en los entornos académicos.

Referencias

Camarotti, A. C., Kornblit, A. L. y Di Leo, P. F. (2013). Prevención del consumo problemático de drogas en la escuela: estrategia de formación docente en Argentina utilizando TIC. *Interface–Comunicação, Saúde, Educação*, *17*(46), 695-703. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/1801/180128561016.pdf

Caracol Noticias. (24 de abril de 2017). *Gracias a la telemedicina, Antioquia es ejemplo de eficiencia e innovación en atención médica* [Sección gente que le pone el alma]. *Canal Caracol*.

Castaño, G. A. (2006). Nuevas tendencias en prevención de las drogodependencias. *Salud y drogas*, *6*(2), 127-148. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83960202

Castells, M. (2006) [Trad. Muñoz de Bustillo]. Informacionalismo, redes y sociedad red: una propuesta teórica. En M. Castells (Ed.), *La sociedad red: una visión global* (pp. 27-75). Madrid, España: Alianza Editorial.

Del Pozo Irribarría, J. (2009). La utilización de las nuevas tecnologías de comunicación e información para la adopción de comportamientos saludables: el consumo de drogas. En J. del Pozo Irribarría, L. Pérez Gómez y M. Ferras Oleffe (Coords.). *Adicciones y nuevas tecnologías de la información y de la comunicación* (pp. 46-55). La Rioja, España: Quintana, Industrias Gráficas. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=399981

Domínguez Fernández, G., Jaén Martínez, A., y Ceballos García, M. J. (2017). Educar la virtualidad. *Pixel-Bit* [Revista de Medios y Educación], (50), 187-199. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36849882013

García del Castillo, J. A., y Segura Díaz, M. C. (2009). Prevención on-line: análisis y propuestas de actuación. En J. del Pozo Irribarría, L. Pérez Gómez y M. Ferras Oleffe (Coords.), *Adicciones y nuevas tecnologías de la información y de la comunicación* (pp. 58-76). La Rioja, España: Quintana, Industrias Gráficas. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=399981

Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa II*. Madrid, España: Taurus.

Hernández, J. C. (2013). *Creación de un entorno virtual para la prevención del consumo de drogas en estudiantes del Nivel Medio del Distrito Nacional, República Dominicana*. CITICED [Integrando Generaciones Tecnológicas Emergentes]. Santo Domingo, República Dominicana. Recuperado de http://www.laccei.org/LACCEI2013-Cancun/RefereedPapers/RP302.pdf

Ley 1419 de 2010, por la cual se establecen los lineamientos para el desarrollo de la Telesalud en Colombia. Congreso de la República. Colombia, 13 de diciembre de 2010.

Mazzoglio y Nabar, M. J., Algieri, R. D., Tornese, E. B., Dogliotti, C. G., Jiménez Villarruel, H. N., Gazzotti, A., & Ferrante, S. (2015). Psychoactive substances and movile virtual spaces: impact in teaching and learning anatomy, *International Journal of Morphology, 33(*4), 1487-1493. Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022015000400049

Ministerio de Justicia y del Derecho, Ministerio de Salud y Protección Social y Observatorio de Drogas. (2014). *El Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Colombia*. Bogotá, Colombia: ALVI Impresores. Recuperado de https://www.unodc.org/documents/colombia/2014/Julio/Estudio_de_Consumo_UNODC.pdf

Nieto Göller, R. A. (2012). Educación virtual o virtualidad de la educación. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, *14*(19), 137-150. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86926976007

Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, UNODC. (2016). *Informe Mundial sobre las Drogas* [Informe ejecutivo]. Recuperado de http://www.unodc.org/doc/wdr2016/WDR_2016_ExSum_spanish.pdf

OMS, OPS y UNICEF. (septiembre, 1978). *Declaración de Alma-Ata.* En Conferencia internacional sobre atención primaria de salud, Alma-Ata, patrocinada por URSS, Kazajistán. Recuperado de http://www.promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/promocion/1_declaracion_deALMA_ATA.pdf

Organización Mundial de la Salud, OMS. (2005). Resolución WHA58.28. 58ª Asamblea Mundial de la Salud, [Resoluciones y Decisiones y Anexo]. Palais des Nations, Ginebra: OMS. Recuperado de http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/23104/1/WHA58_28-sp.pdf

Organización Panamericana de la Salud, OPS. (2011). Estrategia y Plan de acción sobre eSALUD. Washinton, D.C., EUA: Organización Panamericana de la Salud (OPS). Recuperado de http://www.paho.org/ict4health/index.php?option=com_content&view=article&id=54%3Aestrategia-y-plan-de-accion-sobre-esalud-2012-2017&Itemid=146&lang=es

Resolución 5261 de 1994, por la cual se establece el Manual de Actividades, Intervenciones y Procedimientos del Plan Obligatorio de Salud en el Sistema General de Seguridad Social en Salud. Ministerio de Salud. Colombia, 5 de agosto de 1994. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%205261%20DE%201994.pdf

Secretaría de Salud de Medellín y Centro de Excelencia en Investigación en Salud Mental de la Universidad CES. (2012). *Primer estudio poblacional de salud mental Medellín, 2011-2012*. Recuperado de https://www.odc.gov.co/Portals/1/publicaciones/pdf/consumo/estudios/locales/CO031052011-primer-estudio-poblacional-de-salud-mental-medellin,-2011—-2012.pdf

Tirado, R., Méndez, J. M., y Aguaded, J. I. (2008). El proyecto Drog@: comunidades virtuales de aprendizaje. *Comunicar* [Revista científica de Comunicación y Educación], *15*(30), 165-169. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2553266.pdf

Acompañamiento familiar en la formación de las preferencias alimentarias de los niños[1]

Sugey Elena Anaya García*

Resumen

La familia tiene un papel fundamental en la alimentación de los niños y en el acompañamiento que se realiza a la misma. Partiendo de esta idea, este estudio en curso tiene como propósito describir la influencia del acompañamiento familiar en las preferencias alimentarias de niños de 4 a 5 años de un hogar infantil del municipio de Itagüí en el año 2017, siguiendo un enfoque de investigación cualitativa.

Para conocer el estado actual de la temática de esta investigación se realizó una búsqueda de artículos de revistas en bases de datos; los componentes de los diversos estudios fueron consignados en una matriz de revisión bibliográfica, encontrando que la mayoría de los autores coinciden en que la familia tiene influencia en las elecciones alimentarias de los niños y que además es necesario articular o establecer patrones que puedan seguirse tanto en la escuela como en el entorno familiar en relación con las prácticas alimentarias saludables.

Palabras clave

Preferencias alimentarias; Familia; Niños.

Introducción

Durante la infancia los niños tienden a imitar los comportamientos de los adultos que acompañan su crecimiento, y la manera en que ellos asumen su alimentación no es ajena a esto, pues puede influir en la formación de la conducta alimentaria y en la preferencia o el rechazo hacia ciertos alimentos en los primeros años de vida y en la adultez.

Los resultados de las conductas pueden reflejarse también en la adopción de hábitos alimenticios inadecuados o de estrategias alimentarias ineficientes, estas pueden ser dos de las razones por las cuales se ha incrementado el sobrepeso y la obesidad infantil alrededor del mundo; así lo planteaba la directora general (2006-2017) de la Organización Mundial de la Salud, quien en su discurso pronunciado a la Comisión para Acabar con la Obesidad Infantil, en junio de 2015, exponía sobre este tema también que "dado que los avances logrados hasta la fecha son fragmentarios y por completo insuficientes, hice hincapié en la importancia de aportar enfoques novedosos" (Chan, 2015, párr. 6).

Frente a la temática de esta indagación el panorama mundial parece similar al que se vislumbra en Colombia. Según la última Encuesta Nacional de la Situación Nutricional (ENSIN) el aumento en la prevalencia del sobrepeso

[1] Investigación inscrita en el macro proyecto Conflicto, Estructura y dinámica interna familiar con relación a la construcción de ciudadanía, grupo de investigación: Educación, Infancia y Lenguas Extranjeras, Universidad Católica Luis Amigó. Medellín-Colombia.

* Profesional en Nutrición y Dietética, Universidad del Atlántico; Docente del Programa Profesional en Gastronomía, Universidad Católica Luis Amigó; Maestranda en Educación, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: sugey.anayaga@amigo.edu.co

y obesidad en el país es de 25,9% en el último quinquenio en la población infantil y adolescente (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, ICBF, 2010); lo que podría traducirse en la poca efectividad que han tenido las medidas llevadas a cabo hasta el momento, en donde el trabajo con las familias es deficiente y las estrategias políticas en materia alimentaria no han obtenidos grandes resultados.

Con lo anterior, es posible pensar que dentro de las familias puedan estarse cometiendo errores en la alimentación de los niños, derivando problemas transgeneracionales aún más graves como la anorexia o bulimia.

Pero, de acuerdo con las distintas investigaciones revisadas para este estudio, además de la familia existen diversos factores y actores influyentes en el comportamiento alimentario de los escolares. Si bien el rol de la madre es fundamental en las actitudes de aceptación o rechazo de un determinado alimento por parte de los niños, también reviste importancia el contexto socioeconómico y cultural (Restrepo y Maya, 2005).

Así, se sugiere que los educadores, familiares y padres de familia deben seguir un mismo patrón respecto a la conducta y hábitos alimentarios que se le enseñan a los niños, ya que si se imponen cada uno de estos modelos por separado pueden llegar a provocar una preferencia mayor (Maya y Naranjo, 2015) o en su defecto un consumo menor de determinado alimento, que puede ser primordial para la nutrición.

Considerando lo expuesto, amerita profundizar en el tema de la formación de las preferencias alimentarias en la niñez ya que las familias modifican sus comportamientos alimenticios a medida que los tiempos van cambiando. En particular para Colombia se cuenta con poca evidencia investigativa en esta área y se requiere ir más a fondo en estudios, programas, planes y políticas que pretendan favorecer el desarrollo de los niños.

De este modo la investigación en curso se orienta a partir de la pregunta ¿De qué manera influye el acompañamiento familiar en las preferencias alimentarias de niños de 4 a 5 años de un hogar infantil del municipio de Itagüí en el año 2017?

Objetivos

General

Describir la influencia del acompañamiento familiar en las preferencias alimentarias de niños de 4 a 5 años de un hogar infantil del municipio de Itagüí en el año 2017.

Específicos

- Caracterizar a las familias de los niños de 4 a 5 años del Hogar Infantil.
- Identificar el acompañamiento familiar (afectividad, norma) en la alimentación de niños.
- Describir las preferencias alimentarias de las familias de los niños del hogar infantil.

Desarrollo

Antecedentes

Con el propósito de tener una contextualización del tema y de conocer las perspectivas teóricas y las principales conclusiones a las que han llegado algunos autores, se realizó una búsqueda de artículos de revistas en las bases de datos Scielo, Ebsco, Sciencedirect, Redalyc y Google académico entre octubre de 2016 y julio de 2017.

De los resultados, se eligen para este texto algunos artículos, por considerar la relevancia de sus hallazgos.

La primera investigación que es importante retomar fue realizada en Ciudad de México, y tuvo como objetivo "explorar las preferencias alimentarias en niños en edad escolar, e identificar si los niños son capaces de distinguir entre alimentos saludables y no saludables" (Campos y Reyes, 2014, p. 11). Los autores encontraron preferencias y rechazos en algunos alimentos, los niños estudiados manifestaron que entre sus favoritos se encuentran los azúcares, las frutas, los de los de origen animal, grasas, cereales y comidas rápidas; mientras que los rechazados son las verduras (más que todo el brócoli, la coliflor, la cebolla, etc).

Un segundo trabajo investigativo se propuso "fortalecer hábitos saludables alimenticios en los hogares infantiles comunitarios y sus familias en el municipio de Sopó (Cundinamarca, Colombia) desde la Atención Primaria en Salud" (Hernández, Severiche, Romero, López, Espitia y Rodríguez, 2015, p. 514). Utilizando la Investigación acción participativa en este estudio cualitativo, los autores señalan que las madres comunitarias que hicieron parte de la investigación reconocieron cuál era el número de porciones de verduras y frutas que se debe consumir diariamente y los padres aprendieron en cuanto alimentación saludable, también resaltaron que los niños participantes mejoraron el consumo de alimentos saludables, aunque los no tan saludables persisten.

Continuando con el rastreo de antecedentes, se encontró un tercer estudio que tuvo la finalidad de "hacer un análisis comparativo del conocimiento y consumo alimentario entre los escolares, sus padres y los profesores" (Vio, Salinas, Montenegro, González y Lera, 2014, p. 38). Los resultados son interesantes porque dan cuenta de que los niños participantes de la investigación si contaban con conocimientos en hábitos alimentarios saludables, al igual que sus padres y profesores; pero no existía reflejo de esto en las prácticas de los adultos.

Al llegar a este punto, debe decirse que fueron pocos los trabajos de revisión encontrados; uno de ellos buscó "comprender los factores que hoy día son reconocidos como influyentes en el consumo de alimentos por parte de la población infantil" (Díaz, 2014, p. 237). Dentro de los hallazgos se enuncia que se debe girarse la mirada al contexto en el que son consumidos los alimentos, incluidas las experiencias y compañías que hacen parte de ese momento, de modo que más allá del conocimiento transmitido en cuanto alimentación saludable se pueda abrir campo a la exploración otras acciones que sean formadoras de conductas.

Finalmente, se retoma como antecedente la investigación desarrollada por Taborda, Pérez y Berbesi (2011), quienes buscaron relacionar la seguridad alimentaria y la funcionalidad familiar con el estado nutricional. Los resultados arrojados en este estudio mostraron que el 2% de los niños se encuentran en delgadez, mientras que el sobrepeso y la obesidad superaron el 30%. La inseguridad alimentaria se evidenció en el 70% de los hogares estudiados, con una disfuncionalidad familiar del 49%. Además, se pudo demostrar que la seguridad, la funcionalidad familiar y la desnutrición crónica guardan una estrecha relación, esta puede ser una perspectiva relevante a la hora de considerar la influencia de distintos factores en las elecciones alimentarias.

En resumen, se requiere de un trabajo interdisciplinario a la hora de educar a los niños en alimentación saludable, pues además de transmitir conocimiento se requiere analizar en detalle las situaciones que intervienen en las prácticas alimentarias, que configuran las preferencias y se convierten en un llamado hacia la responsabilidad de quienes permean la vida de un niño: padres, familiares, cuidadores, educadores, entre otros.

Metodología

Esta investigación es cualitativa de corte descriptivo, pues se pretende dar respuesta a la pregunta ¿De qué manera influye el acompañamiento familiar en las preferencias alimentarias de niños y niñas de 4 a 5 años en un hogar infantil del municipio de Itagüí en el año 2017? de modo que pueda comprenderse el papel de la familia y la postura que asumen los padres y/o cuidadores en la alimentación de los niños.

A partir de tres categorías que fundamentan el proyecto en curso, las cuales son acompañamiento familiar, preferencias alimentarias y niños, se construirá la información utilizando las técnicas de entrevista semiestructurada, narrativa, observación participante y técnicas interactivas, las cuales dan la posibilidad de conocer qué características tiene el acompañamiento, cuáles son los comportamientos que se vislumbran en padres y/o cuidadores y niños, la forma en la que se imparten normas referentes a la alimentación, entre otros asuntos.

Además de las técnicas ya mencionadas, la información se ha estado obteniendo mediante búsqueda de artículos en bases de datos.

Hallazgos iniciales

Con base en los escritos que se han analizado hasta el momento para contextualizar la temática de este estudio y conocer cuál es su estado actual, puede señalarse que la educación en materia de alimentación, que se hace durante la infancia, influye en las preferencias alimentarias de los niños. Se evidencia que los autores coinciden en el papel fundamental que juega la madre en la transmisión de hábitos alimenticios a sus hijos y que los profesores se convierten en actores importantes que pueden impactar la educación nutricional.

Innovación

Ante la situación planteada, esta investigación puntualizará el papel de las familias y su influencia en la formación de las preferencias alimentarias en los niños, de modo que puedan elaborarse y proporcionarse prácticas al interior de ellas que permitan minimizar algunos trastornos alimentarios derivados de dicha formación.

De igual manera obtener conocimiento en cuanto la dinámica familiar vista desde la norma y la afectividad en el campo alimentario, permitirá trazar líneas de acción a favor de la alimentación saludable de la población. Así mismo, servirá como herramienta a distintos actores que pretendan asumir sus roles como responsables morales a favor de los niños, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de ellos, desde la dinámica interna familiar.

Referencias

Campos, N. y Reyes, I. (2014). Preferencias Alimentarias y su Asociación con Alimentos Saludables y No Saludables en Niños Preescolares. *Acta de Investigación psicológica*, *4*(1), 1385-1397. Recuperado de http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007471914703825

Chan, M. (2015). Alocución de la directora general de la Organización Mundial de la Salud ante la Comisión para Acabar con la Obesidad Infantil [En línea]. Recuperado de http://www.who.int/dg/speeches/2015/commission-child-obesity-meeting/es/

Díaz Beltrán, M. (2014). Factores influyentes en el comportamiento alimentario infantil. *Rev. Fac. Med, 62*(2), 237-245. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v62n2/v62n2a10.pdf

ICBF. (2010). *Encuesta Nacional de la Situación Nutricional (ENSIN)* [Resumen ejecutivo]. Recuperado de http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/Descargas1/Resumenfi.pdf

Hernández, E., et al. (2015). Promoción de alimentación saludable en hogares comunitarios infantiles del municipio de Sopó (Cundinamarca. Colombia) bajo la estrategia de Atención Primaria en Salud. *Salud Uninorte, 31*(3), 514-524. Recuperado de http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/salud/article/view/7632/8310

Maya, E. y Naranjo, J. (2015). Estudio de casos sobre conducta y hábitos alimentarios en niños de Educación Infantil. *Reidocrea, monográfico*, 32-42. Recuperado de http://hdl.handle.net/10481/37113

Restrepo, S. y Maya, M. (2005). La familia y su papel en la formación de los hábitos alimentarios en el escolar. Un acercamiento a la cotidianidad. *Boletín de antropología, 19*(36), 127-148. Recuperado de https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/boletin/article/view/6919/6333

Taborda, P., Pérez, M. y Berbesi, D. (2011). Funcionalidad familiar, seguridad alimentaria y estado nutricional de niños del Programa Departamental de Complementación Alimentaria de Antioquia. *Revista Ces medicina, 25*(1), 6-19. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261119568002

Vio, F., Salinas, J., Montenegro, E., González, C., y Lera, L. (2014). Efecto de una intervención educativa en alimentación saludable en profesores y niños preescolares y escolares de la región de Valparaíso, Chile. *Nutrición Hospitalaria*, *29*(6), 1298-1304. Recuperado de http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v29n6/10originalobesidad03.pdf

Capacidades innovadoras y tendencias tecnológicas en las propuestas curriculares de los programas de ingeniería de sistemas y afines en las universidades de Medellín

Catalina Alexandra Arias Duque*

Resumen

El currículo se ha vuelto complejo, se ha ampliado a fronteras que posiblemente en sus inicios no se pensó. En la ingeniería de sistemas, las transformaciones constantes de las Ciencias de la Computación en objetos de innovación tecnológica atienden a la inquebrantable relevancia de las tendencias en sistemas y tecnologías de información. En el ámbito educativo, esto ha llevado a esta disciplina a preguntarse si en las propuestas curriculares de los programas de ingenierías de sistemas se desarrollan capacidades de innovación como requisito fundamental del proceso enseñanza-aprendizaje.

Esta investigación pretende presentar un enfoque desde lo curricular que busca identificar las capacidades innovadoras y tendencias tecnológicas que las propuestas educativas de las universidades de Medellín contemplan en sus planes de estudio y como estas son materializadas en productos de innovación tecnológica, de manera que estén alineadas con el contexto nacional y global, de manera cíclica en el tiempo.

Lo más importante es, identificar cómo se desarrolla en los currículos estas iniciativas y cuáles serían los posibles contenidos. Las capacidades de innovación que se pretenden analizar se idealizan como una condición para el ingeniero, de tal manera que este las perciba como una experiencia enriquecedora para sus vidas humanas y trate de aportarle también a la sociedad y no solamente se forme como un profesional obtuso en habilidades técnicas (Walker , 2014).

Palabras clave

Capacidades de innovación; Currículo; Ingeniería de sistemas; Tendencias tecnológicas.

Introducción

Para el hombre de hoy, es evidente el reconocimiento que tiene el aporte a las sociedades que la Ingeniería le ha hecho. Estas son, décadas e incluso siglos de contribuciones tecnológicas y avances industriales. Según Poveda Ramos (1993), la ingeniería tiene sus inicios desde finales de la edad media, ganando protagonismo en la revolución industrial en los siglos XVII, XIX y XX. Con este surgimiento también germinaron las primeras máquinas. El posicionamiento en Colombia y en América Latina de la tecnología y de los desarrollos de la ingeniería no fue un proceso endógeno, sino que fue una progresiva adquisición y adopción de inventos extranjeros. Desde este panorama, surge la necesidad de la ingeniería como enseñanza y como ejercicio.

* ORCID: orcid.org/0000-0001-6644-1296

La ingeniería de sistemas no es una de las ingenierías más antiguas, en Colombia la profesión es relativamente reciente comparada con otras ingenierías. Según las memorias del I Encuentro Nacional de Programas de Ingeniería de Sistemas–REDIS (2010), se asocia el inicio de la carrera en los años sesenta con el auge de los computadores.

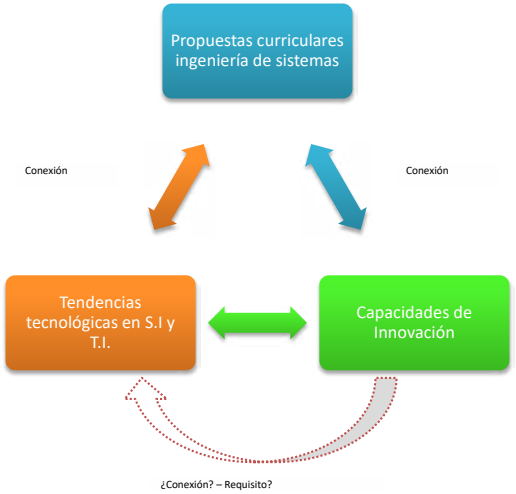
Para el mercado mundial, el ingeniero de sistemas se está camuflando desde su misión, se están delegando funciones de estos profesionales a algunas especialidades técnicas, siendo reemplazados en estas tareas por tecnólogos y técnicos. Con esta situación, algunas empresas ya no ven tan necesaria su participación, los jóvenes se están viendo desmotivados para estudiar la profesión y se está perdiendo la noción de su función (REDIS, 2010). Se conjetura que los currículos de la ingeniería de sistemas no se están viendo fortalecidos en las capacidades innovadoras de principio a fin; estas competencias le permiten a la persona desarrollar la libertad de tomar las oportunidades desde su capacidad de ser y hacer (Nussbaum, 2012). Las capacidades de innovación, según Henao García, López González, & Garcés Marín (2014) deberán ser desarrolladas en paralelo con la creación del conocimiento como un eje fundamental de la generación del mismo.

En cuanto a la razón de ser de la formación del ingeniero de sistemas, como transformador de las Ciencias de la Computación, los currículos de esta disciplina, están sujetos a las grandes tendencias tecnológicas con las que deben alinearse y dar respuesta en forma prospectiva no solo con los requerimientos del hoy, sino los del mañana, los que se estarán tejiendo para el egresado. Si Colombia no se alineara con este desarrollo, correría el riesgo de ser solo importador de tecnología, y no estaría caminando hacia la evolución y competencia con el avance del mundo.

Dado este contexto, surge el siguiente planteamiento del problema:

"No existe evidencia de conexión certera entre los elementos adyacentes y subyacentes al entorno educativo de la ingeniería de sistemas y afines en las universidades de Medellín, específicamente en lo referente a que sus propuestas curriculares estén presentando vinculación de tendencias en el área de los sistemas de información y tecnología de la información y que a su vez el perfil de egresado esté siendo diseñando para incubar y desarrollar capacidades de innovación que sirvan de apalancamiento en la creación y producción de innovación tecnológica". La figura 1, muestra la conexión hipotética del problema:

Figura 1. Conexión hipotética del problema de investigación



Fuente: Elaboración propia

Con base en la definición del problema, los siguientes son los objetivos de la investigación:

Objetivo General

Identificar en las propuestas curriculares de las universidades de Medellín, en los programas de ingeniería de sistemas y afines, la vinculación de capacidades innovadoras necesarias para evolucionar las tendencias en el área de Tecnología de información y sistemas de información y cómo se materializan en productos de innovación tecnológica que aporten a las Ciencias de la Computación y a la sociedad.

Específicos

- Identificar en los programas existentes de ingeniería de sistemas y afines de las universidades de Medellín, los aspectos curriculares que contribuyen al desarrollo de capacidades innovadoras.
- Indagar en las universidades de Medellín, en el momento de realizar sus diseños y ajustes curriculares de los programas de ingeniería de sistemas y afines, si contemplan el desarrollo de las tendencias e investigaciones en cuanto al área de los sistemas de información y la tecnología de la información y comunicaciones, de tal manera, que éstas propuestas vayan en la línea con las ciencias de la computación a nivel local y global.
- Determinar en las propuestas curriculares de las universidades de Medellín que forman ingenieros de sistemas y afines, la relación y el alcance en cuanto al desarrollo de capacidades innovadoras y la vinculación de tendencias tecnológicas de su área para que se puedan traducir en productos de innovación que contribuyan a las ciencias de la computación de manera cíclica en el tiempo.

Desarrollo

El desarrollo de la investigación conectará la Ingeniería de Sistemas, con su entorno. Inicialmente, se profundizará en la definición y comprensión de esta disciplina, se bosquejará su historia y evolución en Colombia, su especificidad y su epistemología. Luego, se ahondará sobre el surgimiento de los computadores y los sistemas de información en el mundo, como fundamento de estudio y nacimiento de la profesión. Posteriormente, se conducirá la investigación hacia la búsqueda de capacidades innovadoras en los currículos, como requisito necesario del desempeño posterior del ingeniero de sistemas y para el cumplimiento de las expectativas que como profesionales deberán desarrollar para dar respuesta a las necesidades marcadas por las tendencias en sistemas y tecnologías de información.

Todo esto se hará en el contexto general del marco educativo de la Ingeniería de Sistemas en las universidades de Medellín, investigando directamente en sus currículos, complementando la investigación con conclusiones de agremiaciones de la profesión y de los educadores de la carrera, quienes han realizado análisis con hechos reales sobre su entorno y su evolución con respecto a la población de estudiantes y la percepción del egresado en el mercado; estos análisis también se apalancan en documentos normativos gubernamentales de la República de Colombia, en argumentaciones de autores como Martha Nussbaum y finalmente, teniendo en cuenta el contexto de la innovación tecnológica en el país así como la investigación como semilla germinadora del conocimiento científico tecnológico.

Finalmente, la investigación ofrecerá la argumentación sobre la importancia de la tecnología en aspectos transversales a todo tipo de usuarios tanto expertos como aficionados, ilustrando el funcionamiento y las necesidades mundiales, llevando a la reflexión de porqué al ingeniero de sistemas le es conveniente desarrollar capacidades innovadoras ya que estas serán herramientas fundamentales para alcanzar su máximo potencial e inquirir en el mundo del usuario de la tecnología descubriendo sus necesidades para ser un constructor dinámico de soluciones.

Conceptos básicos desde las categorías fundantes

Se presentan a continuación las categorías que hasta ahora se definen fundantes para comprender los límites y el horizonte conceptual; no obstante, para el marco referencial han emergido otras adicionales.

Ciencias de la Computación y tendencias tecnológicas. Dahai (2016), nos ayuda a entender que la ingeniería de sistemas estudia los "sistemas", basándose en el concepto que existe para las ciencias de la computación. Significa que para las diferentes ciencias esta definición tiene un contexto diferente. Por ejemplo, para la medicina, existen sistemas según su objeto de estudio: "el ser humano" como, por ejemplo: el sistema digestivo, etc.

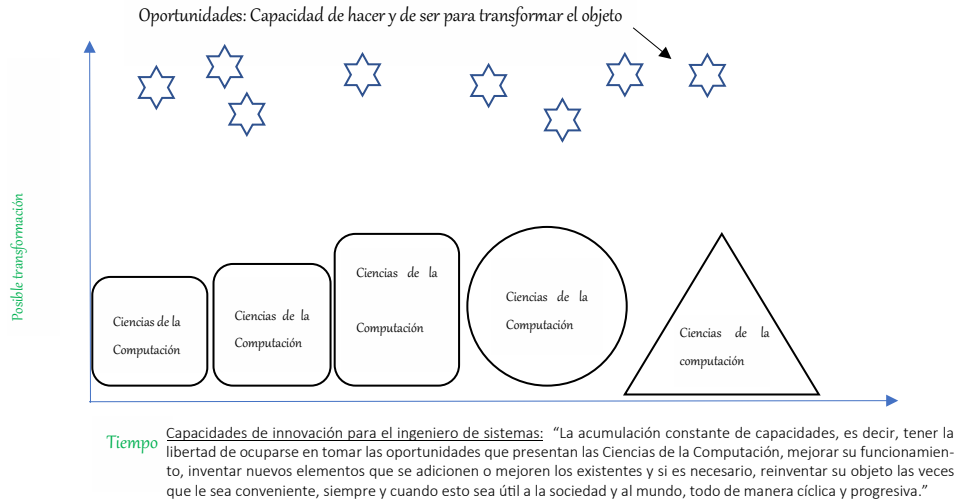
En este sentido, se induce que, para las ciencias de la computación, un sistema es un amplio conjunto de componentes integrados que interactúan mutuamente para alcanzar juntos una función compleja. En términos concretos, lo que llamamos hardware y software.

El resultado de estas ciencias es traducido indudablemente en tendencias tecnológicas, derivadas del constante desarrollo de construcciones científicas, puestas en marcha mediante productos tecnológicos que deben responder a nuevas demandas de innovación. Es por esto que se hace importante ahondar en su desarrollo desde las propuestas curriculares como apalancamiento basado en las capacidades de innovación con miras a tener las facultades necesarias que hagan realidad este contexto.

Capacidades de Innovación. Al ser la propuesta de Nussbaum (2012) una inspiración teórica de la problemática, la investigación toma una postura y construye un concepto de capacidades de innovación, enfocado directa-

mente en los ingenieros de sistemas, tomando de raíz las ideas de la autora, pero, construyendo una concepción propia. Esta significación, define que si el ingeniero de sistemas tiene su objeto de estudio en la estructura de las ciencias de la computación, las capacidades innovadoras, para su caso particular, podrían definirse de la siguiente manera: la acumulación constante de capacidades, es decir, tener la libertad de ocuparse en tomar las oportunidades que presentan las Ciencias de la Computación, mejorar su funcionamiento, inventar nuevos elementos que se adicionen o mejoren los existentes y si es necesario, reinventar su objeto las veces que le sea conveniente, siempre y cuando esto sea útil a la sociedad y al mundo, todo de manera cíclica y progresiva. La figura 2 ilustra la postura.

Figura 2. Capacidades de innovación desde la ingeniería de sistemas



Fuente: Elaboración Propia

El enfoque en capacidades buscado en la investigación se propone desde el desarrollo de las libertades. La idea es que, desde el desarrollo humano, el ingeniero no solo se forme como un propulsor de la economía de un país, sino que, al pensar en ese país, su innovación, su desarrollo, también procure soluciones que socialmente ayuden a la calidad de vida del mismo.

Innovación

A partir de investigación básica, el proyecto pretende ser disruptivo en innovación para la ingeniería de sistemas, partiendo de su proceso curricular y del análisis de las capacidades de innovación como requisito para el desarrollo de innovación tecnológica enmarcado en las ciencias de la computación. Hacia futuro, podrán escalarse sus resultados para ser completados en una investigación-acción y promover el desarrollo de innovación tecnológica en los ingenieros de sistemas.

El proyecto estará alineado al contexto de Innovación en Colombia, como fuente fundamental de la generación de conocimiento, conectado con la evolución de las ciencias de la computación. Se tendrán en cuenta aspectos

gubernamentales de fortalecimiento de la innovación y se relacionarán con las raíces curriculares y el impacto social que coadyuva al desarrollo del país.

Algunos de estos referentes son: Ley de Ciencia, Tecnología e Innovación. [Ley 1286 de 2009]; referentes técnicos mundiales para la ingeniería de sistemas, tales como: El Manual de Oslo, documento para las mediciones de las capacidades de innovación, de la OECD, La "Curricula" de la ACM (Association for Computing Machinery) y la IEEE (Computer Society), 2016, definen y enmarcan tópicos de los currículos para los ingenieros de sistemas y temáticas de la profesión. Estos son algunos ejemplos fuentes de innovación tecnológica que se toman para el estudio.

Referencias

Association for Computing Machinery (ACM), & IEEE Computer Society. (2016). *Curricula 2016– Curriculum Guidelines for Undergraduate Degree Programs in Computer Engineering.* New York: Robert Vizzini. Doi:10.1145/3025098

Dahai , L. (2016). *Systems Engineering.* Cleveland, USA: CRC Press. Recuperado de http://techbus.safaribooksonline.com/book/engineering/9781482282467

Henao García, E., López González, M., & Garcés Marín, R. (2014). Medición de Capacidades en Investigación e Innovación en Instituciones de Educación Superior: Una Mirada Desde El Enfoque de Las Capacidades Dinámicas. *Entramado, 10*(1), 252-271.

Ley 1286 de 2013, por la cual se modifica la Ley 29 de 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones. Congreso de la República. Colombia, 23 de enero del 2009. Recuperado de http://www.colciencias.gov.co/node/302

Nussbaum, M. (2012). *Crear Capacidades.* Bogotá, Colombia: Planeta Colombiana S.A.

OECD; Eurostat;. (30 de mayo de 2017). *Oslo Manual.* Recuperado de www.oecd.org: https://www.oecd.org/sti/inno/2367580.pdf

Poveda Ramos, G. (1993). *Historia Social de la Ciencia en Colombia* (Vol. IV). Bogotá, Colombia: Tercer Mundo Editores.

REDIS, R. D. (2010). I Encuentro Nacional de Programas de Ingenieria de Sistemas-REDIS. En *I Encuentro Nacional de Ingeniería de Sistemas: hacia una prospectiva de la profesión en Colombia.* Paipa, Colombia: Cristina Salazar Perdomo.

Walker, M. (2014). *Universidades, Desarrollo Y Justicia Social: El Enfoque de Capacidades.* Valencia, España: Editorial Universitat Politècnica de València

Ciencias administrativas, económicas y contables

Recursos Tic para el fortalecimiento de competencias matemáticas

Andrés Mauricio Grisales Aguirre*

Resumen

El Ministerio de Educación Nacional en sus lineamientos curriculares, define cinco procesos generales latentes en toda la actividad matemática que configuran lo que significa ser matemáticamente competente: 1) formular y resolver problemas; 2) modelar procesos y fenómenos de la realidad; 3) comunicar el conocimiento matemático; 4) razonar matemáticamente y 5) formular, comparar y ejercitar procedimientos y algoritmos. La experiencia en la enseñanza de la matemática en distintos contextos de formación, ha mostrado que tanto los estudiantes como los docentes encuentran innumerables dificultades para aplicar estos procesos en su quehacer matemático y alcanzar los objetivos que se plantean en el diseño curricular de los cursos de esta área del conocimiento, hecho que se corrobora con los bajos resultados obtenidos en pruebas estándar para medición de la calidad educativa como las pruebas Saber 11°, Saber Pro e incluso en pruebas internacionales como las pruebas PISA, SERCE o TIMSS, además de los altos índices de deserción en programas académicos de pregrado donde el componente matemático tiene una presencia importante en sus planes de estudio.

El presente documento muestra una revisión preliminar del componente teórico-pedagógico que soporta la evolución y desarrollo de recursos TIC aplicados a procesos de enseñanza-aprendizaje de la matemática. Presenta además una revisión no exhaustiva de algunos de estos recursos disponibles en la web y que pueden ser de gran utilidad tanto para docentes como para estudiantes de matemáticas en distintos niveles de formación y una base importante para la creación de recursos interactivos que apoyan el fortalecimiento de competencias básicas en matemáticas, el cual es el objetivo principal de la investigación de la que parte esta revisión preliminar.

Palabras clave

Recursos TIC; Competencias matemáticas; Matemáticas interactivas.

Introducción

En la sociedad de conocimiento actual, la matemática se constituye como un área transversal de gran importancia y que tiene presencia en múltiples campos del conocimiento. Las herramientas que provee esta disciplina para el desarrollo de competencias cognitivas y laborales son: desarrollo de pensamiento lógico y pensamiento sistémico, habilidades de abstracción y generalización de ideas y conceptos y desarrollo de pensamiento inductivo y deductivo (Torrealba, 2010). En los distintos niveles de formación, el desarrollo de estas competencias se ha vuelto una necesidad primaria, buscando formar estudiantes integrales y que tengan la capacidad de desempeñarse en distintos ambientes, no solo en el ámbito académico sino también en el ámbito profesional e investigativo. En esta medida, la necesidad de establecer

[1]Master en Matemática Aplicada. Docente tiempo completo matemáticas y estadística. Grupo de investigación SISCO de la Universidad Católica Luis Amigó. Manizales, Caldas. Correo electrónico: andres.grisalesag@amigo.edu.co. ORCID.org/0000-0002-4385-4474

estrategias que apunten a un desarrollo efectivo y significativo de las competencias matemáticas en los estudiantes de distintos niveles de formación, se ha convertido en los últimos años en una necesidad apremiante, motivada aún más, por los bajos resultados que muestran los estudiantes de esta asignatura en procesos de formación como básica secundaria, media académica e incluso en formación de programas de pregrado. Muchas de estas dificultades están soportadas en una necesidad fundamental: generar estrategias pedagógicas para mejorar el desempeño de los estudiantes en dicha asignatura (Soler-Contreas, Cárdenas-Salgado, Hernández-Pina y Monroy, 2017).

La enseñanza de la matemática ha sido catalogada por varios actores (estudiantes, profesores, padres de familia) como un proceso monótono y mecánico, donde el docente se ha limitado a trasmitir al estudiante los conocimientos que posee en la misma manera como fueron aprendidos por él. Desafortunadamente este método de enseñanza ha generado una gran desmotivación por estudiar matemáticas, aversión por sus contenidos y una pérdida total del interés por buscar cómo esta disciplina tiene aplicaciones en el mundo cotidiano (Torrealba, 2010).

La incorporación de las TIC en la educación a través del diseño y aplicación de entornos interactivos, se convierte en una estrategia importante para la satisfacción de estas necesidades, aportando al proceso de enseñanza-aprendizaje de esta área, recursos como videos educativos, animaciones, simulaciones virtuales y juegos, permitiendo además que los estudiantes tengan una interacción más dinámica con los distintos contenidos, generando en ellos una mayor motivación (Patiño, Bárcenas y Fernández, 2013).

Según MINTIC (2016), en el segundo semestre del 2012 el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, establecen el programa "computadores para educar", donde se ponen a disposición de las secretarias de educación 35.000 tabletas para ser entregadas a título de donación a las entidades que resulten favorecidas bajo los términos de esta convocatoria. En la actualidad esta estrategia está orientada a formar un banco de video tutoriales, simuladores online, recursos de páginas web, aplicaciones y herramientas multimedia, libros digitales, etc. y todo material que se pueda establecer como estrategia didáctica que favorezca la ejercitación, simulación, modelación, práctica y trabajo colaborativo de los estudiantes. Este tipo de estrategias ponen de manifiesto la intención de los entes gubernamentales de promover proyectos pedagógicos al interior de las instituciones para apropiarse de los recursos TIC y para la utilización de los dispositivos móviles como estrategia para mejorar los procesos educativos.

Es por esto que surge la necesidad de proponer estrategias que ayuden a la incorporación de los recursos TIC en los distintos escenarios de aprendizaje, contribuyendo al mejoramiento de los procesos de enseñanza-aprendizaje de distintas áreas, en particular, el área de las matemáticas.

Las ventajas de esta estrategia de trabajo no solo son visibles en los niveles de básica secundaria y media académica, donde es fundamental el desarrollo de competencias matemáticas, sino que también se hacen evidentes en los niveles de formación de los programas de pregrado, donde los estudiantes llegan con grandes vacíos conceptuales en matemáticas básicas, dificultando la asimilación de los temas más avanzados en materias como cálculo diferencial, cálculo integral y estadística.

Desarrollo

Dentro del marco teórico para esta investigación, es importante hablar del enfoque teórico que sustenta el proceso de educación a través del uso de recursos interactivos. En la educación contemporánea, este enfoque es el constructivismo, el cual establece que la mayor parte del proceso de aprendizaje del estudiante procede de una construcción autónoma donde él mismo se reestructura constantemente (Valeiras Esteban, 2006).

Una de las corrientes que se tienen en cuenta para el diseño de este tipo de estrategias es la de Lev Vygotsky (1978), referida a los factores sociales, culturales e históricos y su papel en el desarrollo humano. Según este autor, los seres humanos pueden crear herramientas y signos para transformar el mundo y desarrollar nuevas funciones psicológicas. En este orden de ideas, se entiende que la educación actual se plantea el desafío de estar a la vanguardia de las necesidades y escenarios de la juventud que establecen formas de comunicación a través del internet y el uso frecuente de recursos como YouTube, redes sociales y dispositivos móviles (Valeiras Esteban, 2006).

Esta corriente teórica puede ser complementada también con la teoría de las inteligencias múltiples de Howard Gardner que invita a la utilización de distintas metodologías y diversificación de espacios para potenciar las habilidades de los estudiantes, descartando la hegemonía de los métodos tradicionales de enseñanza-aprendizaje de distintas áreas de estudio, entre ellas naturalmente la matemática (Gardner, 1993).

Estas corrientes de teoría del aprendizaje han sido la base fundamental para la propuesta de estrategias que potencialicen el aprendizaje efectivo de las matemáticas y han evolucionado a lo largo de los últimos 50 años, desde la aplicación de modelos conductistas en donde la evaluación del aprendizaje dependía de la observación de estímulos externos, hasta los modelos cognitivos donde el aprendizaje se ciñe a los procesos mentales asociados con la capacidad de almacenar, organizar y recuperar información de una manera sistemática (algo similar a la manera lógica como procesan la información los computadores), llegando finalmente a un modelo constructivista donde el estudiante empieza a desempeñar un rol más activo en la construcción de su conocimiento y el docente, más que un dueño absoluto de la información, se vuelve un facilitador del aprendizaje (López, 2017).

