

**FORTALECIMIENTO DE LAS COMUNICACIONES DE LA MESA DE
DIVERSIDAD SEXUAL DEL MUNICIPIO DE SONSÓN: UNA EXPLORACIÓN
DESDE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES**

LEIDY YOHANA FLÓREZ LONDOÑO

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE COMUNICACIONES Y FILOLOGÍA
PREGRADO DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
SONSON
2021**

**FORTALECIMIENTO DE LAS COMUNICACIONES DE LA MESA DE
DIVERSIDAD SEXUAL DEL MUNICIPIO DE SONIÓN: UNA EXPLORACIÓN
DESDE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES**

LEIDY YOHANA FLÓREZ LONDOÑO

Trabajo de grado para optar al título de Comunicación Social - Periodista

**Asesor:
JUAN ESTEBAN VÁSQUEZ MEJÍA
Magister en Estudios Políticos**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE COMUNICACIONES
PREGRADO DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
SONIÓN
2021**

TABLA DE CONTENIDO

	PAG
RESUMEN.....	4
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
2. OBJETIVO GENERAL.....	7
2.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	7
3. MARCO TEÓRICO.....	8
3.1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	8
3.1.1 Comunicación externa.....	9
3.1.2 Comunicación interna.....	9
3.2 REPRESENTACIONES SOCIALES.....	9
4. METODOLOGÍA.....	10
4.1 ENTREVISTA.....	11
4.2 GRUPO FOCAL.....	11
4.3 ENCUESTA VALIDADORA.....	11
5. HALLAZGOS.....	12
5.1 COMUNICACIÓN INTERNA.....	12
5.2 COMUNICACIÓN EXTERNA.....	13
CONCLUSIONES.....	14
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	15

RESUMEN

Este trabajo se realizó con el fin de mejorar la comunicación interna y externa de la mesa de diversidad sexual del municipio de Sonsón, en el se menciona implementaciones departamentales donde se reconoce la población LGBTIQ+ como sujeto de derecho.

Además se puede evidenciar como las representaciones sociales de los participantes de las actividades que realiza la mesa de diversidad, han llevado a que la mesa de diversidad no tenga un acompañamiento muy nutrido en sus actividades.

Un plan de comunicaciones internos, ayudo a la mesa a mejor las relaciones interpersonales de sus integrantes, y a dar un mejor contenido a su público objetivo

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para el año 2008-2009, la inclusión de la población LGBTI (Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transgénero (en esta categoría también se incluyen las personas travestis, transexuales y transformistas, e Intersexuales) en la Dirección de Asuntos Indígenas, Rom y Minorías del Ministerio de Interior en Colombia, empezó a incentivar el acercamiento del Gobierno Nacional con organizaciones sociales y activistas, esto se dio gracias a la lucha y al acompañamiento de la población LGBTI del país. (Mininterior, 2014)

Durante el gobierno del entonces presidente, Juan Manuel Santos Calderón (2010-2014), en el Plan Nacional de Desarrollo, “Prosperidad para todos”, se vio incluida la población LGBTI por primera vez en el país, abriendo así un espacio para la formación de Mesas Autónomas Municipales e Intermunicipales, con el fin de garantizar los derechos de las personas de la comunidad LGBTI; además, que estén presentes en las agendas públicas de los entes territoriales. (Mininterior, 2014)

En el año 2016 el departamento de Antioquia empieza a reconocer la población LGBTI, como sujeto de derecho y como actor social visible. Por este motivo, el Plan de Desarrollo Departamental, “Antioquia piensa en grande”, da cumplimiento al ya citado mandato ministerial, implementando unas acciones directas en todo el departamento, donde se le garantice la inclusión y los derechos a toda la población LGTBI. (Plan de Desarrollo Departamental, 2016-2019)

El municipio de Sonsón con el fin de dar cumplimiento a lo establecido en el Plan de Desarrollo Departamental, crea la Mesa de Diversidad Sexual con el objetivo de fomentar el respeto de los derechos de la población LGTBI del municipio, además de consolidar estrategias de reconocimiento para la diversidad de género; y así, mostrar que es una población visible que necesita espacios para la expresión de la diversidad. (Mesa de Trabajos Diversidad sexual, 2016)

Desde entonces, la Mesa de Diversidad Sexual del municipio de Sonsón ha realizado varias actividades como foros, cine foros, mesas de trabajo y conferencias con el fin de construir, transmitir y difundir los derechos de las personas diversas sexualmente del municipio y así, generar un desarrollo local, que proporcione un mejoramiento en las condiciones materiales y espirituales de la sociedad, y este se establece gracias a la equidad y a las relaciones de las organizaciones con el poder, debido a que el desarrollo se encuentra en el ámbito cultural (Hernández, Garabito, 2012).

