

IMAGEN CORPORATIVA
COLECTIVO FLOR DE LOTO
(POYECTO DE GRADO)

IMAGEN CORPORATIVA
COLECTIVO FLOR DE LOTO

REALIZADO POR: SUSANA MARTÍNEZ SANTAMARÍA

ASESORA: DIANA RIVERA MALDONADO
ARTÍSTA PLÁSTICA Y
PUBLICISTA

INSTITUTO UNIVERSITARIO PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN, DISEÑO Y AFINES
PROGRAMA TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO
MEDELLÍN

2014

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
1. EI PROBLEMA	8
1.1. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA	8
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
1.3. FORMULACION DEL PROBLEMA	8
2. JUSTIFICACIÓN	9
3. OBJETIVOS	10
3.1. OBJETIVO GENERAL	10
3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	10
4.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	11
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN SEGÚN ALCANCE	11
4.1.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN SEGÚN ENFOQUE	11
4.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	12
4.3 MARCO CONTEXTUAL	13
4.4 ETAPAS O SECUENCIA LÓGICA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO	13
4.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	16
5. MARCO REFERENCIAL	17
5.1 MARCO TEÓRICO	17
5.1.2 EL COLECTIVO	17
5.1.3 DEFINICIÓN DE COLECTIVO	17

5.1.4 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS COLECTIVOS	17
5.1.5 HISTORIA DE LOS COLECTIVOS	18
5.2 FILOSOFÍA DE LOS COLECTIVOS	19
5.3 DIFERENCIA ENTRE UN COLECTIVO Y UN GRUPO	24
5.4 CARACTERÍSTICAS DE UN COLECTIVO	25
5.5 LABOR COLECTIVA	26
5.6 TIPOS DE COLECTIVO Y SU FUNCIÓN SOCIAL	27
5.7 CONCIENCIA COLECTIVA	31
6. LA MUJER Y LOS COLECTIVOS	34
6.1 LA MUJER Y LA PROFESIÓN DE ASISTENTE SOCIAL	34
6.2 LA MUJER DENTRO DE UN MARCO SOCIAL	35
7. IMPORTANCIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA	39
7.1 ¿QUÉ ES IMAGEN CORPORATIVA?	40
7.2 ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE CUIDAR LA REPUTACIÓN CORPORATIVA?	40
7.3 IMPORTANCIA DE MANTENER UNA BUENA IMAGEN CORPORATIVA	41
8.RESULTADO	42
8.1 TABLA (A PARTIR DE LA ENCUESTA A COLECTIVOS LOCALES)	43
8.2 PREGUNTAS REALIZADAS AL COLECTIVO FLOR DE LOTO	45
9.GLOSARIO	49
10. BIBLIOGRAFÍA	51

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Mapa mental de conceptos.....	Pág. 19
Figura 2 tabla basada en encuesta.....	Pág.

INTRODUCCIÓN

Cuando un grupo de personas trabajan en comunidad por una meta mediatizada por un contenido social, compartiendo sus objetivos, tareas y valoraciones entre sí, es llamado Colectivo. Este concepto proviene de la idea de “Colectivo Social” descrita en 1895 por el francés Émile Durkheim, quien dijo: “El conjunto de creencias y sentimientos comunes al término medio de los miembros de una misma sociedad, forma un sistema determinado que tiene vida propia: podemos llamarlo conciencia colectiva o común” (Durkheim, 2013)

Los miembros de un colectivo deben tener objetivos comunes con un valor social y para lograrlo se necesita actividad ya sea laboral o educacional, la cual debe estar debidamente planeada y coordinada.

Partiendo de estas premisas y ante el deseo de un grupo de personas que desean resaltar el valor de la mujer en la sociedad, nace en la ciudad de Medellín el colectivo Arte y Mujer Flor de loto; el cual se caracteriza desde su proceso de creación, por ser partícipes de las actividades sociales, artísticas y culturales desarrolladas por las mujeres en la Ciudad, en su constante búsqueda y transformación de su realidad.

La sociedad mediática en la que se vive actualmente ha puesto de manifiesto y ha otorgado relevancia a la manera en que las organizaciones se comunican, tanto con su entorno como en su interior. Así, las palabras identidad e imagen se han asociado a la noción de organización, dando lugar a conceptos tales como imagen institucional e identidad organizacional.

Es por esto que el Colectivo Flor de loto requiere estructurar su imagen corporativa donde se vea evidenciado su trabajo y organización, buscando fortalecer este proceso, mostrando las características, cualidades y fortalezas del Colectivo, qué lo

identifica, cómo se quiere proyectar; crear una identidad gráfica que incentive a todo tipo de público, niños, jóvenes y adultos a conocer y explorar sobre su esencia, su labor y toda su expresión artística.

1 EI PROBLEMA

1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Falta de imagen corporativa (Identidad Visual)

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Colectivo Arte y Mujer Flor de Loto necesita tener una identidad Visual para ser diferenciado y conocido ante la sociedad.

1.3 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Es importante una Identidad Visual para que el Colectivo Flor de Loto logré proyectarse ante la sociedad?

El diseño gráfico es de suma importancia para su proyección visual.

2. JUSTIFICACIÓN

Los colectivos son de suma importancia en la Sociedad, porque de ellos depende que las cosas que se planeen y por las que se luchan se hagan realidad, al reunirse un grupo de personas para materializar sueños y metas de progreso social se está aportando a la sociedad positivamente, esto los convierte en actores sociales que a través de diferentes aptitudes están apoyando al desarrollo del entorno.

En un colectivo se realizan todas las actividades, sean de carácter material o espiritual, y presuponen la pertenencia de un grupo humano, constituido inicialmente a partir de lazos de parentesco que con el tiempo se diluyen, cuya esencia es la actividad común para la satisfacción de las necesidades vitales del grupo. (EcuRed, 2010)

Necesitan una forma de comunicarse, de diferenciarse visualmente ante una sociedad, es así que, el Colectivo Flor de Loto, como herramienta principal para lograrlo hará uso de la imagen corporativa.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Crear la identidad Visual del Colectivo Arte y Mujer Flor de Loto para que sea reconocido ante la sociedad.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Investigar el concepto que maneja el Colectivo Flor de Loto
- Definir y analizar el concepto para trabajar su imagen.
- Diseñar la imagen corporativa del Colectivo

4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Tipo de investigación Según el alcance:

- La investigación por sus características posee elementos de tipo de investigación Descriptiva y explicativa.

Descriptiva, Porque formula preguntas de suma importancia para la recolección de respuestas efectivas sobre el tema, hace una profunda observación de las premisas, describe las actividades, procesos y características de los colectivos de manera profunda, recolecta datos y analiza de manera meticulosa todos los aspectos

Explicativa, porque estudia el porqué de la existencia de colectivos, establece relaciones entre diferentes procesos de la Ciudad y a través de la historia, explica cada elemento a través de referencias y fundamentos teóricos sustentables.

4.1.2 Tipo de investigación según el enfoque:

Enfoque cualitativo, porque describe detalladamente todo lo relacionado con el concepto de “Colectivo”, da a conocer su historia, colectivos vigentes en la Ciudad de Medellín, cuál es su razón de ser y observa el comportamiento de estos.