Esta evolución de las teorías y modelos del aprendizaje viene ligada también a la evolución de las tecnologías digitales aplicadas en procesos educativos. Así por ejemplo se identifica la teoría conductista como la base para el desarrollo de software y aplicaciones de ensayo y error en donde el estudiante va recibiendo de manera secuencial una serie de información sobre la cual se le plantea un conjunto de ejercicios, los cuales, si resuelve de manera correcta, son la clave para continuar en el desarrollo de unidades posteriores (López, 2017).

A su vez, la teoría cognitiva se establece como la base para la creación de sistemas más complejos de instrucción, en la cual a partir de unas ordenes lógicas establecidas se le puede pedir a la máquina que realice cierto tipo de procedimientos (programación). Este tipo de desarrollos son muy utilizados en la actualidad, en los que la virtualidad en los procesos de forma-

ción alcanzan gran relevancia, especialmente en los programas de formación profesional. Estas herramientas plantean actividades para que los estudiantes a través de recursos interactivos como vídeos, modelos, objetos manipulables, entre otros, empiezan a construir el conocimiento, permitiendo además la interacción con otros estudiantes y el profesor, logrando lo que se conoce en la corriente teórica de la pedagogía educativa como aprendizaje colaborativo (López, 2017).

Con lo expuesto hasta aquí se plantea el propósito de presentar una exploración preliminar en la web de los recursos disponibles como apoyo para los procesos de aprendizaje y enseñanza de la matemática, sin ser exhaustivos ni pretenciosos ya que una revisión mucho más detallada y precisa no se constituye como uno de los objetivos centrales del presente trabajo.

Editores web online. Son herramientas disponibles en internet que permiten crear páginas web de forma gratuita y sin necesidad de tener conocimientos en programación. No requieren tampoco la instalación de ningún software o programa especial. A través de estos recursos se pueden integrar distintos OVA (Objetos Virtuales de Aprendizaje) de otros sitios o los que sean diseñados por los usuarios mismos. Algunos de estos, con sus respectivos enlaces, se muestran a continuación:

http://es.wix.com/
https://www.weebly.com/co
https://www.000webhost.com/
https://www.yola.com/
http://edublogs.org/
http://www.freehostia.com/
http://www.webs.com/
https://www.5gbfree.com/
http://es.jimdo.com/
https://www.freehosting.com/

Sofware y recursos. Los más comunes son:

Geogebra. Este es quizás en uno de los programas de acceso libre que más aplicaciones tiene en el diseño de estrategias de aprendizaje de las matemáticas. Inicialmente concebido como un programa para la enseñanza de la geometría en forma dinámica, se ha convertido en un software para experimentar con objetos matemáticos (GeoGebra Institute, 2017).

Maple. Este es un potente programa para cálculo simbólico que ofrece unas grandes posibilidades para trabajar en computación científica y técnicas de modelamiento físico.

Symbolab. Herramienta en línea para aprender, practicar y manipular objetos matemáticos a través del uso de símbolos y texto (Symbolab, 2017).

InterMatia. Sitio web que brinda una serie de ejercicios para practicar los temas de matemáticas de secundaria y bachillerato (InterMatia, 2017).

Aplicaciones.info. Sitio web con actividades interactivas para el aprendizaje de temas básicos en matemáticas con ejercicios prácticos (García, 2017).

JCLIC. Este es un sitio que permite la creación, realización y evaluación de actividades educativas con la plataforma JAVA (ZonaClic, 2017).

ThatQuiz. Plataforma interactiva para la creación y el intercambio de exámenes en línea (ThatQuiz, 2016).

Descartes. Este sitio dispone de materiales didácticos de matemáticas en enseñanza básica con características como controlabilidad por parte del profesor en un tiempo específico, facilidad de uso y cubrimiento de los contenidos

del currículo; son adaptables a la didáctica y metodología que se crea más conveniente, entre otras (Proyecto Descartes, 2016).

MathWay. Sitio web que tiene funcionalidades para realizar diversos tipos de cálculos en diversas ramas de la matemática con problemas de ejemplo (MathWay, 2017).

Sage. SAGE (Software for Algebra and Geometry Experimentation–Software para Experimentación de Algebra y Geometría) es un entorno web que permite la digitalización de contenido matemático (SageMath, 2016).

Wholpram alpha. Es un sitio web que funciona también como una calculadora científica para dar solución a algunos problemas aritméticos o simbólicos (WolframAlpha, 2015).

Innovación

Lo que se ha observado a través de la revisión documental y la exploración de recursos es que el desarrollo y aplicación de TIC en procesos de enseñanza-aprendizaje de la matemática apenas está tomando fuerza en los distintos contextos de formación, ante lo cual, el diseño y aplicación de un entorno interactivo como apoyo para el proceso de formación matemática en estudiantes de secundaria y pregrado tiene un alto componente de innovación, ante lo cual se espera que las habilidades desarrolladas por parte de los estudiantes y la motivación para abordar temas de matemáticas se vean incrementadas en alto grado.

Referencias

García, A. R. (Mayo de 2017). Mates, matemáticas. *Revista Aplicaciones,* (136). Recuperado de http://www.aplicaciones.info/

Gardner, H. (1993). *Estructuras de la mente: la teoría de las múltiples inteligencias.* Barcelona, España: Paidós.

GeoGebra Institute. (Julio de 2017). *Matemática dinámica para aprender y enseñar.* Recuperado de https://www.geogebra.org/?lang=es

InterMatia. (Julio de 2017). *Ejercicios interactivos de matemáticas.* Recuperado de https://www.intermatia.com/home.php

López, L. R. (2017). Indagación en la relación aprendizaje–tecnologías digitales. *Educación y Educadores, 20*(1), 91-105.

MathWay. (Marzo de 2017). *Math problem solver*. Recuperado de https://mathway.com/

MINTIC. (2016). *Computadores para educar*. Recuperado de http://www.computadoresparaeducar.gov.co/PaginaWeb/index.php/es/

Patiño, N. M., Bárcenas, S. y Fernández, J. M. (2013). Estrategias mediadas por la tecnología que contribuyen al desarrollo y socialización del conocimiento en matemáticas. *Zona próxima,* (19), 95-106.

Proyecto Descartes (Agosto de 2017). *Red educativa digital Descartes. Recuperado de http://proyectodescartes.org/descartescms/*

SageMath. (Diciembre de 2016). *Open Source Mathematical Software System*. Recuperado de http://www.sagemath.org/es/

Soler-Contreas, M., Cárdenas-Salgado, F., Hernández-Pina, F. y Monroy-Hernández, F. (2017). Enfoques de aprendizaje y enfoques de enseñanza: origen y evolución. *Educación y Educadores, 20*(1), 65-88. Doi:10.5294/edu.2017.20.1.4

Symbolab. (Julio de 2017). *Symbolab Math Solver.* Recuperado de https://es.symbolab.com/

ThatQuiz. (Septiembre de 2016). *Tu examen de matemáticas–tu test de álgebra–tu ejercicio de geometría–se hacen aquí*. Recuperado de https://www.thatquiz.org/es/

Torrealba, H. (2010). Currículo, internet y matemáticas escolares. *Integra Educativa, 3*(2), 263-278.

Valeiras Esteban, B. N. (2006). *Las TIC integradas en un modelo constructivista para la enseñanza de las ciencias.* Burgos, España: Universidad de Burgos.

Vygotsky, L. (1978). *Pensamiento y lenguaje.* Madrid, España: Paidós.

WolframAlpha. (30 de septiembre de 2015). Recuperado de http://www.wolframalpha.com/

ZonaClic. (Mayo de 2017). JClic. Entorno virtual. Recuperado de http://clic.xtec.cat/es/jclic/

Normatividad en empaques, embalajes y etiquetados para la exportación de alimentos procesados a los Estados Unidos de América

Camilo Alberto Higuita Cárdenas*
Henry Heli González Gaitán**

Resumen

En el contexto de un mercado mundial completamente globalizado y teniendo en cuenta que Colombia en los últimos años ha iniciado un proceso de apertura a través de la firma de acuerdos comerciales con el propósito de ampliar su oferta exportadora hacia diferentes regiones del mundo, es de vital importancia el conocimiento y la comprensión de la normatividad de los empaques, embalajes y etiquetados de las mercancías objeto de exportación, ya que es un aspecto que se ha vuelto crítico en las operaciones de comercio internacional.

Dentro de los diferentes acuerdos comerciales que ha negociado Colombia, el de los Estados Unidos de América ofrece un gran potencial para las empresas exportadoras de alimentos procesados, dada la capacidad de compra y la necesidad de ciertos alimentos que no se producen o su producción no es competitiva en ese país. En este orden de ideas, las empresas colombianas se ven en la obligación de acogerse a toda la normatividad en materia de empaques, embalajes y etiquetado dictaminada por este acuerdo.

La experiencia profesional y la práctica han evidenciado el desconocimiento que tienen los empresarios colombianos con respecto a este tema, razón por la cual, el propósito de esta investigación es identificar los aspectos legales a tener en cuenta sobre empaques, embalajes y etiquetados para la exportación de alimentos procesados a Estados Unidos, con el objetivo de que las empresas no incurran en sobrecostos por rechazos de esos productos debido al desconocimiento en la normatividad.

Palabras clave

Empaque; Embalaje; Etiquetado; Normatividad.

Introducción

La investigación tiene como objetivo, identificar la normatividad de empaques, embalajes y etiquetados que las empresas colombianas deben cumplir para la exportación de alimentos procesados a los Estados Unidos; tema que es de vital importancia para los empresarios de este sector puesto que el incumplimiento en la norma generaría que a dichos productos no se les permitiera ingresar al mercado norteamericano por parte de las autoridades de control en ese país, generando sobrecostos a los exportadores que se verían obligados a reembarcar

[1] Magíster en Relaciones Internacionales Iberoamericanas. Docente de Negocios Internacionales, Universidad Católica Luis Amigó. Grupo de Investigación ECOSOL, entidad cofinaciadora Uniminuto, Medellín – Colombia. Correo electrónico: camilo.higuitaca@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0003-0698-8518

[2] Magister en Educación Docencia. Docente Uniminuto sede Bello-Antioquia, Colombia. Grupo de Investigación GICEA. Correo electrónico: hgonzal7@uniminuto.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0002-4937-907X

de nuevo sus productos a Colombia para poder adecuar sus empaques, embalajes o etiquetados con base a lo que ese mercado les exige.

Para evitar que esto suceda, esta investigación se planteó con el objetivo de identificar todos los aspectos que los empresarios deben tener en cuenta para poder empacar, embalar y etiquetar sus productos de exportación y así evitar que una vez el producto llegue a la aduana norteamericana, el embarque no vaya a ser rechazado y sea devuelto a Colombia o sea destruido por no cumplir con las exigencias que el mercado les está exigiendo.

Desarrollo

Para empezar se definirá qué es el empaque, embalaje y etiquetado de un producto para luego proceder a identificar las características encontradas hasta el momento en la investigación, que las empresas deben cumplir para exportar alimentos procesados a los Estados Unidos de forma satisfactoria.

Procolombia (2016) define el empaque como "aquel que contiene al envase primario, otorgándole protección o exhibición adicional. Por ejemplo, una caja plegadiza o estuche que contiene una botella de whisky o una caja plegadiza que contiene varias chocolatinas que se venden por unidad" (p. 18). Así mismo da la definición para el embalaje:

> Es el que unifica, protege y distribuye el producto a lo largo de la cadena logística. Debe resistir las operaciones de almacenamiento, transporte y distribución y evitar daños en la manipulación durante la travesía desde el centro de fabricación del producto, hasta el consumidor final (p. 18).

> La definición internacionalmente aceptada de etiqueta es cualquier marbete, rótulo, marca, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o en huecograbado o adherido al envase de un alimento. El etiquetado incluye cualquier material escrito, impreso o gráfico que contiene la etiqueta, acompaña al alimento o se expone cerca del alimento, incluso el que tiene por objeto fomentar su venta o colocación (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2013, párr. 1).

Las empresas para empacar sus productos pueden utilizar varios materiales de empaque, como por ejemplo: cartón, plástico, vidrio, madera, metálicos, papel o fibras (de material textil) y luego unitarizar la carga sobre estibas. Para el presente artículo se hace énfasis en los embalajes de madera (aquí se incluyen las estibas) puesto que puede representar un problema en el comercio internacional de mercancías ya que "la madera, provenga de árboles vivos o muertos, puede estar infestada de plagas" (Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria-CIPF, 2016, p. 6).

Para evitar la dispersión de plagas alrededor del mundo, la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) o International Plant Protection Convention (IPPC) creó la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias N° 15.

> La NIMF No. 15 describe las medidas fitosanitarias que disminuyen el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias asociadas con la movilización en el comercio internacional de embalaje de madera fabricado de madera en bruto. Las medidas fitosanitarias aprobadas que disminuyen considerablemente el riesgo

> de introducción y dispersión de plagas a través del embalaje, consisten en el uso de madera descortezada y en la aplicación de tratamientos aprobados. (Instituto Colombiano Agropecuario-ICA, 2017, párr. 1).

En Colombia, la entidad encargada de velar por esta norma fitosanitaria es el Instituto Colombiano Agropecuario-ICA, entidad a la cual las empresas productoras de este tipo de embalajes, incluidas las estibas de exportación, se deben dirigir para colocar los sellos distintivos de esta normatividad y no tener luego problemas en el país de destino.

Las estibas o pallets son armazones que son construidos de varios materiales, como la madera, plástico, cartón o materiales mezclados que se emplean para la movilización de cargas, facilitando el levantamiento y manejo de las mismas mediante carretillas elevadoras. Las medidas de las estibas más comunes vienen determinadas mediante la norma ISO 3394; una de ellas se denomina el palé europeo con medidas de 1200 mm x 800 mm y el palé universal o americano con medidas 1200 mm x 1000 mm (ver figura 1).

Figura 1. Visualización de una estiba o palé universal

Figura 1. Imagen de un palé universal, obtenida del blog "los palets como material de diseño" de la Universidad Católica de Córdoba-Argentina.

El principal objetivo de colocar la mercancía sobre las estibas es facilitar y agilizar el movimiento de las unidades de carga como ya se dijo anteriormente, la idea es que queden de la siguiente forma (ver figura 2):

Figura 2. Mercancía paletizada

Figura 2. Imagen obtenida de "manual de logística de paletización" de GS1 Costa Rica.

En el comercio internacional la estiba o palé que se utiliza con mayor frecuencia es la de madera, por lo que una vez las empresas exportadoras embarcan sus productos a los Estados Unidos lo hacen en su mayoría sobra palés de madera, debiendo ser estas estibas certificadas por el Instituto Colombiano Agropecuario-ICA con el logo (ver figura 3).

Figura 3. Logotipo de la normatividad NIMF-15

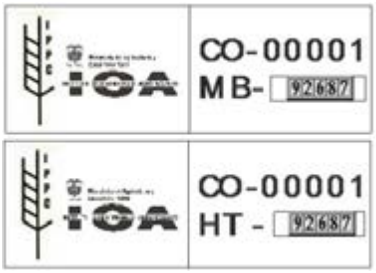


Figura 3. Imagen obtenida de la resolución No. 01079 del 3 Junio de 2004 del ICA

De la figura 3 se debe resaltar que hay dos tratamientos autorizados para esta normatividad: El HT, Heat Treatment o tratamiento térmico y el MB que es el tratamiento con Methyl Bromide o bromuro de metilo.

Los otros datos se explican en la siguiente imagen, respecto a la última actualización que hace la Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria, adoptada en 2013 y publicada en 2016 (ver figura 4).

Por lo anterior, las estibas o huacales de madera deben de quedar marcadas de la siguiente forma (ver figura 5).

Figura 4. Explicación de la información contenida en el sello reglamentario de la norma NIMF-15

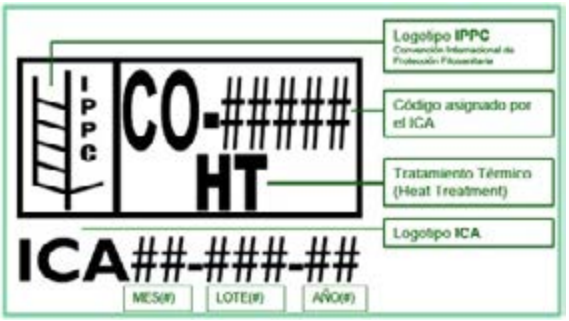


Figura 4. Imagen obtenida de la página Web del ICA bajo el título "Sello reglamentario (marca)"

Figura 5. Aplicación del sello de la norma NIMF-15 sobre embalajes de madera

Figura 5. Imagen obtenida de la página Web del ICA bajo el título "Aplicación de la marca"

Una vez comprendido que para poder exportar, en este caso productos alimenticios a los Estados Unidos, siempre que se vaya a estibar o se vaya a embalar la mercancía en embalajes de madera, se debe tener en cuenta esta reglamentación para que la aduana norteamericana no vaya a detener el embarque por temor a dispersión de plagas cuarentenarias en ese país, incrementando los costos de exportación a los empresarios colombianos.

Finalmente, en lo referente a los etiquetados de los envases o empaques de los alimentos, dependiendo del tipo de alimento que se esté exportando, pueden variar las etiquetas de cada uno de los envases o empaques, ya que no va a ser lo mismo empacar cárnicos o lácteos a empacar y exportar cereales o conservas.[1]

A continuación, se puede visualizar la imagen de una etiqueta de un producto alimenticio, el cual, por lo general debe de llevar la siguiente información y que es común para casi todos los alimentos procesados producto de exportación[2] (Ver figura 6).

Figura 6. Etiquetado de un producto alimenticio de exportación.

Figura 6. Imagen obtenida de la página Web de la FDA bajo el título "Changes to the Nutrition Facts Label"

En la figura 6 se puede ver la información de forma muy general que se requiere para etiquetar un producto alimenticio de exportación a Estados Unidos. Si se aprecia bien la imagen se pueden identificar los nuevos cambios que la aduana de Estados Unidos exige para que los productos no vayan a ser devueltos de ese mercado por no seguir dichas recomendaciones.[3]

Los principales cambios que se presentaron en la etiqueta son: servings per container debe ser en letra más grande en comparación con la versión de la etiqueta original; serving size en negrilla y en el mismo tamaño de servings per container; las calorías en negrilla y un tamaño superior con respecto a la etiqueta original, así como al resto de la información de la etiqueta. Es obligatorio en todas las etiquetas colocar: grasas totales, grasas saturadas y grasas transaturadas; azúcares añadidos (added sugars); porcentaje de vitamina D y potasio; y calcio y hierro. Vitaminas A y C no es obligatorio, pero se pueden agregar.

[1] La Food and Drug Administration-FDA ha publicado una guía general de cómo etiquetar los alimentos de exportación a Estados Unidos, el cual se puede ver en este link https://www.fda.gov/downloads/food/guidanceregulation/ucm265446.pdf , sin embargo, dependiendo del tipo de producto que se vaya a exportar se debe de indagar mucho más en la página Web de esta entidad para determinar correctamente la información que debe de llevar la etiqueta.

[2] Constantemente la página Web de la FDA informa los cambios en la normatividad sobre las etiquetas de los productos.

[3] El siguiente link ofrece un ejemplo de una etiqueta original vs el nuevo formato y explica los cambios: https://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm385663.htm

La explicación del porcentaje de valor diario cambió para ofrecer mayor claridad sobre lo que significa este término. Se debe eliminar de la etiqueta: calorías desde la grasa (calories from fat).

Innovación

Este proyecto de investigación se está haciendo de forma aplicada, ya que se están encuestando empresas colombianas que exportan actualmente productos alimenticios a los Estados Unidos para poder identificar con claridad toda la normatividad exigida por este mercado para poder exportar con éxito a este país.

Del resultado de esta investigación se pretende aportar a la comunidad académica y empresarial que tengan como objetivo en el futuro exportar productos alimenticios a los Estados Unidos para que puedan tener información sobre la normatividad que se debe llevar a cabo para poder exportar estos productos a este mercado y no fracasar en el intento.

Referencias

Food and Drug Administration-FDA. (2017). *Changes to the Nutrition Facts Label.* Recuperado de https://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm385663.htm

GS1 Costa Rica. (2003). *Manual de logística de paletización.* Edición 2. Recuperado de http://www.gs1cr.org/wp-content/uploads/2016/04/manual_logistica.pdf

Instituto Colombiano Agropecuario, ICA. (2017). *NIMF No. 15–Reglamentación para embalajes de madera utilizados en el comercio internacional–Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias*. Recuperado de http://www.ica.gov.co/Embalajes.aspx

Instituto Colombiano Agropecuario, ICA. (2004). *Resolución 01079 del 3 de junio de 2004*. Recuperado de http://www.ica.gov.co/Embalajes/Legislaciones/2004r1079.aspx

Instituto Colombiano Agropecuario, ICA. (2017). *Sello reglamentario (marca)*. Recuperado de http://www.ica.gov.co/Embalajes.aspx

Instituto Colombiano Agropecuario, ICA. (2017). *Aplicación de la marca.* Recuperado de http://www.ica.gov.co/Embalajes.aspx

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2013). *El etiquetado de los alimentos,* ¿Qué es una etiqueta alimentaria? Recuperado de http://www.fao.org/ag/humannutrition/foodlabel@172033/es/

Procolombia. (2016). *Manual de empaque y embalaje para exportación*. Recuperado de http://www.procolombia.co/sites/default/files/manual_de_empaque_y_embalaje_para_exportacion.pdf

Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF). (2016). *Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional.* Recuperado de https://www.ippc.int/static/media/files/publication/es/2016/01/ISPM_15_2009_Es_2016-01-14.pdf

Universidad Católica de Córdoba. (2012). *Los palets como material de diseño*. Recuperado de http://blog.ucc.edu.ar/ssh/files/2012/09/LOS-PALETS.pdf

La contabilidad de costos basados en resultados –RBC- del libro contabilidad de costos un enfoque de enseñanza para no contadores

Elizabeth Valencia Giraldo*

Resumen

La propuesta de libro, producto de investigación, *La contabilidad de costos: un enfoque de enseñanza para no contadores*, pretende llegar a los estudiantes de una manera fácil y didáctica. Con especial cuidado del rigor científico que deben observar los textos académicos y utilizando las experiencias cotidianas, se hace un recorrido desde los conceptos básicos hasta los recientes estudios de costos basados en resultados cuyos fundamentos teóricos surgen de la teoría de la lógica institucional y la teoría de difusión innovadora.

En términos metodológicos se sigue la lógica del constructivismo experiencial, es decir aprendizajes basados en experiencias. En ese sentido se siguen las siguientes fases: recolección de la información sobre perfil institucional universitario, caracterización de los educandos matriculados en los programas de Administración de Empresas y Negocios Internacionales, y prácticas innovadoras que motiven a la asimilación de los contenidos; con ejercicios secuenciales de escritura y demostración.

Con este texto se espera hacer un aporte académico importante al proceso de la enseñanza y el aprendizaje dentro de la Universidad Católica Luis Amigó, con proyección interdisciplinar a los distintos programas de la institución universitaria.

Palabras clave

Costos básicos; Contabilidad de costos; Costos basados en actividades; Costos basados en resultados; Costos para la toma de decisiones.

Introducción

Esta propuesta de publicación, producto de investigación, intenta responder al problema ¿Cómo proponer un modelo de Enseñanza *contabilidad de costos* para no contadores?, sobre la base de que la contabilidad constituye una materia de integración social en las relaciones económicas. Bajo esta perspectiva, surge como objetivo, aportar elementos para la comprensión de costos basados en resultados que le permitan a no contadores, el desempeño competente dentro de relaciones socioeconómicas en contexto. Se trata de una experiencia investigativa que encuentra su justificación en las prácticas contables en contexto, necesidad esencial para todo profesional dentro de un mundo cada vez más globalizado. Es importante destacar que en el marco de este planteamiento investigativo, se precisan barreras que constituyen retos: la creación de sentido contable de costos entre los estudiantes, el uso de

* Magister en Educación y Derechos Humanos, Especialista en Finanzas, Preparación y Evaluación de Proyectos, Contador Público. Docente asignado a la Facultad de ciencias administrativas, económicas y contables de
La Universidad Católica Luis Amigó. Miembro del grupo de investigación Contabilidad, ambiente y sociedad – CONTAS avalado por la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín – Colombia. Correo electrónico: elizabeth.valenciagi@amigo.edu.co, ORCID 0000-0002-8671-8165

herramientas electrónicas y el acercamiento a nuevos conceptos en el mundo de las relaciones contables, son entre muchos, preocupaciones al interior del diseño, para los cuales se espera que esta experiencia responda con elementos académicos demostrables.

En el trabajo se desarrollaron cinco unidades que constituyen capítulos dentro de la exploración del modelo de enseñanza de contabilidad para no contadores. La primera unidad está referida a "Aspectos generales de los costos"; en esta se estudian los conceptos de desembolso, costos y gastos y sus diferencias conceptuales desde la cotidianidad de los estudiantes. En la segunda unidad, denominada "Elementos del costo", se desarrollan las partes que componen un coste y la determinación de su valor. La tercera Unidad trata el tema de "Los informes de costos" y tiene como objeto transcurrir por los reportes de costos entregados a los usuarios de la información. En la cuarta de unidad, se trabaja "La toma de decisiones", y se pretende aportar herramientas para el análisis de la información de costos y la adopción de disposiciones basadas en la información. La quinta y última unidad se ocupa de "El sistema de costos basado en resultados" y con esta se pretende que al llegar allí, los estudiantes sepan sobre los elementos del sistema de costos basados en resultados o Results based costing–RBC.

En conclusión, este trabajo de investigación pretende dejar en claro que la contabilidad de costos es un área específica dentro de la formación de cualquier persona en la sociedad y lo es aún con mayor énfasis, para quienes optan por una carrera profesional. La contabilidad de costos forma parte del sistema económico que rige las formas de integración sociocultural en el mundo, y en torno a esta surgen cada día instrumentos que hacen posible la comprensión económica del mundo y sus dinámicas globalizadoras. Por los constantes cambios económicos las teorías también toman nuevos rumbos y en este caso pensar en los costos basados en resultados (RBC) constituye una mira oportuna de esta innovadora teoría.

Desarrollo

Los acelerados cambios sucedidos a finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI han definido las características intelectuales y personales que deben tener los actuales profesionales en áreas administrativa, económica y contable para enfrentar adecuadamente los retos impuestos por las nuevas realidades geopolíticas y geoeconómicas sucedidas a nivel global. En tal sentido un texto de contabilidad de costos bajo un enfoque de enseñanza para no contadores, con un acercamiento al primer estudio sobre RBC -Contabilidad de Costos basados en Resultados- disponible en la actualidad en la contabilidad y las investigaciones de la literatura de gestión (Alsharari, 2016) brinda elementos conceptuales fundamentales en los sistemas de gestión, administración y organización empresarial; elementos que son primordiales para entender el éxito de cualquier proceso administrativo, ejecutado a nivel local, nacional, regional o global.

A través de la práctica profesional en la docencia, dirigiendo la asignatura de contabilidad de costos para estudiantes de administración de empresas y negocios internacionales, se observa que los educandos no poseen conceptos

previos en dicho tema ni en los contenidos afines, falencia que finalmente repercute en los esfuerzos, desempeños y resultados académicos obtenidos por los estudiantes en estas áreas.

Los educandos de la Universidad Católica Luis Amigó son jóvenes de corta edad, muchos de ellos están recién egresados de la educación media académica, sin conocimientos previos en ciencias administrativas, económicas o contables; algunos poseen una corta experiencia laboral en áreas que nos ocupan. Además, presentan una baja comprensión de textos académicos especializados, lo cual se puede interpretar, que puede ser una consecuencia de los pocos conocimientos previos sobre las temáticas trabajadas en contabilidad de costos y los escasos niveles de experiencia laboral alcanzados al momento de iniciar sus estudios. Estas debilidades fueron razones suficientes para pensar en la posibilidad de escribir un texto dirigido a no contadores, a través del cual, se pueda, de forma clara y sencilla, enseñar temas para el aprendizaje de la contabilidad de costos y las decisiones administrativas con acercamiento a contenidos de reciente aplicación en las organizaciones empresariales que tienen una marcada tendencia a los resultados.

Uno de los objetivos perseguidos con la realización del texto estará enmarcado dentro de la misión de la Universidad, como es la de "generar, conservar y divulgar el conocimiento científico, tecnológico y cultural, para la formación de profesionales con conciencia crítica, ética y social con el fin de contribuir al desarrollo integral de la sociedad". (Funlam, 2016, pp. 12-13). En tal sentido se estaría actuando en congruencia con la visión universitaria, la cual propone promover "la formación de seres humanos integrales en la búsqueda de la trascendencia, la calidad de vida y la dignidad" (Funlam, 2016, p. 13).

La propuesta del libro además, pretende llegar al estudiante con un lenguaje sencillo, tendrá la rigurosidad formal para satisfacer sus necesidades en los temas; para los educadores, será un texto que les garantice manejar sus cursos con la flexibilidad deseada de acuerdo con los currículos.

El texto presentará una rigurosidad en los temas, coherencia y conexión entre los contenidos, explicación detallada del sustento teórico y práctico de la contabilidad de costos; incluye ejemplos claros de cada uno de los contenidos trabajados; además de la bibliografía propia de los temas y contenidos, se incluye una bibliografía sugerida para quien desee profundizar en ellos.

En búsqueda de que la obra se convierta en una herramienta de fácil acceso, comprensible y sencilla en sus explicaciones para la enseñanza y el aprendizaje de los costos y la toma de decisiones, la organización temática de la propuesta de libro estará pensada hacia el estudiante, lo debe orientar, guiar y facilitar los procesos de asimilación de los contenidos trabajados. Además los temas estarán pensados dentro de un marco de interdisciplinariedad, favoreciendo así la correspondencia con los perfiles profesionales que lo estudien.

Innovación

Es justamente, la intención de abordar nuevas teorías de la contabilidad de costos, teorías muy recientes en las investigaciones sobre contabilidad de gestión, lo que hace un interesante aporte a la formación profesional de los estudiantes.

Referencias

Alsharari, N. M. (2016). Results based costing (RBC) system: Questioning the unit of analysis in ABC. *Corporate Ownership & Control, 13*(2), 578-603. Recuperado de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2746068

Funlam. (2016). Acuerdo superior no. 12 del 4 de noviembre de 2016, por medio del cual se adopta el Proyecto Educativo Institucional de la Universidad Católica Luis Amigó. Medellín, Colombia.

El clima laboral y su incidencia en la productividad de las pymes en el sector confección. Caso: Industrias calidad y moda

James Alberto Marulanda Patiño*
Luis Fernando Quintero Arango**

Resumen

En las empresas del sector confección, el clima laboral es un tema álgido para su manejo ya que influye directamente con la productividad y competitividad de las organizaciones. Según Varela, Puhl, & Izcurdia (2013), el clima laboral (o también definido como clima organizacional por algunos autores) es un tema de gran importancia empresarial ya que busca el mejoramiento continuo, con el fin de aumentar la productividad teniendo como principal insumo al recurso humano con el que cuentan las empresas, puesto que un empleado que se sienta bien en su lugar de trabajo, se sentirá bien consigo mismo y con todo lo que lo rodea.

Hay autores, como Gilmes (1971) como se citó en Chiavenato (2014), que sostienen que:

> El concepto de clima laboral implica factores estructurales, como el tipo de organización, la tecnología que se utiliza, las políticas de la empresa, las metas operacionales, los reglamentos internos, además de las actitudes y el comportamiento social que son alentados o sancionados por vía de los factores sociales (p. 273).

Este proyecto de investigación que se encuentra en desarrollo y ejecución, quiere establecer, cómo desde la aplicación de encuestas a los empleados y el análisis de sus resultados, se puede crear un plan de acción que apunte al mejoramiento del clima laboral de la organización y por ende a un aumento en la productividad.

Palabras clave

Clima laboral; Productividad; Recurso humano; Pymes (pequeñas y medianas empresas).

Introducción

Tal como lo expresa Juárez-Adauta (2012), "El clima laboral actualmente ha adquirido una importancia vital y se le considera parte fundamental de la estrategia de una organización" (p. 307). En ese orden de ideas, los gerentes de las empresas visualizan la necesidad de formarse en todo lo relacionado con recursos humanos con el fin de adquirir las habilidades directivas blandas para la resolución de conflictos al interior de las organizaciones.

En las pymes, pertenecientes al sector confección, el clima laboral puede verse afectado tanto por factores internos (iluminación, maquinaria, relación entre compañeros de trabajo, relación

* Magister en Administración de Empresas, Especialista en Gerencia del Desarrollo Humano, Administrador de Empresas. Docente asignado a la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Grupo Goras. Entidad financiadora, Universidad Católica Luis Amigó 80%, Industrias Calidad y Moda 20%. Medellín, Colombia. Correo electrónico: james.marulandapa@amigo.edu.co. ORCID: http://Orcid.org/0000-0001-5418-2645

** Magister en Dirección de Marketing, Especialista en Negocios Internacionales, Administrador de Empresas. Docente asignado a la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Grupo Goras. Entidad financiadora, Universidad Católica Luis Amigó 80%, Industrias Calidad y Moda 20%. Medellín, Colombia. Correo electrónico: luis.quinterora@amigo.edu.co. ORCID: http://orcid.org/0000-0002-6268-065X

entre jefe y empleado, conflictos personales, reglamento de trabajo interno de la empresa, salarios, etc.), como por aquellos externos a la organización (entorno familiar y variables sociales en donde se mueve el empleado). En cada uno de los casos, tanto la productividad, como la competitividad y la eficiencia pueden verse afectadas considerablemente si no se cuenta con un clima organizacional que apunte al desarrollo efectivo de las operaciones que realiza la empresa en cuanto a la producción de bienes. Para este proyecto de investigación, se indagará por aquellos factores internos, los cuales pueden ser determinantes para un excelente desempeño del empleado.

Según Toro (2002), la productividad puede ser vista desde el rendimiento organizacional o desde el punto de vista de rendimiento individual. En el primero se consideran elementos del orden económico, tecnológico, organizacional o administrativo. En la productividad individual, se analizan aquellas variables como los conocimientos, las habilidades, las motivaciones de las personas, sus expectativas, entre otras. Estos dos conceptos, aunque son diferentes, se relacionan ya que la productividad individual es uno de los determinantes de la productividad organizacional.

Según las estadísticas arrojadas por la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2016), en la capital antioqueña hay 11.327 pymes registradas y constituidas legalmente, de las cuales 1.661 pertenecen a la industria manufacturera, lo que equivale al 14.7% del total de las pymes de tal sector contabilizadas en el año anterior.

En las Pymes, especialmente del sector confección, en el área de producción, la alta rotación de personal es un fenómeno donde se evidencia que conformar un equipo de trabajo estable es complicado, lo cual genera que el clima laboral sea cambiante y no se pueda mantener una productividad que sea importante y acorde con los parámetros esperados por los dueños de la compañía. Es por esto que se pretende gestionar, implementar y establecer estrategias que permitan mejorar el clima organizacional en Industrias Calidad y Moda.

Pregunta orientadora

¿Cómo ha sido la incidencia del clima laboral en la productividad de la compañía Industrias Calidad y Moda?

Objetivos

- Realizar el diagnóstico organizacional sobre clima laboral, a través de encuestas que se realizarán a los empleados de la compañía Industrias Calidad y Moda.
- Proponer alternativas para el mejoramiento del clima laboral de la compañía Industrias Calidad y Moda
- Establecer un documento escrito que sirva como guía para el mejoramiento del clima laboral y que apunte al incremento de la productividad al interior de la organización.

Desarrollo

Clima laboral. Es "el ambiente de trabajo percibido por los miembros de la organización y que incluye estructura, estilo de liderazgo, comunicación, motivación y recompensas, todo ello ejerce influencia directa en el comportamiento y desempeño de los individuos" (Sandoval-Caraveo, 2004, p. 84).

Productividad. "La productividad de la empresa implica entonces eficiencia, efectividad y también asumir las responsabilidades sociales y humanas que se derivan de su relación con el hombre y la sociedad" (Toro, 2002, p. 262).

Recurso humano. Este concepto hace referencia a los empleados de la organización, en cualquiera de sus niveles, tanto en cargos operativos y administrativos como en aquellos gerenciales o de toma de decisiones. Álvarez y Castro (2001), explican que, aunque el empleado es un recurso de la organización, tiene sus diferencias con respecto a los demás activos tangibles de la misma organización, puesto que este no se puede vender ni es propiedad de la empresa en donde labora.

Innovación

El aporte que se espera realizar con el proyecto de investigación está orientado a la parte empresarial y gerencial, puesto que se construirá una cartilla que apunte a la consolidación del clima laboral y por ende al mejoramiento de la productividad en el área de producción de la compañía Industrias Calidad y Moda. Debido al tipo de empleados con los que cuenta la empresa, en donde la mayoría son personas con bajo nivel académico, los contenidos de esta deben ser acordes con el tipo de público objetivo al cual va enfocada esta estrategia organizacional.

Referencias

Álvarez, D., y Castro, C. (2001). Dirección de los recursos humanos estratégicos. *Revista Galega de Economía, 10*(1), 1-18. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39110102

Cámara de Comercio de Medellín. (2016). *Estructura Empresarial.* Recuperado de http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Empresariales/Informacion-Empresarial/Estadisticas-Camara.aspx

Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. 8a Ed. Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.

Juárez-Adauta, S. (2012). Clima organizacional y satisfacción laboral. *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social, 50*(3), 307-314. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457745495014

Sandoval-Caraveo, M. (2004). Concepto y dimensiones del clima organizacional. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas, 10*(27), 83-88. Recuperado de http://clases.ugb.edu.sv/multimedia/Dimensiones_del_clima_organizacional.pdf

Toro, F. (2002). *Desempeño y Productividad*, Medellín, Colombia: Cincel.

Varela, O., Puhl, S. M., & Izcurdia, M. A. (2013). Clima laboral y mobbing. *Anuario de Investigaciones, 20*(1), 23-26. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=369139949055

Orientación al mercado: herramienta para la generación de ventaja competitiva e innovación en comercializadoras de químicos

Juan Santiago Calle Piedrahita*

Resumen

Las distribuidoras de químicos desde la gestión del mercadeo impulsan estrategias para impactar mejor la compra y la recompra; sin embargo, los factores diferenciadores son pocos y estos son explotados al máximo. Por tanto, la orientación al mercado impulsa la ventaja competitiva y a su vez la innovación en la gestión comercial. El objetivo de la ponencia es identificar los factores que influyen, en la orientación al mercado y la generación de ventajas competitivas que promueven la innovación. La metodología empleada permitió realizar la encuesta de MARKOR (Kohli, Jaworski & Kumar, 1993) a empresarios distribuidores de químicos en la ciudad de Medellín entre los años 2015-2016. El resultado obtenido fue de un alfa de cronbach de 0,840. Los principales hallazgos son: entre mayor orientación al mercado genera mayor innovación; sin embargo no generan igual crecimiento de valor en la ventaja competitiva. En conclusión las organizaciones buscan innovar, siempre y cuando vinculen una visión hacia la orientación al mercado.

Palabras clave

Orientación al mercado; Ventaja competitiva; Innovación.

Introducción

La orientación al mercado es un proceso de comprender los requerimientos de los clientes con base en investigaciones de hábitos del consumidor. Estudios anteriores, demuestran un cambio constante para la adquisición de productos nuevos, por desconfianza en el uso y por condiciones específicas de los requerimientos de los consumidores (Solomon, Russell-Bennett & Previte, 2013). Asimismo, configuran estrategias de innovación (Camisón & Villar-López, 2014) para vincular al consumidor a aceptar productos, mejorar los medios logísticos y posicionar la marca. Al mismo tiempo, estas aportan a descubrir ventajas competitivas (Porter, 2015) en relación con el valor percibido por los clientes para gerenciar las capacidades de la empresa y distinguirse ante la competencia. Además, hay investigaciones de orientación al mercado desde la influencia de las finanzas (Montoya, Figueroa & Carreón, 2016), enfoques de la tecnología (Ynzunza Cortés, Izar Landeta & Ávila Acosta, 2014), impactos en la estructura organizacional (Marín-Idárraga & Campos, 2015) y propuesta de innovación (Ozkaya, Droge, Hult, Calantone & Ozkaya, 2015) de productos y estudios que explican la influencia de la globalización (Cleveland, Rojas-Méndez, Laroche & Papadopoulos, 2016) desde la orientación al

* Magíster en Administración, Doctorado en Ingeniería, Industria y Organizaciones. Docente-investigador, Universidad Nacional de Colombia, Universidad Católica Luis Amigó Medellín, Colombia. Correo electrónico: jscallep@unal.edu.co. ORCID: http://orcid.org/0000-0001-6320-5204

mercado. Lo anterior, contribuye a identificar mejor los elementos que constituyen el mercado y los requerimientos de los consumidores para la toma de decisiones empresariales en pro de desarrollar nuevos productos o servicios que satisfagan con mayor valor la percepción de los clientes.

La investigación aporta nuevo conocimiento a las empresas comercializadoras de químicos para gerenciar la orientación al mercado, impulsar factores diferenciadores en el medio y desarrollar estrategias innovadoras apalancado en las seis categorías de las escalas de MARKOR. Esto configura el objetivo del artículo, el cual es el de comprender mejor los factores que influyen en crear ventaja competitiva desde la innovación ligado a la orientación al mercado.

El alcance de la investigación se desarrolló entre el año 2015 y el 2016 en empresas comercializadoras de químicos en la ciudad de Medellín, con cuestionario de escala de MARKOR, compuesto por seis categorías con 34 variables, aplicado a los gerentes y empleados de mercadeo de las empresas en estudio; se analizó con el SPSS 23 desde la estadística descriptiva basada en la orientación al mercado y la innovación. Por consiguiente, la hipótesis planteada es:

H1. La orientación al mercado ejerce un efecto directo y positivo sobre la innovación.

