

LA DOCTRINA MILITAR: UNA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA

MARÍA ELIZABETH PIEDRAHITA GARCÉS

MARÍA PAULA TORRES TRUJILLO

UNIVERSIDAD DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA

PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA

2022

LA DOCTRINA MILITAR: UNA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA

MARÍA ELIZABETH PIEDRAHITA GARCES

MARÍA PAULA TORRES TRUJILLO

INFORME DE PASANTÍA PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE SOCIÓLOGO

ASESOR ACADÉMICO: LEONARDO AGUDELO JAYZKS

UNIVERSIDAD DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA

PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA

2022

## ÍNDICE

Dedicatoria	Pág. 4
Presentación	Pág. 5
Resumen	Pág. 5
Abstract	Pág. 6
Introducción	Pág. 7
Planteamiento del problema	Pág. 9
Pregunta de investigación	Pág. 10
Objetivos	Pág. 10
Marco metodológico	Pág. 11
Capítulo 1. Acercamiento preliminar al concepto	Pág. 13
El Estado	Pág. 16
Poder y dominación	Pág. 18
Guerra y violencia	Pág. 21
Capítulo 2. Definición sociológica de Doctrina Militar	Pág. 26
Capítulo 3. Reflexiones acerca de la Doctrina Militar en Colombia	Pág. 36
Capítulo 4. Sociología de la guerra	Pág. 45
Conclusiones	Pág. 52
Bibliografía	Pág. 54
Anexo informe técnico del Laboratorio de Marketing de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, periodo 2020 – 2021	Pág. 56

## LA DOCTRINA MILITAR: UNA PERSPECTIVA SOCIOLÒGICA

### **Dedicatoria**

A mi adorada madre Alicia, a mi esposo Andrés, a mi papá, a los amigos entrañables que me dejó la acogedora Manizales, a los apoyos siempre presentes, a la adversidad: Gracias, siempre.

María Paula

Este trabajo está dedicado a: mis padres Rubén y Dilia quienes con su esfuerzo y cariño me ayudaron a culminar este proceso formativo y profesional, a mi hermana Blanca Piedrahita que siempre ha estado presente en cada decisión que tomo para mi vida, a mi pareja Juan Camilo Trujillo en quién encuentro un apoyo incondicional y por último agradezco a mis grandes amigas María Paula Torres y Gisell Penagos quienes estuvieron a mi lado en cada paso que di para terminar este largo camino.

A todos ellos dedico con mucho cariño y emoción esta y todas las demás metas que espero alcanzar, solo me resta agradecerles que estén a mi lado.

María Elizabeth

## **Presentación**

El presente documento es de carácter académico y busca hacer una aproximación a la estructura conceptual de la Doctrina Militar, intentando a su vez realizar un análisis del planteamiento de investigación en el escenario colombiano; por otra parte, este documento corresponde al producto de informe de pasantía realizado para la Corporación de Investigación sobre la Realizada Social Antonio García, y que, al mismo tiempo, se encuentra relacionado con el informe técnico del laboratorio de marketing de la Corporación de Investigación sobre la Realizada Social Antonio García, en el periodo 2020 – 2021, ya que ambos cuentan como trabajo final para optar por el título de sociólogos<sup>1</sup>

## **Resumen**

Con este trabajo buscamos dar un acercamiento al concepto de Doctrina Militar desde una perspectiva Sociológica que poco se ha estudiado desde la misma disciplina, claramente tal análisis acarrea una serie de problemáticas imposible de desligar de esta discusión, sobre manera cuando desde la sociología existen diversas concepciones que permiten enriquecer el estudio. Con el desarrollo del trabajo abarcado, tenemos por resultado que gran parte de su definición está atribuida a la institucionalidad militar que desde su accionar otorga un significado propio, no buscamos desvirtuar este significado ya elaborado, pero pretendemos ampliar el estudio desde nuestra ciencia con el propósito de demostrar que su significado traspasa los muros de la milicia y hace parte de un todo, desde la transformación de la psique del individuo hasta los efectos generados en la sociedad. La doctrina militar es un instrumento utilizado desde el estado para

---

<sup>1</sup> El informe técnico se encuentra como anexo al finalizar el presente documento.

defender razones de estado, de aquí que sea fundamental para comprender lógicas políticas, económicas y sociales de cualquier sociedad.