4.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

Febrero 13 – Revisión de anteproyecto

Febrero 20 – Objetivos, justificación

Febrero 27 - Revisión del contenido

Marzo 6 – Revisión del Contenido

Marzo 20 – Marco teórico y metodología de la investigación

Marzo 27 – Revisión de Contenido

Abril 3 – Revisión de Contenido

Abril 10 – Revisión de Contenido

Abril 17 – Revisión de Contenido

Abril 24 - Revisión de Contenido

Mayo 1 – Revisión de Contenido

Mayo 8 – Revisión de Contenido

Mayo 15- Revisión de Contenido

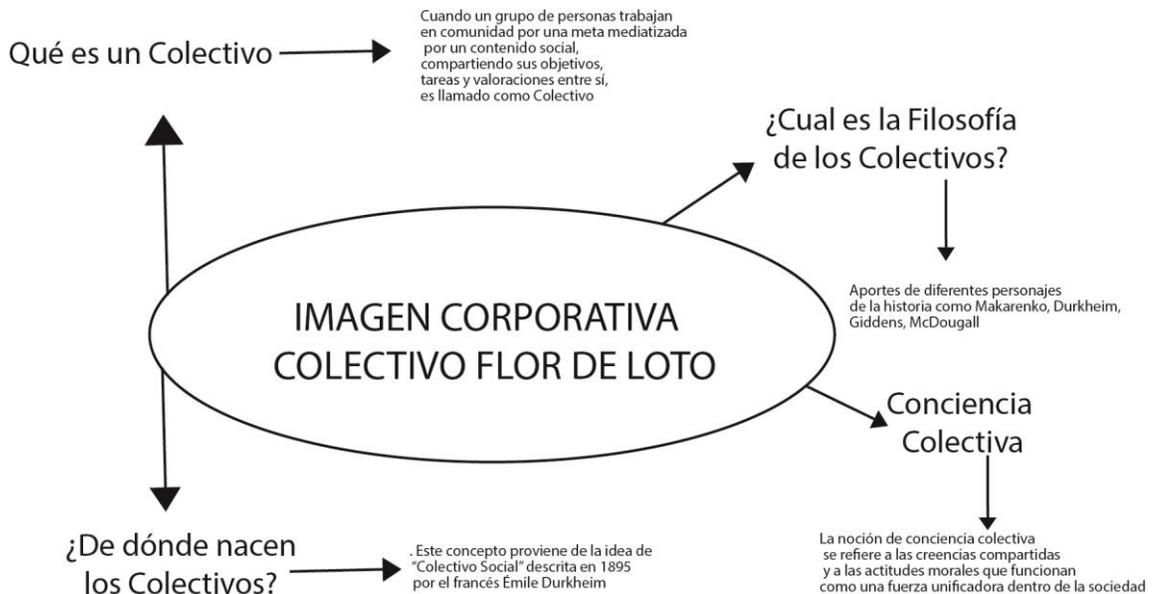
Mayo 22- Últimas correcciones

Mayo 30- Entrega de trabajo de grado

4.3 MARCO CONTEXTUAL

Figura 1 Mapa mental de conceptos

El mapa conceptual es una guía que permite conocer un poco de lo que se va a llevar a cabo en un proyecto, se refiere a los pasos o elementos que posee una investigación para desarrollarlo de una manera organizada.



Fuente: Autoría propia

4.4 ETAPAS O SECUENCIA LÓGICA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

ETAPA 1:

Investigación teórica del concepto, funcionamiento, filosofía e importancia de los colectivos.

¿Cómo lo voy a desarrollar?

- Indagación en la web
- Referencias de Libros relacionados con el tema.

Con esta investigación se busca recolectar toda la información necesaria para entender todas las variables de la tesis planteada.

ETAPA 2:

Encuestas a colectivos generalmente de la Ciudad de Medellín.

Esta etapa busca encontrar los puntos en común y las diferencias que existen dentro del contexto local a partir de la imagen corporativa de cada proceso.

La encuesta es descriptiva, ya que con una serie de preguntas abiertas se documentará y fundamentará la situación actual respecto a la imagen corporativa de los colectivos, si actúan de acuerdo a estatutos o son de libre albedrío.

Preguntas a realizar:

-¿Cuál es el Nombre de su Colectivo?

-Explique brevemente de qué trata su Colectivo

-¿A qué Ciudad pertenece?

-¿Qué tipo de Colectivo es?

- Social
- Cultural
- Socio Cultural
- Otro

-¿Qué considera que lo hace diferente de otros Colectivos?

-¿Cuáles son los colores que identifican a su Colectivo?

-Visualmente, ¿Qué es lo más representativo en su Colectivo?

-¿El Colectivo posee imagen Corporativa?

ETAPA 3:

Entrevista al Colectivo Flor de Loto para obtener la información necesaria para elaborar su imagen corporativa

En esta etapa, se hará contacto directamente con los y las integrantes del Colectivo Flor de Loto (Mínimo 1 persona), se llevará a cabo a través de una serie de preguntas abiertas que permitirán conocer la visión y la filosofía de su proceso.

Preguntas a realizar:

¿De qué se trata el colectivo?

¿Cuál es su función Social?

¿Cuál es su función Colectiva?

¿Cuál es su filosofía?

¿Qué es lo que más identifica su proceso?

ETAPA 4:

Estructura de análisis del Colectivo (hacer una tabla de diferentes colectivos y hacer comparaciones entre ellos) para definir cuáles son los colores y lo más representativo gráficamente y así recolectar los elementos necesarios para su imagen corporativa, esto se hará de acuerdo a la encuesta realizada anteriormente.

Tabla:

Nombre del Colectivo	Colores que lo identifican	Gráficamente, Lo más representativo	Posee imagen Corporativa

ETAPA 5:

Selección de los parámetros para la creación de la imagen corporativa del Colectivo. En esta etapa será de suma importancia el análisis de los Colectivos, si poseen similitud en su forma de proyectarse y qué los identifica. Esto permitirá llevar a cabo una estructura propia, que diferencie al Colectivo Flor de Loto de otros.

ETAPA 6:

Creación de la imagen corporativa de acuerdo a los parámetros anteriores.

4.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Fuentes de información:**Primarias:**

- Encuesta realizada de forma virtual, pero directamente a colectivos de la Ciudad,
- Preguntas realizadas directamente al Colectivo Arte y mujer flor de loto

Secundarias:

- Indagación profunda a través de sitios web confiables.
- Lectura de libros que aportan significativamente a la tesis

Instrumentos para la recolección de la Información:

- Internet: Para la indagación a través de sitios web
- Lápiz y papel: para la toma de nota en el momento de dialogar con el Colectivo.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 MARCO TEORICO

5.1.2 EL COLECTIVO

5.1.3 Definición de colectivo

Un Colectivo es un grupo de personas que poseen diferentes aptitudes individuales que al unirse construyen a la sociedad de una manera positiva corroborando al crecimiento espiritual y físico, fomentando la unión en cada integrante y en quienes los rodean.

Comunidad de personas, en el cual sus relaciones e interrelaciones son mediatizadas por el contenido social y personalmente importante de la actividad conjunta, sus objetivos, tareas y valoraciones, los cuales se toman en la vida social.

En colectivo se realizan todas las actividades, sean de carácter material o espiritual, y presuponen la pertenencia del hombre un grupo humano, constituido inicialmente a partir de lazos de parentesco que con el tiempo se diluyen; cuya esencia es la actividad común para la satisfacción de las necesidades vitales del grupo. (EcuRed, 2010)

5.1.4 Características Generales de los Colectivos:

En colectivo se realizan todas las actividades, sean de carácter material o espiritual, y presuponen la pertenencia del hombre un grupo humano, constituido inicialmente a partir de lazos de parentesco que con el tiempo se diluyen, cuya esencia es la actividad común para la satisfacción de las necesidades vitales del grupo.

Las instituciones, organizaciones, asociaciones y colectivos constituyen el medio a través del cual se expresan, de forma más o menos directa, las diversas formas de la conciencia social.

El colectivo es una forma superior de grupo que se caracteriza por poseer objetivos socialmente valiosos y porque sus miembros están conscientes del valor de éstos. Además se realiza una actividad conjunta dirigida al logro de los objetivos trazados, donde cada miembro contribuye con su esfuerzo personal al logro de los mismos. (EcuRed, 2010)

5.1.5 Historia de los Colectivos

Cuando un grupo de personas trabajan en comunidad por una meta mediatizada por un contenido social, compartiendo sus objetivos, tareas y valoraciones entre sí, es llamado como Colectivo. Este concepto proviene de la idea de “Colectivo Social” descrita en 1895 por el francés Émile Durkheim, este dijo: “El conjunto de creencias y sentimientos comunes al término medio de los miembros de una misma sociedad, forma un sistema determinado que tiene vida propia: podemos llamarlo conciencia colectiva o común. Es, pues, algo completamente distinto a las conciencias particulares aunque sólo se realice en los individuos”. (Durkheim, 2013)

Los miembros de un colectivo deben tener objetivos comunes con un valor social y para lograrlo se necesita actividad ya sea laboral o educacional, la cual debe estar debidamente planeada y coordinada.

5.2 FILOSOFÍA DE LOS COLECTIVOS.

Ortega define La filosofía como “un enorme apetito de transparencia y una resuelta voluntad de mediodía. La Filosofía es formalmente radicalismo porque es el esfuerzo para descubrir las raíces de lo demás”. (López, s.f.)