La investigación da un enfoque de la importancia de implementar el enfoque de orientación al mercado, como elemento para innovar y generar ventaja competitiva.

Desarrollo

Orientación al mercado. La orientación al mercado se enfoca en comprender el proceso de distribución de la información del mercadeo en la organización, según Shapiro (1988); luego esta disposición se concentra en un esquema de apoyo a las directivas, para planear estrategias hacia el mercadeo, satisfacción al cliente y rentabilidad (Webster, 1988); sin embargo, esta propuesta no poseía una herramienta que proyectara la solución de la gerencia a comprender el fenómeno del mercado; por tanto, se propuso la escala MAKTOR (Kohli et al., 1993), donde se establecieron 34 variables, en seis categorías (orientación al mercado, orientación a la competencia, orientación interna, generación de información, análisis de la información externa y capacidad de acción).

A su vez, se define la orientación al mercado desde una forma de obtención de información de los clientes para generar estrategias (Ruekert, 1992); también, se considera la orientación al mercado como la habilidad de la organización para promover la comprensión del mercado e impacta positivamente la gestión organizacional (Day, 1994); no obstante, se había olvidado considerar de la cultura organizacional como enfoque hacia los clientes y esta fue incluida en la escala de Deshpandé & Farley (1996); igualmente se le circunscribió más adelante, el comportamiento organizacional como una filosofía de vida empresarial (Avlonitis & Gounaris, 1999); sin embargo, se debía incluir las necesidades de los clientes, análisis de satisfacción y enfoque de la competencia (Pelham, 2000).

En síntesis, la orientación al mercado es la gestión de comprender las necesidades de los clientes al involucrar toda la organización según

la información recolectada desde ambientes internos y externos.

Ventaja competitiva. La ventaja competitiva se logra al tener factores diferenciadores en el medio que aporten a generar valor a la organización (Akan, Allen, Helms & Spralls, 2006); es decir, aporta rentabilidad desde la gestión de mercadeo (Porter, Hills, Pfitzer & Patscheke, 2011). Por consiguiente, las organizaciones logran ventaja en términos de flexibilidad, eficiencia y comprensión del mercado (Hewitt-Dundas, 2006) para impulsar el dinamismo en el medio, convencer a los clientes a la adquisición de productos y servicios. En síntesis la ventaja competitiva se logra al generar valor de rentabilidad sobre la inversión.

Innovación

Las empresas distribuidoras de químicos requieren de estrategias para lograr generar ventajas competitivas, si incorporan la orientación al mercado. Por tanto, la satisfacción de los clientes promueven las ventas y esto configura una nueva ventaja competitiva. Las asesorías a los clientes, el posicionamiento de marca y la gestión de innovación permiten obtener una orientación a la competencia que se logra al tener una mentalidad abierta y el aprendizaje en la orientación a la acción. Pero las investigaciones han confirmado que la innovación organizacional beneficia al desarrollo de innovación tecnológica para el desarrollo de productos y procesos que configuran rendimientos favorables (Camisón & Villar-López, 2012). A su vez, se descubre que la orientación al mercado impacta indirectamente los rendimientos de las organizaciones que impulsan la innovación y el aprendizaje (Keskin, 2006).

Tabla 1. *Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,169[a]	6	,058
Razón de verosimilitud	7,495	6	,277
Asociación lineal por lineal	3,425	1	,064
N de casos válidos	34		
10 casillas (83,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,03.			

Fuente: elaboración propia a partir del SPSS23

Con 6 grados de libertad (gl) y la chi-cuadrada de Person de 12,169, y según la tabla 1, este valor equivale a 12,5916 ajustado al 5%; por tanto, 12,169 < 12,591, es decir, se acepta la hipótesis, en la cual la orientación al mercado ejerce un efecto directo y positivo sobre la innovación.

Impacto de innovación

Hoy, los clientes tienen diferentes gustos y necesidades, por tanto las organizaciones deben satisfacer estos requerimientos para incrementar las ventas, las cuales aportan a generar valor; por consiguiente, apalancan las ventajas competitivas a innovar, desde los servicios

prestados o al desarrollo de nuevos productos. Buscan romper esquemas paradigmáticos de la mezcla de mercadeo, más conocidas como las 4 "P" (producto, precio, plaza y promoción). Así mismo, se pretende identificar las necesidades y deseos de los clientes, para superar la competencia en eficiencia y eficacia; por otra parte, se indaga para obtener un mutuo beneficio al enfocarse a investigar las características de los clientes y generar demanda.

La innovación impulsa la creación de nuevas estrategias, para cubrir los requerimientos de la sociedad de consumo de productos químicos; igualmente, se basa en una política de mercadeo verde (ecológico) para desestimar el uso de contaminantes que puedan generar impactos negativos en las comunidades. Es así como la orientación al mercado vende la idea de satisfacer necesidades basadas en los requerimientos del mercado. Sin embargo, las organizaciones aún tienen un enfoque de orientación al producto y a la orientación a las ventas; por tanto, falta mucho para lograr una orientación al mercado.

Según Schumpeter (1951) hay que destruir creativamente, para crear innovación; sin embargo, se complementa con la generación de una visión de gestión de recursos (Penrose, 1959), para aportar a una estructura de orientación al mercado (Flavián, Jiménez, & Lozano, 1999) que contribuye a la ventaja competitiva como elemento diferenciador (Porter & Kramer, 2011) en un medio globalizado.

La orientación al mercado aporta a mejorar el posicionamiento de marca, aumenta el servicio al cliente y forza a desarrollar nuevos productos más amigables con el medio ambiente.

En conclusión, la orientación al mercado aporta a generar innovación, al involucrar la investigación de mercados y la satisfacción del consumidor y/o cliente; lo cual impulsa a posicionar ventajas competitivas como valores agregados.

Referencias

Akan, O., Allen, R. S., Helms, M. M., & Spralls, S. A. (2006). Critical tactics for implementing Porter's generic strategies. *Journal of Business Strategy*, *27*(1), 43-53. Recuperado de https://doi.org/10.1108/02756660610640173

Avlonitis, G., & Gounaris, S. (1999). Marketing orientation and its determinants: an empirical analysis. *European Journal of Marketing*. Recuperado de http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/03090569910285896

Camisón, C., & Villar-López, A. (2012). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Research*. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.06.004

Camisón, C., & Villar-López, A. (2014). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Research*, *67*(1), 2891–2902.

Cleveland, M., Rojas-Méndez, J. I., Laroche, M., & Papadopoulos, N. (2016). Identity, culture, dispositions and behavior: A cross-national examination of globalization and culture change. *Journal of Business Research*, *69*(3), 1090–1102.

Day, G. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *The Journal of Marketing*. Recuperado de http://www.jstor.org/stable/1251915

Deshpandé, R., & Farley, J. U. (1996). *Understanding market orientation: A prospectively designed meta-analysis of three market orientation scales*. Marketing Science Institute, Report No. 96-125: Cambridge, Mass.

Flavián, C., Jiménez, J., & Lozano, F. J. (1999). Algunas consideraciones sobre la relación entre orientación al mercado y rentabilidad. *Investigación y Marketing*, *64*, 34–39.

Hewitt-Dundas, N. (2006). Resource and capability constraints to innovation in small and large plants. *Small Business Economics*, *26*(3), 257–277.

Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs: An extended model. *European Journal of Innovation Management*, *9*(4), 396-417.

Kohli, A. K., Jaworski, B. J., & Kumar, A. (1993). MARKOR: a measure of market orientation. *Journal of Marketing Research*, 467–477.

Marín-Idárraga, D. A., & Campos, L. Á. L. (2015). Estructura organizacional y relaciones inter-organizacionales: análisis en Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud públicas de Colombia. *Estudios Gerenciales*, *31*(134), 88-99.

Montoya, D. A., Figueroa, E. G., & Carreón, F. Á. (2016). Estudio sobre la competitividad y el marketing / Study on competitiveness and marketing. In *Global Conference on Business & Finance Proceedings: Vol. 11* (p. 965). Institute for Business & Finance Research.

Ozkaya, H. E., Droge, C., Hult, G. T. M., Calantone, R., & Ozkaya, E. (2015). Market orientation, knowledge competence, and innovation. *International Journal of Research in Marketing*, *32*(3), 309–318.

Pelham, A. M. (2000). Market orientation and other potential influences on performance in small and medium-sized manufacturing firms. *Journal of Small Business Management*, *38*(1), 48.

Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm.* New York, Estados Unidos: Sharpe.

Porter, M. E. (2015). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Ciudad de México, México: Grupo Editorial Patria.

Porter, M., Hills, G., Pfitzer, M., & Patscheke, S. (2011). Measuring shared value. *How to Unlock Value*. Recuperado de http://animus-csr.com/docs/Measuring_Shared_Value.pdf

Porter, M., & Kramer, M. (2011). The big idea: Creating shared value. *Harvard Business Review*. Recuperado de http://www.philosophie-management.com/docs/2013_2014_Valeur_actionnariale_a_partagee/Porter__Kramer_-_The_Big_Idea_Creating_Shared_Value_HBR.pdf

Ruekert, R. W. (1992). Developing a market orientation: an organizational strategy perspective. *International Journal of Research in Marketing*, *9*(3), 225-245.

Schumpeter, J. A. (1951). *Essays: On entrepreneurs, innovations, business cycles, and the evolution of capitalism*. Transaction Publishers.

Shapiro, B. P. (1988). *What the hell is market oriented?* HBR Reprints.

Solomon, M. R., Russell-Bennett, R., & Previte, J. (2013). *Consumer behaviour: Buying, having, being*. Australia: Pearson.

Webster, F. E. (1988). The rediscovery of the marketing concept. *Business Horizons*, *31*(3), 29–39.

Ynzunza Cortés, C. B., Izar Landeta, J. M., & Ávila Acosta, R. (2014). Tecnologías de la información, orientación a mercado y desempeño organizacional. *Investigación y Ciencia*, *22*(62).

La planeación estratégica en las pequeñas y medianas empresas-pymes como herramienta de ventaja competitiva y gestión del cambio. Manufacturas Puli

Luis Fernando Quintero Arango*
James Alberto Marulanda Patiño**

Resumen

El contexto actual de una economía globalizada, los cambios geopolíticos, la alta competencia, productos sustitutos, entre otros aspectos, hacen que las empresas modifiquen y cambien sus planes estratégicos de manera más rápida para que puedan dar respuesta a los cambios del mercado, por medio de un enfoque holístico y global, que les permitan apalancarse en procesos de innovación por medio de sus productos y servicios, enfocados en satisfacer lo que el cliente desea (Saldarriaga, 2007).

Este proyecto de investigación que se encuentra en desarrollo y ejecución, establece, cómo desde el diseño de una planeación estratégica, se logra definir el rumbo de una organización y encaminar la empresa con el fin de competir en los mercados locales, nacionales e internacionales (López, 2005).

El diseño de la planeación estratégica para la empresa Manufacturas Puli de la ciudad de Medellín, pretende tener una prospectiva que articule el plan de la empresa para los próximos cinco años, estableciendo los objetivos y metas que la gerencia pretende, con el apoyo y gestión de sus colaboradores.

Palabras clave

Planeación estratégica; Ventaja competitiva; Pequeñas y medianas empresas (Pymes).

Introducción

Las pequeñas y medianas empresas-Pymes, que pertenecen al sector del calzado, cuero y marroquinería, requieren transformarse permanentemente para enfrentar los nuevos retos en este mercado. Vallecillas (2008, p. 15) referencia que la alta competencia, especialmente de productos importados de contrabando generan un efecto directo en las ventas, ya que los precios son muy inferiores a los que se establecen en el mercado interno. La planeación estratégica, valiéndose de herramientas como la matriz DOFA (Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas), permite el análisis de factores internos y externos, que buscan disminuir los efectos y riesgos que las empresas del sector Pyme pueden encontrar en el día a día de su actividad empresarial (Castaño, 2011).

* Magister en Dirección de Marketing, Especialista en Negocios Internacionales, Administrador de Empresas. Docente asignado a la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Grupo Goras. Entidad financiadora, Universidad Católica Luis Amigó 80%, Manufacturas Puli 20%. Medellín, Colombia. Correo electrónico: luis.quinterora@amigo.edu.co. ORCID: http://orcid.org/0000-0002-6268-065X

** Magister en Administración de Empresas, Especialización en Gerencia de Desarrollo Humano, Administrador de Empresas. Docente asignado a la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Grupo Goras. Entidad financiadora, Universidad Católica Luis Amigó 80%, Manufacturas Puli 20%. Medellín, Colombia. Correo electrónico: james.marulandapa@amigo.edu.co. ORCID: http://Orcid.org/0000-0001-5418-2645

Las pymes en Colombia, según la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquía (2016) en su informe anual, detallan que en Antioquía existen 6.227 pequeñas y medianas empresas constituidas legalmente, de las cuales 5.799 están ubicadas en la ciudad de Medellín, es decir el 93%. De estas pequeñas y medianas empresas 707 pertenecen al sector del cuero, marroquinería y demás actividades relacionadas con este tipo de manufacturas.

Se evidencia que las empresas dedicadas al sector del cuero, marroquinería y derivados tienen una representación en la economía de la cíudad, ya que 707 empresas formales impactan desde su funcionamiento lo económico, social y calidad de vida de sus colaboradores. De otro lado, fortalecer el proceso de productividad y competitividad, en las empresas del sector del cuero y sus derivados, es lograr que desde el interior de la organización se defina una planeación estratégica que permita pensar en una visión de negocio amplia, permitiendo un crecimiento empresarial de largo plazo, donde se logre mantener y permanecer en el mercado; que desde la gerencia se defina el rumbo estratégico de la organización con el fin de lograrlos con el apoyo de los colaboradores en la búsqueda de una empresa competitiva que logre adaptarse a los cambios que se presentan en el mercado.

Pregunta problema

¿Cómo la planeación estratégica puede aportar a qué la empresa Manufacturas Puli logre enfocar sus esfuerzos desde una gestión de cambio y procesos innovadores permitiendo que la organización logre alcanzar los objetivos propuestos para cada área que la compone?

Objetivo

Diseñar el plan estratégico que permita identificar los factores críticos de éxito, competitivos y de gestión del cambio para la empresa Manufacturas Puli de la ciudad de Medellín

Desarrollo

Planeación estratégica. Expresa Serna (2006, p. 29) que la planeación estratégica es definir el camino de la empresa, determinando una visión con un propósito de largo plazo y las estrategias que se proponen definir para cumplir con los objetivos organizacionales; analizando el entorno interno y externo de la organización; asignando recursos físicos, humanos, financieros y permitiendo así su constante medición y control de las actividades realizadas en la organización.

Ventaja competitiva. Ojeda (2007) analiza que la ventaja competitiva en las pymes debe centrarse en los elementos y factores con que este tipo de empresas cuentan; algunas ventajas que van desarrollando es lograr adaptarse y modernizar sus procesos productivos con base en flexibilidad, innovación y capacidad de adaptación.

Prospectiva: Se define que la prospectiva es considerada una herramienta que vincula lo que

se pretende en el corto plazo en la búsqueda de definir el largo plazo. Para una empresa la prospectiva no se encuentra escrita, pero la puede consolidar con las acciones estratégicas que realiza y pretende desarrollar la organización con una mirada de futuro (Rivera y Malaver, 2006).

Innovación: Schumpeter (1942) explica que la innovación es la evolución de la empresa desde lo social, económico y cultural, aportando a la creación de productos y servicios al mercado, nuevas formas de producir, transportarse y el cambio en las organizaciones para poder convertirse en más competitivas.

Innovación

El aporte se realizará desde lo empresarial, con el fin de que la organización, en este caso Manufacturas Puli, que pertenece al sector de las pequeñas y medianas empresas Pymes, dedicadas a la venta y comercialización de productos de cuero, marroquinería y sus derivados logre crecer y evolucionar buscando procesos más productivos e innovadores, partiendo del diseño de una planeación estratégica, que le permita consolidarse en el mercado, y convertirse en una empresa que sea destacada en el ámbito empresarial de la región.

La transformación de las organizaciones, aporta al crecimiento y tejido social, en las lógicas de una mejor calidad de vida de las personas, incrementando el empleo formal, crecimiento empresarial, mejora de los ingresos en la consolidación de una sociedad justa y equitativa.

Referencias

Cámara de Comercio de Medellín. (2016). *Estructura Empresarial.* Recuperado de http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Empresariales/Informacion-Empresarial/Estadisticas-Camara.aspx

Castaño, A. (2011). Planeación estratégica en la Pymes de Bogotá, orientación al futuro y evasión de la incertidumbre. *Revista contaduría y administración,* (235), 147-173. Recuperado de http://scielo.unam.mx/pdf/cya/n235/n235a8.pdf

López, A. (2005). La planeación estratégica en la pequeña y mediana empresa: una revisión bibliográfica. *Revista EconoQuantum, 2*(1), 141-164. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125015749006

Ojeda, J. (2007). Ventaja competitiva: El reto de las Pyme en la industria del calzado. *Revista Venezolana de Gerencia, 12*(40), 513-533. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842007000400002

Rivera, H., y Mlaver, M. (2006). La importancia de la prospectiva en la sociedad. *Revista Universidad & Empresa*, *5*(10), 257-270. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187217412011

Saldarriaga, J. (2007). Factores determinantes de la competitividad de las empresas antioqueñas en el contexto de la globalización. *Revista El Ágora, 7*(1), 65-76. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=407748996005

Serna, H. (1999). *Gerencia Estratégica. Planeación y gestión, teoría y metodología.* Bogotá, Colombia: Editorial 3R.

Schumpeter, J. (1978). Teoría del desenvolvimiento económico. Quinta Reimpresión. Ciudad de México, México: Editorial Fondo de Cultura Económica.

Vallecillas, R. (2008). Herramientas para la planeación estratégica en microempresas. *Revista Panorama, 2*(4), 13-17. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780128

Análisis de las estrategias implementadas por las empresas multilatinas de la ciudad de Medellín y su adaptación en los mercados internacionales[1]

Luis Fernando Quintero Arango*

Resumen

Al momento de crear una empresa se pretende que esta logre mantenerse, crecer y consolidarse en el mercado. Es así, como las empresas de la ciudad de Medellín de diferentes sectores económicos, han logrado llegar a mercados externos, recibiendo así un calificativo como lo es empresas Multilatinas. El anterior nombre lo reciben porque abarcan mercados externos, principalmente el mercado Latinoamericano, aplicando así una estrategia de expansión geográfica, que les permite abrirse y posicionarse en mercados estratégicos a los cuáles cada organización pretende llegar con sus productos y servicios. Las empresas identificadas como Multilatinas de la ciudad de Medellín son: Grupo Nutresa, Grupo Corona, Grupo Argos, Grupo Orbis, Grupo Éxito, Grupo Familia, Grupo Sura, Bancolombia, Isa, Isagen y Empresas Públicas de Medellín.

Este proyecto que se encuentra en desarrollo, pretende identificar las estrategias que las empresas Multilatinas de la ciudad de Medellín han logrado para su crecimiento, desarrollo y posicionamiento, llegando a otros países con sus productos y servicios, logrando abrir nuevos mercados y convirtiéndose así en empresas que realizan inversiones extranjeras.

Este proyecto pretende ser abordado por una metodología cualitativa, con un diseño descriptivo, de tipo inductivo, con instrumentos de recolección de información como son el cuestionario y la entrevista con expertos. Se pretende que este proyecto sea un referente para las empresas que están en proceso de crecimiento y consolidación para poder llegar a los mercados internacionales.

Palabras clave

Multilatinas; Estrategias; Competitividad; Innovación; Mercados internacionales.

Introducción

Este trabajo de investigación pretende identificar cómo las organizaciones pueden desarrollar diferentes estrategias que permitan un crecimiento en el tiempo, con una visión de negocios, buscando que exista una sinergia entre todos los colaboradores, enfocados en que la empresa logre posicionarse en los mercados con la oferta de productos y servicios, enfrentando los retos locales y globales; buscando la competitividad, la permanencia y estabilidad empresarial (Morales, Mochi y Girardo, 2014).

1 Proyecto propuesto para el MBA en Administración de Empresas–Cohorte II de la Universidad Católica Luis Amigó Sede Medellín.

* Magister en Dirección de Marketing, Especialista en Negocios Internacionales, Administrador de Empresas. Docente asignado a la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Grupo Goras. Entidad financiadora, Universidad Católica Luis Amigó 100%. Medellín, Colombia. Correo electrónico: luis.quinterora@amigo.edu.co. ORCID: http://orcid.org/0000-0002-6268-065X

En la búsqueda de la competitividad y los retos globales en el contexto internacional, se aborda el concepto de lo que significa una empresa Multilatina; este constructo muy de la disciplina de la administración de empresas y negocios, se define como aquella organización que tiene actividades comerciales en Latinoamérica, donde ejerce funciones comerciales, de venta y representación. Puerto (2010) define que las operaciones de las empresas Multilatinas están relacionadas con su alta competitividad, procesos productivos con base tecnológica y eficiencia en el uso de recursos, así como productos y servicios innovadores, con alto valor agregado, teniendo siempre la innovación como principio organizacional, con una identidad cultural y organizacional en cada mercado donde llegue con su oferta.

Las exigencias del mundo globalizado, hacen que se cambien las estrategias desarrolladas por cada una de las empresas. Según Cuervo-Cazurra (2010), el tema de las Multilatinas es un tema que ya ha tenido antecedentes desde siglo XVIII y XIX, ejemplo de ello, es una empresa Argentina, con razón social *Alpargatas*, cuya actividad comercial es el calzado, e inició su operación para llegar a mercados de América Latina.

Cabe resaltar que las empresas colombianas, ubicadas en la ciudad de Medellín, consideradas Multilatinas, no son recién creadas, pues algunas de ellas fueron fundadas entre 1910 y 1920 como Noel, Postobon, Fábricato, entre otras.

Para el desarrollo de este trabajo se analizan las empresas Multilatinas de la ciudad de Medellín, que se encuentran clasificadas según su actividad comercial dentro de este grupo, tales como: Grupo Nutresa, Grupo Corona, Grupo Argos, Grupo Orbis, Grupo Éxito, Grupo Familia, Grupo Sura, Bancolombia, Isa, Isagen y Empresas Públicas de Medellín.

Las anteriores empresas descritas, estudiaron y analizaron todo su proceso empresarial, crecimiento y desarrollo, hasta llegar a convertirse en organizaciones que identificaron una oportunidad en el mercado internacional, aprovechando su aprendizaje organizacional e implementando estrategias que permitieron de forma gradual llegar a países de Latinoamérica (Torres y Vega, 2007).

Pregunta problema

¿Qué estrategias implementaron las empresas Multilatinas de la ciudad de Medellín para llegar a los mercados internacionales con sus productos y servicios?

Objetivo

Identificar las estrategias implementadas por las empresas Multilatinas de la ciudad de Medellín para llegar a mercados internacionales.

Desarrollo

- **Multilatinas.** Para Castro, Castro & Jaller (2012, pp. 34-36) las Multilatinas van consolidándose como empresas que van creciendo en su mercado natural, abarcando mercados internacionales de forma directa o por asociación, en la búsqueda de un crecimiento estratégico que permita competir con otras empresas del mismo sector económico. Las empresas Multilatinas cuentan con flexibilidad en temas de derecho empresarial para conformar asociaciones, hacer compras y adquisiciones de algunas empresas, destinando recursos financieros que les permite el ingreso de las firmas a los mercados Latinoamericanos en la búsqueda de expandir los negocios con el visto buenos de organismos nacionales e internacionales (Gutiérrez y Concha, 2014).
- **Competitividad.** El concepto de competitividad tiene relación directa con el término de comercio internacional. Oyarce (2013, p. 60) enfoca el concepto competitividad con la posibilidad que tiene una empresa para utilizar sus recursos de forma óptima para que sus ingresos aumenten. De otro lado, Labarca (2007, p. 159) argumenta que la competitividad en las empresas es considerada una variable para lograr eficiencia y eficacia, tanto para empresas de países desarrollados como en países en vía de desarrollo. La búsqueda de nuevos mercados hace que las empresas se tengan que enfrentar a una alta competencia, mercados cambiantes y nuevos retos que exige estar preparado para atender no solo el mercado local sino el mercado internacional.
- **Mercados Internacionales.** Las organizaciones que han logrado una reconversión tecnológica, inversiones financieras equilibradas, planes estratégicos con objetivos medibles, logrables y alcanzables, procesos innovadores y mejoras continuas, apoyadas en decisiones de trabajo en equipo, son compañías que han logrado adoptar la empresa al mercado nacional y estructurar la apertura a los mercados internacionales en los que pretende competir. Para consolidar aún más la estrategia de expansión geográfica se debe considerar un presupuesto de mercadeo para cada uno de los países donde se desea llegar (Losada, Ruzo, Barreiro, Navarro, 2007).

Innovación

Desde el concepto de innovación, las empresas que proyecten estar en un mercado globalizado y competitivo como hoy en día se presenta, deben considerar tener procesos e infraestructura óptima para lograr ampliar el mercado y responder así a las necesidades del entorno empresarial internacional que es exigente, cambiante y competido (Ramírez y Vega, 2015).

El proyecto pretende establecer un comparativo de las estrategias implementadas por las empresas Multilatinas y cómo otras empresas pueden adaptar las estrategias e identificar alternativas que propicien cambios estratégicos dentro de las organizaciones, con el fin de ampliar su cobertura y poder competir en los mercados internacionales.

Referencias

Castro, J., Castro, J., & Jaller, I. (2012). Internationalization Patterns of Multilatinas. *Revista Ad-minister, 21.* 33- 54. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5415946

Cuervo-Cazurra, A. (2010). Multilatinas. *Universia Businees Review, 25*, 14-33. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/433/43312280002.pdf

Gutiérrez, J. Concha, J. (2014). Modelo gerencial de la empresa exportadora colombiana: análisis de decisiones, estrategia y geoconocimiento. *Revista Lebret, 6*, 323- 347.Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5983205

Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Revista Omnia, 13*(2), 158- 184. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73713208

Losada, F., Ruzo, E., Barreiro, J., y Navarro, A. (2007). Influencia de la estrategia de expansión internacional y de las características empresariales sobre el resultado exportador de la empresa. *Revista Tribuna de Economía, 837*, 255-272. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2357416

Morales, M., Mochi, P., & Girardo, C. (2014). Inversión Multilatina ¿aprovecha la integración regional? *Revista Espacio Abierto, 23*(4), 597-616. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/122/12232821003.pdf

Oyarce, J. (2013). Excelencia empresarial y competitividad: ¿una relación fructífera? *Revista Panorama Socioeconómico, 31*(46), 58-63. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39929212006

Puerto, D. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Revista pensamiento y gestión, 28.* Recuperado de http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/1025/645

Ramírez, J., y Vega, O. (2015). Sistemas de información gerencial e innovación para el desarrollo de las organizaciones. *Revista Telematique, 14*(2), 201-213. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78440280006

Torres, D. y Vega, D. (2007). Ventajas competitivas en empresas Multilatina de origen Chileno (Trabajo de grado). Recuperado de http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/torres_d/sources/torres_d.pdf

Psicología y Ciencias Sociales

Atención al ciberbullying en el contexto universitario

Pedro Ángel Álvarez Massi*
Benilda Layne Bernal**

Resumen

Este escrito surge de la investigación "Estilos de vida saludable, estrategias de afrontamiento y ciberbullying en estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó Centro Regional Bogotá y la Universidad Miguel de Cervantes UMC de Santiago de Chile". Su objetivo es realizar un estudio comparativo entre los estudiantes de las dos universidades con relación a estilos de vida, las estrategias de afrontamiento y las experiencias de ciberbullying. En la primera fase se realizó la revisión documental de las variables; se adaptaron, validaron y aplicaron instrumentos para tal fin. En la Investigación participaron 276 alumnos de las dos universidades. Se concluyó que las estrategias de afrontamiento y los estilos de vida saludable al parecer constituyen factores protectores frente a la práctica del ciberbullying; por tanto, se considera pertinente plantear una propuesta de prevención con los siguientes ejes articuladores: autorregulación, confianza, inteligencia espiritual y emocional.

Palabras clave

Estrategias de afrontamiento; Estilos de vida saludable; Ciberbullying; Estudiantes universitarios; Salud.

Abstract

This paper emerges from the research "Healthy lifestyles, coping strategies and cyberbullying in students from the Universidad Católica Luis Amigó Funlam Centro Regional Bogotá and the Universidad Miguel de Cervantes UMC from Santiago de Chile". Its objective is to conduct a comparative research between the students of the two universities in relation to lifestyles, coping strategies and cyberbullying experiences. In the first phase, the documentary review of the variables was performed; instruments were adapted, validated and applied for this purpose. 276 students from the two universities participated in the research. It was concluded that coping strategies and healthy lifestyles seem to be protective factors against the practice of cyberbullying; therefore, it is considered relevant to generate a prevention proposal with the following articulating axes: self-regulation, trust, spiritual and emotional intelligence

Keywords:

Coping strategies; Healthy lifestyles; Cyberbullying; University students; Health.

Introducción

Esta investigación surge del interés por el bienestar y salud de estudiantes universitarios, teniendo en cuenta tres variables: las estrategias de afrontamiento, los estilos de vida saludable y el ciberbullying. En Colombia se concibe, según la Ley 1616 de 2013, la salud mental como

> "el estado dinámico que se expresa en la vida cotidiana a través del comportamiento y la interacción de manera tal que permite a los sujetos individuales y colectivos desplegar sus recursos emocionales, cognitivos y mentales para transitar por la vida cotidiana, para trabajar, para establecer relaciones significativas y para contribuir a la comunidad" (p. 1).

* Maestría en Psicología Clínica. Docente, Coordinador del Servicio de Atención Integral al estudiante Universidad Miguel de Cervantes Santiago de Chile. Correo electrónico: palvarez@umcervantes. ORCID 0000-0003-1561-5836

** Maestría en Psicología Clínica. Docente investigadora de la Universidad Católica Luis Amigó, Centro Regional Bogotá, Grupo de investigación Ayelen. Correo electrónico: benilda.laynebe@amigo.edu.co. ORCID: Orcid.org/0000-0002-2039-1497.

Se deduce entonces que el fortalecimiento de los recursos del estudiante es fundamental para su vida personal, familiar, universitaria, social y además en su rol como ciudadano para que contribuya a la convivencia, la equidad, el respeto a la diferencia y la autorregulación.

En consecuencia, la Universidad Católica Luis Amigó Centro Regional Bogotá y la Universidad Miguel de Cervantes UMC de Santiago de Chile esperan detectar cuáles son las dimensiones de las variables que contribuyen a la adaptación, la salud y la convivencia de los universitarios, generando además una propuesta de atención que contrarreste los efectos del ciberbullying y afiance el ejercicio de la autorregulación, la confianza, el apoyo docente, familiar y del grupo de pares.

Hipótesis

Las estrategias de afrontamiento y los estilos de vida saludable son un factor protector hacia el ciberbullying entre estudiantes universitarios.

Desarrollo

Estrategias de afrontamiento. Sanahuja-Maymó (2008) sugiere que las estrategias de afrontamiento se aborden teniendo en cuenta dinámicas biopsicosociales, es decir aspectos individuales y colectivos necesarios para afrontar el estrés inherente a la vida cotidiana y a los eventos críticos. Así mismo Folkman (1984), Lazarus y Folkman (1986), Fleming y otros (1984) y MacCrae (1984) mencionados por Gutierrez (1994) y citados en Cruz, Jara y Mancipe (2010, p. 35), definen el afrontamiento como "los esfuerzos cognitivos y conductuales constantemente cambiantes que se desarrollan para manejar las demandas específicas, externas y/o internas"; en ese caso, cuando una persona inicia su formación universitaria necesita adaptarse, afrontando el estrés que puede producir este nuevo estilo de vida al cual muchas veces se integra la carga laboral y todos los cambios emocionales que implican esta nueva etapa de la existencia a la que el estudiante aporta su estilo personal. Es de entender que, en el afrontamiento, de acuerdo con la personalidad, el estudiante pone en práctica estrategias centradas en el comportamiento, en lo afectivo, o en lo cognitivo; cada una de ellas las aplica para circunstancias específicas. Por ejemplo, en la preparación de evaluaciones se hace énfasis en lo cognitivo, en el diseño de un proyecto de atención se combinan lo conductual y lo cognitivo; pero para el proceso de intervención será arduamente necesaria la empatía más las dos anteriores.

Lazarus y Folkman (como se citó en Sierra, Guicha y Salamanca, 2014), afirman que en el afrontamiento es el estilo personal el que define el conjunto de acciones para afrontar una situación; sean éstas de origen interno o externo, o que se usen de manera permanente o esporádica. El grupo de compañeros es una importante fuente de apoyo social para los alumnos y estos

a la vez constituyen una estrategia de afrontamiento para resolver las situaciones vinculadas al estrés y la autorregulación del estudiante; consecuentemente el conjunto de acciones de tipo cognitivo, conductual y emocional para el afrontamiento del estrés, conforman las estrategias, configurando esquemas que aportan a la salud y el bienestar del estudiante universitario que a su vez son construidas desde el ámbito familiar y social.

Estilos de vida saludable

Otras acciones que usan los estudiantes universitarios para fortalecer la salud están referidas a las prácticas de los estilos de vida saludable (Manrique, 2004), según la Organización Mundial de la salud (OMS, 1986), y la Organización Panamericana de la Salud (2006) en la Carta de Otawa se concluye que

> "La salud es el resultado de los cuidados que uno se dispensa a sí mismo y a los demás, de la capacidad de tomar decisiones y controlar la vida propia y de asegurar que la sociedad en que uno vive ofrezca a todos sus miembros la posibilidad de gozar de un buen estado de salud" (p. 4).

De lo anterior se deduce que la salud está asociada a la corresponsabilidad, al estilo que cada persona y cada comunidad poseen para fomentar la convivencia y conformar proyectos de vida orientados al optimismo, la felicidad, la cooperación, la responsabilidad y la alteridad

Ahora bien, es necesario destacar que los estilos de vida saludable comprenden las áreas física, psicológica y social desplegadas por cada persona, familia o grupo para mantener su bienestar y calidad de vida. Para Zamora, Hernández, Álvarez, Garza y Gallegos (2013) "los estilos de vida saludables son considerados como el conjunto de conductas habituales y los comportamientos sociales que inciden en el bienestar físico, social y psicológico del universitario en ocho dominios: psicocorporal, autoconcepto, nutrición, tiempo libre, expresión y creatividad" (p. 3). Cada institución desde el bienestar universitario gestiona las estrategias para tal fin; algunas experiencias implementadas son: el servicio médico, la práctica de la actividad física, asesoría psicológica, cursos electivos, asesoría espiritual, la consejería estudiantil, grupos de apoyo con la participación de los mismos estudiantes, entre otros.

Las estrategias implementadas deben estar orientadas por principios; al respecto Bennasar (2012) señala que los principios que orientan los estilos de vida saludable son: estar dispuestos al cambio, el contexto social, las creencias, los valores y la disposición al bienestar. Se deduce que es relevante que las instituciones universitarias en el proceso de formación orienten las acciones a la salud, calidad de vida y el bienestar, no solo de los futuros profesionales sino que se proyecten a los demás ámbitos de socialización del estudiante, familiar, laboral y social; así se traspasan las fronteras entre la universidad y el resto de la sociedad; esta situación evidencia los alcances de la formación universitaria porque posibilita la interacción entre la universidad y la transformación de la sociedad en la que está inmersa; muestra de ello, son los proyectos que los estudiantes realizan desde sus prácticas universitarias.

Tsourus (1998), como se citó en Bennasar (2012), afirma que la universidad saludable significa tener en cuenta factores como "el fortalecimiento del poder de acción de los individuos (empowerment), el diálogo, la elección y la participación; con el objetivo de favorecer la equidad, sostenibilidad, ambientes para la vida, de trabajo y de aprendizaje favorables para la salud" (Bennasar, 2012, p. 117). Esto implica para las universidades, según la Unesco (2005), pensarse como sociedades del conocimiento con las "dimensiones sociales, ética y políticas" (p. 17) y tener en cuenta las competencias, la diversidad de grupos sociales, además de su naturaleza.

Ciberbullying

La universidad del siglo XXI está inmersa en los avances de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) (Bennasar, 2012) aprovechadas para la divulgación del saber disciplinar, la adquisición de aprendizajes, el desarrollo de las competencias profesionales, y lo más impactante, permitir el acceso a la educación para personas que por razones de distancia o tiempo no pueden cualificarse. No obstante, también conlleva a riesgos como el caso del ciberbullying o ciberacoso; al respecto, Hinduja y Patchin (2006), como se citaron en González (2015) y Boldu (2014), afirman que este es el "daño repetido e intencionado ocasionado a través de medios electrónicos como teléfonos móviles o internet, realizado por una persona o grupo a otro que no puede defenderse por sí mismo" (p. 4). La complejidad de la situación deviene de la imposibilidad de la víctima de controlar la experiencia, de poder identificar a su victimario, y eliminar los mensajes de la red; así el estudiante entra en una condición de victimización en el que se ponen a prueba sus estrategias de afrontamiento para contrarrestar los efectos negativos relativos a esta situación. Las consecuencias del ciberacoso de acuerdo con Peña, Moncada & Quintero (2013), son trastornos de ansiedad, baja autoestima, obstaculización del proyecto de vida, culpa, desesperanza, depresión y la conducta suicida. Sin embargo, en esta investigación, la poca práctica de conductas de ciberbullying por los universitarios se puede atribuir probablemente al uso de las TIC por parte de estos más como una estrategia para el aprendizaje que como un medio para el ciberbullying por tiempo limitado; resultando las instituciones universitarias entornos saludables para sus estudiantes.

Este hecho merece la atención para que las comunidades universitarias identifiquen qué pueden hacer para promover la salud de cada uno de sus integrantes, para lo cual en esta investigación se encontraron como factores protectores el uso de las estrategias de afrontamiento, el apoyo de los compañeros y la formación espiritual de ambas instituciones.

Innovación

La innovación consiste en plantear una propuesta de atención frente al ciberbullying en el contexto universitario y centrada en factores salutogénicos que involucren la promoción de la salud de la comunidad (Bennasar, 2012), a partir de los siguientes ejes: la autorregulación, las estrategias de afrontamiento, la confianza, la inteligencia espiritual, emocional, y la cooperación; con la participación de los diferentes actores: docentes, estudiantes, personal administrativo y familias.

En casos de ciberbullying, se recomienda prestar atención con la participación de la víctima, el victimario y los espectadores, pero en diferentes espacios si fuera el caso; en los tres roles la literatura científica ha detectado debilidades en la autorregulación y la inteligencia emocional de los involucrados. El victimario necesita fortalecer la sensibilidad emocional y superar sus debilidades en la autorregulación; los enfoques que se prevén para tal fin son: La psicología positiva y los Derechos Humanos.

La estrategia de atención debe ser orientada a través de grupos de reflexión, atención en crisis y psicodrama; a futuro, se sugiere la creación de blog para el apoyo de adultos migrantes de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, tal como lo propone el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de formación de profesorado de España, que les permita fortalecerse, desarrollar factores protectores ante el ciberacoso y desarrollar competencias en el manejo de las mismas que impliquen los roles profesionales, personales, familiares, laborales y sociales.

Así mismo, se requiere fomentar redes de apoyo social y estrategias de afrontamiento para contrarrestar los sentimientos de soledad, aislamiento y tristeza de estudiantes universitarios y el estrés vinculado a la vida universitaria.

Finalmente, abordar estrategias para la atención a la conducta suicida con los diferentes actores, debido a que es uno de los mayores riesgos del ciberbullying.

Referencias

Bennasar, A. (2012). *Estilos de vida y salud en estudiantes universitarios: La universidad como entorno promotor de la salud* (Tesis doctoral, Universitat de les illes balears. departament d'infermeria). Recuperado de http://www.tdx.cat/handle/10803/84136

Boldu, A. (2014). *El acoso una aproximación criminológica.* Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Recuperado de http://hdl.handle.net/10230/22822

Cruz, A., Jara, M., & Rivera, D. (2010). Estrategias de afrontamiento utilizadas por personas mayores con trastornos depresivos. *Revista Anales de Gerontología, 6,* 31-49. Recuperado de https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gerontologia/article/download/8869/8349

González, A. (2015). Ciberbullying o acoso juvenil mediante internet un Análisis empírico a partir del modelo de triple riesgo delictivo (Tesis Doctoral, Facultad de Psicología, Universidad de Barcelona). Recuperado de http://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2016/09/doctrina44059.pdf

Lahoz, S. (2012). *Las tipologías migratorias y su relación con la salud mental de los y las migrantes* (Tesis Doctoral, Universidad de Barcelona Clínica de Psicología i de salut). Recuperado de https://www.academia.edu/12359117/Las_nuevas_tipolog%C3%ADas_migratorias_y_su_relaci%C3%B3n_con_la_Salud_Mental_de_los_y_las_migrantes

Ley 1616 de 2013, por medio de la cual se expide la ley de salud mental y se dictan otras disposiciones. Congreso de la República, Colombia, 21 de enero de 2013. Recuperado de http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/2013/LEY%201616%20DEL%2021%20DE%20ENERO%20DE%202013.pdf

Manrique, S. (2004). Estudio comparativo entre el uso de las técnicas del teatro y charla en la promoción de la salud del escolar en las instituciones educativas: Cerro de Pasco 2004. *Revista Peruana de Obstetricia y enfermería, 3*(2), 97-103. Recuperado de http://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/rpoe/article/view/553/421

Organización Mundial de la Salud. (1986). *Carta de Otawa para la Promoción de la salud.* Primera conferencia sobre la promoción de la Salud. Recuperado de http://www.fmed.uba.ar/depto/toxico1/carta.pdf

OMS (Organización Mundial de la Salud) y OPS (Organización Panamericana de la Salud). (2006). *Lineamientos Nacionales para la aplicación y el desarrollo de las estrategias de entornos saludables. Escuela saludable y vivienda saludable.* Bogotá, Colombia: OPS, OMS, Ministerio de la Protección Social. Recuperado de http://www.paho.org/col/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=publicaciones-ops-oms-colombia&alias=28-lineamientos-nacionales-para-la-aplicacion-y-el-desarrollo-de-las-estrategias-de-entornos-saludables&Itemid=688

Peña, J., Moncada, R., & Quintero, J. (2013). El Bullying y el suicidio en el escenario universitario. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 4*(2), 298-310. Recuperado de http://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/RCCS/article/view/1153

Sanahuja-Maymó, M. (2008). *Bailarines lesionados: respuestas emocionales y estrategias de afrontamiento* (Tesis Doctoral, Centro Facultat de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport, Blanquern Universidad Ramon Lull). Recuperado de http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/9264/TESIS_Montse_Sanahuja.pdf

Sierra, H., Guicha, A. y Salamanca, I. (2014). Relación entre estilos de personalidad y estrategias de afrontamiento en estudiantes de psicología. *Revista de los estudiantes de Medicina de la Universidad de Santander, 27*(2),15-27. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-03192014000200003

UNESCO (Organización de Naciones Unidas para la Educación, La Ciencia y la Cultura). (2005). *Las sociedades del conocimiento.* París, Francia: Ediciones UNESCO.