**Palabras clave:** Estado, Política, Guerra, Doctrina Militar, Violencia, Poder.

### **Abstract**

With this work we seek to give an approach to the concept of Military Doctrine from a Sociological perspective that little has been studied from the same discipline, clearly such an analysis entails a series of problems impossible to separate from this discussion, especially when from sociology there are different conceptions that allow to enrich the study. With the development of the covered work, we have as a result that a large part of its definition is attributed to the military institutionality that from its actions grants its own meaning, we do not seek to distort this already elaborated meaning, but we intend to expand the study from our science with the purpose to demonstrate that its meaning goes beyond the walls of the military and is part of a whole, from the transformation of the individual's psyche to the effects generated in society. Military doctrine is an instrument used by the state to defend reasons of state, hence it is essential to understand the political, economic and social logic of any society.

**Keywords:** State, Politics, War, Military Doctrine, Violence, Power.

## **Introducción**

La sociología pretende tener en cuenta la diversidad de dimensiones que componen la sociedad para así mismo poder definirla, esta cuestión permite comprender el concepto como medio a través del cual puede acercarse a la realidad social a partir de conocimientos teóricos indispensables para llegar a una lectura más pertinente de la sociedad, teniendo en cuenta lo anterior, surge la necesidad de comprender la teoría no solamente como un conjunto de conceptos que explican determinado fenómeno, problemática u objeto de estudio, sino que se precisa como la fuerza que une el conocimiento abstraído de la realidad que el ser humano habita.

Teniendo en cuenta lo anterior y siendo consecuentes con la exigencia que plantea el realizar un análisis sociológico de forma, entendiendo que esta no está escindida de la práctica, este trabajo busca explicar un concepto que en últimas trasciende el plano teórico y trastoca el escenario del individuo, el concepto a desarrollar en el presente escrito es la Doctrina Militar, el cual será determinado a partir de distintos planteamientos sociológicos y conceptos fundamentales constructores de la esencia del mismo, es así como guerra, economía, política, Estado, poder, dominación, violencia, militar, ideología y la relación de estos términos entre sí, llevan a la base y estructura del concepto.

Sin embargo, hablar de Doctrina Militar trae consigo la construcción de un concepto del cual poco o nada se ha desarrollado a partir de apuestas sociológicas, aseverando esto según las revisiones sociológicas realizadas para la construcción del presente escrito, es por esto que se hizo necesario darle una mirada que permita reconocer las diferentes aristas y ramas que conforman el concepto, a partir de nociones que abarque elementos que no han sido tenidos en cuenta y que representan los puntos clave para desarrollar un análisis más pertinente. El concepto de Doctrina Militar ha sido desarrollado en gran medida por actores que pertenecen a instituciones militares,

políticos, académicos, que desde sus diversos estudios y disciplinas han aportado a la construcción del concepto, pero no han tenido una concepción holística del mismo.

El concepto a desarrollar posee una definición universal de su existir, sobre todo por su naturaleza misma, concerniente a la particularidad de cada lugar donde exista el desarrollo del mando militar, esto demanda en sí la necesidad de construirlo respondiendo a una mirada sociológica del mismo, que abra los aspectos de su definición al ámbito social, posibilitando así que no deje espacio para faltantes, que dé cuenta de la realidad social, fundamental no solo en la historia colombiana, sino también, en las relaciones sociales y estructuras del mundo, ya que lo militar, la guerra y la doctrina que lo compone hacen parte de la estructura social.

También, aterrizar el concepto de doctrina militar a la realidad de un país como Colombia es un asunto al cual hay que apostarle, no sólo porque se desglosan sus fundamentos y sus lógicas internas, además de su razón de ser, sino también por dos hechos particulares, el primero de estos tiene que ver con la corrupción y la politización de lo militar en el contexto colombiano, que no corresponden a un solo momento en el tiempo, sino a un trasegar histórico de hechos; el segundo consiste en la necesidad del desarrollo de este concepto en un país donde sólo se habla desde la misma institucionalidad que lo conforma, y que por razones de su lógica del poder interna, no indaga acerca de su propia naturaleza.