Es por ello que cuando se hace referencia a la filosofía de un colectivo, se pretende es establecer los parámetros bajo los cuales fueron pensados , creados y estructuradas los colectivos en la actualidad, los cuales tiene una función social clara y que por defecto lo que buscan es establecer unos espacios que permitan a unas estructuras sociales especificas poder desarrollar unas líneas de comunicación con su entorno social inmediato; lo cual permite se analice este concepto a partir de tres filosofías de vida y de concepción de la interrelación humana a través de unos intereses comunes de unos pocos que se convierten en interés de muchos.

El colectivo o colectividad en las ciencias pedagógicas, tiene su base teórica y práctica en el trabajo del ilustre pedagogo soviético Antón Semionovich Makarenko (1888-1939),

Este pedagogo ruso es considerado en su país como uno de los principales teóricos de la educación de los últimos tiempos.

Fue profesor de historia y se consagró luego a la educación y a la readaptación ce adolescentes. En este campo, organiza la Colonia Máximo Gorki en 1.920 y en 1.931 la Comunidad F.Ozerzhinski en la que se intentaba la readaptación mediante la vida social y el trabajo en común, de acuerdo con las teorías socialistas. Describió sus experiencias pedagógicas en dos obras "Poema pedagógico" (1.933) en la que se inspiró el primer,filme sonoro soviético de N. Ekk y "Banderas sobre las torres" 1.937.

Makarenko planteaba entonces que:

"La colectividad es un complejo de individuos que tienen un fin determinado, están organizados y poseen organismos colectivos."

Y agregaba:

"La colectividad es un organismo social vivo que lo es porque tiene órganos, poderes, responsabilidad, correlación entre sus partes, interdependencia; si no hay nada de esto, entonces no es colectividad, sino sencillamente muchedumbre, aglomeración."

Para el logro de una buena organización de los alumnos en el proceso de la actividad educativa, el educador debe apoyarse en el colectivo y en sus responsables y ejercer la dirección de toda la actividad a través del mismo. De lo anterior se desprende que la mayoría de los autores que elaboran la teoría socio-psicológica consideran al colectivo como un determinado tipo de grupo. Pariguin, B. D. (1971) escribe que el colectivo:

"... es un microgrupo en el cual todos sus componentes están unidos por una actividad especial conjunta y están fuertemente cohesionados por la comunidad de valores y de normas de conducta del grupo..."

- **Aporte de Durkheim**

Emile Durkheim nació el 15 de abril de 1858 en Épinal (Lorena, Francia), en el seno de una familia de origen judío. En 1879 ingresó en la Escuela Normal Superior de París, donde estudió. Lo apodaban "El Metafísico" debido a su marcado interés por las cuestiones filosóficas. En 1882 se licenció en

Filosofía, disciplina en la que se formó bajo la influencia del positivismo y el evolucionismo.

Para abordar el análisis de la realidad social, cursó estudios específicos en Francia y Alemania durante 1785 y 1786, leyendo las obras de algunos de los precursores de la Sociología, entre ellos de los franceses Montesquieu y Tocqueville y de los alemanes Simmel, Tonnies y Wundt. Pero fue Auguste Comte quien lo marcó más profundamente, transformándolo en su heredero y continuador. Enseñó Pedagogía y Ciencias Sociales en la Facultad de Letras de la Universidad de Burdeos desde 1887. En 1893 publicó su tesis doctoral, *La división del trabajo social*, y dos años después *Las reglas del método sociológico*. Durante 1896, sus cursos sobre Sociología se convirtieron en la primera cátedra de esta disciplina en Francia. Al año siguiente (1897) publicó *El suicidio*.

(MONCUNILL, 2013)

La expresión fue acuñada por el sociólogo Émile Durkheim (1858-1917) en varias de sus obras: Así, Durkheim sostiene que:

El conjunto de creencias y sentimientos comunes al término medio de los miembros de una misma sociedad, forma un sistema determinado que tiene vida propia: podemos llamarlo conciencia colectiva o común. Es, pues, algo completamente distinto a las conciencias particulares aunque sólo se realice en los individuos.

En su libro *De la division du travail social*, Durkheim sostiene que en sociedades "tradicionales" o "más simples" (aquellas basadas en las relaciones familiares, tribales o entre clanes), la religión desempeña un rol importante al unir a sus miembros por medio de la creación de una conciencia común (*conscience collective* en francés original). En las sociedades de este tipo, los contenidos de la conciencia de un individuo son ampliamente

compartidos en común con todos los otros miembros de su sociedad, creando una solidaridad mecánica a través la semejanza mutua. Entonces, la conciencia colectiva es mucho menos importante en una sociedad con *solidaridad orgánica* que en otra con *solidaridad mecánica*. Es más probable que los miembros de una sociedad moderna se mantengan unidos por la división del trabajo y la necesidad de que otros realicen ciertas funciones que mediante una conciencia colectiva poderosa.

- **McDougall**

Psicólogo estadounidense de origen británico. Dirigió el departamento de psicología de la Universidad Duke, en Carolina del Norte, y en 1934 fundó el primer laboratorio de parapsicología. Defendió la idea de la intencionalidad del comportamiento, en contra de la teoría mecanicista, y sus trabajos tuvieron gran influencia en el desarrollo de la psicología de la primera mitad de siglo. Destacan sus obras: *Introducción a la psicología social* (1908) y *Psicología: el estudio del comportamiento* (1912).

- **Aporte de William McDougall**

Escribió: "Cabe considerar la mente como un sistema organizado de fuerzas mentales o intencionales, y, en el sentido así definido, puede decirse con propiedad que toda sociedad humana posee una mente colectiva. Porque las acciones colectivas que constituyen la historia de tal sociedad están condicionadas por una organización únicamente descriptible en términos mentales, y que empero no está comprendida dentro de la mente de individuo alguno.

La sociedad hallase más bien constituida por un sistema de relaciones entre las mentes individuales, que son las unidades que la componen. Las

acciones de la sociedad son, o pueden ser bajo ciertas circunstancias, muy diferentes de la mera suma de las acciones con las que sus diversos miembros podrían reaccionar frente a la situación en ausencia del sistema de relaciones que los convierte en una sociedad.

Dicho con otras palabras, en tanto piensa y obra como miembro de una sociedad, el pensamiento y la acción de cada hombre son muy distintos de su pensamiento y de su acción como individuo aislado".

"Consideremos más cerca qué implica esta proposición. Pero debemos señalar antes que si reconocemos la existencia de mentes colectivas, el trabajo de la psicología social clasificase bajo tres rótulos:

Primero: el estudio de los principios generales de la psicología colectiva, es decir, el estudio de los principios generales del pensamiento, del sentimiento y de la acción colectiva, en tanto son ejecutados por los hombres en grupos sociales.

Segundo: dados ya los principios generales de la psicología colectiva, resta establecer el estudio de las particularidades del comportamiento colectivo y de la vida mental de determinadas sociedades.

Tercero: frente a la vida mental de cualquier sociedad con sus miembros relacionados social y orgánicamente entre sí, la psicología social tiene que describir cómo cada nuevo miembro que se incorpora a la sociedad va moldeándose según las pautas tradicionales de pensar, sentir y hacer, hasta que deviene apto para desempeñar su papel como miembro de la misma y su influencia contribuye a la vida mental colectiva"

El aporte que estos personajes como se ha ido destacando en torno al concepto y la filosofía que plantea un Colectivo, se puede concluir que la sociedad en su estructura interior propone una similitud de pensamientos desde lo individual a lo colectivo, es allí donde se crea una conexión que incluso se evidencia desde los elementos básicos de lo humano, lo cual permite se den y se establezcan unas normas, reglas y acciones comunes, y haciendo esto se visibilicen esos intereses, pensamientos y tipos de acción comunes dando así inicio a los procesos, entorno a esto es la manera más básica para describir el nacimiento de un colectivo y lo que le da sin duda el significado este término.