La poca participación a estas actividades es lo que hace que surja la pregunta *¿Cuáles son las representaciones que construyen los grupos de interés respecto a la comunicación interna y la proyección (Externa) de la Mesa de Diversidad Sexual del municipio de Sonsón, Antioquia?*

Se formula como hipótesis que, un plan de comunicación interna y un plan de medios para la proyección en el ámbito externo, puede hacer que esta organización tenga una estructura

organizacional eficaz para dar a conocer el trabajo que cada año planifican para la comunidad LGBTI y el resto de habitantes del municipio.

2. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la comunicación interna y externa de la Mesa de Diversidad Sexual del municipio de Sonsón, a partir de la exploración de las representaciones sociales de los grupos de interés sobre la organización.

2.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar la intención comunicativa que la mesa de diversidad sexual de Sonsón proyecta a través de sus actividades.
- Reconocer las representaciones sociales, que los grupos de interés construyen a partir de las actividades culturales, educativas y sociales realizadas por la Mesa.
- Formular una ruta estratégica de trabajo colaborativo para la Mesa, en torno a una mejor comunicación con la comunidad del municipio (Planes de comunicación y medios).

3. MARCO TEÓRICO

La comunicación implica un intercambio de información, datos e ideas, ya sea entre dos o más personas, así que se afirma que la comunicación desde todas las perspectivas de estudio (organizacional, comercial, interpersonal), conforma un conjunto de instrumentos, estrategias y acciones importantes en el mundo, por ello al emplearla adecuadamente puede llegar a convertirse en un factor clave en el éxito de una organización. (Riveras & Rojas, 2005).

En esta investigación se evidencia la relación entre la comunicación y las representaciones sociales, teniendo en cuenta que es una unión entre dos realidades como lo son la imaginación y la acción, ya que la representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos.

3.1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Es gestora de cambios y necesidades que han sido ignorados, dando una visión de cambios en un nuevo contexto, dando sentido y coherencia a las decisiones del cambio, siendo eficaz para el cumplimiento de los objetivos de la organización en conjunto con los miembros que lo conforman. (Rubiano, Arias & Gómez, 2012).

3.1.1 Comunicación externa

Se trata de la interacción de los elementos del entorno interno con los que existen en el entorno externo, con el fin de brindar una retro alimentación para lograr una mayor eficacia en su gestión, además, es la encargada de desarrollar actividades dirigidas a crear, mantener o mejorar la relación con el público objetivo, y de proyectar una imagen positiva a demás de promover el doble flujo de la información. (Saladrigas, 2006)

3.1.2 Comunicación interna

Es la encargada de lograr los resultados y metas propuestas dentro de la organización, además comparte la información para convertirla en común generando un proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella, está dirigida al personal de la organización (directivos, gerencia media, empleados y obreros) para la creación y mantenimiento de buenas relaciones, es la encargada de perseguir otros fines u objetivos como: la mejora de la imagen de la organización dentro de sus miembros, el manejo de la crisis, incentivar la innovación y el éxito de los cambios internos.(Quejada & Puello, 2011)

3.2 REPRESENTACIONES SOCIALES

Son estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener una orientación actitudinal positiva o negativa de algo. Se constituyen, a su vez, como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva, haciendo de algo complejo algo cotidiano y fácilmente comprensible, permitiendo al individuo organizarse sin mayores dificultades en un contexto socialmente determinado, la comunicación facilita la consolidación de las representaciones generadas en la sociedad en un determinado momento, haciendo posible la modificación de las ya existentes en el grupo. (Aguirre, 2004).

4. METODOLOGÍA

La investigación, se realizó bajo el paradigma interpretativo, el cual acepta que los seres humanos no descubren el conocimiento, sino que lo construyen por medio de su interacción con el mundo en el cual están inmersos (Martínez, 2013). Y así tratar de comprobar la realidad de la mesa para llegar a una mejora.

A su vez, esta investigación tuvo un enfoque cualitativo-exploratorio, porque busca la profundidad de los significados a partir de un proceso de exploración de múltiples percepciones, indagando en situaciones naturales para dar sentido o interpretar los fenómenos en los términos del significado que las personas les otorgan. (Vasilachis, 2006).

Los instrumentos que se utilizaron en esta investigación, fueron:

4.1 ENTREVISTA

Se utilizó la técnica de entrevista semi-estructurada, la cual se le realizó a la directora de la Mesa, debido a su carácter conversacional, generando un ámbito coloquial que facilita la comunicación cara a cara entre el investigador y el entrevistado (Ozonas & Pérez, 2004). Está fue dirigida a la directora de la mesa de diversidad sexual, con el fin de identificar la intención comunicativa que ella considera que tiene la Mesa y así poder reconocer diferencias en la comunicación interna de la mesa.