Por último, plantear una sociología de la guerra resulta casi que obligatorio teniendo presente la necesidad de comprender que la Doctrina Militar esta irremediamente unida al concepto de Guerra. Es indispensable trazar los aspectos generales de ésta última en una reflexión que puede resultar algo pretenciosa, pero, sin embargo, el objetivo termina siendo el reconocer la importancia de abordar estos conceptos desde la teoría sociológica de manera tal que permita brindar herramientas para la lectura de la realidad social en un mundo cada vez más complejo,



aunque los planteamientos están elaborados desde una sociología de la guerra en términos amplios, es posible utilizarlos para desarrollar una sociología de la guerra en Colombia, con las particularidades que el contexto social del país demandan pero sin desligarlo de las lógicas sociales del mundo actual, porque la globalización permea todas las sociedades y con ellas a los individuos, de ahí la importancia de no dejar por fuera reflexiones de tal importancia. Con lo anterior, se expresan las intenciones sociológicas que verán desarrolladas a continuación.

### **Planteamiento del problema**

La idea a desarrollar en el documento es realizarlo en gran medida desde lo particular a lo general, entendiendo por este último el concepto mismo, por ello se hace una indagación preliminar del concepto desde lo que se plantea a través de fuentes oficiales, diccionarios y construcciones teóricas e intelectuales, los conceptos como guerra, violencia, poder, Estado, subconsciente colectivo, dominación entre otros, aparecen luego de este primer momento como las bases necesarias para un acercamiento y construcción del concepto de forma sociológica. El paso a seguir, es poder desarrollar un concepto sociológico de Doctrina militar, para lo cual se advierte que aún hacen faltan otras bases conceptuales, que van a permitir un desarrollo del concepto integral, en donde se tenga en cuenta la mayor cantidad de aristas de sus características que necesitan ser visibilizadas y explicadas; en especial se hace referencia a lo simbólico y psicológico que influyen en el hombre -entendiéndose hombre como categoría universal de definición de especie-, pues las doctrinas influyen en la personalidad y llevan a que las acciones sean particularizadas al grupo que se encuentra sometido a la directriz o conjunto de ideas. Por lo anterior, se estima que lo simbólico en tanto insignias, escudos, imparticiones morales y éticas,

himnos, uniforme, cánticos militares, y las relaciones de poder constituyen parte de la psique de la persona integrante, de aquí procede la necesidad fundamental de su desarrollo.

### **Pregunta de investigación**

¿Cómo definir la doctrina militar en términos sociológicos?

### **Objetivo general**

1. Construir un acercamiento a la definición del concepto de Doctrina militar desde una perspectiva sociológica.

### **Objetivos específicos**

1. Relacionar los conceptos de violencia, Estado, política y guerra en miras de la construcción del concepto de Doctrina Militar.
2. Definir el concepto de Doctrina Militar desde un punto de vista sociológico.
3. Analizar el concepto de Doctrinar Militar en el contexto colombiano.
4. Mencionar el desarrollo teórico-conceptual de la sociología de la guerra debido a su relevancia en el contexto colombiano.

## **Marco metodológico**

El presente trabajo corresponde a una revisión bibliográfica donde se busca poder construir de manera sociológica un acercamiento al concepto de Doctrina militar, para lo anterior se realiza una búsqueda de distintas fuentes entre las que se incluían recomendaciones del asesor y búsquedas por distintas plataformas académicas como Google académico, Biblioteca del Banco de la República, Bases de datos de la Universidad de Caldas, Universidad Nacional de Colombia, Universidad de los Andes, entre otros. La recopilación de bibliografía es la base principal del desarrollo del documento, siendo imprescindible para la elaboración de un concepto cuya complejidad correspondía a la baja producción literaria del término desde las ciencias sociales y humanas, pero específicamente la dificultad para encontrar fuentes literarias desde la misma sociología.

Se realizó una recopilación de al menos veinticinco textos (entre los cuales se encuentran libros, apartados, artículos, entre otros), de los cuales se llevó a cabo la lectura para determinar su relación con la meta a alcanzar, finalmente fueron 15 fuentes sobre las que se apoya el presente escrito, cuyos criterios de selección se basaron en ser insumos primarios para la comprensión de un hecho social como lo es la institución militar y cómo se desarrollan los distintos campos y dimensiones de este hecho.