5.3 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES QUE DIFERENCIAN A UN GRUPO DE UN COLECTIVO:

- **Definición de Grupo y sus Características**

Según el Diccionario de la Real lengua española la palabra GRUPO se define como: “Pluralidad de seres o cosas que forman un conjunto, material o mentalmente considerado” y la palabra COLECTIVO como: “Perteneiente o relativo a una agrupación de individuos; Que tiene virtud de recoger o reunir; Grupo unido por lazos profesionales, laborales”

Se destacan las cuatro características principales que debe poseer un grupo en este proceso y se asumen los criterios de Castañeda, A., (2007):

1. Frecuencia en el trato entre sus miembros. Mientras más frecuente sea la interacción más lazos de unión existirán entre sus integrantes.
2. La definición de los papeles que deben desempeñar al participar en él. Esta definición se da en función de la relevancia que el grupo tenga dentro de la sociedad y de la importancia que los miembros le concedan a su grupo.

3. Establecimiento de normas de acción para alcanzar un objetivo. El grupo debe determinar las acciones que le ayudarán en su propósito. En la medida en que se centren en su el objetivo, este se alcanzará con mayor rapidez y viceversa.
4. Sentido de pertenencia. Es la identificación que tiene el individuo con su grupo. En tanto que la persona se sienta satisfecha de formar parte del grupo, desarrollará más su pertenencia hacia él.
5. Que otros individuos ajenos al grupo puedan identificar a los que sí son miembros, como parte de él.
6. La interdependencia, que es la dependencia de unos miembros con otros.
7. La comunicación, que es la base para la interrelación

5.4 Características de un Colectivo:

El colectivo presenta características muy particulares que lo identifican como tal. Cualquier grupo como se señaló, no constituye una colectividad que permita el establecimiento de relaciones colectivas y la formación de una adecuada opinión social entre sus integrantes. El colectivo sólo es posible si se une a los individuos sobre la base de tareas con una clara utilidad social.

Un colectivo es un organismo social activo, con órganos de coordinación y control, con principios de administración metódica, discusión camaradería, subordinación y responsabilidad. Se señala que para distintos objetivos se realiza una clasificación diferente de colectivo. A partir de estas ideas se enfatiza que:

1. Los objetivos comunes de los miembros del colectivo deben tener un valor social.
2. Una actividad del colectivo (laboral, educacional, etc.) que sirva para alcanzar los objetivos.

3. Una estructura colectiva definida, con la existencia de órganos de autorregulación que coordinan la actividad de los miembros y que representan ante todo, los intereses colectivos y su núcleo dirigente.
4. Una opinión común que debe reflejar las normas, los hábitos, las tradiciones y valores de la sociedad.

El alumno en este nivel debe tomar conciencia acerca de la importancia que para su formación como futuro profesional tiene el trabajo en colectivo. Lo que requiere del individuo la disposición de aceptar las necesidades del grupo en que participa, anteponiéndolas a las suyas propias, a actuar según las normas del colectivo y en aras de la realización de las tareas que este enfrente. La organización de las influencias para la formación del colectivo tiene como elemento fundamental la creación de situaciones en la que los alumnos experimenten la necesidad de trabajar en colectivo, es decir, situaciones en las cuales la cooperación y la ayuda mutua sean condiciones para la realización exitosa de la actividad planteada. En la puesta en práctica del trabajo colectivo deben tenerse en cuenta:

- Explicación de que lo significa “colectivismo”, la importancia que tiene para la vida en la sociedad y en particular para un Bachiller.
- Creación de situaciones de trabajo colectivo.
- Realización de trabajos colectivos.
- Análisis de la actividad (valoración) según sus peculiaridades.

5.5 Labor Colectiva:

El trabajo en colectivo propicia que los participantes se distensionen y hagan propuestas que permitan tomar decisiones y transformar su realidad, la cual puede ser entendida como entorno, pero también puede ser interpretada como la capacidad mental para entender algo. El sujeto que en este proceso transforma su

realidad personal ha logrado un paso significativo, que puede trascender a la transformación de su entorno. El trabajo en colectivo eleva la socialización de los Técnicos Medios, al mismo tiempo que se logra la asimilación de los contenidos y técnicas de trabajo acordes con las exigencias de la sociedad.

El trabajo en colectivo contribuye a la adquisición del conocimiento, de procedimientos, a actitudes de unión; compartir para ayudar sobre la base del respeto mutuo, y llegar en esa unión a la meta trazada; en el trabajo en colectivo puede formarse la autovaloración, la toma de decisiones, la autorreflexión, aprende a intercambiar y a vivir en sociedad. Se destaca que durante la permanencia del estudiante en el instituto politécnico, interrelacionan con él distintos tipos de colectivos, fundamentalmente el colectivo pedagógico, el colectivo escolar, el colectivo docente educativo y por último el colectivo laboral como célula receptora final del proceso de formación del estudiante.

5.6 Tipos de Colectivo y su Función Social

Los colectivos se desarrollan y se definen de acuerdo a sus actividades, las cuales están inmersas en procesos sociales, artísticos y/o educativos, que según su línea buscan aportar a la comunidad de una manera positiva, es por ello que se propone diferentes tipos de colectivos que corroboran al crecimiento y desarrollo de la sociedad.

Colectivo pedagógico:

Las funciones sociales de la enseñanza y el aprendizaje se desarrollan dentro de la institución escolar atendiendo a la estructura de grupos primarios o secundarios, formales o informales que allí funcionan. Desde este punto de vista la relación profesor-alumno no es, en primera instancia una relación funcional entre el colectivo pedagógico y el colectivo estudiantil. Para Meier (1984) ambos colectivos constituyen las "unidades estructurales más importantes del organismo social de la enseñanza". [5]

El colectivo pedagógico es un grupo social organizado que actúa según la División Social del Trabajo, lo que determina su especialización y categoría dentro de todo el sistema de enseñanza. Dotado de un carácter generalmente estable representa a la organización social de la educación frente a la otra parte del sistema, mucho más fluctuante y heterogéneo: los colectivos estudiantiles. Como grupo social, el colectivo pedagógico es mediador tanto entre los estudiantes y la sociedad como entre sus propios miembros y ella. Las responsabilidades, tareas y funciones sociales de la educación se asignan en primera instancia a los colectivos pedagógicos de las diversas instituciones escolares, antes de convertirse en tareas y responsabilidades individuales, de la misma forma que las opiniones, puntos de vista y actitudes de los maestros y profesores, a título individual conforman un criterio y acción colectivo que caracteriza a una escuela y la diferencia de cualquier otra.

Un aspecto a tener en cuenta en el estudio de los colectivos pedagógicos es el hecho de que la estructura grupal no se corresponde exactamente con la estructura y composición social (de clases) del personal, ni con la estructura funcional (organizativa) de la escuela. La labor, tanto del colectivo pedagógico en general como de cada maestro en particular, ha de estar dirigida a hacer coincidir cada vez más los valores sociales con los individuales.

- **Colectivo Escolar:**

Para el maestro resulta imprescindible el conocimiento de la estructura real del sistema de relaciones interpersonales en su clase, de donde pueda elaborar estrategias educativas adecuadas, tanto para la dinámica grupal como a la atención individual de sus alumnos o aulas. Los grupos son las unidades estructurales más pequeñas e inestables del sistema de enseñanza, donde se materializan los objetivos finales del proceso de enseñanza-aprendizaje y hacia las que se dirigen las estrategias educativas

generales. Estas clases o colectivos escolares constituyen la contrapartida dialéctica del colectivo pedagógico, la unidad de ambos constituye a su vez la comunidad pedagógica o escolar que sirve de marco concreto al proceso educativo escolarizado.

El colectivo de alumnos que forma un grupo docente puede ser de gran utilidad, constituirse en sí en una organización estudiantil, que pueda dirigir la propia actividad del grupo y tenga total participación en el gobierno de la escuela. El colectivo estudiantil posee una fuerza capaz de reorientar a los más difíciles, de ejercer la crítica fuerte a lo mal hecho, de estimular y hacer vivir la alegría ante el éxito, de generar nuevos motivos para alcanzar una meta, de ejercer justicia, ser colectivista y solidario. Muchas metas se alcanzan, sí y sólo sí, cuando pasan a ser motivos, intereses y responsabilidades de los propios alumnos, cuando estos sienten el sentido de pertenencia por su institución.

- **Colectivo docente-educativo:**

Se considera en este punto como importante el colectivo docente-educativo, considerado este como la comunidad cohesionada de estudiantes y profesores. El contenido del trabajo conjunto en este colectivo presupone la mediatización de las interrelaciones por los objetivos y resultados de la actividad conjunta.