4.2 GRUPO FOCAL

El cual se le realizo a tres de los integrantes de la junta directiva de la mesa, con el fin de identificar la intención comunicativa de la Mesa y en que sentían estos actores que la organización debería de mejorar. Este instrumento de investigación es una técnica de exploración donde se reúne un pequeño número de personas guiadas por un moderador que facilita las discusiones, y al mismo tiempo el investigador puede realizar una recolección de datos, interpretación actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes seleccionados (Escobar & Bonilla, 2009).

4.3 ENCUESTA VALIDADORA

En esta participaron veintiuna personas que ya conocían las actividades que realiza la Mesa de Diversidad, con el fin de validar lo que en el grupo focal y la entrevista semi-estructurada se había encontrado y así poderlo contrastar con lo que percibían otros grupos de interés, identificando aspectos de comunicación, relacionamiento y medios en los que debía mejorar la Mesa.

5. HALLAZGOS

A partir de la Información recolectada tanto en las entrevistas como en el grupo focal, se extrajeron diversas categorías emergentes importantes para la investigación, las cuales se dividieron en dos grandes categorías: la primera comunicación interna (fortalecimiento interno y relaciones internas) y la segunda comunicación externa (Relaciones con su público objetivo, representaciones sociales, actividades, eventos y necesidades de la población), todas ellas representando diferentes sub-categorías.

5.1 COMUNICACIÓN INTERNA

La Mesa sabe cómo funciona una organización internamente, pero no lo aplica, lo cual representa falta de claridad en la intención comunicativa con sus grupos de interés, se presentan individualidades debido, en parte, a la falta de confianza en el trabajo (o las formas de trabajo) de los demás integrantes.

Existe una categorización de roles dentro de la Mesa, (aunque sea una organización que trabaja en Red), lo que ha llevado a que se tenga más en cuenta la opinión de ciertos integrantes a la hora de la toma de decisiones, falta de trabajo en equipo debido a la brecha

generacional, es una barrera que genera diversidad de representaciones sobre como comunicarse, pues muchos de sus integrantes hablan de que los jóvenes tomen las riendas de la mesa, pero no confían de que ellos sean capaz de hacerlo.

También los integrantes de la Mesa representan la comunicación a través de la administración de medios de comunicación tradicionales (Radio, TV).

5.2 COMUNICACIÓN EXTERNA

La Mesa de Diversidad Sexual asume la gestión de redes sociales como un asunto difícil de controlar por las diversas miradas que tienen (en el ámbito interno) sobre lo que les interesa a los grupos, ya que la Mesa percibe que sus grupos de interés prefieren actividades recreativas, cuando realmente demandan más actividades educativas, culturales y sociales, además la poca creatividad para generar estrategias de publicidad de sus actividades: Campañas alternativas que no siempre se deben circunscribir a los medios tradicionales, ha llevado a que sus actividades no sean con un público muy grande, sin dejar de un lado que la mayoría de las acciones que realiza son para un público muy específico, lo que ha generado que parte de la comunidad sonsoneña no comprenda su objetivo.

Los participantes de la comunidad perciben que hay poca variedad y frecuencia en las actividades y conciben las redes sociales como una herramienta clave para la comunicación externa. Las individualidades que se presentan dentro de la Mesa, los grupos externos las perciben y se genera una representación negativa de la Mesa, lo que ha llevado a la poca participación en sus actividades.

CONCLUSIONES

- La ausencia de las redes sociales ha llevado que uno de los públicos objetivos de la Mesa los jóvenes, no se enteren de que en el municipio existe una organización diversa y de que manera esta trabaja para visibilizar los derechos con los que cuenta dicha población.
- La desunión de los miembros de la mesa, se hace evidente en las actividades que realiza, debido a la falta de trabajo en equipo y la diversidad de pensamientos que se maneja, no se puede evidenciar claramente cuál es el objetivo general de la mesa.
- El desconocimiento interno de la Mesa, no ha generado estrategia de comunicación efectiva entre sus integrantes y el público objetivo de la misma.
- Se puede evidenciar que el poder de la palabra solo circula en torno a unas pocas personas integrantes de la Mesa, ya que no se tienen roles o funciones dentro de la misma, lo que ha llevado al poco interés de algunos de los participantes al momento de opinar y tener participación activa dentro de las actividades que realiza la Mesa de diversidad.