Se trabajó sobre la base de investigación conceptual llevada a cabo mediante el análisis de información existente del tema abordado, es decir, el estudio de conceptos definidos y abordados a lo largo de la historia por diversos intelectuales de la filosofía y las ciencias sociales que posibilitaron ampliar la comprensión del objeto de estudio, así como también aportes realizados desde teóricos que estuvieron inmersos o hicieron parte de la institución militar, tales como Carl

Von Clausewitz o Enrique Silvela Díaz-Criado, quienes permitieron desde su propia experiencia abordar en términos teóricos la complejidad del término estudiado.

A partir de los textos establecidos se seleccionaron unos conceptos a desarrollar que conformarían el concepto principal, inicialmente se buscó un acercamiento desde definiciones ya elaboradas por Enciclopedias y autores, y a partir de allí surgieron otros conceptos fundamentales para su desarrollo tales como Estado, poder, dominación, violencia y guerra; luego de ello aparecen conceptos secundarias que ya no conforman la base sobre la que reposa la construcción del concepto principal, sino que hacen parte de su estructura, estos devienen de teorías sociológicas tales como la cultura, el rol, la personalidad, la legitimidad, entre otros.

Por último, fue imprescindible hacer un esfuerzo por mostrar parte del desarrollo investigativo en un apartado que diera cuenta de la necesidad epistemológica de no desligar la teoría del contexto social, (teoría y práctica) partiendo sobre la premisa de que el concepto principal debía plantearse sobre el escenario colombiano y al mismo tiempo dando continuidad al desarrollo dialectico que caracteriza en gran medida las corrientes intelectuales que fundamentan este trabajo investigativo.

## **Primer capítulo. Acercamiento preliminar al concepto**

La doctrina militar como concepto se encuentra conformado por términos que constituyen su esencia y que permite dar cuenta de su importancia en la sociología, ya que las dinámicas que lo conforman poseen en sí mismas construcciones sociales de obligatorio estudio para entender razones de Estado, trasegares históricos y hasta profundos sentimientos que logran relacionar la psique y los comportamientos sociales. En un primer momento, el acercamiento se hace obligatorio ante las definiciones que se encuentran sobre el concepto, teniendo en cuenta que difícilmente hay una relación de los dos conceptos que lo componen “Doctrina” y “militar”, el acceso a su definición suele hacerse de forma individual:

Así, por ejemplo, la palabra Doctrina etimológicamente procede del latín «doctrīna» y significa ciencia, sabiduría. Sus componentes léxicos son docere “enseñar”, el sufijo toi “el que hace la acción”, más el sufijo ina, “relación, pertenencia” (Diccionario etimológico, 2021).

la Real Academia Española define el concepto de la siguiente manera “Enseñanza que se da para la instrucción de alguien, Norma científica, paradigma, Conjunto de ideas u opiniones religiosas, filosóficas, políticas, etc., sustentadas por una persona o grupo, Transmisión de la doctrina cristiana” (Real Academia Española, 2021).

También a partir de otras definiciones es posible ampliar el significado del concepto, se puede entender como un conjunto de ideas por lo general muy sólidas que logran establecer estilos o modos de ver la vida, estas son impartidas para ser obedecidas a cabalidad por quienes siguen los principios que fundamentan determinadas concepciones, creencias o ideas. Así mismo son orientadas e incorporadas en las personas que las siguen, para que las asumen como verdaderas sin

ningún tipo de refutación y sin importar si son propuestas por un solo individuo o un grupo determinado.

A lo largo del desarrollo de la humanidad y con todas las complejidades que ello implica, el término fue adquiriendo fuerza en diferentes dimensiones como la económica, filosófica, política, científica, legal, militar y religiosa. Una de las características del concepto es que los principios que rigen cada dimensión son irrefutables, sus fundamentos se mantienen sólidos por generaciones.

Por su parte, lo militar es definido como “Servir en la guerra”. //Profesar la milicia. //Figurar en un partido o en una colectividad. //Haber o concurrir en una cosa alguna razón o circunstancia particular que favorece o apoya cierta pretensión o determinado proyecto.” (Real Academia Española, 2021).

Hasta este punto, un diccionario ayuda a entender la noción delimitada del concepto, pero el objetivo fundamental es lograr ahondar en una definición crítica y reflexiva en términos sociológicos y dialéticos de lo que implica la Doctrina Militar, esta es abordada de manera constante por las instituciones que a diario la profesan, es decir, las fuerzas militares, quienes en últimas encarnan y ponen en funcionamiento una serie de elementos que le dan fuerza, reconocimiento y eficacia, como resultado se obtiene todo un cuerpo organizado de individuos que se mueven bajo unos lineamientos que dictan normas de comportamiento y fijan esquemas para establecer, operar y lograr objetivos determinados.