- **Colectivos laborales:**

En la literatura sociológica marxista se dedica especial interés al estudio de los colectivos laborales como medio de la educación de las actuales y futuras generaciones. Se distingue en la empresa socialista un doble carácter:

1. factor educativo para sus miembros.
2. factor educativo para la escuela.

El primer aspecto es objeto de estudio de la Sociología Industrial o del Trabajo. El segundo aspecto, se manifiesta en dos formas:

1. como colaboración de la empresa en el funcionamiento de la escuela, mediante el apoyo material al proceso pedagógico profesional.
2. como influencia educativa directa, cuando sirve de marco para la formación politécnico-laboral de los escolares.

Esta última forma se refiere a las posibilidades que presenta el colectivo laboral (instalaciones, medios y personal), tanto para la realización de actividades del currículum escolar como para la materialización del principio de vinculación estudio-trabajo. Los investigadores marxistas definen el colectivo laboral como:

« La célula de la sociedad socialista que es la unión organizada y productiva de los trabajadores libres de explotación, que en el proceso de la actividad laboral conjunta, están relacionados entre sí y con la sociedad socialista por la unidad de intereses económicos y políticos condicionados por la propiedad social sobre los medios de producción»

De lo anterior se infiere que se necesita actividad laboral conjunta y unidad de intereses. Por otra parte, es indiscutible que la participación de los estudiantes en el trabajo, como aspecto integrante de su formación laboral, es un factor esencial para el logro de los objetivos de la socialización. El trabajo, sea en empresas industriales, agrícolas o de servicios se convierte en elemento para la educación en los valores de la disciplina, el compañerismo y la solidaridad, la responsabilidad, la honestidad, etcétera. El colectivo laboral puede convertirse no sólo en un factor educativo para sus propios trabajadores sino en factor educativo de los escolares, que trabaje en conjunto con la escuela en la solución de los diversos problemas inherentes a la socialización de las actuales y futuras generaciones.

(EcuRed, 2010)

5.7 Conciencia Colectiva:

El conjunto de las creencias y de los sentimientos comunes al término medio de los miembros de una misma sociedad, constituye un sistema determinado que tiene su vida propia, se le puede llamar la conciencia colectiva o común.

(DURKHEIM, 1893)

Uno de los más graves defectos de la psicología, ya se trate de la psicología clásica, la asociacionista o la fisiológica, es que se ha limitado al estudio del individuo aislado. Ha fallado a la hora de dar cuenta de los múltiples factores que afecta al individuo desde el exterior, tales como las instituciones, las costumbres, los intercambios de ideas y sobre todo, la lengua que, desde la infancia, le condiciona a lo largo de su vida, su entendimiento, sus sentimientos, su comportamiento y sus actitudes de una manera que sería inconcebible para un individuo aislado. Sin embargo, incluso habiendo soslayado estas influencias y habiendo considerado la conciencia individual sólo dentro de sus propios límites, no han podido dejar de darse cuenta de la incidencia de todos estos factores en la conciencia. Incluso cuando se separa artificialmente al individuo de la sociedad y se le considera sin tener en cuenta las relaciones que mantiene con el grupo, éste sigue guardando la huella de la sociedad. Los procesos intelectuales en particular, que no pueden ser explicados más que por la acción ejercida por la sociedad sobre el individuo, han sido el objeto de estudio de todos los psicólogos. Se podría decir incluso que han sido el objeto predilecto de sus observaciones y de sus análisis, por lo menos en el caso de los psicólogos clásicos. A veces incluso conseguían una correcta descripción y un análisis penetrante del funcionamiento de estos procesos mentales, pero las explicaciones que ofrecían chocaban con dificultades invencibles. Esto vale tanto para los empiristas como para los introspeccionistas. Puesto que, ¿cómo explicar las ideas, los principios, el pensamiento, el juicio que

poseemos en tanto que otros los poseen, si se sostiene la hipótesis del espíritu aislado?

Más aún, una buena parte de los psicólogos, en particular los psicólogos metafísicos que han defendido la teoría de las ideas innatas, creían que las “funciones inferiores” de nuestra vida mental física, tales como la memoria, la imaginación, la percepción y también los estados afectivos y los impulsos, dependían estrechamente de la vida intelectual “superior”. No es que dejaran de hacer notar que la voluntad está vinculada a la inteligencia y a la razón. Sin embargo, confinando la inteligencia a nuestro interior, o más exactamente, buscando sus raíces en un elemento exterior al medio que nos envuelve, no conseguían comprender su naturaleza ni discernir sus rasgos característicos. En particular, han fracasado al no comprender que la inteligencia es un factor relativo ya que está vinculado al medio social que se transforma y varía entre lugares y entre épocas. Sin duda, se han acercado a una buena solución del problema pero no han conseguido alcanzarla. Su investigación ha sufrido inevitablemente de la interpretación estática y cerrada de la inteligencia que obvia el medio social.

Otros psicólogos, no solamente los metafísicos sino también los asociacionistas, los fisiológicos y los introspeccionistas, han tratado la mente y las funciones mentales y han intentado explicarlas. Sin embargo, estaban especialmente interesados en lo que consideraban como los elementos más simples, los más inmediatamente perceptibles y observables de la actividad psíquica, es decir, la sensación, la imaginación y las tendencias orgánicas. Es esta la razón por la cual los llamados procesos y estados mentales “superiores” les han parecido solamente una especie de extensión y combinación de estados y de actos sensoriales, que producían una estructura y una superestructura, a la vez compleja y artificial. Desde su visión no había ninguna razón para dirigirse fuera de la mente individual al estudiar los procesos mentales. Creían que estos estados mentales tenían sus raíces y derivaban su existencia de formas inferiores de vida consciente condicionadas por nuestro organismo y, por lo tanto, debían tener aproximadamente las mismas fronteras que ese organismo al que estaban unidas.

Los datos fundamentales de la psicología colectiva, son el grupo y las tendencias y las representaciones que los diferentes medios sociales tienen en común, pero no se dirige a los individuos para comprender estos estados psíquicos colectivos. Primero los encuentra fuera de los espíritus individuales, en las formas y las estructuras de las instituciones y las costumbres, en las creencias y en los productos del grupo, tales como el arte, la ciencia, la lengua o la técnica. También sitúa estos estados psíquicos colectivos en la naturaleza social que cada uno lleva consigo y que puede ser reconocida desde el exterior, ya que todo lo que existe en la naturaleza social se manifiesta en las formas del lenguaje y del pensamiento común y no deriva de la introspección individual sino de la inteligencia en su forma colectiva. (Vivas, 2005)

De forma más específica, el inconsciente colectivo es la región de la estructura de la mente más profunda y de mayor importancia para Jung. Es la fuente de toda la energía psíquica, incluida la consciencia, y es la parte básica de la libido. Posibilita que el sujeto se ponga en contacto con las fuerzas cósmicas supra-individual (No en vano se ha considerado a Jung como el primer psicólogo transpersonal). Contiene toda la herencia espiritual de la evolución de la humanidad, las grandes "imágenes primordiales" de como las cosas han sido para la humanidad, y aparece nuevamente en la estructura cerebral de los sujetos. El inconsciente "objetivo" es el inconsciente colectivo, al contener la misma información heredada para todos los sujetos, frente al inconsciente personal que es de tipo "subjetivo" al contener las experiencias y deseos personales de la vida particular de cada uno.

(Jung, 2012)

El pensamiento y proceder individual está ligado al Colectivo, ya que a través de la unión se construye un bien común que de uno u otra forma solo puede ser logrado desde la conciencia colectiva, resulta egoísta y erróneo pensar en el desarrollo solamente del individuo, ya que obstruye el crecimiento del conocimiento intelectual que se fortalece a través de la colectividad

6 La mujer y los colectivos

A través del tiempo se ha ido evidenciando la importancia de la participación de la mujer en los diferentes entornos sociales y políticos, la mujer juega un papel importante para el crecimiento y desarrollo de la Sociedad, ha decidido unirse con seres humanos de su mismo género para construir pensamientos Colectivos en pro a la función social, el siguiente texto fundamenta el papel de la mujer a través de la historia y en la actualidad:

6.1 La mujer y la profesión de asistente social

El desarrollo de este ítem se ha ce en base al texto escrito por Estela Grassi, el cual se denomina La mujer y la profesión de asistente Social (Grassi, 1989) , se toma este como punto de partida para la siguiente reflexión porque la mujer a través del tiempo ha sido de suma importancia en el desarrollo de la Sociedad, en el texto se estable que: El proceso de reproducción no es entendido aquí como un mecanismo de repetición de lo idéntico. Tampoco se lo limita a la reproducción material y física, ya que esta posibilidad es, a nuestro juicio, empírica y teóricamente inviable. Por el contrario, alude también —y este es un aspecto fundamental a tener en cuenta en el análisis del trabajo social y de la participación de la mujer a la producción y reproducción de la conciencia social.