Zamora, M. A., Hernández, M., Álvarez, A., Garza, B., y Gallegos, R. (2013). Prevalencia de consumo de sustancias adictivas y estilos de vida en estudiantes Universitarios. *Revista Universidad Autónoma de Querétaro CIENCIA@UAQ, 6*(2), 1-10. Recuperado de http://www.uaq.mx/investigacion/revista_ciencia@uaq/ArchivosPDF/v6-n2/15Articulo.pdf

Erotismo consciente: una apuesta por la subversión del deseo ante el poder cultural hegemónico[1]

Gloria María López Arboleda*, Alexander Rodríguez Bustamante**
Germán Darío Herrera Saray***

Resumen

El presente texto reflexivo desarrolla una discusión en torno al erotismo consciente desde una perspectiva interdisciplinar; apuesta contrahegemónica cuya acción se constituye más allá del acto sexual y se encarna en la interacción y los procesos comunicativos de los sujetos y de la pareja. Se pretende desde una perspectiva crítica un acercamiento al significado de la subversión del deseo, en cuanto deseo liberado del poder cultural dominador de las relaciones humanas. Apuesta ética por el rescate de un erotismo abierto en movimiento, cambio y emancipación más allá de la propia individualidad, cada vez más desconocida en la cultura contemporanea.

Palabras clave

Erotismo consciente; Subversión del deseo; Poder; Emancipación.

Introducción

El mundo contemporáneo se ha visto abocado a una serie de transformaciones sociales, culturales, políticas que han marcado nuevas formas de relación y vinculación entre los individuos, erosionando valores como la solidaridad humana y la colaboración amistosa para dar paso a la hostilidad, venganza, rivalidad, egoismo, codicia (Bauman, 2014). Es así como se configura un mundo en el cual la necesidad del poder constituye un código moral que homogeniza y hegemoniza el deber ser y el ser en su esencia, el cual se constituye en palabras de Fernández (2008) en

> un sentimiento, que abarca lo largo y lo ancho de la sociedad contemporánea, y en él se ve claramente el carácter dual, de ritmo sacudido de los sentimientos: el poder, esto es, el gusto, la fascinación y la ebriedad de poder tener, poder mandar, poder destruir, poder doblegar, poder, se basa justamente en el hecho de que el poder sólo existe si es contra alguien, de que el poder se afirme contra otro al que se niegue (p. 16).

El poder como sentimiento y acción es resultado de las relaciones humanas, ubicando espacios y tiempos de encuentro y desencuentro entre los sujetos que actúan con intenciones y

[1] Conferencia realizada en el XX Encuentro Nacional de Investigaciones Universidad Católica Luis Amigó: "*Investigación, Desarrollo e Innovación*" 2017 Universidad Católica Luis Amigó. El texto es un resultado de la propuesta de trabajo de grado de la Especialización en Terapia Familiar de la Universidad Católica Luis Amigó, titulada: *Comunicación familiar desde la terapia familiar sistémica* (2015). Resultado de ello es el artículo: "La comunicación familiar. Una lectura desde la terapia familiar sistémica". Rodríguez-Bustamante, A. (2016), en *Revista Latinoamericana de Estudios de Familia, 8*.

* Magíster en Psicología. Docente asociada de la Facultad de Educación y Pedagogía de la Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín. Grupo de investigación Pedagogía y Didácticas de los Saberes (PDS), de la misma Universidad. Medellín, Colombia. Correo electrónico: gloriam.lopez@upb.edu.co, ORCID: orcid.org/0000-0002-3548-0177

** Magíster en Educación y Desarrollo Humano. Docente investigador y Coordinador de la Especialización en Terapia Familiar de la Universidad Católica Luis Amigó. Grupo de investigación Familia, desarrollo y calidad de vida de la misma Universidad. Medellín, Colombia. Correo electrónico: alexander.rodriguezbu@amigo.edu.co, ORCID: orcid.org/0000-0001-6478-1414

*** Magíster en Sociedades Rurales. Docente investigador del departamento de Estudios de Familia, Universidad de Caldas. Grupo de investigación: Colectivo Estudios de Familia de la misma Universidad. Manizales, Colombia. Correo electrónico: german.herrera@ucaldas.edu.co, ORCID: orcid.org/0000-0002-9260-6899

razones individuales y en relación con los otros, donde existirá una asimétrica dominación real o simbólica de unos hacia otros, la cual se configura en palabras de Bourdieu (1999) como una

> coerción que se instituye por mediación de una adhesión que el dominado no puede evitar otorgar al dominante (y, por lo tanto, a la dominación) cuándo sólo dispone para pensarlo y pensarse o, mejor aún, para pensar su relación con él, de instrumentos de conocimiento que comparte con él y que, al no ser más que la forma incorporada de la estructura de la relación de dominación, hace que esta se presente como natural (pp. 224-225).

Ahora bien, en la sociedad actual este sentimiento y acción domina, permanece y abarca las intenciones y proyectos de los seres humanos, alcanzando la esfera pública y privada, en términos del ejercicio de la sexualidad y el erotismo por parte de hombres y mujeres; "la sexualidad moderna, como práctica en la que el cuerpo es exhibido en público y en privado, representa un sitio crucial para la formación del yo consumidor" (Illouz, 2014, p. 53). Un yo basado en la necesidad de consumo sexual público y privado que permite la conjunción de tres aspectos: la elección, el interés y el propósito; cada uno de estos más próximos al erotismo que se crea bajo dos escenarios: reafirmación del poder cultural hegemónico o subversión del deseo como apuesta por un erotismo consciente.

El poder ancla al sujeto de manera estática, le sujeta aplastándolo, coartando sus posibilidades de relación, de co-construcción, de emancipación. En un momento histórico como el nuestro, en el cual la imagen domina el universo de significados y la estética se ha dimensionado como el culmen de los ideales, el erotismo consciente se presenta como una apuesta por liberarnos de ese mundo de imágenes que nos ha hecho creer que necesitamos cuerpos perfectos para disfrutar, para merecer e incluso para amar.

En síntesis, se hace necesario llevar a cabo un ejercicio de investigación en el cual se comprenda a nivel de los sujetos las prácticas eróticas conscientes como apuesta subversiva del deseo ante el poder cultural hegemónico. Es una apuesta para develar a lo largo de la historia reciente las formas específicas de mirar y comprender el amor, el erotismo y el cuerpo, entendiéndose como una cosmovisión que guarda en sí misma la imagen del mundo propia de esa época. Por tanto, es una apuesta por explicar la experiencia humana desde los espacios y tiempos en la cual se han constituido las relaciones de poder y de producción material e inmaterial de la realidad social y humana (Castells, 1998).

Erotismo consciente: una apuesta por el reconocimiento del otro

El erotismo consciente se visualiza como la herramienta fundamental para construir y re-construir aquello que nos aliena, que no es más que el olvido de sí, la no conciencia de sí. Tal intención implica reconocer los potenciales del ser consciente, a saber: reconocer el rostro del otro en su profundidad (afectivo), explicitar sentidos humanos (comunicativo), aprender a tramitar el conflicto (creativo), crear nuevos sentidos públicos (político) y respetar al otro como reconocimiento de la diferencia (ético).

La construcción del erotismo consciente parte de reconocer qué pocos procesos, personas, grupos sociales e incluso acciones, se escapan al juego engañoso del sentimiento de poder; es más, Iñiguez (2005) advierte del peligro de las nuevas perspectivas de convertirse en una especie de "nueva ortodoxia", olvidando la crítica como perspectiva teórica "de continuo cuestionamiento de aquello que venimos considerando como obvio, correcto, natural o evidente" (p. 2). Se configura un erotismo activo más allá de la individualidad enmarcada en las relaciones sociales con 'otros' de manera consciente y responsable. Se otorga así al ser consciente un papel fundamental, "un lugar fundamental a la hora de dar cuenta de la realidad del mundo objetivo y subjetivo" (Tamayo, 2006, p. 159). Lo anterior, como lo afirma López (2012), incluye tener claro

> que el sexo es limitado, mientras que el erotismo es infinito. Dejemos entonces que la influencia de Eros nos sorprenda. Atrevámonos a abrir nuestras estructuras y llevar sus límites un poco más lejos. Utilicemos la creatividad al servicio del erotismo. Superemos la soberbia del yo lo sé todo, característica de los amantes más mediocres (p. 23).

Un aprendizaje constante constituido por una actitud abierta, un diálogo constructivo, una cercanía respetuosa, una autonomía y el logro del agenciamiento humano, serán entonces características del erotismo consciente. Se trataría de percibir cada acción, cada pensamiento, cada palabra y cada decisión, como un acto que contribuya con la más profunda creación: creación de algo nuevo, una visión nunca antes pensada ni sentida, que no sólo incluya el cuerpo, sino el corazón como un elemento definidor de la apuesta contra hegemónica al orden social establecido frente a la sexualidad erótica, "el cuerpo, con su valor de exposición, equivale a una mercancía. El otro es sexualizado como objeto excitante. No se puede amar al otro despojado de su alteridad, solo se puede consumir" (Chul Han, 2014, p. 23).

Se busca un sujeto consciente, que "convoque al significado mismo de ser sujeto habitante de este mundo" (Tamayo, 2006, p. 162), el cual significa el mundo de la vida en un marco socio-histórico -apuesta teórica y conceptual de este escrito-. Consciente de su erotismo como posibilidad para la subversión del poder cultural hegemónico. La subversión es aquí entendida como una acción procesual, implica movimiento, cambio de posición del pensamiento para la emancipación[1] de los sujetos sociales y para este caso particular, para los sujetos eróticos.

Posición crítica en búsqueda de la transformación de prácticas y lenguajes eróticos, fundamentada en una dinámica en la cual el movimiento y la creatividad juegan un papel fundamental, donde el aquí y el ahora es la consciencia humana, la cual invita a apostar por la subversión del sujeto y así romper con los hilos invisibles del poder que le atan por no ser consciente de su equipaje cultural[2].

Dichos equipajes, unidos al poder como sentimiento presente en la cultura y las relaciones, hacen del erotismo un títere del mercado del consumo y de la fantasía de la perfección. El erotismo al ser un arte y un lenguaje particular, es imperfecto en el sentido de que son seres

[1] Se refiere a toda aquella acción que permite acceder a un estado de autonomía, ya que antes se estaba bajo la sujeción y la dominación de algún poder dominante. El concepto ha sido trabajado y profundizado por la psicología de la liberación (Martín-Baró, 1986; Montero, 2004).

[2] Hace referencia a prácticas, costumbres, hábitos, normas, reglas y rituales que llevan a cabo los individuos en su cotidianidad para la convivencia en el mundo social.

imperfectos quienes lo vivencian, lo construyen y lo disfrutan y es por ello que es auténticamente humano.

Se apuesta por una subversión consciente para rebatir "verdades generalmente aceptadas" (Iñiguez, 2005, p. 2) por los sujetos sociales sobre el mundo y sobre sí mismos. Posibilita una comprensión de la sexualidad humana desde una gestión innovadora del erotismo con rostro humano, se visualiza la esencia de la alteridad allí; una subversión consciente del erotismo para ser re-pensado, propuesto, re-hecho. Tal subversión utilizaría el ser consciente orientado a una acción cada vez más emancipada, a la invitación constante al sujeto agente comprensivo de cada acto erótico consciente en el cual "el sexo es prosa, el erotismo en cambio es poesía" (Carlos Di Césare, 2012, como se citó en López, 2012, p. 30).

Innovación

La propuesta se configura a partir de reconocer y alimentar teóricamente una noción de subversión consciente del erotismo como proceso abierto a constantes transformaciones y redefiniciones, y así aceptar los desafíos eróticos (López, 2012) presentes en el contexto actual:

Reconocer el propio estilo erótico, en cuanto emancipado de las imágenes y estéticas a las que invita la publicidad y los medios en el mundo actual.

Liberarse del mandato social y en ese sentido, más que actos eróticos, ser sujetos eróticos, en los que el erotismo consciente sea una actitud general de la vida.

Desmitificar el erotismo, esto es, hacerlo consciente para poder compartirlo de forma natural.

Aprender a comunicar clara y respetuosamente las preferencias eróticas y en general lo que se piensa y siente.

Incluir la ética y la responsabilidad en el erotismo consciente, como fuentes de nuevas creaciones eróticas.

Encontrar (no buscar) un compañero/a de camino que recorra con cada quien el erotismo infinito y consciente.

En este orden de ideas, la innovación de este ejercicio escritural está en ser una aproximación teórica para reconocer el erotismo consciente como un esfuerzo primariamente del sujeto para deconstruir la falsa premisa de "si rendimos, existimos" (López, 2012, p. 27), lo cual es un mandato social antierótico y esencialista. Lograr dicho propósito implica un esfuerzo de las instituciones académicas de generar investigaciones para desnaturalizar cuatro creencias amarradas a ese poder cultural hegemónico: 1) el erotismo se desarrolla a través de la genitalidad; 2) la finalidad del encuentro erótico es el orgasmo; 3) el erotismo como un acto humano perfecto y, 4) el rendimiento sexual como indicador de la satisfacción sexual.

Por tanto, los desafíos eróticos invitan además a los desafíos del ser consciente, expuestos con gran claridad por Tamayo (2006), los cuales podrían resumirse en: confianza, cooperación, autonomía, ética, recuerdo, pluralidad, en una palabra, emancipación del sujeto a través del ser consciente. Sólo mirándose a sí mismo,

comprendiéndose, haciendo consciencia de su ser erótico, podrá el sujeto compartir dicho camino con otro u otros; sólo liberándose y emancipándose a sí mismo, podrá unirse en el erotismo infinito a otro ser imperfecto, que se hará por un instante perfecto, en la unión trascendente que puede permitir el erotismo consciente.

Finalmente, si el sentimiento de poder al parecer se construye en nuestras relaciones cotidianas, amorosas y eróticas, el panorama que se perfila no es optimista: una sociedad excluyente, naturalizada, un erotismo sometido y fragmentado, ¿hay otras posibilidades?, es difícil ser consciente de este sentimiento, ya que como dice Fernández Christlieb (1999), "el poder que es conocido pierde poder (…), por ello el inconsciente es un poder sobre nosotros, y los sentimientos y las pasiones son un poder incontestable" (p. 54) y en este sentido, el erotismo no consciente, pasa a ser solo una práctica más ligada a la sexualidad, en lugar de transformarse en un juego donde se encuentran dos seres humanos para comunicarse y comprenderse a través de una sexualidad erótica diversa y contra hegemónica.

Referencias

Bauman, Z. (2014). ¿La riqueza de unos pocos nos beneficia a todos? Barcelona, España: Paidós.

Bourdieu, P. (1999). Meditaciones pascalianas. Madrid, España: Anagrama.

Castells, M. (1998). La era de la información. Economía, sociedad y cultura (Vol. 1). Fin de milenio. Madrid: Alianza Editorial.

Chul Han, B. (2014). La agonía del eros. España: Herder.

Fernández, P. (1999). La afectividad colectiva. México: Taurus.

Fernández, P. (abril, 2008). La hechura de los sentimientos. Trabajo presentado en el V Congreso Javeriano de Psicología "Pensar el presente: psicología, crítica y tiempos de globalización", Bogotá.

Illouz, E. (2014). Erostimo de autoayuda. Cincuenta sombras de Grey y el nuevo orden romántico. Madrid, España: Katz Editores.

Iñiguez, L. (2005). Nuevos debates, nuevas ideas y nuevas prácticas en la psicología social de la era "post-construccionista". Athenea Digital, 8, 1-7.

López, E. (2012). El erotismo infinito. Bogotá, Colombia: Nomos Impresores.

Martín–Baró, I. (1986). Hacia una psicología de la liberación. Boletín de Psicología, 22, 219-231.

Montero, M. (2004). Introducción a la psicología comunitaria. Desarrollo, conceptos y procesos. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós.

Tamayo, G. (2006). Algunas ideas sobre el concepto de conciencia: por una relación dialéctica entre el ser humano y el mundo. Páginas: Revista académica e institucional de la Ucpr, 74, 159-170.

Propuesta categorial para factores de logro en procesos de resocialización de habitantes en situación de calle en Medellín

Gustavo Adolfo Calderón Vallejo[*], Maricelly Gómez Vargas[**]
Johan Esteban Zapata Colorado[***]

Resumen

La resocialización es un aspecto clave en la recuperación de la población en situación de calle. Es por ello, que el seguimiento y evaluación de estos procesos es fundamental para evidenciar sus factores de logro; dado que se convierten en elementos que ayudan a afianzar los programas que previenen e intervienen esta problemática.

Por ello, la investigación "Factores de logro en la población habitante de calle resocializada, que le han permitido el restablecimiento de derechos, la minimización del riesgo y reducción del daño en problemáticas asociadas a las adicciones en el año 2017", identificó aspectos relevantes desde lo individual, familiar y social que han facilitado dicha continuidad y permiten proponer pautas en los procesos de rehabilitación de personas que transitan dicha situación.

Palabras clave

Habitante de calle; Factores de logro; Resocialización; Adicciones

Introducción

El término resocialización implica la interacción de tres conceptos clave: los de exclusión social, vulnerabilidad e inclusión social. Su afán se dirige a la recuperación del ser humano como ciudadano de derecho y a generar cambios en su estilo de vida, mediante herramientas que ayuden a romper las situaciones que promueven su exclusión constituida desde la sensibilización e identificación de sus condiciones actuales y la potencialización de sus fortalezas y habilidades.

Actualmente, se desarrollan propuestas desde lo laboral, económico, emocional y relacional que superen la vulnerabilidad psíquica, física y social de las distintas problemáticas asociadas a su vida en situación de calle, incluidas las conductas adictivas, como las de consumo de sustancias psicoactivas. De ahí surge la siguiente pregunta investigativa ¿Cuáles son los factores de logro que a la población habitante de calle resocializada, le ha permitido el restablecimiento

* Magíster en Estudios Urbano Regionales. Docente Universidad Católica Luis Amigó, líder grupo de investigación en farmacodependencia y otras adicciones (GIFA), entidad que financia la investigación Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: gcaldero@funlam.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0003-3138-8928.

** Magíster en Psicología. Docente Universidad Católica Luis Amigó, miembro del grupo de investigación en farmacodependencia y otras adicciones (GIFA), entidad que financia la investigación Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: maricelly.gomezva@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0002-2389-7821.

**** Magíster en Historia. Administrador Institución Educativa Previa, entidad que financia la investigación Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: johanestebanz@gmail.com

de derechos, la minimización del riesgo y la reducción del daño en problemáticas asociadas a las adicciones?

Dar respuesta a este interrogante permitirá proponer lineamientos hacia las distintas comunidades interesadas y mejorar los procesos de resocialización de aquellas personas que lo comenzaron. En síntesis, para la investigación es importante dar cuenta de los factores de logro que han permitido que los habitantes en situación de calle se resocialicen.

Desarrollo

Se definieron como factores de logro, aquellos que dentro de los procesos de resocialización de personas que presentan problemáticas relacionadas con su habitabilidad de calle, los identifica como seres sociales. El primero de ellos, el individual, interesado en las características de personalidad, motivación y autoeficacia. El segundo, familiar, centrado en las condiciones relacionales a nivel de redes de apoyo y de familia. Y el último, social, preocupado por las oportunidades educativas, laborales y socioeconómicas de aquella población habitante de calle considerada resocializada.

Factores de logro en el ámbito individual

Para su desarrollo, se tomó el concepto de personalidad usado por Millon, 2006 (como se citó en Montaño, Palacios & Gantiva, 2009), el cual alude a un patrón de rasgos o características que definen a la persona en sus aspectos biológicos, interpersonales, cognitivos y psicodinámicos y con los cuales puede afrontar las situaciones internas y externas de su realidad.

Propone, para ello, una diferenciación del *continuum* entre una personalidad normal y una anormal, bajo las siguientes condiciones:

- Capacidad de relacionarse con su entorno de manera flexible y adaptativa.
- Sus percepciones propias y externas son constructivas.
- Sus patrones observables de conducta promueven hábitos de vida saludable.

Bajo este esquema, los elementos a destacar dentro de esta subcategoría serían las relaciones adaptativas, las percepciones constructivas y las conductas saludables del individuo; además de la motivación, que según Naranjo (2009) es aquel proceso que implica la delimitación de un objetivo por parte de la persona, que por medio de recursos adecuados a nivel conductual, le permite el logro del mismo.

Señala Ajello, 2003 (como se citó en Naranjo, 2009) que la motivación se clasifica en intrínseca, referida a aquellas actividades que una persona realiza por un gusto o iniciativa propia, así obtenga o no, un reconocimiento externo. Y extrínseca, que describe aquellas situaciones en las que se pretende lograr reconocimiento.

Finalmente, se tuvo en cuenta el concepto de autoeficacia que Bandura, 1987 (como se citó en Carrasco & del Barrio, 2002) definió, como los

juicios que el individuo tiene sobre sus propias capacidades y desde allí orienta sus actos para alcanzar los propósitos previamente planeados.

Incluir estos tres elementos se considera relevante para la población habitante de calle ya resocializada, pues darán cuenta de aquellos aspectos cognitivos, emocionales y conductuales que los caracterizan y que, al mismo tiempo, les facilitaron alcanzar durante el proceso de resocialización, adoptar un estilo de vida distinto a la *habitancia* en calle.

Factores de logro en el ámbito familiar

Si bien es cierto que existen habitantes en situación de calle cuya condición fue decidida deliberadamente como una opción de vida en la que algunos de ellos tienen la convicción de no acatar el sistema, y que otros cuentan con psicopatías que afectan sus condiciones de conciencia y de decisión, el componente familiar continúa siendo de mucha importancia para su resocialización.

Un elemento clave dentro de los procesos de resocialización de los habitantes de calle es la recuperación o fortalecimiento de los vínculos con algunos miembros de la familia, si los hubiere; y el afianzamiento de los nexos interpersonales y la construcción de nuevas formas que funden su red básica de apoyo mediante el cual recomponer el tejido social familiar, valor esencial para todo sujeto. En otras palabras, el proceso debe perseguir un proceso de socialización y de re- significación tanto a nivel primario como secundario.

En lo que respecta al aspecto socio-familiar, este no siempre es posible reconstituirlo dado que, o no existen sus miembros o las rupturas dentro de la familia fueron de gran profundidad y no han sido significativas para el resocializado en su presente. Así mismo, porque la situación particular de la familia transita en un proceso de descomposición tan grande que puede ser contraproducente antes que motivante, para él y su proceso (Viveros, 2006); lo cual alimenta la posibilidad de que el sujeto en resocialización ya haya reconfirmado nuevos e intensos lazos no consanguíneos y que además los considere su nueva familia, que por ejemplo tenga su compañera(o) con o sin hijos.

Lo más común, por razones vitales de interacción entre seres sociales y por las características de sobrevivencia de los habitantes de calle, es que cuenten con un grupo reducido de pares que sean su red de apoyo básica, con quienes sientan confianza. Sin embargo, esta situación no siempre es favorable para la persona ya que está el hecho de que algunos de dichos pares mantengan prácticas no sociales, adictivas e incluso de infracción a la ley. Lo que puede incidir negativamente en un proceso proactivo de resocialización.

Entre los principales factores de logro que pueden observase están: que exista la reconstitución de las relaciones familiares cuando esta posibilidad se evalúe como beneficiosa para el proceso de resocialización de la persona; mantener o reconstruir las redes de apoyo; compartir espacios, tiempos y recursos con familiares y/o redes de apoyo más próximas, afianzar relaciones afectivas de calidad; aprender a respetar límites y normas; refinar las habilidades comunicativas con familiares y/o redes y asumir con responsabilidad roles y funciones.

Pero dialécticamente, para identificar estos factores de logro desde lo familiar, se debe trabajar sobre aquellos que fueron detonantes para que la persona saliera de este espacio. Además del abandono, están, la conflictividad en el hogar, el maltrato físico o psicológico, abuso sexual, ausencia materna o paterna, padres autoritarios o permisivos. Además de la débil construcción valorativa y consumo de drogas por algunos miembros de la familia, entre otros (Cid-Monckton & Pedrao, 2011).

De otra parte, los habitantes en situación de calle construyen y *de-construyen* redes de interacción que les sirven de apoyo afectivo, protección, explotación, sobrevivencia, solidaridad o asistencia. Estas complejas relaciones con alguno de los integrantes, en ocasiones se tornan altamente significativas y representan un sentido de vida para ellas y que va más allá de una simple amistad para dar paso a un aprecio emocional intenso. Este último hecho, debe ser tenido en cuenta en todo proceso de resocialización. Pues es un punto de partida para el reconocimiento de su subjetividad, intersubjetividad, nueva familiaridad y establecimiento de derechos (Correa & Zapata, 2007).

Factores de logro en el ámbito social

Las propuestas que en los últimos tiempos han procurado la resocialización de personas que presentan alguna situación de adicción y, a la vez, habitabilidad en calle persiguen hacer de estos sujetos, seres humanos conscientes de sus derechos y, al mismo tiempo útiles a la sociedad desde lo económico, educativo y productivo. En este último aspecto, se busca hacer frente a dos asuntos: minimizar el riesgo tanto a la adicción y a la estancia en la calle. Y a la vez, menguar el efecto que estas dos problemáticas generan hacia la persona misma y a la sociedad que le rodea.

Estos modelos conocidos como de intervención en *Reducción del daño y minimización del riesgo* (Restrepo & Storti, 2011) buscan, en los espacios urbanos que se aplica, como Medellín, la resocialización bajo la perspectiva de

> atender desde lo psico-educativo, a los ciudadanos habitantes de calle adultos de ambos sexos, que se encuentran en situación de calle en la ciudad de Medellín, frente a su problemática del uso y abuso de sustancias psicoactivas, con el fin de generar cambios significativos en sus estilos de vida, apuntando al desarrollo bío-psico-socio-espiritual (Restrepo & Storti, 2011, p. 29).

Y de esta manera, "la superación de sus problemáticas, la práctica de habilidades sociales y competencias ciudadanas, así como la identificación de las habilidades, competencias y posibilidades laborales de cada una de las personas" (Restrepo & Storti, 2011, p. 200).

El apoyo teórico de estos modelos, desde la dimensión social, se encuentran en los presupuestos teóricos de Botvin quien desde el *Entrenamiento en habilidades para la vida* busca "mejorar la competencia personal global e información y habilidades relacionadas con las drogas" (Botvin, 1995, p. 340). Bandura propone, desde la *Teoría Cognitivo Social*, que el contexto en el cual las personas hacen recorrido de sus vidas está determinado por los objetivos que construyen previamente, las creencias y

los juicios (Bunge, 2008). Por tanto, una persona debe ser objeto de un aprendizaje articulado con sus experiencias y expectativas personales proyectadas en el escenario social; igual discurso se encuentra en Jessor y su *Teoría de la Conducta Problema* para explicar que la relación entre contexto social y comportamiento individual se convierte en un factor de éxito de la resocialización (Laespada, 2004). Reflejado en un positivo desarrollo social ya mencionado en la *Teoría del Desarrollo Social* de Hawkins y Weiss, se considera que la resocialización, la participación e interacción de las personas solo se logra a través del refuerzo de las aptitudes personales y el fortalecimiento de las interacciones y asociaciones que pueden suscitarse mediante los vínculos sociales que emergen durante sus etapas de desarrollo (Hawkins, & Weiss, 1995).

Esta diversidad teórica permite detectar los siguientes factores de logro a nivel social: la revisión del estilo de vida desde su experiencia en la calle, la responsabilidad consigo mismo, la resolución pacífica y negociada de conflictos, la orientación vocacional, la administración de los recursos económicos, el aprovechamiento de la oferta educativa y laboral como instrumento de inclusión y de ciudadanía para "el mejoramiento de las habilidades sociales y de empleabilidad de los usuarios y el mantenimiento de un proyecto de vida autónomo sustentado en la independencia económica" (Restrepo & Storti, 2011, p. 271).

Innovación

El proyecto es innovador en cuanto recupera un abordaje complejo e integral de los procesos de resocialización de las personas adictas y en situación de calle desde categorías comprensivas que respetan y estudian tanto el contexto como las problemáticas que los acompañan y de esta manera, recuperar el significado de cómo se representan como sujeto; un aspecto que a veces es ignorado desde la política social y sus mecanismos de intervención, cuyas guías y protocolos promueven asistencialismos y lineamientos generales sin tener en cuenta sus especificidades.

Referencias

Bunge, E. (2008). Entrevista con Albert Bandura. *Revista Argentina de Clínica Psicológica, 17*(2), 183-188.

Botvin, G. (1995). Entrenamiento en habilidades para la vida y prevención en el consumo de drogas en adolescentes: consideraciones teóricas y hallazgos empíricos. *Psicología conductual, 3*(3), 333-356.

Carrasco Ortiz, M. & del Barrio Gandara, M. (2002). Evaluación de la autoeficacia en niños y adolescentes. Psicothema, *14*(2), 323-332.

Cid-Monckton, P. & Pedrao, L. (2011). Factores familiares protectores y de riesgos relacionados al consumo de drogas en adolescentes. *Revista Latinoamericana Enfermagem, 19*, 738-45.

Correa, M. & Zapata, J. (2007). La otra ciudad-Otros sujetos: Los habitantes de calle. *Trabajo Social* (9) 37-5. Recuperado de file:///C:/Users/doc-b1p209-4/Downloads/Dialnet-LaOtraCiudadOtrosSujetos-4397580.pdf

Hawkins, J. & Weiss, J. (1995). El modelo del desarrollo social: un enfoque integrado a la prevención de la delincuencia. *Comunicación, lenguaje y educación, 27,* 115-133. Madrid, España: Fundación Infancia y Aprendizaje.

Laespada, T., Iraurgi, I. & Aróstegi, E. (2004) *Factores riesgo y de protección frente al consumo de drogas: hacia un modelo explicativo del consumo de drogas en jóvenes de la CAPV.* Deusto, España: Universidad de Deusto, Instituto Deusto de Drogodependencias.

Montaño Sinisterra, M., Palacios Cruz, J., & Gantiva, C. (2009). Teorías de la personalidad. Un análisis histórico del concepto y su medición. Psychologia. Avances de la disciplina, *3*(2)*,* 81-107.

Naranjo Pereira, M. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. Revista Educación, *33*(2), 153-170.

Restrepo Escobar, S., & Storti Calderón, M. (2011). *Propuesta metodológica Articulación del programa de atención en farmacodependencia desde todos los componentes del sistema de atención al habitante de calle adulto. Modelo reducción del daño y minimización del riesgo. Modalidad ambulatoria abierto y semi-abierto.* Medellín, Colombia: Secretaría de Bienestar Social, Alcaldía de Medellín.

Viveros, E. (2006). Dinámicas internas de las familias con jefatura femenina y menores de edad en conflicto con la ley penal: características interaccionales. Medellín, Colombia: Universidad Católica Luis Amigó. Recuperado de http://www.funlam.edu.co/uploads/facultadpsicologia/623_Dinamica_intena_familias_monoparentales.pdf

Las neurociencias aplicadas a las organizaciones, nuevas formas de aprender, percibir al individuo y tomar decisiones

Juan Diego Betancur Arias*
Luis Fernando Quintero Arango**

Resumen

Desde los años 90, década conocida como la "Década del Cerebro", tanto en EEUU como en Iberoamérica se produce el boom de las Neurociencias. Podemos definirlas como las ciencias que estudian la estructura y funcionamiento del sistema nervioso humano y cómo sus diferentes elementos se relacionan entre sí para crear y constituir la base biológica de la cognición, las emociones y la conducta (Lorenzo y Lorenzo, 2011; Schein, 1988).

Coherente con lo anterior, se vuelve vital tratar de conocer cómo actúan los billones de células que existen en el cerebro (neuronas) y cómo estas son influenciadas por el medio ambiente que rodea al individuo para dar respuestas a las necesidades del hombre en cualquier contexto que habite.

El cerebro permite crear, desarrollar y mejorar competencias, habilidades, aptitudes, destrezas y todas aquellas características evolutivas que ubican al hombre como un ente capaz de trascender la experiencia vital gracias a sus características ontogenéticas y filogenéticas. El cerebro es nuestro ejecutivo central, de él dependen todas las acciones conscientes o inconscientes que desarrollamos, de ahí la importancia de conocer su funcionamiento y *equipotencialidad*.

Como lo refiere (Siegel, 2010) conocer del cerebro es toparse con los componentes centrales de la sensibilidad humana, es decir, entender el entramado complejo de pensamientos, emociones y conductas que acompañan al sujeto en cualquier escenario que resida, este es realmente un asunto importante que ayuda a mejorar el desarrollo de las sociedades y resolver los dilemas por los que muchas veces pasa el hombre, incluyendo la incertidumbre y la culpa.

Las empresas son consideradas escenarios sociales, y bajo esta connotación se requiere que las mismas se ocupen de fortalecer entre otras cosas importantes, el potencial y las capacidades de los colaboradores que se encuentran dentro de un tejido empresarial. Esto perfectamente se puede lograr articulando los conocimientos científicos de las neurociencias, los cuales aportan una visión integradora del individuo y sus disposiciones individuales y organizacionales.

Para que la administración de empresas avance a pasos acelerados en materia de conocimientos que generen un plus al campo de la gestión estratégica del talento humano, debe percatarse de lo importante que es el ser humano en la dinámica empresarial; pues él es quien dirige, controla, planea, ejecuta, toma decisiones y genera cambios en las compañías, asunto que deja claro que son los pensamientos, las emociones y los comportamientos del sujeto con todas sus aristas, los que generan dichos cambios en la praxis organizacional (Minsky, 2010). Desde esta postura se pretende generar una propuesta para que se empiece a asumir de manera innovadora, las contribuciones que pudieran llegar a generar las neurociencias al campo de la administración de empresas.

Palabras clave

Neurociencias; Capacitación; Toma de Decisiones; Aprendizaje organizacional; Individuo.

* Doctor en Psicología con orientación en neurociencia cognitiva aplicada. Docente Investigador, Universidad Católica Luis Amigó, grupo de investigación Neurociencias básicas y aplicadas, Medellín-Colombia. Correo electrónico: juan.betancurri@amigo.edu.co, ORCID: http://orcid.org/0000-0003-3340-8670

** Magister en Dirección de Marketing, Especialista en Negocios Internacionales, Administrador de Empresas. Docente asignado a la Facultad de Ciencias administrativas, Económicas y Contables. Grupo Goras. Entidad financiadora, Universidad Católica Luis Amigó 100%. Medellín, Colombia, Correo electrónico: luis.quinterora@amigo.edu.co. ORCID: http://orcid.org/0000-0002-6268-065X

Introducción

Es importante aclarar que el presente escrito, es apenas una iniciativa para empezar a pensar el aporte que pueden hacer las neurociencias al contexto empresarial, el cual podría estar determinado por múltiples aspectos que van desde la compresión del comportamiento del individuo en los escenarios organizacionales y su repercusión en los resultados y productividad en la empresa, hasta la toma de decisiones, el aprendizaje organizacional y la consolidación de estrategias que ayuden a mejorar desde las disposiciones biológicas la praxis en su labor dentro de la organización.

Conocer el cerebro y su funcionamiento teniendo como referente contextual el entorno de la organización y los sujetos que lo conforman, admite nuevas oportunidades que tiene la disciplina administrativa para avanzar de manera estratégica en la compresión de las características globales e individuales de los sujetos en términos de comportamientos, emociones y conductas, lo que posibilita hacer lecturas diferentes de los contextos productivos y de servicio en las compañías.

Las neurociencias son objeto de estudio en diferentes áreas del conocimiento, dada la capacidad multidisciplinar que poseen para explicar cualquier asunto que involucre al ser humano y sus sistemas de relaciones, aspectos que podrían aprovechar muy bien las empresas para aprender, comprender y crear nuevas formas de relacionarse con los individuos que conforman el tejido empresarial (Belén y García, 2010).

Dentro de las neurociencias se desarrollan varias disciplinas que se nutren de los aportes de esta, a saber, el neuromagement (direccionado que busca mejorar el liderazgo, la productividad y promover el bienestar del individuo en el ámbito laboral), neuroeconomía (brindando soporte neurocientífico a la toma de decisiones dentro de esta disciplina), el neuromarketing (investiga y estudia los procesos cerebrales que explican la conducta y la toma de decisiones de las personas en los campos de acción del Marketing tradicional), no obstante, estos asuntos deben tomarse con especial cuidado académico y científico, dado que todavía hacen falta algunos estudios científicos en sentido estricto que profundicen en estos saberes.

A los administradores en formación, profesionales y expertos les conviene conocer las nuevas tendencias del conocimiento en neurociencias y cómo estas aportan en la conducción y gestión de organizaciones inteligentes desde la nueva realidad que plantean los descubrimientos sobre los procesos cerebrales que explican de mejor manera la conducta, la actitud y la toma de decisiones en las personas.

Conocer las posibles contribuciones que realiza las neurociencias a la gestión administrativa en las organizaciones, plasma intereses especialmente investigativos para notar esta relación, que, en los tiempos actuales, resulta ser muy inquietante y relevante para conocer los elementos cerebrales y de relacionamiento que se puedan dar entre la disciplina científica de la administración y las ciencias que explican el comportamiento, modulación y funcionamiento del cerebro (Cuesta y Ramos, 2008).

Pregunta problema

¿Cómo las neurociencias desde sus conocimientos científicos aportan a la construcción de estrategias organizacionales y a una visión holística del individuo en el contexto empresarial?

Objetivo general

Describir el aporte que pueden hacer las neurociencias desde sus conocimientos científicos al desarrollo organizacional y empresarial.

Desarrollo

El cerebro es el centro de la inteligencia, el aprendizaje, las emociones, los pensamientos, las conductas, la planeación, la ejecución, el monitoreo, la flexibilidad cognitiva, la memoria, entre otras funciones psicológicas de orden superior. Las neurociencias tienen como objeto de estudio el sistema nervioso central y su relación con el ambiente, lo que explica por qué es importante conocer cualquier contexto donde el sujeto tenga incidencias, tal es el caso de la empresa, cuya analogía como un sistema social o familiar, muestra cómo los comportamientos de una persona pueden incidir positiva o negativamente en los intereses, propósitos y metas que tenga una empresa para cumplir sus objetivos (Solms y Turnbull, 2005; Lorenzo y Lorenzo, 2011), incluso en la manera de construir o incrementar las redes neuronales, si centramos la atención en el desarrollo neuropsicológico del individuo.

El ser humano constituye el nervio motor de toda organización. De allí la importancia que reviste, para cualquier estudio del fenómeno organizacional, el análisis de las acciones, propósitos, características individuales, asuntos familiares, metas y objetivos de un sujeto frente a las realidades de la compañía, ya que no se podría hacer una segmentación del individuo desde sus disposiciones básicas para desarrollar su actividad laboral. Las organizaciones representan el contexto donde hombres y mujeres pasan una altísima proporción de su existencia realizando diferentes actividades para el desarrollo de la organización y propio, motivo por el cual es necesario contribuir desde una visión amplia de empresa y de hombre, al desarrollo continuo del ser humano tanto a nivel personal como laboral.

Dentro de las múltiples estrategias que permiten desarrollar el bienestar y el equilibrio del sujeto al interior de la empresa, están los programas de formación y fortalecimiento que la compañía establece desde la alta gerencia para afianzar el vínculo estratégico entre el colaborador y la empresa; buscando generar una retroalimentación entre los dos actores, que permita identificar las potencialidades, dificultades, alternativas, nuevos desarrollos de competencias y aptitudes, aprendizaje continuo, desarrollo a nivel cerebral, fortalecimiento de funciones psicológicas superiores como la atención, la memoria, el lenguaje, las funciones ejecutivas y la inteligencia, entre otros dominios básicos y elaborados en el individuo. Desde esta

postura, las neurociencias posibilitan por medio de planes de capacitación aportes significativos y acciones que conduzcan al desarrollo personal, social y laboral de los seres humanos que se encuentran articulados a la dinámica empresarial (Cardona y Escobar, 2012; Araujo, Barrutia, & Hoyos, 2006). Es importante mencionar, que hasta el momento son pocas las compañías que contemplan y conocen la propuesta de las neurociencias y cuál podría ser el aporte que estas realizan al contexto de las empresas dinámicas y modernas.

Barthelemy y Rodríguez (2015), consideran necesario agregar reflexiones y nuevas líneas de trabajo investigativo en sentido estricto sobre el tema de las neurociencias y la relación con la disciplina de la administración de empresas, desde un punto de vista enfocado a destacar los posibles cambios en la práctica y enseñanza de la ciencia administrativa, la cual contenga mayores elementos que permiten el conocimiento del cerebro y sus funciones. Y de esta manera estar sincronizados con las disposiciones básicas del hombre para operar de manera satisfactoria en los entornos laborales.

Los recientes avances en el estudio del cerebro y su efecto de derrame transdisciplinar hacia todas las ciencias relacionadas con el comportamiento humano, el pensamiento, la forma de entender nuestro entorno y el mundo, no pueden dejar de despertar, en nuestra área de conocimiento (la administración), una inquietud hacia la abstracción, el cuestionamiento y la posibilidad sobre la propuesta de las neurociencias aplicadas a las organizaciones, como una nueva forma de explicar, comprender, mejorar y vivir la gestión de las empresas de manera coherente y lógica con los dominios y potencialidades del hombre.