Referirse a este concepto trata en gran medida de un esquema simbólico idóneo que dicta el modo de operar de las fuerzas militares y estas lo llevan a la práctica; los objetivos a alcanzar establecidos en la doctrina militar están predeterminados por grupos de poder político y económico

en cada sociedad, el fin dependerá del alcance que establezcan estos grupos de poder y para ello despliegan un arsenal de medios que darán resultado a la meta propuesta.

Entonces las fuerzas militares encarnan la doctrina militar, y la doctrina militar representa una forma de mantener el control y el poder de la clase o grupo que lo detenta, es un mecanismo que se estructura desde la psique del individuo hasta llegar a consolidar formas de comportamiento que difícilmente se pueden modificar, de ahí, la eficacia que tiene sobre las fuerzas militares, de hecho se entiende por qué a lo largo de la historia de la humanidad estas últimas tienen un papel trascendental en la conservación del poder. Dentro de esta lógica es fundamental comprender que el Estado es el campo de acción donde la estructura de dominación se organiza y desenvuelve, allí se pone en marcha la consolidación de la doctrina militar en concordancia con el aparato político y económico que lo conforman, por ello, es importante incluirlo dentro del análisis aquí abordado.

Igual de importante resulta señalar que, aunque es en el Estado donde reposa la dinámica del poder legítimo porque lo sustenta con todo su aparato de dominación, esto no quiere decir que fuera del Estado, es decir, en la sociedad civil, no pueda surgir otro tipo de doctrina militar, un ejemplo común frente a esto último, es la conformación de grupos paramilitares o insurgentes que se forjan bajo diversas ideologías, y en este punto también es fundamental resaltar que el concepto de ideología no puede quedar fuera de la discusión por la sencilla razón que hace parte esencial de la comprensión del concepto abordado, ideología se entenderá como “un sistema cerrado de pensamientos y creencias que explican la actitud del hombre frente a la vida y su existencia en la sociedad y que propugnan una determinada forma de conducta y acción que corresponde a dichos pensamientos y creencias, y que contribuye a realizarlos” (Loewenstein, 1982, pág. 30), doctrina militar e ideología necesariamente van ligados, la consolidación de uno implica la realización del otro.

## **El Estado**

El concepto de Estado acarrea relaciones complejas de establecer dada la gran cantidad de elementos que están implícitos, se trata del entramado de relaciones económicas, sociales, culturales y políticas las que están en pugna constante por mantener y conservar el control en la sociedad; ahora bien, el concepto que poco a poco se va desglosando en el presente representa una de las múltiples formas que las clases dominantes utilizan para someter a los individuos. En este sentido hacer hincapié en el papel desempeñado desde el Estado en concordancia con la política, esta última determina el sentido de una acción militar, en representación de unos intereses de Estado, que se despliegan como objetivos a cumplir mediante las tácticas, organización y desenvolvimiento de la milicia.

Ahora bien, hace falta definir detalladamente el papel del Estado frente a lo anteriormente señalado, ya que, este es el campo donde se desenvuelve la política, de acuerdo con Max Weber el Estado es una asociación política y que reclama en un determinado territorio el monopolio de la coacción física legítima, la política aquí implica acceso al poder es por esto que, el Estado es donde se desenvuelve una relación de dominio de hombres sobre hombres basada en la imposición de voluntades sobre los demás. (Weber, 1944, pág. 1056)

Para entenderlo mejor el autor plantea otro concepto clave, la dominación y lo define de la siguiente manera “debe entenderse la probabilidad de encontrar obediencia a un mandato de determinado contenido entre personas dadas” (Weber, 1944, pág. 43) en cualquier tipo de dominación se busca fomentar la creencia en la legitimidad y de acuerdo con la intensidad de dicha legitimidad así mismo serán los mecanismos destinados para garantizarla. Este concepto se relaciona directamente con el de Estado en la medida que su cuadro administrativo tenga el monopolio legítimo de la coacción física para el mantenimiento del orden vigente, el Estado se



caracteriza por mantener la dominación y sus ordenamientos en determinado territorio a través del uso de la fuerza.