- En la mesa se puede evidenciar la apropiación de varios de sus integrantes, que mediante sus acciones promueven la visibilización y el respeto de los derechos de las personas diversas sexualmente del Municipio.
- La falta de interés de algunas de las personas de la comunidad LGBTI del municipio de Sonsón, es lo que ha llevado a que la Mesa de diversidad sexual no sea un organización muy nutrida por personas, pero si en sus ideales.
- La falta de creatividad a la hora de publicitar sus actividades ha generado un desconocimiento de estas, lo que lleva a la poca asistencia de la comunidad en general.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguirre Davila, E. (2004). Representaciones sociales y análisis del comportamiento. *Revista Dialogos*, 3, 11–25. Recuperado de <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Animados, G., & Sociales, I. (n.d.). DIVERSIDAD SEXUAL ¿ Vos qué puerta vas a, 0–26.
- Arráez, M., Calles, J., & Moreno de Tovar, L. (2006). La Hermenéutica: una actividad interpretativa. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 7 (2), 171-181. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/410/41070212.pdf>
- Balarezo, B. (2014). La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE.(tesis de pregrado), Universidad técnica de Ambato, Ecuador.
- Blasco, T., & Otero, L. (2008, Marzo-Abril). Técnicas conversacionales para la recogida de datos en investigación cualitativa: La entrevista (I). *NURE investigaciones*. Recuperado de

<file:///C:/Users/Asus/Downloads/408-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1615-1-10-20150616.pdf>

Cisterna, F. C. (2007). *Manual de metodología de la investigación cualitativa para educación y ciencias sociales* (Universidad de Bio-Bio). Chile.

Castillo, J., y Naranjo, J. (2004). Imaginarios colectivos y representaciones sociales. La comprensión de los grupos sociales, 11, 147- 160. Recuperado de <file:///C:/Users/Asus/Downloads/Dialnet-LaComprensionDeLosGruposSociales-6121261.pdf>

Charrt, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *comunic@cción*. 9(1). Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>

Díaz, G., Loaiza, N., & Sambrano, L. (2009). Plan de comunicación estratégico para impulsar, fortalecer y respaldar el Plan de Bienestar social de la Secretaría de educación de Bogotá y su difusión exitosa (tesis de pregrado). PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, Bogotá, Colombia.

Escobar, J & Bonilla F. Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. *Cuadernos hispanoamericanos de psicología*, 9(1), 51-67. Recuperado de <http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/957/Gupos%20focales%20una%20gu%C3%ADa%20conceptual%20y%20metodo%20metodol%C3%B3gica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Imbernon, F. (1987). *La formación inicial del profesorado en la investigación*. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/59048/La%20formaci%C3%B3n%20inicial%20del%20profesorado.pdf?sequence=1>

Materán, A. (2008). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. *Geoenseñanza*, 13 (2), 243-248. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/360/36021230010.pdf>

Martínez, V. (2013). Paradigmas de investigación. *Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica*.

Mesa, J. (29 abril, 2018). La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo. Recuperado de <https://blog.grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/.pdf>

Moreno, L. (2009), Comunicación Efectiva para el Logro de una Visión Compartida. *Culcyt//Comunicación*, 6(32), 5-19. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3238707.pdf>

Rivera, A., Rojas, L., Ramírez, F., y Fernández, T. (2005). La comunicación como gestión de herramienta organizacional. *Revista Negotium*, 1(2), 32-48.

Rubiano, M., Arias, F., y Gómez, P., (2012). Relación entre comunicación y cambio organizacional en trabajadores de una empresa del sector terciario. *Psicología Organizacional*. Vol. 9(1), 81-95

Rodríguez, Y. y Del Pino, T. (2017), Rutas para una gestión estratégica y articulada de la información y la comunicación en contextos organizacionales. *Alcance*, 6(14), 3-31. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/ralc/v6n14/ralc02317.pdf>

Ruiz, M., Borboa, M. & Rodríguez, J. (2013, 16 de Julio). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *TLATEMOANI*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>

Urbiola, A. (2013). Importancia de la comunicación organizacional, el lenguaje y la explicación discursiva desde la perspectiva de género. En *Revista Educación y Humanismo*, 15(24), 136-147. Recuperado de <file:///C:/Users/Asus/Downloads/2212-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2105-1-10-20170417.pdf>

Vasilachis, I. (2006). *ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA*. Recuperado de <http://jbposgrado.org/icuali/investigacion%20cualitativa.pdf>

Velez L, Ruiz C y ZuletaC. (2012) Las conversaciones en las organizaciones: reto investigativo ante la evidencia de los paradigmas presentes. *Anagramas Volumen 10*, N° 20 pp. 85-94. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/anqr/v10n20/v10n20a06.pdf>

<https://www.mininterior.gov.co/sala-de-prensa/noticias/colombia-avanza-hacia-el-respeto-por-la-diversidad-sexual-y-de-genero>