Innovación

El auge de las neurociencias en estos tiempos puede traer excesos de utilización que los mismos promotores de su trabajo científico serio advierten. Allegri, Montoya y Puerta en comunicación personal (2017), investigadores destacados por sus estudios empíricos, afirman que las neurociencias en los últimos tiempos han sido objeto de la mercantilización del conocimiento, lo cual no es bueno que las estén fusionando con otras disciplinas solo por el hecho de utilizar el prefijo neuro, lo que las convierte en *neurotonterías*; el asunto va más allá y tiene que ver con el análisis riguroso que deben hacer otras disciplinas si quieren recibir el aporte que les pueden proporcionar las neurociencias. Este aporte, que bien podría ser muy valioso estaría dado a partir de las lógicas de cómo funciona el cerebro desde la individualidad, y ya el trabajo de las otras disciplinas estaría en puntualizar cómo esos dominios individuales, podrían obtener, dependiendo de cuál sea la necesidad, una potencialidad que convenga a los entornos sociales. Para este caso las ciencias administrativas deben hacer un exhaustivo análisis de cuáles serían los aportes convenientes desde las neurociencias para la organización, ya que no todo puede ser explicado a partir de cómo funciona el cerebro, pero lo cierto es que nada puede ser explicado si no funciona el cerebro (Manes, 2017). Eso es básicamente lo que se pretende con los programas y las capacitaciones en las compañías cuando de neurociencias se trata, la intención es

permitir que distintos grupos puedan acceder a las hipótesis científicas a las que han llegado las neurociencias, con el objetivo de advertir las fluctuaciones e irregularidades del funcionamiento cerebral, que sin miedo a equivocarnos, esto ayuda a las nuevas formas de comprender al hombre en sus distintas expresiones.

Para las organizaciones contemporáneas y competitivas, las neurociencias aportan una visión diferente del hombre social y productivo, el cual lo pone en un plano individual, organizar sus planes de capacitación teniendo en cuenta los conocimientos acerca del cerebro y sus funciones, al mismo tiempo que las empresas deben empezar a generar acciones desde el aprendizaje continuo para conocer cómo funciona y toma decisiones el cerebro.

De otro lado, ese aprendizaje continuo consiste en agregar en la planeación, el desarrollo o evolución de la *neurogestión*, en la construcción de nuevos entornos empresariales, teniendo como referente una visión filosófica administrativa humanizada, donde el ser humano sea lo más importante.

Para poder transversalizar las neurociencias a la organización, se debe generar una cultura empresarial con la intención de analizar y entender cómo se toman las decisiones relacionadas con la elección de compra, con la inversión, el ahorro y el consumo, teniendo certeza de que el pensamiento lógico y razonable apoya todo lo relacionado con las neurociencias empresariales.

Referencias

Araujo, A., Barrutia, J., & Hoyos, J. (2006). Comportamiento de las empresas respecto a la formación continua de sus directivos. *Revista cuadernos de gestión*, *6*(1), 83-98. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274320225005

Barthelemy, H. R., y Rodríguez, V. G. (2015). Las neurociencias y su impacto en la administración. II Congreso Latinoamericano de Administración, V Encuentro Internacional de Administración de la región Jesuítico Guaraní. Posadas, Argentina: Universidad Nacional de Misiones. Recuperado de http://rid.fce.unam.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/47/ANALES%20%20II%20CONLAD2015.pdf?sequence=1#page=41.

Belén, A., y García, L. (2010). Neurociencias, sociedad y mercado. *Revista Latinoamericana de ciencia Psicológica, 2*(1), 3-7. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=333127086002

Cardona, M. y Escobar, S. (2012). Innovación en la transformación productiva industrial: Aportes a la construcción. *Revista Semestre Económico, 15*(31), 127-151. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=165024299005

Cuesta, A., & Ramos, J. (2008). Contribución al diseño de la organización que aprende. *Revista Ingeniería industrial, XXIX*(2),1-9. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360433566004

Lorenzo, C. A., & Lorenzo, Ma. N. (2011). *Procesos de Mejora Organizacional en un Modelo de Gestión de Intangibles*. Presentado en Congreso Adenag, Santa Rosa, Argentina.

Manes, F. (2017). *Las neurociencias: un intento de colonizar la subjetividad*. Uruguay: Red filosófica del Uruguay. Recuperado de https://redfilosoficadeluruguay.wordpress.com/2017/03/19/las-neurociencias-un-intento-de-colonizar-la-subjetividad/

Minsky, M. (2010*). La máquina de las emociones*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.

Schein, H. (1998). *La Cultura Empresarial y el Liderazgo*. Barcelona, España: Plaza & Janes Editores S.A.

Siegel, D. J. (2010). Cerebro y mindfulness, 1° Edición. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.

Solms, M., y Turnbull, O. (2005). *El cerebro y el mundo interior: una introducción a la neurociencia de la experiencia subjetiva.* México D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Una mirada del habitante de calle más allá del estigma social. Aportes a la política pública social

Magda Victoria Díaz Alzate*
Sandra Milena Restrepo Escobar**

Resumen

Este texto pretende acercarse al concepto de habitante de calle, más allá del estigma social que se ha constituido a partir de las representaciones sociales que se tienen sobre el mismo. En este sentido, se realiza un aporte a la reflexión en torno a la deconstrucción de las diferentes definiciones que se encuentran en documentos públicos sobre esta población, para comprender que también hacen parte de la ciudadanía. Asimismo, la construcción de conocimiento a partir de la investigación que suscita el texto, busca mostrar el aporte al fortalecimiento de la Política Publica Social que se implementará en la ciudad de Medellín para atender a esta población, especialmente en la línea estratégica "Gestión del conocimiento y sistematización de experiencias".

Palabras clave

Habitante de calle; Representación social; Política pública.

Introducción

Este texto se deriva de la investigación "Evaluación del índice de severidad de Psicopatía de la población habitante de calle consumidora de Sustancias Psicoactivas de la Ciudad de Medellín", realizado por la Universidad Católica Luis Amigó y la Secretaría de Inclusión Social y Familia de Medellín, durante el año 2015, con el fin de aportar conocimiento científico sobre dicha población, y así, contribuir a la Política Pública Social para la atención a los habitantes de la calle.

Se presenta la reflexión frente a la representación social que se ha construido sobre los habitantes de calle, y que ha favorecido la implementación de estrategias de intervención con enfoque institucionalizado, reducido a los datos censales que se tienen sobre esta población. Se exponen definiciones del habitante de calle que lo limita a quien vive en este lugar, y la invitación a reflexionar sobre aspectos más amplios: la calle como hábitat y el tratamiento de los habitantes de calle como ciudadanos.

Además, se expone el impacto social de la investigación en el fortalecimiento de la línea estratégica "Gestión del conocimiento y sistematización de experiencias" del Acuerdo 24 de 2015 del Concejo de Medellín, por medio del cual se establece la Política Pública Social para los Habitantes de la Calle del Municipio. La posibilidad de conocer factores de la salud mental de la población, propende por una atención integral, puesto que desmitifica la condición de habitabilidad de calle equiparada a la psicopatía.

* Magister en Educación y Desarrollo Humano. Docente Facultad de Psicología y Ciencias Sociales de la Universidad Católica Luis Amigó. Grupo de investigación Estudios de Fenómenos Psicosociales. Investigación cofinanciada por la Secretaría de Inclusión Social y Familia del municipio de Medellín. Medellín-Colombia. Correo electrónico: magda.diazal@amigo.edu.co, ORCID: http://orcid.org/0000-0002-7712-8462

** Magister en Educación y Desarrollo Humano. Docente Facultad de Psicología y Ciencias Sociales de la Universidad Católica Luis Amigó. Grupo de investigación Farmacodependencia y otras Adicciones. Investigación cofinanciada por la Secretaría de Inclusión Social y Familia del municipio de Medellín. Medellín-Colombia. Correo electrónico: sandra.restrepoes@amigo.edu.co, ORCID: http://orcid.org/0000-0002-7712-858X

La habitabilidad en calle: reflexión frente a la concepción del fenómeno y su incidencia en la intervención

La definición del habitante de calle propuesta para la ciudad de Medellín, aduce una reducción frente a lo que podría representar la condición misma de "habitar la calle". El Acuerdo 24 de 2015 del Consejo de Medellín mencionado, expone que se trata de la "persona sin distinción de sexo, raza o edad, que hace de la calle su lugar de habitación, ya sea de forma permanente o transitoria".

Una de las dificultades para comprender el fenómeno de la habitabilidad de calle, es que no existen consensos frente a su definición:

> En los países en vía de desarrollo en general, no se ha presentado una discusión académica sobre la definición de habitabilidad en calle al nivel en que se ha desarrollado en los países industrializados de occidente. Tampoco hay estudios que evalúen las definiciones utilizadas en los diferentes países de la región latinoamericana (Nieto y Koller, 2015, p. 2168).

De manera incipiente se ha intervenido este fenómeno, con base en datos de ciudad que no presentan precisión, por tratarse de una población fluctuante, con dificultades para acceder a documentos de identificación, además, con la utilización de datos del último censo realizado en Medellín en 2009, por el Centro de Estudios de Opinión de la Universidad de Antioquia.

El desconocimiento, incluso en términos estadísticos de esta población en la actualidad, complejiza la implementación de programas de acompañamiento integral. Si bien la ciudad de Medellín cuenta con el Acuerdo 24 de 2015, y en el Plan de Desarrollo 2016-2019 se describe el proyecto "Fortalecimiento del sistema de atención para la población de calle", es evidente que la intervención hasta ahora realizada, no cuenta con bases científicas, más allá de lo censal.

La definición de la habitabilidad de calle debe trascender hacia una perspectiva política, de tal modo que contribuya a la dignificación de los sujetos que han decidido configurar la calle como su lugar de habitación. Para ello, es importante reconocer que existen representaciones sociales, construidas a partir de las experiencias y la información que tienen los demás ciudadanos sobre la población que habita la calle.

Según Navarro y Gaviria (2010), existen al menos dos tipos de representaciones sobre esta población en Medellín: la compasiva y la temerosa. En ambos casos, la mirada del otro resulta excluyente, puesto que reduce la comprensión del fenómeno a la marginación social. El estudio muestra expresiones relacionadas con la habitabilidad en calle que habla de definiciones en cuanto a drogadicción, sentimientos de compasión, marginación, categorías sociales, necesidades, seguridad, estilo de vida, lugares y apariencia.

Si se tiene en cuenta que las representaciones sociales son las maneras en las que los sujetos se acercan a acontecimientos de la vida cotidiana y los comprenden, a partir de sus experiencias, del conocimiento, de la información recibida por diferentes medios, y que se transmiten social y culturalmente (Jodelet, 1988), es posible dilucidar que, los habitantes de calle son representados en términos de problemática social, más que de ciudadanos con maneras de habitabilidad diferentes.

La calle en sí misma como lugar para habitar, ahonda la condición de vulnerabilidad de las personas que allí residen, y puede relacionarse directamente con conductas de riesgo que, en ocasiones, trasgreden los límites de la legalidad:

> La problemática que se presenta en este tipo de población está dada, principalmente, por factores como: la exclusión, la desigualdad de oportunidades, las pocas posibilidades económicas, el desplazamiento, condiciones que han contribuido al incremento de la vulnerabilidad en dicha población (González, Blandón, Quiceno, Giraldo, y Forero, 2014, p. 37).

Asimismo, en un estudio realizado en México con habitantes de calle, encuentran que, "otro aspecto que vuelve a la calle violenta es la constante posibilidad de despojo de lo propio, el hecho de que en cualquier momento se pueden llevar sus pertenencias" (Saucedo y Taracena, 2011, p. 276).

Estas condiciones sobrepasan las posibles representaciones sociales que se han construido sobre la población habitante de calle, toda vez que refiere también la responsabilidad estatal y social frente al fenómeno. No obstante, la reducción de la caracterización de la misma en términos de censo y diagnósticos, ha mantenido la concepción de marginación de estos habitantes entre la población que no habita la calle. La dificultad radica entonces, en que las representaciones sociales, como ya se mencionó, transmiten y perpetúan, de alguna manera, prácticas de exclusión social de quienes trasgreden las maneras de habitabilidad en residencias fijas que la sociedad ha impuesto.

Con este panorama, la posibilidad de trazar planes de intervención dignificantes de la condición humana, se limita al asistencialismo social, la institucionalización y las propuestas de reinserción a la vida familiar como única forma socialmente pensable para la existencia humana, y desconoce la singularidad de las personas que habitan la calle, por la incomprensión del mismo fenómeno y la reducción a la "normalización" que se mantiene como tendencia en los planes de intervención estatales y sociales con cualquier población que esté al margen de los órdenes establecidos como "normales". Ello lleva, indefectiblemente, a mantener la idea de los habitantes de calle como población por fuera de los estándares definidos y a la estigmatización de los mismos.

Una mirada trascendente a la del reduccionismo que impone las definiciones ya expuestas, las representaciones, los censos poco exactos, las características de fluctuación de la población y la constante marginalidad a la que se ve expuesta por estar habitando en un espacio público, acarrea, inevitablemente, la capacidad de reconocimiento del habitante de calle como parte de la vida en común, a la calle como un hábitat y no sólo como espacio abierto y, a la comprensión de las dinámicas y los múltiples factores que inciden en que sea este espacio, precisamente la calle, el elegido para habitar. En este sentido,

> Los habitantes de la calle se presentan como una población que asume su vida en el espacio público de la ciudad; un espacio que constituye la imagen de la incertidumbre, la ambivalencia, pero también de lo infinito, el lugar de las escapatorias, las deserciones y las posibilidades de emancipación (Correa, 2007, p. 38).

La desestigmatización del habitante de calle como desecho, para comprenderlo como poblador de un espacio cargado de factores de riesgo, permitiría la construcción de políticas públicas dignificantes, con caracterizaciones de la población más allá de las cifras y los diagnós-

ticos de tipo psiquiátrico, de los afanes por la reinserción familiar, hasta la pretensión de la "normalización", para comprender al sujeto en su complejidad y a la calle como habitación elegida. La constante homogenización de la vida humana y el afán de perpetuar los órdenes establecidos por discursos hegemónicos de poder, llámense sociales, científicos, económicos, han hecho que la población habitante de calle sea tratada como excedentaria y no como ciudadanos con derechos. Así,

> el proceso de urbanización de la vida, que significó un estilo específico y cada vez más sofisticado de sedentarismo, no ha traído consigo la eliminación de la alternativa nómada como una posibilidad de vida dentro de las ciudades. Aunque no sea claro por qué la evolución de la civilización tiene que ir exclusivamente en la línea de la sedentarización, esta evolución ha privilegiado este proceso y ha excluido de sus beneficios a la posibilidad nómada; así, la vida en las calles de las ciudades quedó asociada por sí misma a patologías tanto personales como sociales (Correa, 2007, p. 41).

Ello ha implicado la intervención asistencialista que conlleva, necesariamente, a que ellos mismos desconozcan o hagan caso omiso de sus deberes ciudadanos.

Innovación social. Aporte a la Política Pública Social del habitante de calle de Medellín

En Medellín, se cuenta con el Sistema de Atención, con un enfoque de institucionalización del habitante de calle, con el objetivo de realizar la intervención en atención primaria y acceso a la salud como derecho fundamental. Contempla además, "garantizar la atención de los habitantes de calle con trastorno dual, facilitando así el manejo de su patología, promoviendo su revinculación social y familiar" (Plan de Desarrollo Medellín cuenta con vos, 2016-2019). Asimismo, como se nombró anteriormente, existe el Acuerdo 24 de 2015 sobre la Política Pública Social para esta población, que se encuentra en proceso de reglamentación.

En efecto, uno de los objetivos del proyecto de investigación "Evaluación del índice de severidad de Psicopatía de la población habitante de calle consumidora de Sustancias Psicoactivas de la Ciudad de Medellín", realizado por la Universidad Católica Luis Amigó y la Secretaría de Inclusión Social y Familia de Medellín, durante el año 2015, es aportar a la caracterización y descripción de las condiciones de salud mental de esta población en la ciudad. Según los resultados generales obtenidos, con la aplicación de la Escala de Calificación de la Psicopatía Revisada (PCL-R) (Hare, 1985, 1991), no es significativo el índice de psicopatía de los habitantes de calle[1], lo cual favorece la posibilidad de desestigmatizar a la población, para acudir a propuestas de dignificación de la vida de estos seres humanos, más allá de los tratamientos que se basan en la psicopatología.

Con los resultados de esta investigación, se pretende un impacto directo en la puesta en marcha de la Política Pública para la ciudad, según interés de la Secretaría de Inclusión Social y Familia, de tal modo que se fortalezca el Sistema de Atención mencionado y se reivindique a la

[1] Los resultados de la investigación, están en proceso de escritura para su publicación científica y difusión social. En la actualidad, se cuenta con el análisis general completo y se están realizando los análisis de relaciones estadísticas complejas para una mayor precisión y validez de los datos.

persona habitante de calle como ciudadano. Específicamente, se fortalece la línea estratégica "Gestión del conocimiento y sistematización de experiencias", que busca impulsar "procesos de investigación social que beneficien a las personas en situación de calle" (Acuerdo 24 de 2015 del Concejo de Medellín).

Las partes investigadoras aspiran a la posibilidad de que se revise la manera actual en la que se concibe al habitante de calle en la ciudad, para que realmente haya una inclusión en la sociedad. De esta manera, se estará aportando de manera científica y académica, a la deconstrucción de algunas de las representaciones sociales que sobre habitantes de calle se han configurado, y que han favorecido intervenciones a partir del tratamiento de los mismos como sujetos psicopáticos.

Estas acciones políticas dan cuenta del interés de la ciudad frente al fenómeno. Sin embargo, aunque se pretende una atención integral, el desconocimiento de muchos factores que inciden en la preferencia por la calle como lugar de habitación y la falta de una caracterización de la población con sus múltiples condiciones, favorece que se mantenga un modelo atencional limitado a la institucionalidad como forma de control.

Referencias

Acuerdo 24 de 2015, por medio del cual se establece la Política Publica Social para los Habitantes de la Calle del Municipio de Medellín. Concejo de Medellín. Medellín, Colombia, 17 de octubre de 2015.

Alcaldía de Medellín. (2016). *Plan de Desarrollo 2016-2019 Medellín cuenta con vos*. Medellín, Colombia: Alcaldía de Medellín.

Centro de Estudios de Opinión de la Universidad de Antioquia. (2009). *Censo de habitantes de calle y en calle de la ciudad de Medellín y sus corregimientos*. Medellín, Colombia: Alcaldía de Medellín.

Correa, M. (2007). La otra ciudad–Otros sujetos: los habitantes de la calle. *Trabajo social*, (9), 37-56.

González M., Blandón D., Quiceno J., Giraldo Á., y Forero C. (2014). Habitar bajo los puentes: vida y muerte; dos formas de comenzar algo. *Salud Pública, 32*(2), 36-41.

Hare, R. D. (1991). *The Hare Psychopathy Checklist–Revised*. Toronto, Canada: Multi-Health Systems.

Jodelet, D. (1988). La representación social: fenómeno, concepto y teoría. En S. Moscovici, S. (Coord.). *Psicología Social II* (pp. 469-494). Barcelona, España: Paidós.

Navarro Carrascal, O., y Gaviria Londoño, M. (2010). Representaciones sociales del habitante de la calle. *Universitas Psychologica, 9*(2), 345-355.

Nieto, C. y Koller, S. (2007). Definiciones de Habitante de Calle y de Niño, Niña y Adolescente en Situación de Calle: Diferencias y Yuxtaposiciones. *Acta De Investigación Psicológica, 5*(3), 2162-2181.

Saucedo, I. y Taracena, B. (2011). Habitar la calle: pasos hacia una ciudadanía a partir de este espacio. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 1*(9), 269-285.

“La influencia de la dimensión espiritual en los procesos de perdón y reconciliación en el postconflicto”

Maritza Layne Bernal[*], Filder Alexander Segura[**], Arcadio de Jesús Cardona Isaza [***]

Resumen

La dimensión espiritual juega un papel fundamental en los procesos de perdón y reconciliación. La presente investigación busca comprender la incidencia de la dimensión espiritual en el proceso que realizaron las víctimas, los victimarios y los ciudadanos para poder perdonar, pedir perdón y reconciliarse. Esta investigación cualitativa tiene un diseño metodológico centrado en la teoría fundamentada; el instrumento para la recolección de información son técnicas narrativas, y para el análisis de datos se seleccionó el Atlas ti y el análisis de contenido.

El estudio va a identificar los constructos sociales sobre los procesos de perdón y la reconciliación de los actores del postconflicto (víctimas, victimarios y ciudadanos); va a desarrollar una aproximación teórica de la dimensión espiritual en estos procesos para proponer un modelo de intervención psicosocial.

Palabras clave

Espiritualidad; Perdón y reconciliación; Postconflicto.

Introducción

La dimensión espiritual juega un papel fundamental en los procesos de perdón y reconciliación, siendo además, una dimensión inherente a la condición del ser humano. La investigación sobre la influencia de la dimensión espiritual en los procesos de perdón y reconciliación en el postconflicto pretende resaltar la importancia de esta dimensión en el ser humano, la cual ha estado desdibujada o poca atención se le ha otorgado, cuando países como el nuestro inician una etapa de posconflicto y los actores del mismo tienen la posibilidad de comenzar procesos de perdón y reconciliación. Experiencias como las de Ruanda demuestran que durante su proceso de postconflicto fue necesario recurrir al desarrollo de esta dimensión para lograr que las comunidades convivieran pacíficamente (Palanski, M. 2012).

En Colombia investigaciones como las de Cortes, Torres, López, Pérez y Pineda (2016), concluyen que, aunque el país ha mejorado en cuanto el desarrollo de políticas para lograr el desarme de los grupos al margen de la ley, como

* Maestría en Docencia Universitaria. Docente investigador de la Universidad Católica Luis Amigó, Grupo de Investigación Ayelen, cofinanciación de la investigación Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá, Colombia. Correo electrónico: martiza.laynebe@funlam.edu.co, . ORCID 0000-0003-2705-1126

** Doctor en Educación de la Southestern Nova University. Docente investigador de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, cofinanciación de la investigación Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá, Colombia. Correo electrónico: fsegura@uniminuto.edu.co, ORCID 0000-0001-6089-4913

*** Maestrante en Psicología. Docente investigador de la Universidad Católica Luis Amigó, Grupo de Investigación Ayelen, cofinanciación de la investigación Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá, Colombia. Correo electrónico: arcadio.cardonais@funlam.edu.co, ORCID 0000-0002-3981-2917

es el caso del grupo Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), estas no son suficientes, si no se logran desarrollar procesos de reconciliación y perdón.

Otros estudios como los de Duque (2014) y Villa (2016) reconocen que es importante que todos los colombianos (víctimas, victimarios y ciudadanos) desarrollen acciones de corresponsabilidad para reconstruir el tejido social que dejó el conflicto armado; dichas acciones puntuales son el perdón y la reconciliación que van a permitir reconocer al otro en el diálogo y posibilitar contextos de paz.

Un aspecto a resaltar son los aportes de Cortes & Torres (2013), López, Silva, Castro y Caicedo (2016), quienes concluyen que un componente importante para que se logren estos dos procesos es que las personas desarrollen su dimensión espiritual. La investigación de Manrique (2014) afirma que la dimensión espiritual es entendida como una forma de transcender, encontrar un sentido a la vida y que afecta de forma directa la resiliencia de las personas, por lo cual recomiendan que la psicología debe prestar atención a esta dimensión.

En general estas investigaciones, más de tipo descriptivo, tratan los temas del perdón, la reconciliación y la espiritualidad como elementos aislados, describen qué son y la condiciones para poder perdonar y reconciliarse, pero no cuál fue el proceso que tuvieron que hacer los actores del postconflicto en el país para poder perdonar, pedir perdón y reconciliarse desde la realidad de los actores del conflicto; tampoco se identifica el tipo de intervención psicosocial que se deba llevar a cabo.

Por lo anterior, el objetivo del presente estudio es desarrollar un modelo de atención y de intervención psicosocial mediante una comprensión de la incidencia de la dimensión espiritual en el perdón y la reconciliación, con el fin de reconstruir el tejido social en el proceso de postconflicto, para lo cual se van a analizar los constructos sociales sobre el proceso del perdón y la reconciliación de los agentes del postconflicto, víctimas, victimarios y ciudadanos, a generar una aproximación teórica de cómo los actores del postconflicto lograron el perdón y la reconciliación y proponer un modelo de atención e intervención psicosocial para los profesionales de áreas sociales y humanas.

Desarrollo

Luego de varios años de conflicto armado, el país se enfrenta a un proceso de postconflcito en el cual es prioritaria la reconstrucción del tejido social; por experiencias en varios países como Alemania, Ruanda, Irlanda, Nicaragua, El Salvador, entre otros, se evidencia que es necesario que los actores sociales del conflicto (víctimas, victimarios y ciudadanos) asuman comportamientos corresponsables para fortalecer el proceso de paz.

No hay dolor más devastador que el generado por el conflicto armado; se rompen tejidos sociales de las comunidades, núcleos familiares, proyectos de vida, símbolos sociales, subjetividades e intersubjetividades (Duque, 2014). Además, los desplazamientos forzados, la torturas, los homicidios, la violencia sexual, los asesinatos selectivos, la sevicia, entre otros, son tipos de violencia que fracturan el yo de las víctimas.

Las personas que se ven sometidas a diferentes tipos de violencia pierden su capacidad de ciudadanía y su capacidad de tomar decisiones para poder resolver su situación, y generan sentimientos de venganza, odio rencor, orientados a sí mismos, el otro, la comunidad y el Estado (Echeburúa, 2013).

Para Arendt, (2009) otro actor del conflicto es el espectador; ciudadanos que no visibilizan el conflicto armado y menos la importancia de su actuar en el proceso del postconflicto, piensan que el tejido social lo deben reconstruir solo las víctimas, los victimarios y el Estado, sin identificar que sus acciones de descontento, indiferencia y rencor pueden favorecer contextos de guerra.

De acuerdo con Duque (2014), lo anterior evidencia que los efectos psicosociales del conflicto armado son tan inmensurables en las personas que la psicología debe empezar a intervenir la realidad desde un componente espiritual; de igual forma Cortes y Torres (2013) hacen referencia a que durante el posconflicto se deben efectuar intervenciones que permitan desarrollar la dimensión espiritual de los actores del postconflicto.

La Organización Mundial de la Salud desde 1998 referencia que, para desarrollar la calidad de vida de las personas, los profesionales de la salud deben facilitar la dimensión espiritual de estas y tener en cuenta en sus intervenciones sus prácticas espirituales. Según Sánchez (2004) esto posibilita y requiere que los profesionales de la salud deban fortalecer en las personas su relación con un ser superior, el reconocimiento de sí mismos y del otro, basados en los principios del amor, la justicia y la solidaridad que van a permitir construir contextos más humanos.

Según Benavent (2014), la espiritualidad representa una búsqueda interna del ser humano por definir su significado, misión, visión y propósito en la vida para hacer una interconexión entre sí mismo y los demás y poder generar una serie de estados afectivos como el amor, la solidaridad y el perdón.

El perdón implica que la persona hace un proceso de introspección para poder identificar cómo resolver su dolor, como significarlo y por último decidir qué hacer ante la situación, proceso que se facilita si la persona tiene fortalecida su dimensión espiritual. Según Derrida, como se citó en Muños (2016) y Echeburúa (2013), esto permite que se perdone lo imperdonable y se logren estados de paz personal, la reconciliación con el otro y la redención.

De esta forma el perdón es una acción de amor de alguien que recibe un don de un ser superior, que le permite a la persona tener compasión o piedad, que se conmueve ante acciones de daño del otro; “el perdón, sería aquel amor que responde a la falta, a la ofensa recibida, y por eso es visto como la encarnación más perfecta de un don” (Jankélévitch, como se citó en Muños, 2016, p. 133)

Según Lillo (2014) este proceso exige de la persona que va a perdonar y de los profesionales que lo acompañan que tengan claro que no se perdona para el otro, se perdona para lograr una sanación personal que va a redundar en el otro y el país; cuando se perdona las personas se liberan del odio, el rencor y la rabia que afectan su subjetividad y la intersubjetividad y, directamente comienza la reconstrucción del tejido social de su contexto.

Arendt, como se citó en Muños (2015) aclara que la cualidad del perdón se genera por el simple hecho de ser humanos y al serlo debemos reconocer en el otro su humanidad, para lo cual, se requiere de la dimensión espiritual que permite que las personas identifiquen el significado y sentido de la vida, del otro y de sí mismos, es poder solucionar la disonancia cognitiva que genera la agresión con los principios de vida, de convivencia y responsabilidad social que se tiene o que se debe empezar a construir.

Por tanto, perdonar demanda una actitud diferente ante la vida; "abandonar el resentimiento por medio de la generosidad, la compasión y el amor propio" (Flores, 2012, p. 167), factores que son fáciles de alcanzar si las personas han introyectado los valores supremos, entre ellos, una relación vertical con un ser superior, una relación horizontal con uno mismo, con los demás y el contexto.

Para Villa (2016) perdonar es poder reconocer en el otro su condición humana y de dignidad y no identificarlo como un agresor y, a la vez, no revictimizar a la víctima sino, fortalecerla, y sobre todo vernos como responsables de un proceso que implica acción desde todos. Las acciones deben estar centradas en tres componentes: fortalecer la persona, fortalecer las interacciones de esta con el contexto y fortalecer el Estado.

Para la psicología el perdón es una restructuración del yo, lo que implica resignificar el daño; poder recordar o hablar del daño sin colocar un significado negativo del acto, lograr reestructurar el hecho no para olvidarlo, sino, para poder tomar decisiones que le permitan la reconstrucción de su proyecto de vida. La persona reflexiona sobre cómo el acto (no la persona) afectó su subjetividad para avanzar en sus planes y metas; implica liberarse de sentimientos de culpa, odio, rencor y venganza para que se logren estados de bienestar psicológico (Cortes & Torres, 2013).

El perdón desde la política restaurativa es un proceso centrado en reparar el daño que se le cometió a la víctima; más que castigar se pretende dignificar la víctima, pero a la vez poder realizar acciones para que el victimario asuma su responsabilidad y una comunidad genere estrategias de solución para la reconstrucción del tejido social en el proceso del postconflicto (Villareal, 2013).

Según Villareal (2013) para que esto sea posible, se introducen en el sistema penal tres conceptos básicos: el perdón, la misericordia y la paz. Este tipo de justicia "contempla la rehabilitación de los delincuentes, y no sólo el empoderamiento y sanación de las víctimas, sino que busca reconciliarlo con otros miembros de la comunidad involucrados en el conflicto" (p. 44).

Este tipo de justica no está centrado en castigar al victimario, sino en lograr la restauración del mismo, logrando que este reconozca su falta, solicite el perdón a la víctima, y que esta lo perdone, porque se puedan mejorar las relaciones entre ambos; pero que a la vez una comunidad pueda insertar al victimario una vez haya cumplido su condena.

Varios son los componentes que tiene en cuenta la justicia restaurativa, según Villareal (2013) y Molina y Naranjo (2016), estos son: una justicia basada en la reparación de daño causado a las víctimas; que las víctimas participen en los procesos judiciales para que puedan favorecer la construcción de la cultura de la paz; que la comunidad, la víctima, y el victimario participen en la construcción de tejido social roto y que no se centren en el aspecto punitivo de la justicia.

Innovación

El presente estudio aportará un referente teórico que permita comprender cómo las víctimas, los victimarios y los ciudadanos han logrado perdonar, pedir perdón y reconciliarse consigo mismo y el otro y desde estos referentes desarrollar un modelo de intervención psicosocial.

Referencias

Arendt, H. (2009). *La condición humana. Buenos Aires*, Argentina: Paidós.

Benavent, E. (2014). *Espiritualidad y educación social*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Cortes A., Torres A., López W., Pérez C., y Pineda, C. (2016). Comprensiones sobre el perdón y la reconciliación en el contexto del conflicto armado colombiano, *Psychosocial Intervention*, *25,* 19-25. Doi: 10.1016/j.psi.2015.09.004.

Cortes, A., & Torres, A. (2013). *Concepciones sobre el perdón y la reconciliación en el contexto colombiano* (Tesis, Bogotá, Colombia, Pontificia Universidad Javeriana).

Duque, M. (2014). *Reconciliación y perdón en el postconflicto*. Programa paz a tiempo, Universidad Santo Tomas, Bogotá, Colombia.

Echeburúa, E. (2013). El valor psicológico del perdón en las víctimas y en los ofensores. *Eguzkilore*, *27,* 65-72.

Flores, I. (2012). El perdón y la espiritualidad en paciente oncológicos con respuesta favorable al tratamiento médico. *Revista psicología positivista*, 165-180.

Lillo, J. L. (2014). Sobre el perdón y la reconciliación: una perspectiva psicoanalítica. *Temas de Psicoanálisis, 7,*1-35.

López-López, W., Silva, L. M., Castro-Abril, P., & Caicedo-Moreno, A. (2016). Actitudes implícitas de estudiantes universitarios frente al perdón en el marco del conflicto armado colombiano. *Pensamiento Psicológico, 14*(2), 49-62. Doi:10.11144/Javerianacali.PPSI14-2.aieu.

Manrique, D. (2014). *La resiliencia espiritual comunitaria: estado del arte.* Bogotá Colombia: Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Psicología.

Molina, L. & Naranjo, J. (2016). *Justicia restaurativa, una aproximación a su teoría y aplicación al sistema jurídico Colombiano*. Manizales, Colombia: Universidad de Manizales.

Muños, M. (2015). *La importancia del perdón político en la educación colombiana hoy* (Tesis de pregrado). Universidad Santo Tomás, Bogotá.

Muños, R. (2016). Justicia y misericordia. Culpa, pulsión, y perdón. *Scripta Theologica, 4,* 131-148.

Palanski, M. (2012). Forgiveness and Reconciliation in the Workplace: A Multi-Level Perspective and Research Agenda. *Journal of Business Ethics, 109*(3), 275-287. Recuperado de http://www.jstor.org/stable/23257151

Sanchez, B. (2004). *Dimension espiritual del cuidado de enfermería en situaciones crónicas y de muerte*. Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia.

Villa Gómez, J. D. (2016). Perdón y reconciliación: una perspectiva psicosocial desde la noviolencia. *Polis (Santiago)*, *15*(43), 131-157. Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-65682016000100007&script=sci_abstract

Villareal, K. (2013), La víctima, el victimario y la justicia restaurativa. *Revista di Criminologia, Vittimologia e Sicurezza*, *7*(1), 43-57

Narrativas de sobrevivencia y restauración con víctimas del conflicto armado en Caldas

Paula Vanessa Sánchez Agudelo*

Resumen

La investigación "Narrativas de sobrevivencia y restauración" que actualmente se encuentra en desarrollo desde la Regional Caldas, se enfoca en aspectos que reivindican la vida de las víctimas del conflicto armado en Caldas después de los hechos victimizantes, es decir, todo aquello con lo que las personas afectadas por esta realidad social y política del país han logrado sobreponerse al dolor y al sufrimiento. Teóricamente la investigación se sustenta en la perspectiva socio construccionista planteadas Gergen (1996) y Shotter (1997) quienes coinciden en que todo lo que es significativo para los seres humanos se aloja en la interacción; también han desarrollado la postura anti esencialista desde la cual no tenemos rasgos de personalidad fijos que hagan parte de estructuras intrínsecas, pues esta idea dificulta los conceptos de cambio y agencia; más bien proponen al ser humano como participante activo de las relaciones, la cultura y el contexto.

En el aspecto metodológico, la investigación se desarrolla mediante encuentros narrativos que promueven la construcción de un sentido de sobrevivencia y restauración en los participantes a través del acto de narrar. El proceso de análisis entiende las narrativas como performance (Riessman, 2008). En cuanto a resultados, aunque actualmente se está realizando el proceso de sistematización y no hay desarrollo de las categorías emergentes, se han podido establecer algunas tendencias iniciales que direccionan las primeras discusiones; aunado a ello se ha avanzado en el desarrollo teórico de la categoría de Restauración.

Palabras clave

Restauración; Sobrevivencia; Víctimas; Atención psicosocial.

Introducción

La presente investigación tiene como propósito fundamental comprender los procesos de sobrevivencia y restauración que han adelantado las personas directamente afectadas por el conflicto armado en Caldas, con el fin de aportar a los procesos de atención psicosocial de cara al proceso social y político que se deriva del post acuerdo en el país. Sobrevivencia y restauración, como principales categorías en las que se indaga, aluden a trasladar el interés por los hechos victimizantes, las causas del conflicto y las consecuencias, hacia el reconocimiento de las acciones de afrontamiento que las víctimas del conflicto armado han desplegado para poder no solo resistir al dolor y sufrimiento, sino también para re-significarlo en aspectos generativos para la vida.

* Estudiante de Doctorado en Psicología de la Vrije Universiteit Brussels, Magister en Desarrollo Infantil y Psicóloga de la Universidad de Manizales. Docente investigadora de la Universidad Católica Luis Amigo, Grupo de investigación Estudios de Fenómenos Psicosociales. Regional Caldas. Correo electrónico: paula.sanchezag@amigo.edu.co, ORCID: orcid.org/0000-0002-6624-7087

La mayoría de estudios que se han realizado en la región cafetera alrededor del conflicto armado, se orientan a describir su emergencia, documentan las causas y consecuencias del desplazamiento forzado. Sin embargo, en los antecedentes no se evidencia una comprensión de sujeto desde la sobrevivencia, en la cual los sujetos tienen capacidad de actuar conjuntamente, recuperarse, y concebir las experiencias desde la utilidad y los aprendizajes. De otro lado, Caldas es uno de los departamentos que ha sido menos documentado en temas de conflicto armado por las instituciones nacionales como el Centro de Memoria Histórica. Tampoco se conocen las iniciativas y/o prácticas culturales y productivas, las formas de organización política y comunitaria, la construcción simbólica del territorio, y en las múltiples respuestas que las personas y comunidades del departamento de Caldas han creado para hacerle frente al daño.

Teniendo en cuenta lo anterior la presente investigación es pertinente, pues pretende conocer y valorar las experiencias de afrontamiento de los sobrevivientes al conflicto armado, y a partir de estas voces generar insumos que puedan aportar a los procesos de atención psicosocial que se diseñen en la región y en el país.

Para lograr el objetivo de la investigación se determinó un procedimiento narrativo en el cual se reivindicaran las experiencias a través de historias de los participantes, y se construyeran espacios de reconocimiento que promovieran su capacidad de agencia.

Desarrollo

Categorías de soporte

La narración de la sobrevivencia. Más que realizar un recuento de los hechos *victimizantes* que han vivido las comunidades, es necesario centrarse en el relato de los sentidos que se han construido a partir de las pérdidas y del sufrimiento. El relato de los eventos dolorosos de los sobrevivientes está inserto en un sistema cultural que favorece un sentido u otro: de vergüenza u orgullo, traición o lealtad, desconocimiento o reconocimiento, que se ha construido y se sigue reconstruyendo en el presente. La historia del dolor y del sufrimiento es una dentro de muchas otras historias. Como plantea Das (2008) el testimonio del sobreviviente tiene un valor etnográfico no solamente en señalar la pérdida y el sufrimiento sino en "poner en evidencia el temple y la recursividad de los seres humanos para sobrellevar el sufrimiento, para apropiarse de las perniciosas marcas de la violencia y re-significarlas mediante el trabajo de domesticación, ritualización y re-narración" (p. 45).

Desde un punto de vista narrativo, las descripciones, vocabularios e historias constituyen la comprensión de lo que es el ser humano. Las historias forman, informan y reforman las fuentes de conocimiento y las visiones de realidad, como dijo Anderson (2007), las historias no son solamente una forma de representar la vida o de expresarla a otros, de contarla a otros, sino que esas historias modelan o construyen las vidas y las relaciones. Cada vez que una persona crea

[1] "El estado del arte de las investigaciones sobre el desplazamiento forzado en Caldas 1997-2005", desarrollado en el marco del CEDAT, encontró 30 investigaciones en el departamento de Caldas sobre el asunto en cuestión. El informe final de investigación se puede consultar en la Universidad de Caldas, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, CEDAT.

[2] Ver los informes de: Gómez, de Roux, & et al. (2003). El conflicto, callejón con salida. Informe Nacional de Desarrollo Humano para Colombia; Centro Nacional de Memoria Histórica. (2013).!Basta ya! Colombia: memorias de guerra y dignidad.

una historia hace una nueva interpretación de la vida. Das (2008) lo plantea como que la recuperación de la palabra (o de la voz, según Gilligan), ofrece un alivio al sobreviviente por la cohesión simbólica, moral y estética que produce la narrativa, es uno de los modos fundamentales para aprehender y darle sentido al entorno y a la vida.

En su esfuerzo por dar un sentido a su vida, los sobrevivientes se enfrentan con la tarea de organizar su experiencia en secuencias temporales, con el fin de obtener un relato coherente de sí mismas y del mundo que las rodea. Es frecuente que los sobrevivientes no encuentren las palabras para narrar lo sucedido, habitan zonas de silencio que recubren experiencias que no pueden ser narradas con palabras. Sin embargo, como sugiere Das (2008), los sobrevivientes encuentran otras formas de relatar lo sucedido a través del lenguaje indirecto y metafórico, usar las palabras congeladas como gestos, elaborar complejas transacciones entre el cuerpo y el lenguaje, donde es el cuerpo mismo el que ofrece el testimonio.

McNamee (2004) sugiere entender la narrativa como performance. Cuando se habla de las creencias, pensamientos, significados privados, realmente se está dando voz al diálogo interno, un diálogo que está poblado de los otros, es polifónico. La coordinación como un aspecto importante de la narrativa, destaca la interdependencia con los otros: se necesita a los otros para construir una narrativa que juega con la multiplicidad de voces. Con estas historias se pueblan las racionalidades (la manera como le damos sentido al mundo), se pueblan con personas, eventos, contexto, historia, cultura, familia, etc. La narrativa por tanto es una acción coordinada y corporalizada entre personas, un performance.