Trabajo social, vida cotidiana y control social, poder, cuya canalización no solo tiene que ver con el proyecto político coyuntural que da forma a la política social imperante, sino también con el marco teórico-ideológico que sustenta la acción de cada una.

Y este manejo del poder en lo cotidiano, es un medio conocido por la mujer. Si bien la familia puede operar básicamente como reproductora de las relaciones de poder dominantes, se asienta también sobre “bases estructurales de conflicto y lucha. Al mismo tiempo que existe una tarea y un interés colectivo, de la unidad misma, los diversos miembros tienen intereses propios...” Dentro de ella, la mujer maneja una cuota de poder —escasa, pero real— que le permite resignificar los mensajes y discursos, cuestionando de hecho, los modelos impuestos.

6.2 La Mujer Dentro de un Marco Social

El posicionamiento social de las mujeres ha tenido que ver con ciertos procesos como la división social del trabajo y la distribución social del conocimiento, y claro está, con la estructura normativa y los ordenamientos que rigen las relaciones sociales.

En consecuencia el género hace referencia a la diferencia como una construcción socio-cultural de roles entre hombres y mujeres, que se hace presente en toda sociedad y que por lo tanto tiene una significativa incidencia en la propia posición de cada cual en la vida social.

Mirado desde allí, la inequidad de género denuncia entonces una situación que pone a las mujeres en desventaja frente a las diferentes esferas de la vida social, esto es en los ámbitos laboral, familiar, productivo, sexual, recreativo, político, entre otros. Cabe resaltar que tal situación llega a ser más fuerte en ciertos contextos en donde los imaginarios al respecto se encuentran fuertemente arraigados en y por discursos y prácticas que relegan a la mujer a un segundo plano. Sobre este asunto las voces de las mismas mujeres plantean lo siguiente:

En una sociedad cambiante de valores sociales, la mujer ve la necesidad de analizar por qué se encuentra en esa situación de inferioridad respecto al

hombre y ve la necesidad de cambiar esa cultura y buscar una equidad entre los géneros, donde todas y todos podamos sacar una nueva generación con equidad, respetando la diferencia. (Grupo de discusión con representantes de Organizaciones de Mujeres en Bogotá D.C.)

[Tenemos que] aprender a valorarnos como mujeres libres y autónomas, con los mismos derechos en la sociedad, con las mismas oportunidades de desempeñar cualquier actividad laboral o científica. Sin volvernos competitivas, sino buscando la igualdad entre hombres y mujeres para lograr un mundo ecuánime. (Grupo de discusión con representantes de Organizaciones de Mujeres en Bogotá D.C.)

Por lo tanto, la equidad de género se asume como igualdad de oportunidades para interactuar en igualdad de condiciones en los diversos escenarios de la vida social, reconociéndole a la mujer el pleno derecho a participar plenamente allí. La desigualdad y la inequidad de género se constituyen así en una problemática social ubicada en el centro del debate público, con una perspectiva compartida por el colectivo organizado de mujeres, como una cuestión de injusticia atinente a su posición social. Un claro ejemplo de este planteamiento es la respuesta de las organizaciones de mujeres a asuntos tales como la Ley de Cuotas o a la inclusión de ciertas reivindicaciones en el Derecho Positivo, muestra de ello son las siguientes afirmaciones:

Ahora, acá en Colombia, que se dé cumplimiento a la Ley de Cuotas para la Mujer, y eso se hace colectivamente. Otro factor, por ejemplo, la lucha por la igualdad en el trabajo: a igual trabajo, igual salario. (Grupo de discusión con representantes de Organizaciones de Mujeres – Bogotá D.C.)

Frente a este sentir las mujeres expresan un deseo por reivindicar su estatus, pues la equidad de género aparece reiteradamente en las distintas opiniones

de las representantes de organizaciones vinculadas a esta investigación. No obstante, otro punto de vista sobre lo mismo puede encontrarse en las afirmaciones de las expertas consultadas, quienes introducen el pensamiento de la diferencia en lo referente no sólo a este tópico -equidad de género-, sino a otras dimensiones asociadas con el devenir colectivo de las mujeres.

Para ilustrar este análisis basta observar la siguiente apreciación:

Para el primer caso [Pensamiento de la Igualdad], realmente la lucha de las mujeres estuvo en los siglos pasado y antepasado ligada a la idea de que ella estaba excluida social y simbólicamente y que tenía que ganar reconocimiento en términos de tener una equidad con el varón. Hoy por hoy, en la línea del feminismo de la igualdad, esa búsqueda continúa. En la línea del Feminismo de la Diferencia casi es el reconocimiento de que ello no es posible mientras esté vigente el patriarcado cuya lógica es inmanente al capital. Es decir, el patriarcado es una lógica, pero es una lógica que tiene unos niveles de manejo inherentes a varios órdenes y trabaja en redes y cuenta con los modelos económicos. El patriarcado, para esta óptica feminista transita por allí, y mientras éste permanezca no es posible el reconocimiento simbólico de las mujeres en la cultura. (Entrevista a profundidad realizada con experta en Organizaciones de Mujeres, Bogotá D.C.)

Efectuada la anterior digresión, quiere reiterarse cómo la esfera política se vuelve un escenario muy importante en la medida en que allí se construyen los referentes, directrices y ordenamientos legítimos que regulan el conjunto de las relaciones de los miembros de una sociedad. Por lo tanto, el ámbito de lo político es relevante para las organizaciones sociales de mujeres, porque representa las diversas significaciones que circulan en torno a la construcción colectiva de un orden; lo que implica negociaciones y

transacciones muchas veces tensas y conflictivas sobre concepciones de sociedad deseable, apreciaciones sobre el sujeto social, como también intercambio de perspectivas valorativas acerca de los mecanismos que regulan las relaciones de poder entre los actores sociales.

De ahí que una línea muy fuerte dentro de estos grupos esté orientada a rescatar y afirmar la posibilidad discursiva y de acción de las mujeres, la cual ha sido restringida y limitada históricamente. Adquiere relevancia la proyección política entendida como la posibilidad de ejercer los derechos civiles y políticos, ya que su apuesta hace posible generar igualdad de oportunidades para las mujeres. Por consiguiente toma vuelo su deseo de participar en las diferentes instancias de representación y decisión a nivel local, regional y nacional, al menos así lo evidencian algunas representantes:

Frente a la participación, planteamos que sin las voces de las mujeres en los distintos espacios y alrededor de los diferentes temas, no es posible tomar decisiones en nuestro nombre. Utilizamos espacios de formación para que se asuman procesos organizativos que permitan llegar a espacios de representación pero en consonancia con la base que los legitima. Hay lugares donde hemos podido concretar algunos procesos como la JAC, frente a (ediles) tenemos una gran dificultad por la forma en que funcionan los partidos. Ya en la base, como coordinadoras de mesas de trabajo en procesos de planeación del desarrollo local, somos muy activas en temas de salud, educación y medio ambiente. Fundamentalmente la vinculación de mujeres a todos los procesos donde se tomen decisiones que afecten a las mujeres. (Grupo de discusión con representantes de Organizaciones de Mujeres – Bogotá D.C.)

A nivel de mi Asociación pienso que es un interés común la apropiación de espacios en donde se tenga más en cuenta a la mujer, donde podamos

proyectar nuevas ideas y surgir más como mujeres. Ese es nuestro interés común para llegar a hacer algo. (Grupo de discusión con representantes de Organizaciones de Mujeres – Bogotá D.C.)

Para hacer frente y contrarrestar la exclusión histórica y el prejuicio permanente contra las mujeres, estos colectivos buscan participar en las decisiones de interés público, por este motivo orientan sus propósitos hacia la apertura de espacios de participación en cuerpos colegiados en donde presentan la voz de las mujeres. Es así como reafirman su empeño a través de iniciativas legislativas y proyectos que permitan contrarrestar la exclusión de las mujeres de la esfera pública.