Es importante señalar que el autor parte de todo un desarrollo histórico hasta llegar al surgimiento del Estado moderno y considerarlo como una empresa racional, en él influye decisivamente la forma como se utilizan los medios económicos para conservar la dominación. Entonces, la dominación representa en últimas un estado de cosas por el cual un mandato influye sobre los actos de otros de tal manera que estos actos se generan como si los dominados hubieran adoptado como máxima de su obrar el contenido del mandato, es decir, efectuar a cabalidad la obediencia. (Weber, 1944, pág. 699) dice weber que toda dominación funciona en forma de gobierno, el gobierno requiere para su desempeño el poder de mando el cual adopta una apariencia modesta camuflándose bajo la idea de que el jefe está al servicio de los dominados.

En la modernidad e incluso en la actualidad la concepción del Estado de weber tiene gran vigencia, el dominio de este se pone a cargo de la administración burocrática tanto militar como civil bajo la representación del funcionario burocrático, este último lleva consigo una serie de características como la de estar empleado y recibir un sueldo, pensión y posibilidad de ascender a partir de la preparación profesional.

Con lo anterior se puede explicar el hecho de que las instituciones militares son entes burocratizados y sus integrantes representan la figura de un funcionario, ahora, la efectividad de este depende de la disciplina y cómo se desarrolle la doctrina dentro de la institución militar; Weber categoriza de una forma determinante todos los conceptos que desarrolla en su teoría, estos corresponden de manera vital a lo que se viene desarrollando, la institución militar a través de una doctrina ejerce formas de dominación sobre quienes pertenecen a ella, interiorizando así no sólo formas burocráticas de organización sino también, de politización frente a la dominación,

correspondiendo a las lógicas estatales, que son en últimas quienes conceden el poder sobre las armas, y por ende el ejercicio de la violencia.

Desde esta perspectiva es posible ir perfilando la comprensión de la doctrina militar, sin embargo, es fundamental tener presente que otros conceptos son igualmente necesarios para realizar una aproximación sociológica del mismo.

### **Poder y Dominación**

La relación entre poder y dominación varía en el hecho de que el poder se lleva a cabo independientemente de la aceptación y la obediencia lo que significa que es impositivo, es fundamental reconocer que este primer concepto es transversal en la dinámica de las relaciones de dominación porque implica el fundamento de toda dominación, esta última se lleva a cabo bajo diversas formas de ejecución, weber lo plantea en los tres tipos puros de dominación, la legal, la tradicional y la carismática, desde la teoría sociológica se comprende que esta forma de clasificación ideal es utilizada por el autor para explicar y comprender las distintas formas de encontrar obediencia y por lo tanto de ejercer dominación pero, al mismo tiempo, deja claro que en la sociedad estas formas de dominación están entrelazadas por lo que no es posible hallar un solo tipo de dominación.

El poder se ejerce en toda relación social, la forma como se ejerce es lo que varía significativamente el grado de conflictividad dentro de la misma relación, como ejemplo se señala el caso de las fuerzas militares, se comprende que estas obtienen obediencia porque la legitimidad recae en la forma de dominación legal o burocrática representada en la figura del Estado moderno, el cuerpo administrativo, como lo llama weber, se encarga de desplegar la dominación sobre el territorio, pero también es posible atribuir la obediencia a la figura de un líder carismático que

encarna el sistema político vigente en la gobernanza de un Estado, es decir, una combinación de dominación burocrática y carismática.

Otro autor del que ya se había hecho mención anteriormente y que desarrolla el concepto de poder dentro de una situación de relaciones Estatales es Karl Loewenstein, que a través de su libro *La Teoría de la Constitución* (1964) permite realizar acercamientos a estos términos “la política no es sino una lucha por el poder”(pág.23), afirmación que lleva a entender la relación entre la política, la guerra y la doctrina militar mediada por disputas históricas de búsquedas incesantes de obtener el poder, ya que este es un medio conductor de dominación frente a los demás grupos y entidades “el poder como la infraestructura dinámica de las instituciones sociopolíticas” (pág. 24)