Por su parte, White y Epston (1984) plantean que cada vez que se cuenta un relato surge una nueva narrativa, que implica las anteriores, pero al mismo tiempo incluye nuevos elementos amplificándola y permitiendo que los conocimientos que se han tenido sobre la experiencia vayan modificándose; así, hay significados que dejan de ser dominantes, y se encuentran nuevas informaciones que posibilitan re-escribir la experiencia, incluso la propia vida.

La restauración. En el mundo del arte, se restaura lo que ha sido dañado y que se considera valioso. Este daño no debió haber ocurrido, se tuvo que haber prevenido y no debería repetirse en el futuro. Pero dado que ocurrió, que ha lesionado severamente una existencia valiosa, dicha existencia requiere ser restaurada. Entonces, la restauración reconoce la existencia del daño, hace visible este hecho y al mismo tiempo exalta el valor de los que han sufrido daño. El valor radica no solamente en la vida misma para este caso, considerada como una obra de arte que merece ser vivida y llorada (Butler, 2006), sino también en lo que esa vida puede aportar a otros, a nosotros todos, a las generaciones presentes y futuras. Entonces, realmente se restaura no solamente la existencia que ha sido dañada sino la existencia de todos los otros presentes y futuros que pueden aprender y beneficiarnos de ella, la existencia de la comunidad a la que se pertenece.

La restauración significa también recuperar el valor de esta existencia respetando su integridad, su dignidad, su originalidad, las transformaciones que ha sufrido a lo largo del tiempo y su potencialidad, para que esta vida se siga convirtiendo en algo más y no quede atrapada en el daño sufrido, para que la comunidad

pueda enfrentar también las severas lesiones a que ha sido sometida, para que pueda resistir y recuperar sus saberes ancestrales.

Al mismo tiempo que se recupera la memoria de la existencia del daño, y las múltiples respuestas al daño, los modos en que se persiste y resiste al daño, los aprendizajes a partir de la adversidad, es fundamental también que las personas participen en la restauración y recuperación de otros cercanos y lejanos, amigos y enemigos. De esta manera se podría contribuir a la reconstrucción de la memoria, la justicia y la restauración de otros que han sufrido, tal como David Denborough (2008) hace referencia al sentido de la *Contribución*, es decir, quienes cuentan sus historias a otros y entienden que su sufrimiento los ayuda o acompaña en alguna forma, empiezan a tener nuevas comprensiones de su propio dolor, haciendo que el significado otorgado al mismo se vaya transformando hacia un sentido más útil que ayuda a las personas a tener un nuevo y renovador conocimiento de sí mismas y de su experiencia.

Resultados

Aunque los resultados son preliminares teniendo en cuenta el momento en el que se encuentra el proceso, estos han permitido identificar algunas tendencias que constituyen una importante discusión. En primera instancia, se ha desarrollado una construcción teórica alrededor de las categorías de sobrevivencia y restauración que las distingue como procesos, el primero de ellos hace referencia a acciones cotidianas y espontáneas que las víctimas del conflicto armado despliegan para dar continuidad a la vida misma, estos procesos pueden ser íntimos y personales; mientras tanto, los procesos de restauración tienen carácter colectivo y comunitario, y debe existir la intención explícita de restaurar algo; estos procesos hasta ahora se han hecho de manera narrativa, dado que es una forma de humanizar las experiencias. Lo anterior aporta teóricamente a los procesos de atención psicosocial que se inician en el país de cara a la reconciliación.

En cuanto a los mecanismos usados para hacer frente al dolor, el principal recurso con el que cuentan las personas son las redes de apoyo inmediatas representadas en sus familias y vecinos, quienes proveen a las personas las primeras ayudas después de los hechos victimizantes, representadas en apoyo económico para la subsistencia (vivienda, alimentación) y apoyo emocional ante el impacto.

En cuanto a redes de apoyo institucionales, se evidencia frustración, desesperanza, desconfianza por parte de las víctimas hacia ellas, pues en la mayoría de los casos no lograron concretar ayudas que representaran empoderamiento o una verdadera re-significación del sufrimiento; es decir, reconocen haber recibido apoyo del Gobierno en términos de ayuda inmediata a través de subsidios, también múltiples posibilidades de capacitación, pero estas no llegaron a convertirse en proyectos que promovieran la sobrevivencia, o permitieran dimensionar la vida más allá de un corto plazo.

De acuerdo con lo anterior, las estrategias de sobrevivencia no han sido gestionadas desde el referente institucional, sino que incluso los recursos se han dispuesto en contra de ello, a través de aspectos intersubjetivos, dispuestos en pequeños contextos, por ejemplo ponerse las peores ropas el día del cobro de subsidios, siendo este un factor influyente en las decisiones y actitudes de actores institucionales.

Finalmente, es importante señalar que las víctimas del conflicto armado presentan una fuerte resistencia a ser objetos de estudio, por el cansancio y malestar ante la cantidad de investigaciones en las cuales han participado desde una lógica vertical, de cosificación, sin sentir que han obtenido beneficios para su propia vida o alguna transformación emanada de tales procesos; esta situación exhorta a la investigación a una reflexión ética profunda, en tanto el conocimiento debe servir a propósitos de las comunidades, no a la contribución de la estigmatización, que es lo que señalan que ha sucedido hasta el momento.

Innovación

La presente investigación puede aportar en el ámbito social, en tanto renueva y nutre la concepción que se tiene de las víctimas del conflicto armado sobre todo en los procesos de atención psicosocial, transformando las visiones deficitarias en una comprensión útil y generativa que reivindique las capacidades de los seres humanos. A partir de las pistas tanto teóricas como metodológicas, ya que esta es una investigación aplicada, se espera generar insumos para crear y explorar propuestas para el acompañamiento de las personas afectadas por el conflicto, en las cuales el énfasis son las habilidades, conocimientos y valores que los sobrevivientes reconocen en sí mismos y en sus comunidades.

Académicamente el proyecto es una oportunidad para unir la investigación, la proyección social y la docencia, puesto que genera un espacio en el cual a través de la investigación no solo se busca construir conocimiento, sino también acompañar a las comunidades en sus procesos de recuperación, pero al mismo tiempo renovar la discusión teórica y metodológica en las aulas. A largo plazo este proyecto pretende aportar a la construcción de políticas públicas en torno a la atención de víctimas en una perspectiva que trascienda el asistencialismo y tenga en cuenta los recursos de personas y comunidades para la restauración.

Referencias

Anderson, H. & Gehart, D. (2007). *Collaborative therapy. Relationships and conversations that make a difference.* New York, USA: Routledge.

Buttler, E. (2006). *Vida precaria*. El poder del duelo y la violencia. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Das, V. (2008). *Sujetos del dolor, agentes de dignidad.* Bogotá, Colombia: Universidad Javeriana. Instituto Pensar.

Denborough, D. (2008). *Collective Narrative Practice: Responding to individuals, groups and communities who have experienced trauma.* Dulwich Centre Publications.

Gergen, K. (1996). *Realidades y Relaciones: aproximaciones a la construcción social.* Paidós.

McNamee, S. (2004). *Therapy as social construction*. London, England. Sage Publications.

Riessman, C. (2008). *Narrative methods for the human sciences.* Boston, USA: SAGE Publication. Boston College.

Shotter, J. (1997). *Reconstructing the psychological subject. Bodies, practices, and techonologies.* London, England: SAGE Publications.

White, M. y Epston, D. (1984). *Medios narrativos para fines terapéuticos.* Barcelona, España: Paidós.

Ingenierías

M-learning y matemáticas financieras: un caso de aplicación

Víctor Daniel Gil Vera*

Resumen

En la actualidad, gracias a Internet y al uso generalizado de smartphones, Ipad, tablets y mini laptops al interior y por fuera de los campus universitarios, los estudiantes pueden interactuar con el conocimiento sin necesidad de estar presencialmente en un aula de clase. Este trabajo tiene como objetivo presentar el desarrollo de "*Virtual Finance*", un objeto virtual de aprendizaje (OVA) para dispositivos móviles, el cual reúne las temáticas básicas de un curso de matemáticas financieras de programas universitarios. Para la construcción del OVA, se identificaron las principales temáticas dictadas en esta asignatura y se elaboraron contenidos interactivos en el software libre *XOT*. Se concluye que el M-learning permite transformar el modelo educativo tradicional de enseñanza aprendizaje en un modelo didáctico, flexible y personalizado.

Palabras clave

M-learning; Matemáticas financieras; Objetos virtuales de aprendizaje; Educación.

Introducción

Las matemáticas financieras son la base fundamental de las finanzas, de aquí la importancia que tienen los docentes y estudiantes de adquirir las competencias y destrezas necesarias que les permitan comprender con facilidad las temáticas de esta área de conocimiento.

Este trabajo tiene como objetivo presentar el OVA para dispositivos móviles "*Virtual Finance*", el cual reúne las temáticas fundamentales dictadas en un curso universitario de matemáticas financieras o ingeniería económica. Para la construcción del OVA se empleó la herramienta de código fuente abierto *XOT,* desarrollada por la Universidad de Nottingham para la creación de recursos y herramientas educativas (Ball y Tenney, 2008). El OVA desarrollado funciona para dispositivos móviles con sistema operativo Android y IOS, se puede acceder al mismo de forma gratuita desde un dispositivo con acceso a Internet.

Se concluye que, gracias a Internet y al desarrollo vertiginoso de las TIC, el aprendizaje a través de dispositivos móviles está transformando el modelo educativo tradicional, facilitando el proceso de aprendizaje y la labor docente.

M-learning

En la actualidad, el uso masivo de dispositivos móviles en campus universitarios ha cambiado la naturaleza de la educación superior y ha llevado a una nueva forma de aprendizaje electrónico conocido como el M-learning (López y Silva, 2014). M-learning es el estilo de aprendizaje

* MSc. en Ingeniería de Sistemas, Docente e Investigador Universidad Católica Luis Amigó, Grupo de Investigación SISCO, Medellín, Colombia. Correo electrónico: victor.gilve@amigo.edu.co. ORCID: 0000-0003-3895-4822.

para el nuevo milenio (Iqbal y Qureshi, 2012). Las disminuciones en los costes y el incremento de la capacidad de los dispositivos móviles, han hecho de este un medio atractivo para la difusión de conocimientos (Iqbal y Qureshi, 2012). El aprendizaje a través de un asistente digital personal (PDA) o teléfono móvil, facilita la interacción de los estudiantes con los contenidos temáticos en cualquier área de conocimiento, haciendo más fácil el proceso de aprendizaje (Henry y Sankaranarayanan, 2009). La facilidad de acceso es una de las principales ventajas del M-learning, en cualquier momento del día y en cualquier lugar; sin la necesidad de tener que estar presencialmente en un aula recibiendo una clase magistral de un docente o experto en un área de conocimiento determinada, los estudiantes pueden continuar con su proceso de aprendizaje a su propio ritmo, lo que les da mayor autonomía y flexibilidad. En la revisión del estado del arte, diversas investigaciones señalan que el M-learning se está propagando rápidamente en muchas universidades del mundo, especialmente en Norte América y Europa (Liu, Li, y Carlsson, 2010). El aprendizaje a distancia, el aprendizaje electrónico y el aprendizaje móvil ofrecen métodos que disminuyen las limitaciones de la educación tradicional (Georgiev, Georgieva, y Smrikarov, 2004).

Objetos virtuales de aprendizaje

Los OVA son una rama de la inteligencia artificial aplicada, cuyo principal objetivo es emular a un docente humano, tanto en su saber como en sus habilidades pedagógicas y comunicativas (Marzal, Prado, & Burgoa, 2015; Gómez-Clavelina et al., 2014). Estos, permiten generar y personalizar lecciones de forma grupal e individual (McGreal, 2004). Los OVA están conformados por los siguientes módulos (González, 2002):

Módulo del estudiante: contiene la caracterización del usuario en cuanto al nivel de conocimientos que posee.

Módulo pedagógico: contiene la base de conocimientos (BC) del OVA y los algoritmos de solución de las actividades. El contenido de la BC puede ser obtenido directamente de un docente o maestro humano, fuentes bibliográficas, etc.

Módulo didáctico: contiene la planeación pedagógica de cada unidad y hace las veces de instructor.

Interfaz: es el medio a través del cual se presenta al usuario el contenido establecido en el módulo de conocimiento. Puede contener recursos interactivos, videos, imágenes, animaciones, sonido, etc.

Trabajos relacionados

Esta sección presenta el resultado de la búsqueda de aplicaciones similares para dispositivos móviles. Se realizó una búsqueda en Play Store, publicaciones de congresos, artículos y literatura gris. Ver Tabla 1:

Tabla 1. *Aplicaciones móviles*

Nombre	Requerimiento	Desarrollador	Versión actual
Matemáticas financieras	Android 4.0	Kirill sidorov	7.1.2
Financial maths	Android 4.0.3	Apps factory-sa	1.0
Matemática financeira	Android 4.0.3	App landia	1.0
Finance math	Android 2.1	Done4fun	3.8
Finanzmathematik	Android 4.0.3	Francesco grassi	1.3
Matemáticas financieras	Android 2.2	Pizzapp	1.0
Matematica finanziaria	Android 4.0.3	Jimmythedog	2.0
Financial calculator 1	Android 2.3	Magus14	1.3

Fuente: elaboración del autor

Metodología

Se identificaron las temáticas principales dictadas en un curso de matemáticas financieras e ingeniería económica de programas universitarios en libros y publicaciones especializadas. Las temáticas seleccionadas fueron: tasas de interés (simple y compuesto), anualidades, gradientes, amortización, valor presente neto (VPN), tasa interna de retorno (TIR) y análisis costo/beneficio.

Para la construcción de "*Virtual Finance*" se empleó la suite de código fuente abierto para desarrolladores de e-learning, XOT. En los dispositivos con sistema operativo Android, se debe tener instalada la versión 11.1 o superior de Adobe Flash Player. Al utilizarlo el usuario debe leer la teoría propuesta en las unidades temáticas y realizar las actividades propuestas; a medida que el usuario avanza el OVA presenta las retroalimentaciones respectivas según el desempeño del estudiante. La figura 1, presenta la interfaz inicial de "*Virtual Finance*":

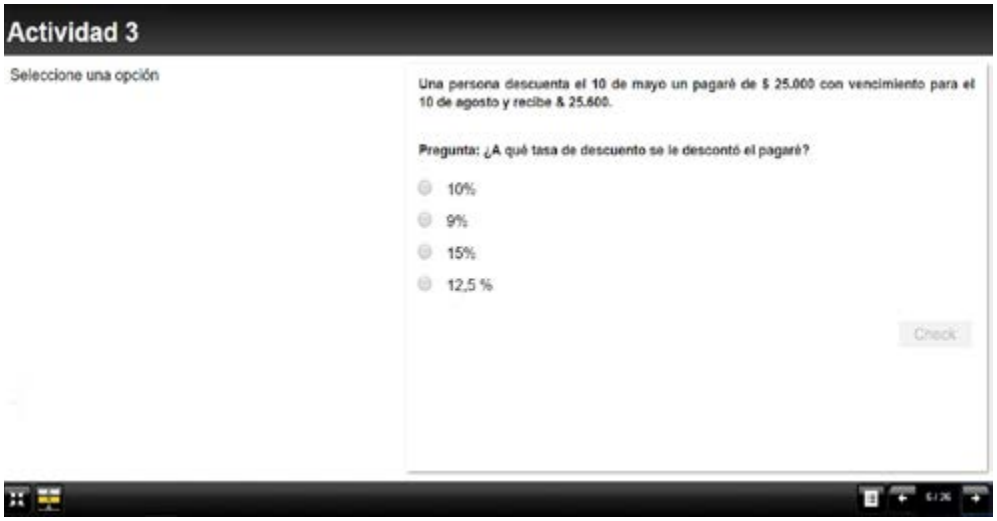
Figura 1. Interfaz inicial de *"Virtual Finance"*

La figura 2, presenta las unidades temáticas de "Virtual Finance".

Figura 2. Unidades temáticas de *"Virtual Finance"*

La figura 3, presenta la Actividad 3 de "Virtual Finance", sobre tasas de interés.

Figura 3. Actividad 3 de *"Virtual Finance",* sobre tasas de interés



Innovación

La creación de "*Virtual Finance*", permite a los estudiantes de asignaturas de matemáticas financieras interactuar directamente con las temáticas del curso sin la necesidad de tener que acudir presencialmente a docente o tutor, desde cualquier lugar de forma gratuita, únicamente con tener un dispositivo móvil u ordenador con acceso a internet.

Referencias

Ball, S., & Tenney, J. (2008). Xerte–A User-Friendly Tool for Creating Accessible Learning Objects. *Lecture Notes in Computer Science*, *5105*(1), 291.

Georgiev, T., Georgieva, E., & Smrikarov, A. (2004). M-learning-a New Stage of E-Learning. In *International Conference on Computer Systems and Technologies-CompSysTech*, *4,* 1-4.

Gómez-Clavelina, F., Irigoyen-Coria, A., Hernández-Torres, I., Quiroz-Pérez, J. R., García-Pedroza, F., Baillet-Esquivel, L., Chapa-Luque, T., Jiménez-Galván, I., Landgrave-Ibañez, S., & Sánchez-Ahedo, R. (2014). Los objetos de aprendizaje reutilizables como recurso para la docencia en Medicina Familiar. *Atención Familiar*, *21*(2), 58–61.

González, C. (2002). *Intelligent Systems in Education: A review of current research lines*. Junio 1, 2017. Recuperado de http://www.uv.es/RELIEVE/v10n1/RELIEVEv10n1_1.htm

Henry, L., y Sankaranarayanan, S. (2009). Application of intelligent agents for mobile tutoring. In *ACM International Conference Proceeding Series*, *403,* 963-969.

Iqbal, S., & Qureshi, I. A. (2012). M-learning adoption: A perspective from a developing country. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, *13*(3), 147–164.

Liu, Y., Li, H., & Carlsson, C. (2010). Factors driving the adoption of m-learning: An empirical study. *Computers and Education*, *55*(3), 1211–1219.

López, F. A., & Silva, M. M. (2014). M-learning patterns in the virtual classroom. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, *11*(1), 208-221.

Marzal, M. Á., Prado, J. C., y Burgoa, E. R. (2015). Objetos de aprendizaje como recursos educativos en programas de alfabetización en información para una educación superior de posgrado competencial. *Investigacion Bibliotecológica*, *29*(66), 139–168.

McGreal, R. (2004). Learning Objects: A Practical Definition. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, *1*(9), 21–32.

Dinámica económica del Bronx: un modelo de simulación

Víctor Daniel Gil Vera*

Resumen

El *Bronx*, un sector deprimido de la ciudad de Bogotá, Colombia, donde reinaba la indigencia, la delincuencia, la drogadicción y la prostitución, era una de las principales ollas delincuenciales de la ciudad, del país y de Suramérica. Este trabajo tiene como objetivo presentar un modelo de simulación basado en dinámica de sistemas (DS) para el análisis del comportamiento económico del Bronx. Para la construcción del modelo se consideraron variables, tasas y parámetros relacionados con el consumo de sustancias psicoactivas (SPA) y demás actividades ilegales que se realizaban al interior del mismo. Se empleó el software libre *Vensim*. Se concluye que se deben tomar medidas para prevenir la proliferación de nuevas ollas delincuenciales, controlar la venta y consumo de SPA y la delincuencia juvenil.

Palabras clave

Delincuencia; Desigualdad social; Dinámica de sistemas; Drogas.

Introducción

Después de la eliminación de la *calle del cartucho* en el barrio Santa Inés de la ciudad de Bogotá, Colombia, alrededor de 12.000 personas, en su mayoría habitantes de calle, se dispersaron por toda la ciudad, y se conglomeraron en nuevos sectores, uno de ellos, el famoso sector conocido como el Bronx (Carbonell, 2011). En este lugar, se proliferaba la venta y consumo de drogas (bazuco, marihuana, cocaína, etc.), licor de contrabando, prostitución, venta de armamento ilegal y de artículos robados (Cardeño, Jiménez, y Avendaño, 2003).

Este trabajo tiene como objetivo presentar un modelo de simulación basado en (DS) de la dinámica económica de este sector. Para la construcción del modelo se consideraron tasas, parámetros, variables y constantes relacionadas con todas las actividades delincuenciales que se realizaban al interior del mismo, se consideró un horizonte de simulación de 60 meses y se empleó el software libre *Vensim*.

Se concluye que la eliminación del Bronx no garantiza que la delincuencia en el barrio Santa Inés y en el sector de la Candelaria y sus alrededores haya desaparecido. Se deben tomar medidas preventivas para evitar el surgimiento de nuevas ollas delincuenciales, brindar un mayor apoyo económico, psicológico y social a la población vulnerable, especialmente a las personas que viven en condiciones de indigencia extrema que tienen problemas de farmacodependencia.

* Maestría en Ingeniería de Sistemas. Docente e Investigador, Universidad Católica Luis Amigó, Grupo de Investigación SISCO, Medellín, Colombia. Correo electrónico: victor.gilve@amigo.edu.co, ORCID: 0000-0003-3895-4822

La calle del *Bronx*

La venta de dosis de bazuco era uno de los negocios más rentables del Bronx (Cardeño et al., 2003). Las siete taquillas o expendios de droga (América, Homero, Manguera, Escalera, Nacional, Morado y Mosco), ubicadas al interior, generaban millonarias ganancias (Garzón, Wilches, y José, 2017). La cantidad de indigentes que eran adictos consumidores diarios, sumado a los que comenzaban la adicción al bazuco, especialmente grupos de jóvenes de barrios cercanos que visitaban el Bronx los fines de semana para buscar diversión, convertían al Bronx en una de las ollas más grandes y peligrosas de Colombia. A escasos 880 metros del Capitolio Nacional, se ubicada la calle de la "*L*" también conocido como el Bronx. La figura 1, presenta la antigua ubicación geográfica de este sector:

Figura 1. Ubicación geográfica de la calle del Bronx

Fuente: Revista Semana

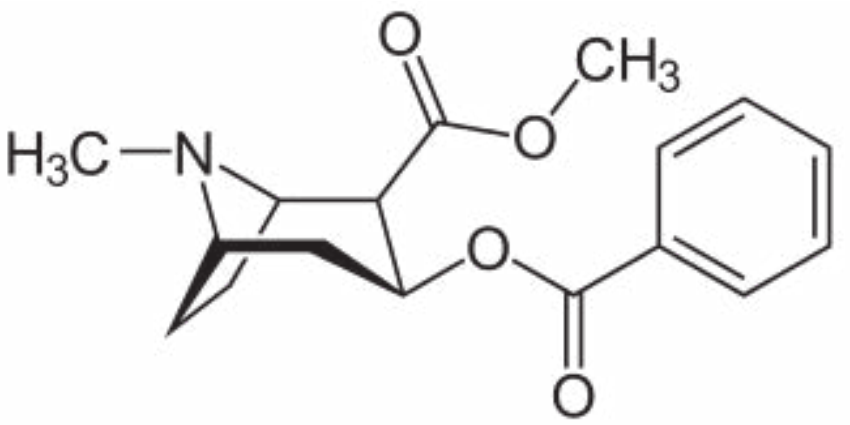
En promedio, cada taquilla vendía alrededor de 15 dosis de bazuco por minuto. El valor de cada dosis costaba alrededor de los $2000 pesos (COP). Considerando estas cifras, las ganancias diarias de las siete taquillas oscilaban alrededor de los $302'400.000 pesos (COP) diarios. Cada una de las taquillas tenía su propio corredor de venta. Algunas contaban con discotecas al interior de sus instalaciones, en las cuales se vendía licor de contrabando y se ofrecía el uso de máquinas tragamonedas, las cuales no pagaban impuestos, lo que incrementaba aún más las ganancias (Poveda, 2013).

En el Bronx, se permitía la entrada a clientes externos, es decir, a personas que no eran indigentes ni adictos consumidores diarios. Al interior había un sistema de seguridad que no permitía el hurto a los clientes (Poveda, 2013). Al conocerse esto, el Bronx paulatinamente fue incrementando su clientela, ya que las personas externas tenían su seguridad garantizada, podían consumir droga, comprar licor barato y estar con sus amigos hasta entradas hora del amanecer (Poveda, 2013).

La adicción al bazuco

Esta droga, considerada como una de las más adictivas y destructivas del ser humano, es una mezcla compleja que se deriva del proceso de extracción de la cocaína. El frecuente consumo de bazuco constituye un problema de salud pública (Ocampo, Hoyos, y Carvajal, 2002). El nombre de esta droga se deriva de la expresión española *basura sucia de la cocaína*, es un subproducto psicoactivo de la producción de cocaína, una pasta residual que queda en la parte inferior del barril después de que el fármaco puro se ha producido (Daniels, 2015). La figura 2, presenta la composición química del bazuco ($C_{17}H_{21}NO_4$).

Figura 2. Composición química del bazuco



Fuente: Vargas, 2017

La tabla 1, presenta las principales consecuencias derivadas de la adicción al bazuco:

Tabla 1. *Adicción al bazuco*

Dimensión	Consecuencias
Física	Daños al sistema nervioso central (SNC), cerebro vasculares y respiratorios, destrucción cutánea, de las mucosas y del hígado. Falta de sueño, envejecimiento prematuro, disfunción eréctil, problemas cardíacos, digestivos, y muerte física.
Psicológica	Alteración del funcionamiento del psíquico, anímico y comportamental, psicosis, depresión, ansiedad, alteración de la memoria, euforia, disforia, alucinaciones visuales, cutáneas, auditivas y olfativas, psicosis.
Social	Deterioro social, predisposición a la violencia y la criminalidad, muertes y destrucción.

Fuente: (SPZP, 2011)

Dinámica de sistemas

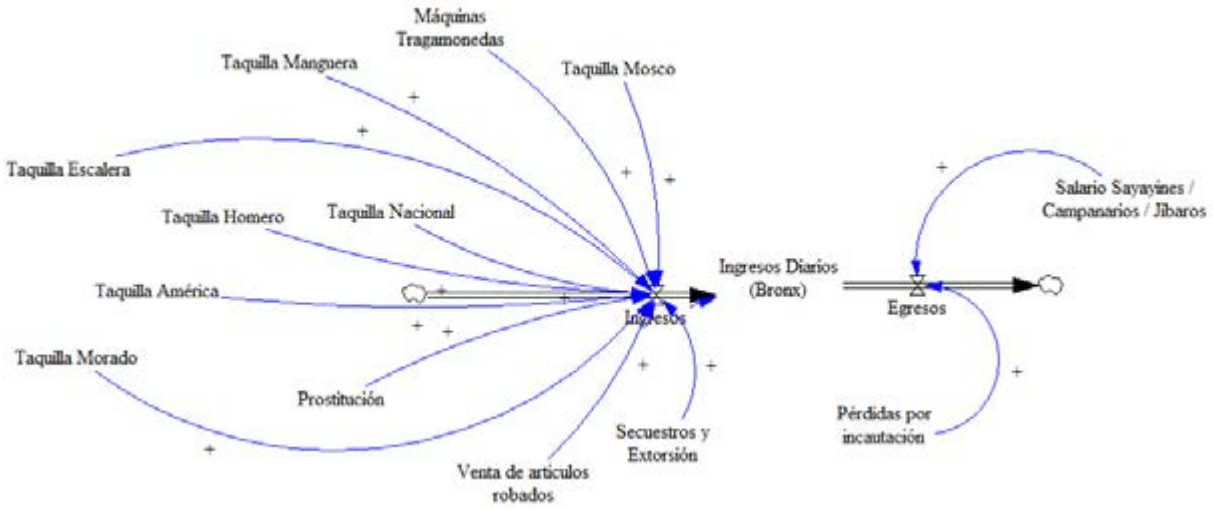
En los años cincuenta nace la DS gracias a J. W. Forrester (Chavez Guillén, 2010). En la actualidad, tiene un amplio campo de aplicación en diferentes áreas del conocimiento; ingeniería, sociología, medicina, ciencias exactas y naturales, seguridad nacional, entre otras

(Chavez Guillén, 2010). Esta permite al análisis comportamental a través del análisis relacional de los agentes que componen un sistema y el entorno en el que se desarrolla (Chavez Guillén, 2010). En la actualidad, la DS es considerada como una de las herramientas de simulación más utilizadas y empleadas para el análisis de sistemas complejos (Aracil y Gordillo, 2005).

Metodología

Para la construcción del modelo se consideraron variables de nivel, parámetros y tasas. A mayor número de dosis de bazuco vendidas en las taquillas, de artículos robados, prostitución, licor de contrabando y máquinas tragamonedas, mayor utilidad. A mayor número de incautaciones realizadas por la policía y mayor cantidad de jíbaros, menor utilidad. La Figura 3, presenta el diagrama causal del modelo desarrollado.

Figura 3. Diagrama causal



Fuente: elaboración del autor

Las utilidades diarias del Bronx son calculadas como la diferencia entre los ingresos y los egresos.

Los ingresos corresponden a la suma de los ingresos registrados por la venta de dosis de bazuco en cada una de las siete taquillas, servicio de prostitución, venta de licor de contrabando, artículos robados e ingresos por el uso de máquinas tragamonedas.

Los egresos corresponden a la suma de pérdidas por incautaciones de cargamento de bazuco decomisadas por el personal operativo de la policía más el salario que devengan los jíbaros o distribuidores de droga.

La tabla 2, presenta las variables empleadas en el modelo, el tipo y el valor.

Tabla 2. *Variables*

Variable	Tipo de variable	Valor
Precio de la dosis de bazuco	Constante	2000 $ pesos (COP)
Precio servicio prostitución / hora	Constante	8500 $ pesos (COP)
Nº de dosis vendidas / día	Constante	22.000
Nº de taquillas	Constante	7
Nº de Jíbaros / Sayayines	Constante	310
Nº de nuevos consumidores / mes	Variable	10 % * (Nº de adictos frecuentes)
Nº de adictos frecuentes	Constante	3000
Nº de muertes de adictos / mes	Constante	20
Nº de dosis incautaciones / mes	Constante	315
Nº trabajadoras sexuales	Constante	420
Nº de máquinas tragamonedas	Constante	350
Tasa de consumo / hora	Tasa	900

Fuente: elaboración del autor

La figura 4, presenta los resultados de la simulación.

Figura 4. Resultados de la simulación

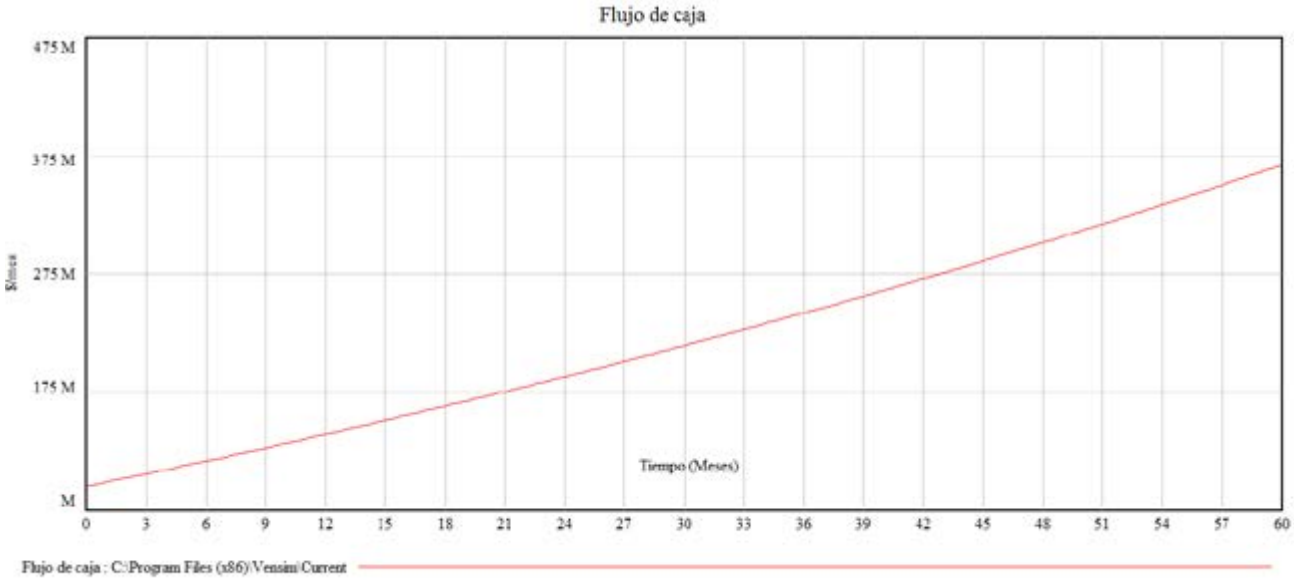


Figura 4: tiempo vs ingresos

Los resultados del modelo, permiten ver que los ingresos adoptan un comportamiento exponencial, lo que significa que las utilidades netas se incrementaban mes a mes, es decir, que los ingresos por todas las actividades delincuenciales llevadas a cabo al interior del Bronx cada vez generaban mayores ganancias, había mayores consumidores, mayor tráfico y venta de SPA, prostitución, etc.

Innovación

La creación del modelo permitirá entender la dinámica económica de otras ollas delincuenciales a nivel nacional, lo que permitirá a las autoridades competentes tomar medidas preventivas para evitar la proliferación, tráfico y consumo de sustancias alucinógenas, redes de prostitución, receptación, reclutamiento de menores, etc.

Referencias

Aracil, J., y Gordillo, F. (1997). *Dinámica de sistemas*. Madrid, España: Editorial Alianza.

Carbonell, C. M. (2011). El Reordenamiento del Espacio Urbano en el Sector de San Victorino Y Santa Inés (Bogotá) En Relación Con Las Dinámicas De Informalidad y Marginalidad (1948-2010). *Territorios*, *24*, 131-163.

Cardeño, F. A., Jiménez, L. C., y Avendaño, J. (2003). *El componente histórico como factor explicativo de la configuración espacial de la delincuencia en bogotá-casos Ciudad Bolívar y los mártires.* Recuperado de http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal11/Geografiasocioeconomica/Geografiahistorica/03.pdf

Chavez Guillén, R. M. (2010). Dinamica de sistemas. *Diagramas Causales*, 1-49. Fecha Junio 12, 2017. Recuperado de http://www.educaunica.galeon.com/cursos/silabo_diapositiva/Causal.pdf

Daniels, J. P. (2015). Bogotá tackles basuco addiction. *The Lancet*, *386* (9998), 1027-1028.

Garzón, J., Wilches, J., y José, B. (2017). *Las revelaciones del Bronx. Intervención de zonas de alta complejidad: Desafíos y alternativas.* Recuperado de http://cdn.ideaspaz.org/media/website/document/58b41dfce9773.pdf

Ocampo, A. P., Hoyos, L. S., y Carvajal, S. (2002). Medición del daño genético inducido por el basuco en linfocitos humanos empleando la prueba de micronúcleos con citocalasina. *Actual Biología, 24*(77), 59-66.

Poveda, R. (2013). *El Bronx al desnudo: La caldera del diablo. Colombia.* Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=w2pyXfXPiaA

SPZP. (2011). *Sustancias Psicoactivas Zona Púbica*. Recuperado de http://tripleerror.blogspot.com.co/p/bazuco.html

Vargas, J. (2017). *Efectos de Bazuco*. Recuperado de http://bazuco.blogspot.com.co/

Comunicación Social y publicidad

Mejoramiento del valor de marca en el marco del posacuerdo Farc-Estado

Juan Diego López Medina*

Resumen

Muchas entidades e instituciones reiteran en la idea de que la paz es un asunto de todos, y con todos; se hace referencia a los diferentes entornos sociales, pues claramente el acuerdo de paz entre el gobierno nacional colombiano y las FARC-EP, es apenas el inicio de una serie de estrategias conjuntas que deben reconstruir en el territorio, un ambiente de paz. Los grupos de investigación Urbanitas y Jurisol de la Universidad Católica Luis Amigó se comprometen con el contexto del posacuerdo invitando a Inspira Lab, una empresa privada de consultoría en investigación y gestión creativa de la publicidad, a trabajar en un diagnóstico de sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial con miras a la intervención y acción positiva con sus diferentes grupos de interés, que procuren el apoyo a las políticas y acciones del posacuerdo en Colombia, para que así sea posible gestar consultorías de RSE en el marco del posacuerdo y propiciar una mejor atmósfera de ejercicio corporativo de bien social.

La exposición busca compartir con los asistentes, las propuestas novedosas de diseño metodológico de acompañamiento a las marcas y los hallazgos de RSE tendientes a estrategias de valor de marca.

Palabras clave

Responsabilidad Social Empresarial; Publicidad social; Estrategias sociales; Posacuerdo de paz; Valor de marca.

Introducción

Colombia es tristemente el país con más y mejor experiencia en formular acuerdos de resolución de conflictos con grupos armados al margen de la ley (López, 2016, p. 21), sin embargo, tal experiencia no ha sido debidamente considerada, estudiada y capitalizada para verdaderamente mejorar, "los resultados demuestran que el modelo de descentralización e intervención nacional no han logrado construir a lo largo del país municipios institucionalmente fuertes, económicamente viables y socialmente prósperos" (López, 2016, p. 30).

Claudia López advierte que el proceso de desmovilización no es solo para 50.000 combatientes aproximadamente, sino para más de 65.000 familias que voluntariamente o no, son empleadas por las FARC-EP para la producción de coca, minería ilegal y otras actividades agropecuarias que pueden ser ilícitas o no, pero siempre informales (López, 2016, p. 43).

Dejar en manos absolutas del Estado, la responsabilidad de reconstrucción y oferta de oportunidades ha sido para diversos sectores productivos,

* Doctor Degree in Visual Communication, docente investigador de tiempo completo del grupo Urbanitas la Universidad Católica Luis Amigó, investigación financiada por Inspira Lab. y Universidad Católica Luis Amigó, Medellín – Colombia. Correo electrónico: Juan.lopezme@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0002-3105-8980.

una repetida conducta desentendida y desligada del compromiso social que una compañía profesa a conveniencia de diferentes contextos.

Por ello, este estudio pretende identificar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que a partir de Kanji y Chopra (2010, pp. 124-126, pp. 131-133), Calabrese et al. (2013, p. 80) y Organización Internacional de Estandarización (2010, p. 4, p. 6, p. 7); con la intención de medirlas y relacionarlas con acciones de valor de marca a partir de Wang & Finn (2014, pp. 7-8, pp. 10-11); Berry (2000), como se citó en López Carré et al. (2015, p. 25, p. 28); Dicarlo (2014); Aaker (1991) y Keller (1993) como se citaron en Esmaeilpour & Barjoei, (2016, pp. 57-59), que puedan coadyuvar al mejoramiento de las condiciones de diferentes actores sociales afectados por la firma del acuerdo de paz entre el Estado colombiano y las FARC-EP según López (2016).

Mediante el diagnóstico de las acciones de RSE y una propuesta novedosa de medición proactiva y no reactiva de valor de marca, se intenta identificar un modelo de medición de acciones de RSE-Valor de marca relacionadas que pueda aplicarse, en este caso, en el contexto del posacuerdo de paz colombiano, pero que podrá adaptarse a cualquier circunstancia de reinserción social, no solo colombiana.

De esta manera, a través de la aplicación de un posible modelo, las compañías podrán estimar de manera más afinada, qué acciones de RSE deben mejorar o incorporar para que su valor de marca mejore gracias al compromiso corporativo evidenciado a través de acciones más pertinentes de RSE en un contexto de conflicto social determinado.

Se trabaja bajo la hipótesis de que mientras mejores acciones de RSE, mayor valor de marca; si tales acciones están además relacionadas con un conflicto social real, tal valor de marca podrá mejorar mucho más.

Medición de RSE

A principios del siglo XIX nacen los rudimentos de la RSE en grandes compañías que buscaban atenuar sus conflictos internos mediante acciones paliativas o curativas de la salud ocupacional de sus empleados, suavizar los roces sindicales o distraer los controles estatales sobre anomalías de procesos (Victoria & Bohórquez, 2011, p. 248).

Con el auge del modelo neoliberal, se habla ya de desarrollo social, así que entre las décadas de 1970 y 1990 se consolida el concepto de RSE como el conjunto de acciones de mutuo beneficio entre una compañía y sus grupos de interés (Victoria & Bohórquez, 2011, p. 248).

Para muchas compañías, el concepto de medición de RSE se resume lamentablemente en la comparación de inversión, versus, retorno de la misma; sin embargo aquellas que saben desarrollar acciones de verdadero impacto social, pueden fortalecerse mejor en su mercado (Khalili, 2017).

Los entes reguladores de mercados y el Estado en general, cada vez más en diferentes países “motivan” a las empresas a realizar acciones evidentes de RSE, que son tomadas como oportunidades de exención de impuestos y en algunos casos, se disfrazan acciones obligadas de operación como si fueran aportes de responsabilidad

social o ambiental; tales vicios se ejercen cuando la RSE es vista como un trámite ventajoso y no como una práctica permanente de fortalecimiento estratégico.

Si la RSE se planea como factor inherente a los procesos de calidad, la compañía podrá medir mejor y evidenciar mejor sus impactos sociambientales y económicos, estableciendo e identificando la manera de medir, calcular y prever el uso de recursos en entradas, salidas, resultados e impactos (Khalili, 2017).

Además de medir factores financieros, es fundamental una óptima comunicación y gestión con los grupos de interés de cada empresa; compañías como Adelphi, Enron y WorldCom que quisieron encubrir fraudes financieros mediante falsas prácticas de RSE, fueron finalmente desenmascaradas por sus propios grupos de interés, dado que sus magníficas cifras públicas abonaron a la confianza de tales grupos que sorpresivamente, también naufragaban junto con las empresas mencionadas. Esto pudo suceder porque cada una de las empresas involucradas descuidó sus procesos de control y calidad y asumieron las inversiones de RSE como algo accesorio a su naturaleza productiva (Andersen, Hong, & Olsen, 2012, p. 2). "La más alta calidad de los reportes financieros es asociada con el más alto nivel de desarrollo de moral corporativa"[1] (Andersen et al., 2012 p, 4).

Las empresas deben ser conscientes de que la RSE en sí misma no impacta si no se comunica coherente y simultáneamente con la imagen y reputación corporativa. La sobrevivencia global de la marca depende en gran parte de la percepción que diversos sectores tengan de ella; cada vez más los públicos externos, internos, sectores académicos y gubernamentales, se fijan en el comportamiento responsable de las corporaciones (Sledge, 2015, pp. 1-2).