La mujer aporta significativamente a la construcción y crecimiento de los entornos sociales y políticos, no es necesario fundamentar su filosofía en un feminismo occidentalizado, basta con darse su lugar en la Sociedad, demostrando su fortaleza y poder dentro de decisiones que generan igualdad de oportunidades tanto en hombres como en mujeres ya que aportan a la estructura social para el desarrollo físico y mental del país.

7.IMPORTANCIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Hablamos mucho de proteger, preservar y cuidar la imagen institucional o imagen corporativa, es por ello que hablar de imagen corporativa implica pensar no solo en la estética, sino en su funcionalidad, proyección, unidad gráfica y la percepción que el público tendrá de su empresa, ya que esto determinará el éxito o fracaso de esta.

7.1 ¿Qué es la imagen corporativa?

Una imagen es el conjunto de significados por los que llegamos a conocer un objeto (empresa) y a través de la cual las personas la describen, recuerdan y relacionan. Es el resultado de la interacción de creencias, ideas, sentimientos e impresiones que sobre esa empresa tiene una persona (o un conjunto de personas).

Para generar imagen no basta desarrollar un logotipo bonito, utilizar colores electrizantes e inundar los medios de comunicación de slogans y jingles pegajosos. La mejor imagen es aquella que comulga íntegramente con los valores y las creencias de nuestra organización, es decir, es aquella que refleja fielmente las características de nuestra filosofía y cultura organizacionales. Es, además, aquella que se apega fielmente a las características de nuestra misión como empresa y logra empatar lo que hacemos con lo que decimos. En otras palabras, la imagen debe emanar directamente de nuestra identidad. (Rossignoli, 2008)

7.2 ¿Por qué es tan importante cuidar la reputación corporativa?

En un mundo tan competitivo como el actual, resulta sumamente importante que las empresas se preocupen de la percepción que los diferentes públicos tienen sobre sus organizaciones. Los públicos se encuentran constituidos por todos aquellos individuos o instituciones que tienen algún contacto con la organización en cualquier momento específico de su desarrollo. Bien sean los públicos internos (empleados, directivos o accionistas), los públicos externos (el consumidor real o potencial, los competidores y las demás organizaciones que operan en el entorno) o bien sean los públicos mixtos (proveedores y distribuidores), es importante que todos posean una imagen adecuada de nuestra organización.

Una empresa con buena imagen es aquella en donde los mejores profesionales quieren trabajar, con quien los proveedores quieren tener tratos comerciales, donde

los clientes quieren comprar sus productos pues estas instituciones gozan de buena fama, sus valores son reconocidos y sus empleados mismos los reflejan.

El público quiere ver en vez de oír los valores corporativos, La imagen institucional debe ser proyectada, planeada de la misma forma y con el mismo interés e importancia con que se planifican las ventas, los objetivos de mercadeo y el crecimiento económico. (Rossignoli, 2008)

7.3 Importancia de mantener una buena imagen Corporativa

Una imagen corporativa positiva es condición indispensable para la continuidad y el éxito estratégico.

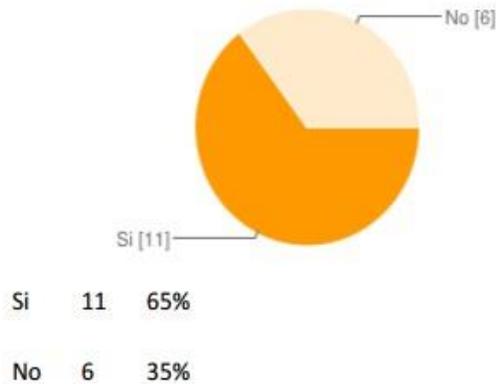
- Ya no se trata de una simple medida de mercadotecnia sino más bien de un instrumento estratégico de la alta dirección. Blauw, 1990
- Una imagen corporativa sólida es un incentivo para la venta de productos y servicios. Ayuda a la empresa a contratar a los mejores empleados, atrae inversionistas, genera confianza entre los públicos internos y externos. Blauw, 1994
- Una imagen corporativa firme crea un valor agregado a una empresa y asegura que esté un paso adelante de sus competidores. Brinkerhof, 1990 (Rossignoli, 2008)

8.RESULTADO

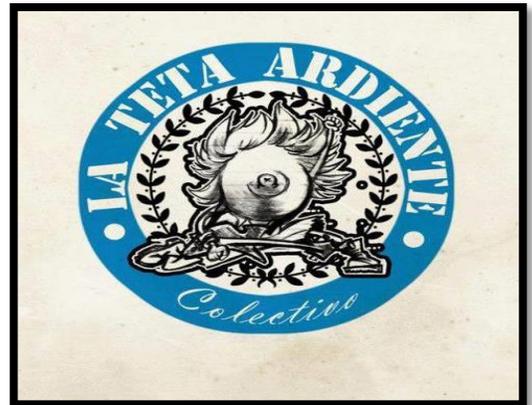
En el proceso investigativo a través de las encuestas que se realizaron de manera puntual, se les preguntó a 19 diferentes procesos: Si su colectivo posee Imagen corporativa, Cuáles son los colores que lo representan, y gráficamente que es lo que más lo representa, estos fueron los resultados:

- 7 18 de 19 Colectivos pertenecen a la Ciudad de Medellín, 1 del Municipio de Bello.
- 8 El 53% de los Colectivos son de Tipo Socio cultural, 29% Cultural, 6% Social y 12% Otros (Grupos investigativos)
- 9 El 65% Posee Imagen corporativa, el 35% no posee imagen corporativa.

¿El Colectivo posee imagen Corporativa?



Se pudo observar que solo hay un 15% de diferencia entre los colectivos que si poseen imagen corporativa y los que no. Para muestra acá tenemos una parte de un colectivo que posee toda su imagen corporativa.



Sobre la parte de los colores, 13 de colectivos respondieron de manera diversa cuales eran los colores que usaban o que identificaban a su colectivo, la mayoría siendo constantes en los colores como el amarillo y el rojo. El resto de los colectivos se dividieron en los que les era indiferente el tema de los colores, otros en los que se identificaban con toda la gama de colores existente, y los demás simplemente no habían pensado en ello.

Ahora sobre el tema de que es lo que gráficamente representa más su colectivo podemos encontrar diversas respuestas como la de un grupo **Social**: «*Siempre nos sentamos en círculo cuando llega el momento de compartir alimentos o experiencias vividas*». **Cultural**: «*La mirada artística reflejada en nuestros trabajos*» **Sociocultural**: «*la sincronización, ahí se ve reflejada toda la disciplina, el trabajo en equipo, y que todo es este en la puesta de escena, creeríamos que eso es lo que más nos caracteriza*» Esto nos muestra como usan los colectivos las herramientas corporales para que se les sea fácilmente ser identificados por la comunidad en donde se desenvuelven.

8.1 Tabla:

Tabla realizada a partir de la encuesta anterior, para definir cuáles son los colores y lo más representativo gráficamente y recolectar los elementos necesarios para su imagen corporativa:

Nombre del Colectivo	Colores que lo identifican	Gráficamente, Lo más representativo	Posee imagen Corporativa
Territorio Estratega 8.9 crew	No esta aun	Nada	No
zona 2 hip hop	amarillo, blanco y negro	la persistencia y el empeño que le entregan al colectivo	Si
Barule grupo	Rosado, amarillo,	el logo y la carta	Si

Folclórico	morado, rojo, , azul y verde	de servicios	
Colectivo DeFormación	Rojo y negro,	El cuerpo	Si
COLECTIVO TRUEQUE U DE A	TODOS	LAS PINTAS Y LA ALEGRIA	SI
KGP (klan ghetto popular)	verde. amarillo, negro y vinotinto	lo urbano	Si
Dog Bite Crew	Ninguno en especial	El perro del logotipo	No
R - ACCIÓN PERFORMANCE	Amarillo, negro.	Las rayas amarillas y negras.	Si
Corporación Cultural Barrio Comparsa	Amarillo y rojo	los colores	Si
LA TETA ARDIENTE colectivo Rock	azul y blanco y negro	La teta rockera	si
Centrografias	Verde - gris	Trabajamos con una propuesta audio visual, así que todo	Si
Colectivo de Trabajo Pachakuti	Morado,rojo y verde.	Siempre nos sentamos en círculo cuando llega el momento de compartir alimentos o experiencias vividas.	No
familia arkana	Rojo, blanco y negro	la sincronizacion y la disciplina en la puesta de escena	Si
Movimiento Real	Verde y azul	Los audiovisuales	No
Comuna Visual	Negro, blanco, amarillo, azul, verde, magenta,	La mirada artística reflejada en nuestros trabajos	Si

	rojo		
Red juvenil Comuna 7	-	La diferencia entre sus integrantes	No
Colectivo de Comunicación de Nuestra Gente	Amarillo	La fotografía	No
Colectivo Tricoma	verde, blanco y purpura	La fotografía de las plantas	Si
Colectivo DeFormacion	Todos	DeFormación	No

Analizando todo lo anterior se demuestra que la imagen corporativa de los colectivos no está ligada a estatutos establecidos, sino por el contrario, la parte gráfica es de libre albedrío, ya que cada proceso se identifica con colores, símbolos y características diferentes.