Tan contundente es la reputación corporativa, que de acuerdo con el informe de Crawford (2010) como se citó en Castaño González, muchas personas prefieren y se sienten más cómodas trabajando en una empresa que pague menor salario con respecto a otra, si la primera tiene mejor reputación corporativa que la segunda (2011, p. 175).

Varios autores plantean modelos métricos para establecer aristas estratégicas de acción en RSE, sin embargo, Lemon, Roberts, Raghubir y Winer, (2011, p. 9) advierten que no puede asumirse la toma de decisiones exclusivamente a partir de los resultados que arroje un modelo determinado; el factor humano, la intuición e inclusive, la emoción de los grupos de interés frente al camino trazado de RSE son fundamentales para la toma de decisiones y para emprender acciones futuras.

Carroll (1979) propuso un esquema que sigue vigente donde plantea los niveles o esferas en que actúa la RSE (ver figura 1).

Figura 1. Pirámide de RSE de Carroll

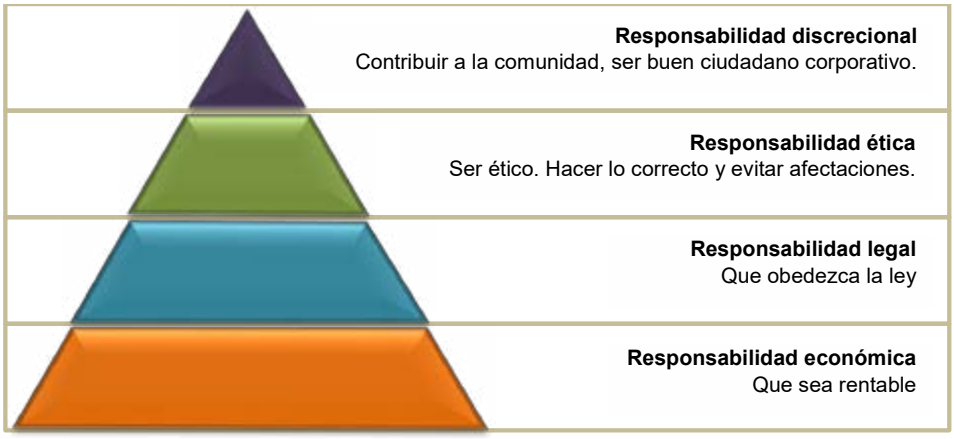


Figura 1. Elaboración propia[2] a partir de la pirámide de RSE de Carroll (1979), como se citó en Kaman (2015)

A partir de lo anterior, se despliega la definición o identificación de acciones en cinco dimensiones que deberá seguir una compañía para el desempeño óptimo de RSE, dimensiones que se hacen coincidentes con las propuestas por Barnett, M. L. y Salomon, R. M. (2012) como se citó en Gregory, Tharyan y Whittaker, (2014, p. 655) y la Organización Internacional de Normalización-ISO (2010, p. 4, p. 6, p. 7) como se describirá más adelante en el punto innovación.

Medición de valor de marca

Este concepto puede ser entendido como la apreciación que logra una marca más allá de sus ventas o rentabilidad financiera y suele medirse a partir de la percepción de los diferentes grupos de interés de la marca, concepto aplicado inicialmente como *consumer-based Brand equity (CBBE)*, traducible como equidad de marca basada en el consumidor, cuyos referentes de medición suelen ser a partir de acciones comunicativas y de mercadeo de las marcas (Wang & Finn, 2014, p. 6).

El valor de marca es una gran ventaja cuando es positivo, puede ayudar a reducir costos de promoción y posicionamiento, reforzar la fidelidad de los clientes, afianzar la participación en el mercado y trazar un camino con mejores posibilidades para extensiones de línea y de marca (López Carré et al., 2015, pp. 24-25).

Es apenas en 2001 que Yoo y Donthu formalizan la primera idea de medición de valor de marca desde una perspectiva psicométrica, que para 2004, Netemeyer complementa para proponer nueve dimensiones a evaluar (Wang & Finn, 2014, p. 7). Para 2014, Wang y Finn reinterpretan estas dimensiones y plantean detalles de medición complementarios que son tomados como base para el presente estudio (2014, pp. 10-11).

[1] Traducción libre del autor
[2] Traducción libre del autor

Innovación

Si es claro que la preocupación por el valor de marca es previa inclusive al de la RSE (Esmaeilpour & Barjoei, 2016, p. 55), la innovación que propone este proyecto de investigación es la estructuración de factores de medición ordenados por dimensiones en tres grandes grupos: RSE, Valor de marca y Posacuerdo FARC-EP. A su vez, esas dimensiones están compuestas por acciones identificadas a partir de los trabajos mencionados en la introducción y otros que se consideraron inicialmente.

Varios autores han relacionado ya el valor de marca con la RSE, sin embargo aquí sugerimos una manera de medición de valor de marca diferente a la que otros investigadores han propuesto. La medición de valor de marca regularmente se mide de manera reactiva, es decir, a partir de las acciones que han impactado los grupos de interés y se pregunta a estos (los grupos de interés) con respecto a la percepción que tienen de dichas acciones; en esta investigación proponemos acciones medibles de manera proactiva, es decir, se plantean afirmaciones de acciones que ejecuta la compañía y que prevén el posible valor de marca resultante, antes de exponer acciones comunicativas y comerciales a los grupos de interés.

El aspecto de posacuerdo de paz FARC-EP/ Estado colombiano es reinterpretado desde la perspectiva corporativa y se identifican, desde valor de marca y RSE, las acciones que pueden apoyar el desarrollo efectivo de actividades de equidad social y normalización de calidad de vida de actores afectados. Este tercer aspecto podrá ser adecuado y reemplazado por otro contexto de conflicto social que se considere en una circunstancia diferente, por ejemplo, adaptación social de refugiados políticos, reubicación de poblaciones vulnerables por amenazas naturales, reconfiguración urbano-territorial por desastres naturales, en fin, según las necesidades del contexto espacio temporal.

Una manera amigable de presentar la taxonomía de las acciones a evaluar para identificar y medir, es con la analogía que se presenta en la figura 2.

El suelo representa el contexto de conflicto social al que se adapta el modelo de medición; el tronco y sus ramas, las dimensiones de RSE y valor de marca; los banderines y hojas, indican la cantidad de acciones que se evalúan, enunciadas respectivamente.

Figura 2. Representación analógica de matriz de medición de valor de marca y RSE

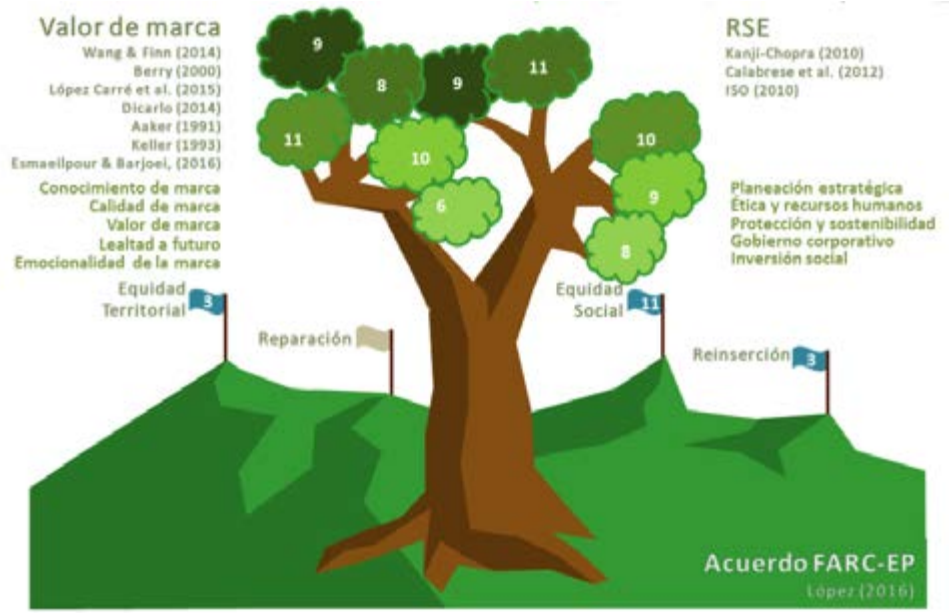


Figura 2. Representación analógica de la matriz de medición de valor de marca y RSE en el contexto del posacuerdo FARC-EP/Estado colombiano. Elaboración: Juan-Diego López-Medina, 2017.

Cada una de las acciones se presenta como afirmación y se cuantifica bajo un modelo adaptado de escala Likert, al que se le incorpora el 0 para indicar *ausencia de* o *desconocimiento con respecto a*, siendo entonces una escala de 0 a 5.

Finalmente, se pretende alcanzar un volumen de datos suficiente para proponer un modelo logístico econométrico que posibilite estudiar y proyectar acciones de RSE en contextos específicos de conflictos sociales que además de favorecer a poblaciones particulares y grupos de interés, fortalezcan y mejoren el valor de marca de las empresas.

Referencias

Andersen, M. L., Hong, Y. D., & Olsen, L. (2012). Accruals Quality and Corporate Social Responsibility. *The Role of Industry, 12*(2), 65–80.

Calabrese, A., Costa, R., Menichini, T., & Rosati, F. (2013). Does Corporate Social Responsibility Hit the Mark ? A Stakeholder Oriented Methodology for CSR. Assessment, *20*(2), 77–89. Doi: http://doi.org/10.1002/kpm

Carroll, A. (1979) The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, July-August 1991. Recuperado de http://faculty.wwu.edu/dunnc3/rprnts.pyramidofcsr.pdf

Castaño González, E. J. (2011). Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada. *Revista Lasallista de Investigación*, *8*(2), 173-187.

Dicarlo, R. (2014). Medir el valor de marca en internet. *Debates IESA*, *XIX*(3), 14.

Esmaeilpour, M., & Barjoei, S. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility and Image on Brand Equity. *Global Business and Management Research: An International Journal*, *8*(3), 55–67.

Gregory, A., Tharyan, R., & Whittaker, J. (2014). Corporate Social Responsibility and Firm Value: Disaggregating the Effects on Cash Flow, Risk and Growth, 633-657. Recuperado de http://doi.org/10.1007/s10551-013-1898-5

Kanji, G. K., & Chopra, P. K. (2010). Corporate social responsibility in a global. *Economy, 21*(2), 119–143. Recuperado de http://doi.org/10.1080/14783360903549808

Khalili, O. (2017). 6 Tools and 4 Words To Measure Your Company's Social ROI. Recuperado de http://causecapitalism.com/6-tools-and-4-words-to-measure-your-companys-social-roi/

Lemon, K. N., Roberts, J. H., Raghubir, P., & Winer, R. S. (2011). Director Notes Measuring the Effects of Corporate Social Responsibility. *The Conference Board*, *3*(7), 1–13.

López, C. (2016). *¡Adiós a las FARC! ¿y ahora qué? Construir ciudadanía, Estado y mercado para unir la tres Colombias.* Bogotá, Colombia: Penguin Random House Grupo Editorial.

López Carré, E., Vargas Martínez, E. E., & Viesca González, F. C. (2015). Validación de un cuestionario paradeterminar el valor de marca en los hoteles: Análisis desde la perspectiva del huésped. *Compendium*, *8*(34), 21–42.

Organización Internacional de Estandarización. (2010). *Descubriendo ISO 26000–Responsabilidad Social*. *ISO 26000*. Ginebra, Suiza. Recuperado de http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf

Organización Internacional de Normalización-ISO. (2010). Norma Internacional ISO 26000, 132.

Sledge, S. (2015). *An examination of corporate social responsibility practices and firm performance in U. S. Corporations, 14*(2), 171-185.

Victoria, M., & Bohórquez, U. (2011). Aporte de la información contable a una responsabilidad empresarial acorde con las necesidades de la sociedad . Una mirada crítica *. *Cuad. admon.ser. organ. Bogotá, Colombia, 24*(43), 241–260.

Wang, L., & Finn, A. (2014). A consumer-based brand equity study for small market share brands. *Market & Social Research*, *22*(2), 6–15.

Brecha entre la realidad y la sotenibilidad procesos de producción de confecciones colombianas

Juan-Diego López-Medina*
Rafael Mauricio París Restrepo**

Resumen

La idea de las marcas sostenibles no es nueva, es un fenómeno creciente desde el siglo XX que cada día es mejor organizado y se evidencia mediante sellos y certificaciones que dan fe de las buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. Los consumidores, prosumidores o adoptantes, son quienes mayor presión ejercen en los mercados para que las marcas sean verdaderamente sostenibles (López-Medina, 2016).

Por ello, este estudio quiere acercarse al entorno de producción de confecciones colombianas para identificar en una estructura básica de producción, qué de su trazabillidad puede verdaderamente considerarse como acción sostenible. Se busca una alianza con ImpoExport Medellín, empresa dedicada a la mediación comercial de procesos de exportación e importación (Brocker de exportaciones) de productos nacionales del sector confecciones, para evaluar los procesos de sus clientes y si es posible, medir la brecha que hay entre la producción real y el ideal de marca sostenible.

Con el respectivo diagnóstico se espera más adelante establecer un modelo de consultoría para nuevas empresas y las existentes, que estén interesadas en mejorar su marca para ser más competitivas internacionalmente.

Palabras clave

Marca sostenible; Mercadeo verde; Responsabilidad Social Empresarial; Gestión integrada de calidad; Producción y exportación de confecciones.

Introducción

"La industria textil se ha caracterizado por ser una de las actividades más contaminantes, debido a los residuos que genera y los altos consumos de agua, energía y reactivos químicos" (Industria textil y medio ambiente, 2007). Pueden evidenciarse regularmente en un proceso textil, al menos 15 compuestos tóxicos o de alto impacto negativo (Venegas, 2014), que corren y se esparcen por las redes de aguas residuales.

Para Colombia, ya en 2010, la industria textil aporta más del 9% del PIB, 24% del empleo en manufactura y 7% de exportación, según infor-

* Doctor Degree in Visual Communication. Docente investigador de tiempo completo del grupo Urbanitas la Universidad Católica Luis Amigó, investigación financiada por Inspira Lab y Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: Juan.lopezme@amigo.edu.co, orcid.org/0000-0002-3105-8980.

** Candidato a Doctor en Artes y Magíster en Estética. Docente investigador de tiempo completo del grupo Urbanitas la Universidad Católica Luis Amigó, investigación financiada por Inspira Lab y Universidad Católica Luis Amigó, Medellín – Colombia. Correo electrónico: rafael.parisre@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0002-5953-8070.

mación registrada por la Superintendencia de Sociedades (como se citó en Burbano (Castro, 2014, p. 3).

La industria textil y sus innumerables derivaciones ha crecido y sigue haciéndolo de manera irregular, inclusive ilegal, por tanto, la normalización y estandarización de procesos es necesaria, no solamente para ofrecer mayor estabilidad en el mercado, sino para garantizar a diversos grupos de interés, un mejor impacto socioambiental por parte de las compañías que participan en el mercado textil y de confecciones (Burbano Castro, 2014, p. 4).

Además, poco a poco el mercado exportador se ve debilitado por el importador, principalmente de China, que aunque no siempre cumple con altos estándares de calidad, sí, con precios tremendamente competitivos (Legiscomex, 2011, p. 3), sin embargo al vendedor directo que ofrece su producto al comprador final, poco le interesa el fenómeno de mercado macroeconómico, la rentabilidad y ganancia son quienes priman en decidir qué producto vender.

Con estas preocupaciones se busca abordar empresas de la producción textil y confección que exportan, al mismo tiempo, algunas empresas importadoras de producción colombiana, para que a través del diagnóstico de sus procesos, se insinúe la brecha existente entre una producción tóxica y una producción verde, según lo propuesto por Fernando et al. (2010) como se citó en Gregory, Tharyan, & Whittaker, (2014, p. 654), y cómo, cada una de las empresas participantes del estudio podrá ubicarse dentro de ese espectro.

Se busca además definir un modelo de consultorías que acompañe a las empresas nuevas y existentes, a mejorar sus procesos para tener mayores oportunidades de mercado.

El supuesto hipotético entonces, es que mientras más cerca del concepto de marca verde o marca sostenible se encuentra una línea de producción textil, mayor oportunidad de crecimiento extensivo tiene en mercados internacionales.

Este estudio define fundamentalmente tres temas, considerados como categorías de análisis alrededor de las que se indaga en el entorno real: *el esquema de producción de confecciones colombianas, la Responsabilidad Social Empresarial y la Marca Sostenible,* se indaga con fuentes primarias, cómo establecen sus procesos de producción, independientemente de si la fuente tiene formación técnica o profesional en el área o si cuenta con capacitación suficiente en sistemas de calidad, sostenibilidad e impacto ambiental. Paralelamente se construye un marco de referencia con el *deber ser* para alcanzar el estatus de marca sostenible.

Responsabilidad ambiental

Más allá del cumplimiento de ley, que obliga a las compañías a sostener prácticas ambientales sanas o inocuas, existen sellos y certificaciones que revisan las evidencias de mitigación de impactos ambientales y que son el respaldo fundamental de las marcas para mejorar su reputación corporativa; aquellas empresas que evidencian una mayor responsabilidad

ambiental, suelen tener mayor solidez financiera y posicionamiento de marca más consolidado (Sledge, 2015, p. 3).

"La RSE es el rol que le toca jugar a las empresas en favor del desarrollo sostenible, es decir del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente" (Antelo-González & Alfonso-Robaina, 2014, p. 60).

Así, cuando una compañía toma la decisión de fondo, de cambiar su esquema estratégico en función de la RSE, aquellos aspectos cotidianos que apenas conocían los públicos internos, pasan a ser elementos fundamentales de comunicación al alcance de los demás grupos de interés, pues para una adecuada RSE debe ante todo, manejarse información veraz, transparente y relevante desde lo más íntimo de la organización, hasta los temas de dominio público (Victoria & Bohórquez, 2011, p. 250). No es suficiente con aplicar y ceñirse por ejemplo a los estándares de calidad de ISO 26.000, hace falta mayor creatividad y recursividad para evidenciar impactos positivos sociales y ambientales (Victoria & Bohórquez, 2011, p. 252); cuando se superan las expectativas anunciadas a los grupos de interés, se fortalece además el valor de marca que permitirá más oportunidades de expansión en el mercado (Harjoto, Laksmana, & Lee, 2015, p. 642).

Marca sostenible

Esta idea es subsecuente a un ejercicio estratégico y permanente de RSE; es importante que la compañía sepa diferenciar entre el cumplimiento de ley y las acciones que verdaderamente y por propia iniciativa desarrolla para una RSE de alto impacto. Muchas veces las empresas de poca iniciativa y reacias a invertir en innovación de RSE, caen en el cada vez más popular *Geenwashing*[1], que de acuerdo con sus particularidades, puede ser inclusive de implicaciones jurídicas o penales (Lemon, Roberts, Raghubir, & Winer, 2011, p. 9).

Tal vez de acuerdo con la naturaleza y propósito de una compañía, es que se establecen los énfasis de RSE de una empresa, existen varios modelos de factores, dimensiones y acciones de RSE, pero pueden destacarse en lo que atañe a este estudio, el de Aras y Crowter (2009), Visser (2010) y Dela & Takahashi (2011), que presenta Kaman en su investigación (Kaman, 2015, pp. 6-8).

Evidenciar prácticas reales de RSE y un manejo amigable ambientalmente, son estrategias relativamente novedosas para competir y mejorar la reputación de marca (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012, p. 3). El interés de diversos públicos ya no es quién vende más, sino más bien, quién afecta menos al vender.

Las marcas deben repensar el lenguaje y sentido que dan a sus diferentes estrategias comunicativas, por ejemplo, una productora de alimentos no vende alimentos, resuelve problemas sociales de nutrición y bienestar; una fábrica de jabones, no vende jabones, ofrece salud e higiene corporal, además, ayuda a la salud pública (Laszlo, 2008, p. 11); además no es suficiente con dispersar productos en el mercado o ganar participación, hay que educar en el consumo responsable a los diferentes grupos de interés (Laszlo, 2008, p, 12).

[1] Greenwashing es un término anglosajón que define aquellas estrategias comunicativas que tratan de parecer ambientalmente amigables a otras que no lo son tanto.

Proceso de producción

El rastreo de información en las bases de datos científicas no arrojó artículos verdaderamente pertinentes para la necesidad particular de nuestro estudio, por ello desde el diseño metodológico se propone que tal información será considerada a partir de las fuentes primarias y posteriormente confrontada con las propuestas que se hacen desde los estándares de calidad internacionales.

Las confecciones colombianas son particularmente diferentes a la de otros países, los jeans por ejemplo (producto de la mayoría de participantes voluntarios de estudio) están tremendamente cargados de procesos y acabados manuales o mecánicos que añaden valor al producto (desgastados, teñidos específicos, incrustaciones, bordados, etc.).

Por tanto, los referentes de confecciones de otros lugares resultan insuficientes al no contar con tales detalles en la línea de producción y el *know how* colombiano.

Innovación

Como se insinuó anteriormente, se pretende establecer un mapa de proceso a partir de fuentes primarias, dicho mapa de proceso será valorado por parte de los mismos voluntarios bajo los conceptos propuestos por Gregory et al., (2014, p. 654), de modo que permita calificar la brecha que un proceso productivo tiene con respecto a ser marca sostenible o marca verde. No solamente su línea de producción, sino, otros aspectos relevantes de RSE serán considerados transversalmente para realizar el diagnóstico y valoración.

Se aplicará en la metodología de procesamiento de datos, la valoración tipo Likert, sin embargo, adaptada de acuerdo con el concepto de marcas tóxicas a marcas verdes, con escala negativa según referencian Gregory et al., (2014, p. 654) en la tabla 1.

Tabla 1. *Escala de medición de marcas sostenibles.*

Categoría	Criterio	Valoración*
Verde	Solo fortalezas, aspectos positivos	2
Gris	Fortalezas y amenazas	1
Neutral	Ni fortalezas ni amenazas (cumplimiento de ley)	0
Mostaza*	Irregularidades legales, amenazas potenciales	-1
Marrón	Solo amenazas, aspectos negativos	-2

*Fuente: Elaboración propia a partir de Fernando et al (2010), 2017. *Incorporación propia a la propuesta original.*

Esta escala propuesta en la tabla anterior, sin embargo sigue en revisión y ajuste, sus cambios dependerán de las particularidades halladas en el trabajo de campo.

Se espera poder establecer un modelo básico de evaluación, adaptable a otros procesos de producción.

Referencias

Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y Gestión*, *32*, 27.

Antelo-González, Y. Y., & Alfonso-Robaina, D. (2014). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Review of corporate social responsibility based on compensatory fuzzy logic model, XXXVI*(1), 58–69.

Burbano Castro, R. K. (2014). *Manual de calidad para una fábrica de confección basado en la norma ISO 9001: 2008*. Bogotá, Colombia. Recuperado de http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11725/1/Manual de Calidad para una Fábrica de Confección basado en la Norma ISO 90012008.pdf

Gregory, A., Tharyan, R., & Whittaker, J. (2014). Corporate Social Responsibility and Firm Value : Disaggregating the Effects on Cash Flow, Risk and Growth, 633-657. Recuperado de http://doi.org/10.1007/s10551-013-1898-5

Harjoto, M., Laksmana, I., & Lee, R. (2015). Board Diversity and Corporate Social Responsibility. *J Bus Ethics*, (132), 641–660. Recuperado de http://doi.org/10.1007/s10551-014-2343-0

Industria textil y medio ambiente. (2007). *Virtual Pro–Procesos Industriales*, (63). Recuperado de http://www.revistavirtualpro.com/revista/industria-textil/26

Kaman, Z. K. (2015). Corporate Social Responsibility (CSR) Models: An Approach to Environmental. *Perspective,* 5–9.

Laszlo, C. (2008). *Sustainable Value. How the world's leading companies are doing well by doing good.* Stanford, California: Stanford University Press.

Legiscomex. (2011). *Estudio de mercado sector textil y confecciones Colombia 2012*. Bogotá, Colombia. Recuperado de https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos PDF/documento-completo-estudio-de-mercado-sector-textil-confecciones-colombia-2012-actualziado-legisocmex.pdf

Lemon, K. N., Roberts, J. H., Raghubir, P., & Winer, R. S. (2011). Director Notes Measuring the Effects of Corporate Social Responsibility. *The Conference Board*, *3*(7), 1–13.

López-Medina, J. D. (2016). Estrategias comerciales de Responsabilidad Ambiental: Marcas sostenibles. Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, Funlam. Medellín, Colombia.

Sledge, S. (2015). An examination of corporate social responsibility practices and firm performance. *U. S . Corporations, 14*(2), 171–185.

Venegas, A. (2014). Contaminación ambiental producida por fabricas textiles en el sector de Huachi Totoras–Ambato. Período abril–agosto 2014. Latacunga, Ecuador. Recuperado de https://prezi.com/vqwnmdlzrp_j/contaminacion-ambiental-producida-por-fabricas-textiles-en-e/

Victoria, M., & Bohórquez, U. (2011). Aporte se la información contable a una responsabilidad empresarial acorde con las necesidades de la sociedad . Una mirada crítica. *Cuad. admon.ser. organ. Bogotá, Colombia, 24*(43), 241–260.

Del conductivismo al constructivismo: estrategias y métodos en dos universidades en Antioquia a la luz de su experiencia[1]

Patricia Ibarra Vásquez*

Resumen

El estudio realizado se orientó a analizar la forma en que los profesores de las materias de Comunicación Corporativa de la Universidad de Antioquia y de la Universidad Católica Luis Amigó, utilizan métodos y estrategias didácticas adecuadas en el aula de clase en búsqueda del cumplimiento de las necesidades y expectativas de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social y lograr así, un aprendizaje efectivo y productivo.

Palabras clave

Corporativa; Métodos; Estrategias; Didácticos; Aprendizaje

Introducción

El estudio es importante pues la evolución de la educación en medio de una sociedad mediatizada sucede de acuerdo con la manera en que se proyectan hoy los estudiantes: ya no son sujetos indiferentes receptores de información, una nueva generación se presenta como sujetos activos en sus procesos de aprendizaje con carácter más crítico y capacidad de argumentación frente a lo que puede afectar o no sus intereses.

Para lograr lo mencionado anteriormente, el papel del profesor también ha sufrido cambios: ya no solo transmite información de acuerdo con métodos preestablecidos; el nivel de capacitación profesional le permite al profesor mayor autonomía dentro de la institución para adecuar la condiciones del proceso educativo, ajustar los planes curriculares, determinar la didáctica según las características del entorno en que se desempeña y alcanzar el desarrollo de las competencias:"docentes hábiles en potenciализar y acompañar los procesos de aprendizaje de los estudiantes desde un diseño activo y desde el fomento de los procesos cognitivos"(Martínez & Quiroz, 2012, p.93). Suficiente justificación para que el docente intente otras prácticas, que motiven a un aprendizaje efectivo, lo que implica optimizar los procesos de comunicación.

[1] Esta ponencia tiene como propósito socializar los resultados de un trabajo de investigación realizado con el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey, México en el 2015, titulado: "Estrategias y métodos del docente en el desarrollo de las clases de Comunicación Corporativa de la Universidad Católica Luis Amigó y de la Universidad de Antioquia", que sirvió como Tesis de Maestría.

* Magíster en Educación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Docente y Coordinadora del componente del Programa de Comunicación Social. Grupo de Investigación Urbanitas. Medellín, Colombia. Correo electrónico: patriciaibarra.org@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6342-8130

El estudio desarrollado y que da pié a esta ponencia, responde a la necesidad de comprender los métodos y estrategias que utilizan los docentes de dos universidades con trayectoria de calidad y prestigio como son la Universidad de Antioquia y la Universidad Católica Luis Amigó, en la búsqueda de unas prácticas adecuadas para lograr un mejor posicionamiento de las facultades de comunicación en el entorno cultural, político, social, y económico que envuelvea la educación en general.

La formulación del objetivo puntual estuvo encaminadoa explorar la naturaleza del diseño e implementación de "las estrategias y técnicas didácticas de los docentes de las materias de Comunicación Corporativa pertenecientes al área de Comunicación Organizacional, para lograr un aprendizaje significativo en la carrera de Comunicación social" (Ibarra, 2014, p.9).

Desarrollo

Definición. Para comprender el asunto planteado, se hace necesario explicar que la referencia es en particular a la materia en la que se fundamentó el estudio, dictada en la Universidad Católica Luis Amigó y que integra el concepto de *Comunicación Corporativa,*por su complejidad y significado, tanto para los estudiantes como para el entorno laboral que requieren de este tipo de profesionales; se analizó la programación, las metodologías, los procedimientos evaluativos y el manejo funcional del trabajo académico; así, los resultados pueden aportar al desarrollo, posicionamiento y liderazgo de la comunicación social en el contexto corporativo y con un carácter orientado a la comunidad académica de interés.

La referencia social

En esta investigación el principio corporativo tiene que ver primordialmente con aquellos aspectos que sitúan a los comunicadores dentro de un espacio social y laboral, económicamente activos, en donde desarrollan planes y proyectos y ponen en práctica las estrategias y acciones necesarias, dando así el significado de organización a las empresas, sean públicas o privadas. El comunicador social ocupa hoy una posición relevante en la estrategia corporativa y así mismo su formación debe contemplar principios integrales, los precisos como para brindar el grado de profesionalismo y competitividad que le garanticen construir con criterio una carrera sólida empleando su talento hacia una comunicación eficaz,utilización correcta de los medios y de las estrategias comunicativas.

La finalidades ubicar al estudiante para que pueda entender sin dificultad cuál es su papel en la actividad empresarial y para ello se consideran los vacíos que puede reflejaren su formación, en relación con la institución educativa y en especial con la Universidad Católica Luis Amigó, y así, a través del ejercicio de la docencia, el programa de Comunicación Social brinde un verdadero sentido formativo apoyado en los elementos de la comunicación corporativa y de tal forma que en el futuro, como egresados cumplan funciones

empresariales de calidad, con sentido de responsabilidad social implícito en su formación como profesionales.

Igualmente se pudo encontrar lo que se determinó como la implicación práctica, que alude a la manera como los docentes de las dos universidades lograron niveles representativos en las prácticas pedagógicas y didácticas, esto es,en la forma como se realizaban las clases y se lograba la "transferencia del conocimiento" usando procesos y metodologías que integraban su aprendizaje con el potencial de los estudiantes y lograban cambios significativos a partir de esa actividad, introduciendo métodos y estilos que influyen en el resultado del ejercicio de la docencia en las universidades referidas.

Es necesario definir el significado de comunicación corporativa:"la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos. Es decir, la Comunicación Corporativa de una entidad es todo lo que la empresa dice sobre sí misma" (Capriotti,1999, p.30). Es en esta explicación donde se puede comprender el sentido real del saber que se entrega en los cursos de Comunicación Corporativa, pues con procedimientos apropiados y eficaces, el estudiante de comunicación obtendrá las herramientas y recursos intelectuales suficientes para proponer estrategias y acciones para su empresa, de ahí la importancia de identificar los más adecuados y acertados para capacitar al estudiante y potenciarlo hacia una carrera exitosa.

Se tomaron en cuenta aspectos relacionados con la participación, la autonomía en el discurso y en las prácticas de los docentes en el aula, el papel del conocimiento; identificación de un modelo práctico de capacitación por parte de los profesores, partiendo de la reflexión sobre la acción, con la intervención en el aula por parte del formador y como resultado, hacer un análisis de estas intervenciones; el comportamiento de la relación maestro-alumno y su conexión con el aprendizaje; identificación de las estrategias propuestas para el aprendizaje en búsqueda del desarrollo integral del alumno. Por último, se pretendió identificar el impacto de las didácticas usuales de la educación superior y así proponer mecanismos y estrategias para aumentar la participación en las clases de las universidades referidas principalmente.

Innovación

Las herramientas metodológicas utilizadas (el análisis de contenidos, la observación y la entrevista semiestructurada) permitieron verificar en tiempo real, cuáles eran las prácticas a seguir en las dos universidades mencionadas para construir, de modo integral y con una colaboración activa de estudiantes y docentes, un talento humano mejor capacitado para un ejercicio de enseñanza de calidad, por lo que se hizo necesario investigar aquellos aspectos que le dan relevancia al constructivismo en el campo de la formación como herramienta positiva y con ventajas suficientes para lograr el nivel de formación que necesita el estudiante y comprobar además, la orientación de los profesores hacia esa búsqueda de la integralidad en el área referida que es la comunicación en un contexto corporativo.

Es en este punto donde se va fortaleciendo la relación sociedad-individuo; estudiante-sociedad y va surgiendo así el perfil de ese futuro profesional. Es el principal motivo por el que no se puede pensar en el sentido de la formación de una forma absoluta y estática, la construcción del ser humano pasa por diferentes etapas cuyos resultados estarán relacionados al acierto en la calidad de la formación ofrecida y del profesional: "la motivación y la participación activa del alumnado son elementos fundamentales de los procesos de aprendizaje y una importante preocupación para buena parte del profesorado" (Imbermon, 2008, p.5).

Piaget, según Jerome Bruner (1996) como se citó en Moreno y Orozco (2009), le dio una forma ordenada a la conducción del aprendizaje y destacó que aquel aprendizaje donde el individuo encuentra las respuestas con la guía del profesor conduce a un mayor desarrollo y ejercicio del pensamiento crítico, a diferenciarlo significativo y lo que no, a ganar en experiencia para resolver problemas y enfrentar los desafíos de la vida.

Este proceso debe lograr que los estudiantes asuman y comprendan que la responsabilidad de construir consensos, criterios, juicios, propuestas, todo lo que significa un aprendizaje, dependerá de que esté capacitado para entender su realidad y relacionarlo aprendido a ese entorno, esto significa "aprender a aprender";es en este momento donde el estudiante-potencia y dinamiza su conocimiento. Con una planeación adecuada y un propósito claro se puede lograr; la ruta que se indique debe llevar al cumplimiento de unos objetivos potencialmente viables, porque los profesores, estudiantes y la misma universidad están capacitados apropiadamente para asumir la responsabilidad de adquirir un óptimo nivel de formación a partir de un derrotero que debería establecer:

> Cuatro elementos básicos para educar: el profesor experto en el tema que planifica la clase, decide qué conocimientos se imparten y el orden; el alumno en quien descansa la responsabilidad de querer aprender; el currículum que incluye los saberes, las habilidades y los valores del proceso educativo y el medio comprendido como el contexto en que sucede la acción del aprendizaje y que influirá en la manera en que profesor y estudiante cumplan con los contenidos del curriculum (Novak & Gowin, 1988, p.26)

Queda precisado entonces que el papel más importante de la enseñanza no se refiere únicamente a la transmisión de la información, sino que la dignificación de esta tarea se encuentra en conducir al individuo, en su proceso formativo, a desarrollar su capacidad de interpretar, de actitud crítica, de liderar, de proyectarse a la sociedad con los conocimientos recibidos y así ejercer competitivamente en una sociedad globalizada, las actividades producto de su destreza para relacionar los conceptos con la realidad.

Para algunos es importante considerar con mayor fuerza lo relacionado con el manejo psicológico de aquellos que aprenden, y no sencillamente con estructurar, planificar y preparar a los profesores o su idoneidad para transmitir el saber; según González (2010), el pensamiento constructivi sta no trata de dar opciones a las ofrecidas por las teorías constructivistas del desarrollo, del aprendizaje o de otros procesos con el ánimo de dar una visión unificada o conciliadora, mas bien, intenta ofrecer un marco de referencia general:

> Inspirado en una determinada visión constructivista del funcionamiento psicológico, que guíe y oriente a los profesionales de la educación-incluidos por supuesto los psicólogos de la educación- en su aproximación al estudio de los procesos educativos y en sus esfuerzos por comprenderlos, revisarlos y mejorarlos (González, 2010, p. 6).

De ahí que el docente, debe procurar conocer la estructura psicológica de sus alumnos,ir más allá e identificar los rasgos básicos de su personalidad, capacidad, las razones de su conducta, el comportamiento en el aula de clase y es aquí donde la comunicación se vuelve un elemento imprescindible para construir esa relación entre el profesor y el estudiante,identificando los factores que deben ser superados e impiden el comportamiento positivo de ellos;puede ser que así se logre verdaderamente una transformación cultural y formativa de la sociedad.

Análisis de resultados

De acuerdo a los resultados se consideraron cuatro categorías

1) estrategia y método de enseñanza,

2) clase Teórico-práctica,

3) forma de desarrollar la clase

4)métodos didácticos utilizados. Los resultados de la investigación se plantearon de este modo:

En ambas universidades, los profesores motivo de estudio y sin restricciones en sus tareas, facilitaron el proceso investigativo que permitió obtener información real de los procesos realizados durante las clases, por tanto, las posiciones ideológicas, y métodos se dieron de forma cotidiana a como se desarrollan las clases en las respectivas aulas.

Para una mayor libertad de los estudiantes y fomentar su creatividad, las diferentes estrategias, metodologías y procesos identificados son pensados y planificados de acuerdo con la utilización de la comunicación de manera responsable y ética en el ejercicio de su profesión,además la actividad por fuera del aula de clase se amplió para que tuvieran la oportunidad de conocer en condiciones reales, cuál era su papel profesional en el escenario de las comunicaciones y la razón por la que, al tratar el concepto de comunicación corporativa, se infiere en la responsabilidad que debe tener el comunicador en relacionar sus conocimientos con las distintas esferas de la sociedad, en especial aquellos que están dirigidos al desarrollo económico de los sectores productivos.

Así mismo, el ejercicio de la observación y la entrevista, sirvieron para conocer cómo se ha venido incrementandolo relacionado con la comunicación, en especial como herramienta estratégica dentro de las instituciones,por ese motivo es que se enfatiza en esa necesidad del diálogo entre las personas, de oír y entender al que escucha, demostrando que esa relación debe ser potencialmente activa entre dos sujetos y como resultado, el oír se convierte en un preciso momento, en parte significativa de la comunicación al interior de cada institución o empresa.

Referencias

Capriotti, P. (1999). Comunicación Corporativa: una estrategia de éxito a corto plazo. Capacitación y Desarrollo,13, pp. 30-33

González B., R. (2010). El proceso de enseñanza-aprendizaje y el constructivismo. *Revista virtual Innovación y experiencias educativas, 35*(1) 1-8. Recuperado de http://www.csi-csif.es/andalucia/mod_ense-csifrevistad_35.html

Ibarra V., P. (2014).Percepción de las estrategias y métodos del docente en el desarrollo de las clases de Comunicación Corporativa de la Fundación Universitaria Luis Amigó y de la Universidad de Antioquia. En: *Instituto Tecnológico y de Educación Superior de Monterrey, México.* Octubre 31 de 2014.

Imbernon, F., & Medina, J. L. (2008). *Metodología participativa en el aula universitaria. La participación del alumnado.* Barcelona: ICE de la Universidad de Barcelona

Moreno, F. & Orozco, C. (2009).*Teoría de la instrucción vs. teoría del aprendizaje significativo: contraste entre J. Bruner y D. Ausubel*. Buenos Aires, Argentina: El Cid Editor/Apuntes

Martínez Zapata, I., & Quiroz Posada, R. (2012). Otra manera de enseñar las Ciencias Sociales. *Tiempo de Educar, 13*(25), 85-109.México.

Novak, J., & Gowin, B. (1988).*Aprendiendo a aprender*. Madrid, España: Ediciones Martínez Roca.

El nuevo marketing verde Aplicabilidad en el contexto de la ciudad de Medellín

Rafael Mauricio París Restrepo*
Juan-Diego López-Medina**

Resumen

Con el pasar del tiempo el marketing verde ha pasado exponencialmente, de ser un lujo, a una necesidad preponderante e inevitable de las empresas y los ciudadanos. De dominio público y presencia constante en los medios, gracias al auge de las redes sociales, el marketing y la publicidad verde, dinamizan de manera constante uno de los campos políticos más vigorosos en la actualidad y un verdadero determinante de las ilusiones que caracterizan a nuestra contemporaneidad. Entonces, el grupo Urbanitas y el Programa de Publicidad de la Universidad Católica en un esfuerzo mancomunado con la empresa ImpoExport Medellín, empresa dedicada a la exportación e importación de productos nacionales del Sector Confecciones, se propusieron investigar las condiciones del *marketing verde*, específicamente como aporte a la sostenibilidad de la empresa privada desde el frente de la *marca sostenible*, proponiendo una relación práctica, de las nuevas leyes del marketing verde enunciadas por Jacquelyn Ottman a casos reales de marketing de PYMES en la ciudad de Medellín.

Palabras clave

Marca sostenible; Marketing verde; Publicidad social; Productos verdes; Productos innovadores.

Introducción

El marketing social es una rama del marketing generalizado, que tiene como objetivo divulgar mensajes que tienen que ver con el desarrollo social, usando un estilo más que persuasivo, educativo. El creador del concepto y principal promotor es el mercadólogo Philip Kotler. Como se citó en Orozco (2007, pp. 23-25) Kotler ha proporcionado diversas definiciones y enfoques del marketing y la publicidad, en los cuales persiste la orientación hacia el desarrollo social. Así mismo Orozco afirma que esta es una relación armónica entre técnica y objeto, pues el desarrollo y la publicidad siempre han estado vinculados con las dinámicas del mercado y tienen una estrecha relación tanto con el mismo mercado como con el bienestar social, (Orozco, 2007, p. 10). Entonces, el concepto de intercambio-fundamental en el marketing- pasa a ser un asunto de costos y beneficios sociales: siendo verdad que "Lo social del mercadeo es el humanismo en lo salvaje del capital" (Restrepo, Vélez y Arboleda, 2006, p. 14). El concepto de marketing social es originario de los sesenta, pero su verdadero despliegue es en los noventa, cuando se generalizó un apoyo a los grupos sociales marginados y se divulgó una cruzada por la tolerancia y la paz (Montero, 2008, pp. 147-148). Una publicidad

* Candidato a doctor en Artes y Magíster en Estética. Docente investigador de tiempo completo del grupo Urbanitas, Universidad Católica Luis Amigó. Investigación financiada por ImpoExport, y Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: rafael.parisre@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0002-5953-8070 Rafael París Restrepo.

** Doctor Degree in Visual Communication. Docente investigador de tiempo completo del grupo Urbanitas, Universidad Católica Luis Amigó. Investigación financiada por ImpoExport, y Funlam, Medellín, Colombia. Correo electrónico: juan.lopezme@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0002-3105-8980 Juan-Diego López-Medina.

que aporta a la cultura desde lo estético, lo ético y principalmente, la educación; una publicidad en pro de la cultura si "en síntesis, la idea predominante de cultura implica un ser que cultiva el conocimiento y la educación" (González, 2008, p. 98).

El nuevo marketing verde: aplicabilidad en el contexto de la ciudad de Medellín

Las nuevas reglas del marketing verde. Durante mucho tiempo, los mercadólogos sociales creyeron que las personas se preocupaban exclusivamente por el medio ambiente porque compartían el sentimiento de que el planeta estaba sufriendo, y sus mensajes publicitarios correspondían a este interés. Sin embargo, hoy, se dan cuenta de que los consumidores realmente temen que el planeta está perdiendo su capacidad de mantener la vida humana, preocupándose por su salud inmediata y la de sus hijos (Ottman, 2011, p. 3). De acuerdo con la forma como se comprenda esta preocupación, cada cual asume a su manera los valores y el interés por la "sostenibilidad", convirtiéndose este tema en un importante *segmentador* del comportamiento en sociedad algunos se identifican con el sostenimiento asociado al cuidado de la naturaleza y del planeta, relacionándolo también con el bienestar de las personas que viven actualmente en él y el futuro de las próximas generaciones; otros lo relacionan con un bienestar individual (Ottman, 2011, p .4) Es así como el consumidor verde es la razón de ser y principal justificación del marketing verde y el producto verde; es quien ve la necesidad de implementar unas políticas en pro del cuidado del ambiente, los animales y el bienestar de la sociedad; y para poder sostener es posición necesita el apoyo de productos, servicios, empresas y marcas con cualidades verdes.

Hablar de un producto verde no es real, pues todo producto contamina en alguna parte de su proceso de creación o de uso. Por tanto, un término un poco más correcto sería producto más verde o greener product (Iannuzzi, 2012). De igual manera aparece el termino verdear el producto o la línea de productos, el cual se refiere a una empresa pidiendo a otra que se vuelva más verde (Iannuzzi, 2012, p. 17).

Ottman, 2011, propone a los usuarios del marketing, lo que llama las nuevas reglas de marketing verde, las cuales se describen a continuación:

- Lo verde es lo *mainstream* (lo común). Actualmente está posicionado en nuestra sociedad y es de conocimiento común el valor de los productos verdes y las estrategias ecológicas.
- Lo verde es *cool* (bueno). Apoyar los productos verdes es bien visto. Al contrario, evitar estos productos o minimizarlos es visto como un rasgo negativo en muchos círculos sociales.
- Los productos verdes funcionan igual o mejor que los corrientes. Según Ottman estos productos conservan los beneficios originales y a la vez presentan como plus, el aporte al cuidado del ambiente.
- Lo verde inspira productos innovadores que aumentan los valores, con objetivos y propósitos claros.

- El valor guía la compra del consumidor. Un producto verde debe ser competitivo desde el precio, pero no de la manera convencional. El consumidor verde elige pagar más por algo que realmente sea ecológico.
- Una aproximación al ciclo de vida es necesaria. La diferencia fundamental entre un producto verde y uno café está en el ciclo de vida, o sea que se mantenga ecológico durante todas las fases por las que puede pasar.
- La reputación del fabricante y el vendedor cuentan más que nunca. Gracias a las redes sociales el voz a voz, se ha convertido en el medio de comunicación por excelencia; lo bueno o lo malo que una marca hace, es divulgado de manera inmediata y sometida al escrutinio público.
- Sálvame. La ecología y la etología son inseparables de la naturaleza humana y social. Salvar el planeta no es diferente a salvar al ser humano y sus futuras generaciones.
- El negocio es la filosofía. Hacer negocios ya no es sólo un asunto de conseguir dinero y logar rentabilidad. El negociante debe aportar a la sociedad conceptos que contribuyan al fortalecimiento de la misma; buscar el bien común.
- La sostenibilidad es una necesidad importante del consumidor. El consumidor busca marcas en las que pueda confiar para implementarlas en su cotidianidad, por tanto, lo sostenible es también lo seguro.
- Los productos más verdes poseen modelos de negocios de poco impacto. Muchos de estos productos empiezan con una producción baja, aspirando a abrir paulatinamente un nicho en el mercado. Cuando la demanda crece, se empieza a escalar la producción.
- Los consumidores no necesitan sólo productos. Igualmente, los servicios les pueden servir. Prestar servicios verdes, también es una opción interesante que poco a poco también se ha hecho un nicho. Los lavaderos de autos ecológicos y los talleres de estrategias verdes para aplicar en casa, son apenas un comienzo.
- Las marcas y los productos educan a sus consumidores a través de la internet y las redes sociales. El contacto de las empresas con los consumidores es fundamental. Se deben crear canales de contacto que sean claros y que se centren en informar y responder cualquier duda frente a los aspectos del producto.
- El consumidor verde es altamente influenciado por sus amigos, familiares y personas de confianza. La opinión pública se construye desde la convivencia, y no hay mejor legitimador ecológico que un padre o un abuelo.
- El consumidor verde confía en las marcas que lo cuentan todo. Las marcas no deben ocultar nada. Los errores, los malos cálculos y las pérdidas se deben informar y socializar con los usuarios del producto de manera inmediata. La transparencia en los procesos es la mejor carta de presentación para una empresa o marca.
- El consumidor verde no espera la perfección. Este consumidor sabe que los productos y los servicios, más verdes, son un concepto en construcción.
- Los ambientalistas ya no son el enemigo. Mientras más cerca se tenga a los ambientalistas, como asesores y evaluadores, más certero será el producto final.
- Ya todos son *stakeholders* corporativos (grupos de interés). Todo el mundo está interesado, todo el mundo es un posible

inversionista. Invertir en la salud propia y en el bienestar del mundo ya es prácticamente la misma cosa.

- Autenticidad. La publicidad social, como herramienta difusora del marketing verde, no apela a la metáfora o la poesía, sino a la ubicación en una realidad. Mostrar las cosas tal como son, esperando que vayan a ser mejores en el futuro.
- Mantener las cosas simples. La comunicación entre una marca verde y sus usuarios deben ser simple, sin términos incomprensibles e igualmente sin ornamentos literarios o visuales.

Los productos verdes, no solamente terminan propiciando un aumento en la calidad de vida de las personas, sino que también ayudan a una construcción del reconocimiento de una marca, basado en hechos reales, comprobables y en un trabajo en pro de la responsabilidad social que involucra a las empresas, los proveedores, el estado y el consumidor. Si bien la publicidad, en general, no dejará de ser una experiencia estética fundamentada en la creatividad, hay estudios que incluyen otros estratos sociales, diferentes a los altos, que argumentan el incremento de la valoración de la publicidad por su capacidad informativa (Vergara, 2010, p. 118).

Innovación

A continuación, y con el fin de aportar al desarrollo social de Medellín, se relacionará la teoría de las nuevas leyes de marketing verde con las conclusiones que dejó la investigación sobre el Manual de Gestión de Marca para PYMES (VV.AA, 2015, pp. 74-76), para buscar cómo estas reglas pueden implementarse en el contexto de la pequeña y mediana empresa con las condiciones propias de la ciudad.

Primero, cabe recordar que el marketing verde es una de las categorías, donde se evidencia un giro en los fundamentos de la investigación publicitaria. Anteriormente la evaluación del "top of mind" del producto, o sea el posicionamiento que este ocupa en la mente del consumidor, era el eje fundamental de la investigación. Ahora el "top of mind" ha sido desplazado por el concepto de "top of heart", el cual consiste en una apreciación de la empatía del producto con el consumidor y los elementos causantes de esa emoción. Este descubrimiento es especialmente sincero a la hora de relacionar la marca de una PYME con los conceptos del marketing verde. De esta manera, si una marca PYME quiere lograr un acercamiento a las emociones de las personas en este momento específico, un "top of heart", debe recurrir al marketing verde, pues la emotividad de los consumidores gira en torno a temas relacionados con animales, viajes, cuidado del ambiente y salud. Ahí se presenta concordancia con las dos primeras nuevas reglas del marketing verde: Lo verde es lo *mainstream* y lo verde es *cool* (bueno). Las ONG animalista de Medellín, Orca le ha apuntado a ese "top of heart", de manera efectiva, al asociar su logotipo con imágenes reales de animales en recuperación (ver figura 1). Sin embargo los argumentos emocionales deben estar acompañados de argumentos racionales, en tono positivo, que explique la eficacia de los métodos de la PYME social (Martínez, 1998, p. 90).

Figura 1. Imagen de animal en recuperación

Figura 1: imagen recuperada de: Dame tu pata. Sección del Colombiano, versión online. http://www.elcolombiano.com/blogs/dametupata/tag/fundacion-orca el 7 de julio de 2017.

También es pertinente valorar el marketing verde desde la posibilidad de desarrollar una marca en un contexto real. Ya pasó el tiempo de las marcas poéticas que permiten escapar a mundos fantásticos e hiper-estéticos como los de Volkswagen o McDonald's. Se valora mucho más las marcas que hablan de lo que sucede en el mundo real, en la cotidianidad de una comunidad determinada. Por esta razón es importante que una PYME, implemente marketing verde y publicidad social, pues estas se basan en una divulgación de temas de responsabilidad que terminan ubicando al consumidor en una realidad inmediata, iniciando un diálogo frente al reconocimiento de problemas reales y proponiendo posibles soluciones a los mismos. En este caso se identifica concordancia con las nuevas reglas: 7) la reputación del fabricante y el vendedor cuentan más que nunca, 9) el negocio es la filosofía, 15) el consumidor verde confía en las marcas que lo cuentan todo y 19) la importancia de que la marca sea siempre auténtica. Es por eso que las campañas publicitarias sociales de empresas grandes como el Éxito no funcionan; el público no siente autenticidad desde la imagen. En el caso de las publicaciones de una PYME, la realidad no aparece forzada, es su naturaleza misma. En el caso de las redes sociales los contenidos son pragmáticos, no hay espacio para metáforas (ver figura 2).

Figura 2. Contenidos de las redes sociales. Grupo Pymes Medellín.

Figura 2. Recuperado del grupo de Facebook PYMES MEDELLÍN. https://www.facebook.com/profile.php?id=100004847387299 el 7 de julio de 2017.

Finalmente, se ha identificado como necesario construir una nueva cultura de las marcas entre los empresarios de las PYMES para cultivar y mejorar la relación con el consumidor, una cultura novedosa de las marcas que debe estar sustentada en la innovación en marketing verde, el cual normalmente no se aplica al ámbito de las PYMES, para que la marca sea sostenible desde lo ecológico, al igual que la sociedad y el ambiente a la que pertenecen los consumidores.

Figura 3. Contenidos de las redes sociales. Tienda Eywa.

Figura 3. Recuperado del perfil empresarial de Facebook, Tienda Eywa. https://www.facebook.com/pg/EYWABILLETERASECOLOGICAS/about/ el 7 de julio de 2017.

Referencias

González Mendoza, L. H. (2008). La globacultura y sus expresiones sociales y educativas. *Apertura: Revista de Innovación. Universidad de Guadalajara, 6*(5), 86-99.

Iannuzzi, A. (2012). Greener Products: The making and marketing of Sustainable brands. Miami. U.S.A.CRC Press–Taylor & Francis Group.

Martínez, J. L. (1998). Publicidad para causas sociales, argumentos racionales vs. argumentos emocionales. *Revista Comunicación y Sociedad, 11*(1), 69-80.

Montero, M. (2008). Casos históricos relevantes que reflejan el Impacto Cultural de la Publicidad. *Revista de Comunicación. Universidad de Piura*, *7*, 139-153.

Orozco Toro, J. (2007). *Publicidad Social: Comunicación Estratégica para el Desarrollo.* Medellín, Colombia: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

Ottman, J. (2011). *The new rules of Green marketing.* Oakland, Estados Unidos: Barrett-Koehler Publishers.

Restrepo Velásquez, J. C., Vélez Acebedo, A., & Vanegas Arboleda, M. (2006). Compromiso social de la Corporación Universitaria Lasallista en Itagüí. *Revista Lasallista de investigación*, *3*(1), 13-18.

VV.AA. (2015). *Gestión de Marcas para PYMES*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó, Editorial Universidad de Medellin.

Vergara, E. Rodríguez, M. (2010). El impacto social y cultural de la publicidad entre los jóvenes chilenos. *Comunicar Revista Científica de Educomunicación, 18*(35), 113-119.

Referentes para la construcción del libro: "el cuerpo como lienzo mediático: mutaciones grotescas para el desarrollo de las narrativas publicitarias"

Rafael Mauricio París Restrepo*

Resumen

Las investigaciones realizadas en el Programa de Publicidad, han dejado como conclusión común, la evidencia de un cambio en las concepciones del arte publicitario, pues de las estéticas y metáforas recurrentes se ha pasado gradualmente a unas menos convencionales que abiertamente retan los sentires del buen y del mal gusto, ahora, de una manera más preponderante que en décadas pasadas. Y es en el cuerpo, la forma más representada en el arte y la publicidad, donde esa creatividad ilustra de manera inusitada nuestra percepción actual del otro, y la manera como el personaje publicitario es descrito en el contexto del arte publicitario.

El siguiente texto busca ubicar al lector sobre algunos de los referentes teóricos bajo los cuales se está elaborando un producto, para el Programa de Publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó, específicamente, un libro sobre la metáfora del cuerpo grotesco en la publicidad, titulado de manera provisional: "El cuerpo como lienzo mediático: mutaciones grotescas para el desarrollo de las narrativas publicitarias". Se propondrá una indagación por lo grotesco en la publicidad, desde tres ángulos relacionados con lo metafórico. Se describirá primero la metáfora ciudad-publicidad y cómo estas dos hacen parte del mismo cuerpo; luego la metáfora del cuerpo, como corporalidad de un personaje narrativo en una pieza publicitaria; y finalmente, el cuerpo como metáfora de las cualidades de un producto o servicio. Se terminará enumerando los capítulos del libro, al cual este marco apoya. El libro aspira a servir de guía para la creación e interpretación de las piezas publicitarias, especialmente las visuales y audiovisuales.

Palabras clave

Cuerpo; Grotesco; Publicidad; Narrativa; Ciudad.

Introducción

La relación entre el cuerpo y la ciudad viene desarrollándose desde que la aparición de la misma revolucionara el mundo antiguo, precipitando que las comunidades pasaran de ser tribus errantes a ciudadanos asentados en terrenos. Lo más probable es que la razón para que se crearan ciudades, fuera la supervivencia, pues nómadas dispersos y solitarios no tienen mucha oportunidad frente a los desastres naturales y las guerras, siendo necesaria la unión grupal para asegurar la vida (Ortiz, 2000, p. 189). Es importante también, reconocer que la ciudad, como

* Candidato a Doctor en Artes y Magíster en Estética. Docente investigador de tiempo completo del grupo Urbanitas de la Universidad Católica Luis Amigó. Investigación financiada por Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: rafael.parisre@amigo.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0002-5953-8070 Rafael París Restrepo.

dispositivo de socialización, no es sólo la huella urbana (parques, puentes, plazas, carreteras, etc.), sino también es un conjunto de cuerpos, que forman un gran cuerpo colectivo, al cual a veces se le llama cuerpo cultural o cuerpo social (Díaz, 2008, p. 52) el cual, sumado a lo urbano, puede denominarse ciudad. En la ciudad lo natural y lo artificial se despliegan de manera ambigua, y siendo lo natural una amalgama con lo artificial. No es tan simple como decir que un árbol es natural o un semáforo es artificial, puesto que el término "natural" obedece a unas condiciones de lo cotidiano, y por tanto, para nosotros que vivimos en un perímetro urbano, lo "natural" es encontrar un carro en medio de la calle, más un caballo, por contexto, ya pasaría a ser lo "no natural", pues no es el espacio en que normalmente aparece.

Adicionalmente, Sennet, ha señalado que los espacios urbanos cobran forma a partir de la manera como un grupo de personas experimentan su cuerpo, en dicho espacio (Sennet, 1994, p. 394), enfatizando en que las políticas del cuerpo individual y las múltiples percepciones frente al mismo tienen un impacto en la configuración del cuerpo cultural y los ambientes en los que este se despliega. Así, cuerpo y ciudad, son conceptos inseparables, pero a veces intercambiables, y evidenciados por la metáfora, por eso es usual oír que se habla del cerebro de la ciudad (espacios ejecutivos), el corazón de la ciudad (espacios sociales), las manos de la ciudad (espacios industriales) el pulmón de la ciudad (espacios verdes), refiriéndose a las partes que conforman el todo. Bajo este orden de ideas, que propician el juego de las metáforas, podría decirse que la publicidad es la boca de la ciudad, pues es la encargada de divulgar todos los temas de interés que acontecen en ella. La boca que grita, la que seduce, la que persuade, la que se alimenta de la información de su entorno y la devuelve convertida en paradigma, anatema, chisme, moda o noticia. La publicidad es indudablemente un componente dinamizador de los sentires y los intereses de la ciudad, y proponiendo una expansión de esta metáfora de la boca, se puede especular que la publicidad puede ser como un beso, cuando nos habla de sueños, deseos y esperanzas, puede ser como una mordida cuando nos muestra imágenes grotescas, puede estar llena de aliento, cuando es coherente y persuasiva, pero puede ser como un débil suspiro cuando no alcanza a comunicarse claramente. La publicidad es la boca que no se calla, contribuyendo al sonido característico de la ciudad, el ruido y la contaminación auditiva del impacto ambiental. Dewey aseguraba: "La experiencia estética es una manifestación, un registro y una celebración de la vida de una civilización, un medio de promover su desarrollo, y también el juicio último sobre la cualidad de una civilización" (Dewey, 2008, p. 369); así que la publicidad en su posibilidad de generar sensaciones, contribuye a la construcción de la civilización, la cultura y por ende de unas posturas éticas determinadas. Sin embargo las partes de este cuerpo llamado ciudad, rara vez son armónicas y la publicidad con su capacidad de seducción es responsable, como cualquier otra seducción, de turbar y desarmar los procesos más genéricos de la lógica.

El cuerpo como elemento narrativo en la publicidad

La narrativa publicitaria obedece a las mismas reglas, establecidas en el canon cinematográfico para la construcción de personajes, situaciones y locaciones (Parker, 2012, pp. 129-151). Siguiendo estos parámetros, debe señalarse un personaje principal o protagonista (usualmente la marca, una mascota, el consumidor, un legitimador o el producto); algunos personajes secundarios, que interactúan con el protagonista, dinamizando el drama del cuento, entre los que se encuentran coprotagonistas partidarios del protagonista y antagonistas que se oponen a los logros del mismo. A veces los coprotagonistas son los usuarios del producto, un legitimador o personas afectadas por alguna desventaja. Los antagonistas pueden ser más abstractos; un conflicto como la sed, el desconocimiento de un tema, el mal tráfico vehicular, la basura en las calles o una gripe. Pero también pueden estar representados por una mascota negativa, un producto de la competencia o un consumidor potencial por convencer, entre otras muchas opciones.

El cuerpo como elemento narrativo en la publicidad obedece, en principio, a la estructuración de estos tres factores (personajes, situaciones y locaciones), pero a su vez el cuerpo puede ayudar a comprenderlos mejor pues es un elemento unificador dinámico. El cuerpo es el instrumento teatral y dramático por excelencia, que sirve de base para que los personajes tengan cualidades diferenciadoras, como presencia, actitud y apariencia. En el caso de la publicidad, deben suscitar al menos interés al primer vistazo. En segunda instancia, en un guion, las situaciones no son más que una serie de dinámicas entre los cuerpos de los personajes, y cualidades como edad, salud y coordinación de los cuerpos pueden influir en el desarrollo dinámico de una escena, por ejemplo no es lo mismo, un personaje joven montando en bicicleta, que uno más mayor, y eso va a influir en cómo el espectador perciba la escena. En el caso de la publicidad el factor de dinamismo y finalmente los cuerpos, también se convierten en un componente importante de las locaciones, pues suman color, ritmo y volumen a cualquier locación. Por ejemplo, en la publicidad clásica de Ogilvy y Burnett (ver figura 1).

Figura 1. Publicidad clásica

Figura 1. El hombre en la camisa Hathaway, un ejemplo de manejo de personaje publicitario por David Ogilvy. Recuperado de https://i1.wp.com/www.brandingidentitydesign.com/wp-content/uploads/2015/10/hathaway-shirt-ad-ogilvy.jpg el 10 de julio de 2017.

Innovación

La pieza publicitaria es un objeto de comunicación construido, principalmente, sobre tres componentes, la sección de contactos (que incluye redes sociales y www), el arte (o sea la imagen) y el copy (o sea el texto escrito, la palabra). La importancia que se le asigna a estos componentes ha variado a través del tiempo (Romero, 2005, pp. 43-44), pero lo seguro, es que la eficacia del diálogo entre esos dos polos, arte y copy, es lo que en últimas hará una comunicación efectiva. El cuerpo en la publicidad visual y audiovisual ha pasado por una gama de representaciones, que abarcan desde lo realista hasta lo grotesco. Desde sus inicios hasta los años ochenta la publicidad comercial institucionalizó una imagen omnipresente de familias que representaban la perfección que los grupos conservadores (muchas veces patrocinadores económicos de las agencias publicitarias) querían presentar como una realidad irrefutable. Solo, a veces, el cuerpo aparecía deformado en publicidades propagandistas o institucionales que buscaban apelar al miedo para inducir al ciudadano a portarse bien. Sin embargo, a mediados de los ochenta la publicidad visual pasó de representar familias bonitas, a usar cuerpos grotescos para comunicar metafóricamente una idea. ¿Por qué sucedió esto? Tal vez, lo técnico sea la respuesta, y este arte no sea más que una consecuencia de las posibilidades expresivas de los programas de diseño como el Ilustrator y el Photoshop. Antes artistas vinculados a la publicidad como Lautrec, Dalí y Warhol, habían presentado imágenes que en su momento fueron controvertidas pero que después pasaron a ser de común aceptación, como el erotismo de los carteles de Lautrec; las propagandas para los soldados norteamericanos en Viet Nam, de Dalí; o la glorificación de las marcas, propuesta por Warhol para las sopas Campbell´s, para algunos no más que una pieza publicitaria invadiendo un museo. Sin embargo estos aportes, en su época, no eran un común denominador, como sí lo sería después (ver figura 2).

Figura 2. Publicidad grotesca

Figura 2. Publicidad para el chicle Colbalt de Wrigley's 5.Recuperado de https://aotw-pd.s3.amazonaws.com/5_gum_-_cobalt_aotw.jpg el 10 de julio de 2017.

En un website especializado como Ads of the World (http://adsoftheworld.com), donde las agencias ingresan sus trabajos, coordinado con la pauta de la campaña en los medios, para que sean evaluados por críticos y estudiosos de la comunicación el diseño y la publicidad, es usual encontrar publicidades que se fundamentan en la exposición de un cuerpo grotesco. Órganos desbordados, rostros y cuerpos en configuraciones extrañas, figuras híbridas de hombre y máquina u hombre y animal. ¿Cuándo cambió el sentido del cuerpo bello en la publicidad? (ver figura 3) Y sobre todo ¿por qué en un campo de parámetros estéticos tan convencionales de pronto se empieza a volver común la aparición de lo monstruoso? ¿Acaso vende lo grotesco? (ver figura 4). Se podría especular que lo monstruoso ha estado presente en la publicidad por ser una parte de la ciudad, otro cuerpo desigual y monstruoso, y por tanto hay una tendencia a usar lo grotesco como narrativa. Por ejemplo, el chicle Cobalt de Wrigley's 5, promete estimular los sentidos y lo muestra de manera gráfica, con un rostro desigual que parece inspirado por el cubismo de Pablo Picasso.

Figura 3. El sentido del cuerpo bello en la publicidad

Figura 3. Familia clásica de la publicidad con una fisonomía convencional. Recuperado de http://nazmulrony.com/wp-content/uploads/2014/11/10041408393_2523daabd6_o.jpg el 10 de julio de 2017.

Figura 4. Publicidad no convencional

Figura 4. Familia no convencional como protagonistas publicitarios. Recuperado de http://aotw-pd.s3.amazonaws.com/family_aotw.jpg el 10 de julio de 2017.

Para indagar sobre esto se han seleccionado cien piezas publicitarias en las cuales aparecen cuerpos grotescos. El criterio para esta selección, no es el registro de un cuerpo desfigurado real (por ejemplo un cuerpo enfermo, accidentado o muerto), sino una metáfora, por ejemplo imágenes creadas con Photoshop en las cuales una parte (ojos, nariz, orejas, boca, manos) o varias, está incrementada de forma caricaturesca. Se evitará el grotesco de lo real, centrándose exclusivamente en un grotesco metafórico. Las cualidades de estas piezas se llevarán a fichas, que servirán para enunciar unas cualidades comunes, que relacionadas con libros que traten la simbología de lo grotesco, pueden ayudar a dar una idea de porqué se ha posicionado el uso de lo grotesco como metáfora publicitaria. Entre las vías clásicas que han usado las agencias y los estudiosos para investigar la imagen, se cuentan el *Modelo Racional*, que se centra en la pragmática de la comunicación; la *Aproximación Motivacionista*, que lo hace en la imagen y su relación con el incosciente, el *Modelo Social*, el cual se basa en las dinámicas entre grupos sociales propiciadas por los productos y las marcas; y la *Aproximación Semiológica*, que abandona lo psicológico, para centrarse en la imagen como unidad de sentido (Romero, 2005, pp. 43-47).

Para este trabajo se ha elegido la Aproximación Semiológica, por la posibilidad que ofrece para comprender la imagen como significado cultural, y también se recurrirá como referentes a Los Usos de las Imágenes de E. H. Gombrich , para indagar el arte y la estética en un contexto histórico social, sin tomarlo como una ciencia exacta (Gombrich, 2003, p. 260) y la Enciclopedia de los Símbolos de Udo Becker, para que en esta época de saturación logremos dar un trasfondo a las imágenes y aproximarnos a una comunicación clara (Becker, 1992, p. 7).

Se propone la siguiente estructura para el libro:

- Cuerpo y ciudad. En el cual se explora la relación formal e indisoluble entre ambos conceptos
- Cuerpo en la publicidad. Acá se propone un paso por el cuerpo en la publicidad. Qué es un cuerpo “clásico” en publicidad y cómo se rompe el paradigma.

- Algunos órganos corporales humanos y su uso como símbolo publicitario.
- Orientaciones creativas, observaciones y conclusiones.

Este orden y el tema de los capítulos pueden cambiar en el resultado final, de acuerdo con el desarrollo de la construcción del mismo. En cualquier caso el libro mantendrá su objetivo de aportar a la comprensión de los procesos creativos que determinan la publicidad, y a la contextualización cultural que sirva de referente para interpretar el sentido y empoderar al publicista con esta guía, a usar de manera innovadora símbolos corporales diferentes, en aras de hacer más evidente lo humano en la publicidad, desde la contradicción y lo inusual, para innovar el uso de este lenguaje complejo.

Referencias

Becker, U. (1992). *Enciclopedia de los símbolos*. Santafé de Bogotá, Colombia: Intermedio Editores/ Robin Book.

Dewey, J. (2008). *El arte como experiencia.* Barcelona, España: Paidós Estética 45.

Díaz Velasco, A. (2008). "Los hombres" como cuerpos, el cuerpo: una multiplicidad. *Revista Corporeizando*, *1*(2), 50-64.

Gombrich, E. H. (2003). *Los usos de las imágenes.* Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica México.

Ortiz Jiménez, W. (2000). La ciudad: ritmos y narraciones cotidianas. *Revista de Geografía Norte Grande*, *6*(5), 189-197.

Parker, P. (2012). *Cómo escribir el guión perfecto.* Buenos Aires, Argentina: Ma Non Troppo/ Robin Book.

Romero, M. V. (Comp.) (2005). *Lenguaje publicitario*. Barcelona, España: Ariel Comunicación.

Sennet, R. (1994). Carne y piedra Madrid. Alianza Editorial.

Derecho y Ciencias Políticas

Los programas pos institucionales una alternativa para jóvenes en conflicto con la ley penal colombiana

Santiago Alberto Morales Mesa*, Jenny Marcela Acevedo Valencia**, Hernán Antonio Usme Gómez***, Sandra Janeth Villa Gómez****, Juan Andrés Soto Arroyave*****, James Alberto Arboleda Quintero******, Sergio González Franco*******

Resumen

El proyecto de investigación tiene como objetivo general analizar las condiciones laborales, familiares y sociales de los jóvenes egresados de la Institución Educativa de Trabajo San José entre los años 2011 y 2016 que han hecho parte del programa post institucional Éxodo como parte de su proceso dentro del Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes.

Se trabaja desde un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo–analítico, de tipo Cross Sectional, el cual busca analizar las propiedades del objeto de estudio por medio de las mediciones en un momento particular, La población está conformada por los egresados de los programas de la Institución Educativa de Trabajo San José que han participado en las acciones del pos institucional y que quieran participar libre y voluntariamente; los criterios de inclusión que se tiene presente para la selección de la muestra, la cual es aleatoria en su selección, son: personas que estén o hayan pasado por el programa Éxodo o pos institucional entre el 2011 y el 2016 y que al momento de diligenciar el instrumento no estén bajo ningún efecto de sustancias psicoactivas ni estén en proceso de internamiento institucional, y que formalicen su participación por medio del consentimiento informado, ya sea con su firma, huella o ambas.

Este proyecto es novedoso en tanto son pocos los estudios que hay en el ámbito nacional sobre el seguimiento que se hace a los jóvenes que han estado institucionalizados bajo la medida de privación de libertad a partir de los lineamientos planteados en la Ley 1098 de 2006 Código de Infancia y Adolescencia, máxime cuando se manifiesta en ella la corresponsabilidad de las instituciones sociales, en la perspectiva de evitar que estos jóvenes vuelvan a reincidir y tengan que asumir su responsabilidad penal ya no en un centro de atención para jóvenes en instituciones carcelarias para adultos.

Palabras clave

Jóvenes; Sistema de Responsabilidad Penal para adolescentes; Programas institucionales

* Magíster Salud Pública. Docente Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Universidad Católica Luis Amigó, grupo de investigación Laboratorio Universitario de Estudios Sociales LUES. Financiación Universidad Católica Luis Amigó e Institución Educativa de Trabajo San José, Medellín, Colombia. Correo electrónico: smorales@funlam.edu.co. ORCID 0000-0002-8987-7399

** Magister en Estudios Políticos. Universidad Católica Luis Amigó. Grupo de investigación Laboratorio Universitario de Estudios Sociales LUES. Financiación Universidad Católica Luis Amigo e Institución Educativa de Trabajo San José, Medellín, Colombia. Correo electrónico: genimarcela@gmail.com. ORCID 0000-0001-8971-9975

*** Especialista en Farmacodependencia. Subdirector Institución Educativa de Trabajo San José. Financiación Universidad Católica Luis Amigó e Institución Educativa de Trabajo San José, Medellín, Colombia. Correo electrónico: husme2020@gmail.com

**** Trabajadora social. Coordinadora Pedagógica programa Éxodo Institución Educativa de Trabajo San José. Financiación Universidad Católica Luis Amigó e Institución Educativa de Trabajo San José, Medellín, Colombia. Correo electrónico: s.j.villa@hotmail.com

***** Psicólogo. Psicólogo Comunidad terapéutica Institución Educativa de Trabajo San José. Financiación Universidad Católica Luis Amigó e Institución Educativa de Trabajo San José, Medellín, Colombia. Correo electrónico: juanandressotomp@gmail.com

****** Trabajador social programa Éxodo Institución Educativa de Trabajo San José. Financiación Universidad Católica Luis Amigó e Institución Educativa de Trabajo San José, Medellín, Colombia. Correo electrónico: jarqu23@gmail.com

******* Sociólogo. Gestor empresarial Institución Educativa de Trabajo San José. Financiación Universidad Católica Luis Amigó e Institución Educativa de Trabajo San José, Medellín, Colombia. Correo electrónico: se.franco@live.com

Introducción

El apoyo post-institucional ofrecido por la Institución Educativa de Trabajo San José (IETSJ), posterior al proceso realizado por los jóvenes en la atención a las problemáticas de comportamiento social delictivo, busca preparar a los adolescentes y jóvenes como sujetos y agentes sociales, con un papel activo de negociación en los diferentes ámbitos y contextos en los que se ven desafiados a elegir y a tomar decisiones, con visión comunitaria, autónoma e independiente, que reconozca la familia como primer agente socializante y sea responsable de sus actos, por medio de estrategias pedagógico-terapéuticas encaminadas a la doctrina de la justicia restaurativa, donde la tarea está encaminada a la restauración del usuario en sus diferentes esferas de desarrollo humano.

Durante el proceso de atención institucional se contemplan acciones orientadas a la generación de oportunidades y desarrollo integral que les ayude a los adolescentes y jóvenes a tener un proyecto de vida claro, realista y realizable, el cual es elaborado durante su proceso con el acompañamiento de un equipo interdisciplinario y posteriormente es ejecutado en el programa.

Se hace énfasis en su auto-biografía, reconocimiento de sí mismo en todas sus dimensiones (biológica, emocional, social, ecológica y espiritual), posibilitando su proyección personal, familiar y vinculación adecuada al entorno social de manera activa, participativa y productiva, creando en los adolescentes y jóvenes la necesidad de encarar la responsabilidad que tienen consigo mismos y con la sociedad; se orientan a asumir el papel protagónico que les corresponde en su vida.

El programa busca, mediante el acompañamiento al adolescente y joven, propiciar y fortalecer su inclusión social, favoreciendo su reinserción a la sociedad de manera integral y autónoma, para el pleno ejercicio de sus derechos; además abre la posibilidad de hacer un seguimiento, saber cómo están ejecutando su proyecto de vida, saber cuál es su actualidad, en qué se desempeñan, analizar posibles factores de vulnerabilidad que puedan ocasionar una recaída o una reincidencia y ofrecer el apoyo psicológico y socio-familiar con el objetivo de minimizar factores de riesgo que incidan negativamente en su vida.

La modalidad de apoyo post-institucional cumple otra función, la de generar espacios y herramientas de investigación que permitan evaluar el impacto de los procesos reeducativos que la institución brinda, factor que es de suma importancia, si se tiene en cuenta que en el ambiente quedaba abierta la pregunta acerca de la efectividad de los procesos reeducativos. Es bajo esta mirada que surge la necesidad de desarrollar esta investigación que permita identificar y analizar las condiciones de los adolescentes y jóvenes que egresan de la Institución Educativa de Trabajo San José, entre los años 2011 y 2016 y que han participado en el programa post institucional Éxodo como parte de su proceso dentro del Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes.

Por ello, el alcance que se espera con los resultados de esta investigación es poder potenciar el programa Éxodo de la IETSJ para que sea un referente de trabajo con los jóvenes que han sido sancionados bajo la privación de libertad en el país en cada de las comunidades de los

religiosos Terciarios Capuchinos y de otras instituciones que tienen similares propuestas de trabajo con esta población.

Igualmente, con los resultados que se publiquen se espera que sirvan de aporte a los entes gubernamentales y académicos para que reconozcan que el acompañamiento pos institucional es una apuesta para minimizar problemáticas que afectan de manera directa a las poblaciones menores de edad y desde allí crear o cualificar programas y propuestas académicas y de intervención que beneficien a la población en general.

Desarrollo

En Colombia la ley que promueve el interés de los niños, niñas y adolescentes, es la Ley 1098 de 2006, también denominada Código de Infancia y Adolescencia, en la cual se establece el sistema de responsabilidad penal para adolescentes y procedimientos especiales para cuando los niños, niñas, adolescentes o jóvenes son víctimas de delitos. Con dicha Ley, lo que se busca es una defensa de los derechos de estos menores de edad, en tanto se encuentran en un proceso de desarrollo biopsicosocial que demanda un tratamiento diferencial amparados en una protección jurídica (Berros, 2011).

Ahora bien, la comisión de delitos por parte de adolescentes en Colombia no es tema reciente, sin embargo, su reglamentación se establece a partir de la nombrada Ley 1098, la cual modifica la percepción social e institucional con la cual es visto a el adolescente, pues si bien previa a esta Ley era considerado víctima de su entorno, bajo esta nueva legislación también empieza a percibirse como sujeto de derechos y responsabilidades, retomando así dos paradigmas de intervención psicosocial: la protección social y la corresponsabilidad, en procura de atender siempre al interés superior de los menores de edad como sujetos y ciudadanos en la perspectiva de reestablecer sus derechos en un contexto que les garantice unas condiciones para lograr una readaptación a su entorno social, cultural y familiar en donde puedan construir un nuevo proyecto de vida (Huertas y Morales, 2013).

Con respecto a la responsabilidad penal para los adolescentes, la ley establece que "las personas menores de 14 años no serán juzgadas ni declaradas responsables penalmente" (Ley 1098, Art. 142), para ellos sólo se aplicarán medidas de verificación de la garantía de derechos y deberán vincularse a procesos de protección y educación dentro del Sistema Nacional de Bienestar Familiar. (Art. 143). Por su parte aquellos con edades entre los 14 y los 18 años, en el marco de la responsabilidad penal para adolescentes, se les aplican las siguientes sanciones: 1) Medidas sin privación de la libertad: amonestación, imposición de reglas de conducta, prestación de servicios a la comunidad, libertad asistida e internación en medio semi-cerrado; 2) Medida con privación de la libertad: internación cerrada en centro de atención especializado.

Cabe resaltar que la privación de la libertad procede como medida pedagógica, la cual se cumple en establecimientos de atención especializada articulados a programas del Sistema Nacional de Bienestar Familiar (Art. 161 y 162), asegurando en todos los casos que el adolescente esté vinculado al sistema educativo.

En el marco de la ley, dichas sanciones tienen una finalidad protectora, educativa y restaurativa y se aplican con el apoyo de la familia y de especialistas (Art. 178).

La privación de la libertad en los centros de atención especializada aplica cuando los adolescentes sean responsables de delitos, en la cual la pena impuesta mínima sea de 6 o más años de prisión; cunado esto se presenta la internación cerrada tendrá una duración de hasta 5 años. Sin embargo, cuando sean responsables de homicidio doloso, secuestro o extorsión, la privación de la libertad puede llegar hasta 8 años. Es importante aclarar que en el caso de que un adolescente cumpla los 18 años estando vigente la sanción de privación de libertad, esta podrá continuar en el centro de atención especializada hasta que cumpla 21 años de edad; en estas situaciones los Centros Especializados deben proveer una atención diferencial entre las personas que aún no han cumplido los 18 años, es decir, la mayoría de edad para Colombia y aquellos que son considerados adultos por tenerlos, lo que implicaría la separación física al interior del centro (Art. 187).

Conforme a este marco jurídico, la Institución Educativa de Trabajo San José (IETSJ), como entidad sin ánimo de lucro, creada, dirigida y administrada por los Religiosos Terciarios Capuchinos, se constituye como un centro de atención especializado que dinamiza, bajo los parámetros de las leyes vigentes en Colombia y los tratados y convenios internacionales, los programas del Sistema Nacional de Bienestar. Con su carácter *amigoniano* atravesado por la acción evangelizadora y pedagógica implementa procesos educativos, reeducativos, de protección y prevención por medio de programas integrales en los que se benefician niñas, niños, adolescentes y jóvenes que manifiestan en su cotidianidad problemas del orden social y familiar.

En la misma dirección, la IETSJ dirige sus servicios a los jóvenes y adolescentes en conflicto con la ley, de acuerdo con lo estipulado en la Ley de Infancia y Adolescencia, en relación con el Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes; es decir, los mayores de 14 años que han incurrido en un delito, quienes son remitidos por jueces de menores, juzgados promiscuos de familia y defensoría.

Una de las modalidades de atención de la IETSJ se ofrece a través del programa "Éxodo", el cual es una modalidad de apoyo Post-Institucional, que presta asistencia en medio socio-familiar por medio de un acompañamiento a los adolescentes y jóvenes que han egresado de los servicios que operan medidas o sanciones del SRPA, para favorecer su integración familiar e inclusión social y por ende minimizar los riesgos de reincidir en conductas que son sancionadas por las leyes colombianas.

Innovación

Los resultados de esta investigación, serán innovadores en tanto servirán para cualificar el programa pos institucional Éxodo de la IETSJ como tal, el cual ha sido un referente en el medio local y nacional, no solo de trabajo desde la reeducación sino desde los procesos y resultados que se han logado, al tener jóvenes que al cumplir su proceso se han reinsertado a su familia, comunidad, al ámbito educativo y laboral, minimizando riesgos de reincidencia.

Desde lo social-académico contar con datos que evidencien las experiencias de vida de los sujetos que harán parte de la muestra y que serán analizados desde lo univariado, permitirán tener una información sobre aspectos que posteriormente se pueden tener en cuenta para futuras propuestas de intervención, máxime cuando se está en una etapa de postconflicto en el país y que se necesitan evidencias de trabajo que puedan ayudar a otras instituciones o al mismo gobierno para tener rutas que ayuden a mejorar las condiciones de vida de jóvenes que han hecho parte del conflicto desde diversas expresiones y que los llevó a ser parte de los procesos en la IETSJ.

Por último, hacer análisis biivariados y multivariado puede generar datos que sirva de apoyo para futuras investigaciones, en cuanto puede explicar la permanencia en el programa pos institucional por diversos aspectos que para el presente caso son los individuales, familiares y sociales y que ayuden a minimizar los riesgos de reincidencia frente a delitos contemplados en el Código Penal Colombiano.

Referencias

Berríos, G. (2011). La ley de responsabilidad penal del adolescente como sistema de justicia: análisis y propuestas. *Política Criminal, 6*(11), 163–191.

Congreso de la República. (2006). *Código de Infancia y Adolescencia.* Ley 1098 de 2006.

Huertas Diaz, H., y Morales Chinome, I. (2013). El sistema de responsabilidad penal: la expansión de la punibilidad en el neopositivismo colombiano. *Guiller de Ockham, 11*(2) 69- 78.

Medellín
2017