8.2 Preguntas al Colectivo Flor de Loto

¿De qué se trata el colectivo Arte y Mujer Flor de Loto?

El colectivo Arte y Mujer Flor de loto, en su proceso de creación, construcción y constante evolución, ha sido un encuentro clave en muchos espacios desarrollados por la ciudad, para hacer visible las construcciones sociales, culturales y artísticas desarrolladas por las mujeres, en torno a sus diferencias, búsquedas, culturas y formas de ver sus realidades.

El colectivo arte y mujer flor de loto es un proceso de formación y de acción que por medio del arte, resignificando el valor de las mujeres en la sociedad, es así que reúne hombres y mujeres jóvenes de la ciudad de Medellín con afinidades por la

música urbana, donde se explora desde el teatro, las plásticas, el diseño, la fotografía, la música tradicional, la danza, la gestión, la formación y la organización.

Así mismo, desde sus inicios en 2012, no solo ha evidenciado su accionar como apoyo a lo planeado por la ciudad, sus administraciones y otras organizaciones, también se ha preocupado por mirar diferentes necesidades en sus contextos próximos, proponer, planear y ejecutar procesos socio-culturales que beneficien diferentes poblaciones, embarcándose en procesos de crecimiento y retroalimentación constantes a nivel interno y externo del colectivo.

¿Cuál es su función Social?

Nuestra función social es la formación, la denuncia por medio de muestras artísticas, tomas contraculturales, proponer alternativas al modelo hegemónico impuesto, multiplicando los saberes hacia niños, niñas y jóvenes, generando redes, tejidos comunitarios para abrir debates sobre género, raza y clase.

¿Cuál es su función Colectiva?

Nuestro propósito desde el trabajo interno es fortalecernos como colectivo, mejorar nuestro relacionamiento y funcionamiento con prácticas horizontales que se basen en el amor, la solidaridad, la sororidad, el respeto, la amistad y la complicidad.

¿Cuál es su filosofía?

El arte, la acción directa, la educación, la autonomía, la resistencia, la memoria, la comunidad, el buen vivir.

¿Qué colores lo identifican?

El blanco, el magenta y el negro

¿Qué es lo que más identifica su proceso?

La micro comunidad

8.3 Conclusiones de la entrevista:

El Colectivo Arte y mujer Flor de loto es un grupo Socio-Cultural que trabaja unido desde los lazos de amistad y apoyo para fortalecerse como Colectivo y transmitir esa retroalimentación a la sociedad, creando redes y fortalezas a través del arte y de propuestas en pro de los niños, jóvenes y adultos.

Por lo anterior, la imagen corporativa del Colectivo Arte y Mujer flor de Loto será proyectada desde la unión, la resistencia, la seriedad y fuerza que identifica al proceso, será diseñada con sus colores representativos que son: Magenta, blanco y negro.

¿Por qué estos colores?

Blanco:

-El blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza. Se le considera el color de la perfección.

-El blanco significa seguridad, pureza y limpieza. El blanco tiene una connotación positiva. Puede representar un inicio afortunado.

-Se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve.

-Es un color apropiado para organizaciones caritativas.

Negro:

-Representa el poder, la elegancia, la formalidad y el misterio.

-Representa también autoridad, fortaleza, intransigencia. También se asocia al prestigio y la seriedad.

-Contrasta muy bien con colores brillantes Y Combinado con colores vivos y poderosos, produce un efecto agresivo y vigoroso.

Magenta:

-Es un color espiritual, pero también con alusiones prácticas, asociadas con la compasión, la ayuda y la bondad.

-Es un color también masculino

-Representa Amabilidad, madurez, colaborador y comprensión profunda de la vida.

9. GLOSARIO

IMAGEN CORPORATIVA: Se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Es creada sobre todo por los expertos de relaciones públicas, utilizando principalmente campañas comunicacionales, plataformas web (páginas web, redes sociales) y otras formas de promoción para sugerir un cuadro mental al público. Típicamente, una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto. La imagen de una corporación no es creada solamente por la compañía.

TRABAJO SOCIAL: Se define según la Federación Internacional de Trabajadores Sociales y la Asociación Internacional de Escuelas de Trabajo Social como la profesión "que promueve el cambio social, la resolución de problemas en las relaciones humanas, y el fortalecimiento y la liberación del pueblo, para incrementar el bienestar. Mediante la utilización de teorías sobre comportamiento humano y los sistemas sociales, el trabajo social interviene en los puntos en los que las personas interactúan con su entorno. Los principios de los Derechos Humanos y la Justicia Social son fundamentales para el Trabajo Social".

El trabajo social en sus distintas expresiones se dirige a las múltiples y complejas relaciones entre las personas y sus ambientes. Su misión es facilitar que todas las personas desarrollen plenamente sus potencialidades, enriquezcan sus vidas y prevengan las disfunciones. Por ello, los y las profesionales en trabajo social, se convierten en agentes de cambio en la sociedad y en la vida de las personas, familias y comunidades para las que trabajan. El Trabajo Social es un sistema integrado y dinámico de valores, teoría y práctica interrelacionados

FILOSOFÍA: la Filosofía es una ocupación que no vive de sus consecuencias, que no se justifica por su logro. La filosofía no tiene que ver con la utilidad, sino con el afán de aprehender el todo.

De ahí que la filosofía sea constitutivamente necesaria al intelecto. Dice Ortega que *“La filosofía es un enorme apetito de transparencia y una resuelta voluntad de mediodía. La Filosofía es formalmente radicalismo porque es el esfuerzo para descubrir las raíces de lo demás”*.

10.BIBLIOGRAFÍA

DURKHEIM, E. (1893). *LA DIVISIÓN DEL TRABAJO SOCIAL*.

Durkheim, É. (04 de Octubre de 2013). *detrasdeloaparente*. Obtenido de [detrasdeloaparente: http://detrasdeloaparente.blogspot.com.es/2013/10/consciencia-colectiva.html](http://detrasdeloaparente.blogspot.com.es/2013/10/consciencia-colectiva.html)

EcuRed. (2010). Obtenido de <http://www.ecured.cu/index.php/Colectivo>

Grassi, E. (1989). *La mujer y la profesión de asistente Social*. Buenos Aires: Editorial HVMANITAS.

Jung, C. G. (11 de Enero de 2012). *La conciencia colectiva de Jung y Los Sueños de Gaia*. Obtenido de <http://psi-humanista.blogspot.com/2012/01/la-conciencia-colectiva-de-jung-y-los.html>

López, J. F. (s.f.). *Ortega y Gasset*. Obtenido de Etapas de su filosofía: <http://www.hispanoteca.eu/Filosof%C3%ADa%20espa%C3%B1ola/Ortega%20y%20Gasset%20-%20Etapas%20de%20su%20filosof%C3%ADa.htm>

MONCUNILL, E. P. (2013). EMILE DURKHEIM EL POSITIVISMO SOCIOLOGICO.

Rosignoli, O. (29 de febrero de 2008). *FusionTribal Wordpress*. Obtenido de <http://fusiontribal.wordpress.com/2008/02/29/%C2%BFpor-que-es-importante-la-imagen-corporativa-para-mi-empresa/>

Vivas, A. V. (2005). *La Psicología Colectiva de Maurice*. Obtenido de <http://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/viewFile/39147/39009>