Loewenstein también señala algo importante en la construcción del concepto de Doctrina militar que no había sido mencionado y es el de la importancia del subconsciente colectivo, aunque no se desarrolla, y difícilmente se puedan encontrar alusiones acerca del poder y el subconsciente, siendo este último importante en la construcción de la personalidad y por ende del accionar de los sujetos, de acuerdo con lo anterior el autor menciona que

La sociedad es un sistema de relaciones de poder cuyo carácter puede ser político, social, económico, religioso, moral, cultural o de otro tipo. El poder es una relación Sociopsicológica basada en un recíproco efecto entre los que detentan y ejercen el poder (...) El poder encierra en sí mismo la semilla de su propia degeneración. Esto quiere decir que cuando no está limitado, el poder se transforma en tiranía y en el arbitrario despotismo. (Pág. 28)

Las relaciones de poder son fundamentales dentro de la construcción de relaciones sociales, y esto da paso a la posibilidad de identificar las dinámicas dentro de las distintas instituciones, la que nos concierne aquí, las instituciones militares, tienen un alto grado de jerarquización de poder,

poderes tanto internos como externos que influyen en la toma de decisiones y acciones dentro de la institución, teniendo en cuenta lo anterior, adquiere un mayor sentido el hablar de “lógicas” tanto de poder, guerra, violencia, estatales, pues responden a la búsqueda de intereses particulares y generales de quienes detentan el poder.

Las fuerzas militares son instituciones burocratizadas, los oficiales y soldados representan la figura del funcionario, ahora, la efectividad de estas depende en gran medida de la disciplina y la manera cómo se desarrolle la doctrina dentro de la institución militar que ejerce diversas formas de adoctrinamiento sobre los integrantes de las mismas, es de resaltar el hecho de que la doctrina es una herramienta eficaz porque moldea la psique del individuo quien interioriza las ideas o los principios que se imparten desde la misma institución.

Las fuerzas militares siempre van a estar ancladas al poder, la forma cómo estas operan dejan ver el tipo de poder que se ejerce en determinada sociedad, de esta manera, se comprende que cada sociedad tiene unas particularidades históricas que configuran la forma de organización de las instituciones que conforman el Estado. Las fuerzas militares conforman un aparato que ostenta el control social, representan el monopolio de la violencia legítima que tiene el Estado, su forma de operar va siempre acorde con los intereses del mismo, por ello, la doctrina militar se diseña de acuerdo a esos intereses, en especial porque representan la protección de las clases dominantes y su desenvolvimiento se lleva a cabo de acuerdo con discursos sobre la seguridad.

La concepción de seguridad nacional es la piedra angular de la doctrina militar porque bajo su dinámica se desarrolla y se pone en práctica los lineamientos de la doctrina militar, ejemplo de ello, puede observarse en el hecho histórico que significo a nivel mundial el discurso de seguridad impartido desde los Estados Unidos posterior al suceso del 11 de septiembre de 2001, el diseño de seguridad se estructuro de tal forma, que muchos países adoptaron una serie de medidas que

reestructuraron las fuerzas militares de cada Estado adoptando los lineamientos del nuevo discurso de seguridad nacional, el cual, básicamente declaró una lucha abierta contra el terrorismo.

## **Guerra y Violencia**

La Guerra significa “lucha armada entre dos o más naciones o entre bandos de una misma nación; desavenencia y rompimiento de la paz entre dos o más potencias; pugna; lucha o combate, aunque sea en sentido moral” (Real Academia Española, 2021). A partir de esta definición nuevamente se redonda en lo mismo, un diccionario posibilita un entendimiento sobre un concepto, pero de lo que aquí se trata es poder abarcar la cantidad de relaciones que contiene un concepto como este.

La guerra es un hecho que se ha evidenciado en el transcurrir de la humanidad y que, por lo tanto, hace parte del trasegar social de la misma, resulta fundamental poder advertir la cantidad de relaciones que rodean el concepto gracias al fin o fines que posibilita alcanzar, bien sea para un Estado o para un grupo determinado

Como punto de referencia se abordará la noción del teórico Karl Von Clausewitz quien en su obra “De la guerra” desglosa de manera detallada la cantidad de elementos que componen este concepto, su visión dialéctica brinda herramientas teóricas que incluso en la actualidad tienen vigencia. Inicialmente plantea que la esencia de la guerra es el duelo, y que constituye un acto de fuerza física para imponer la voluntad al enemigo, entonces, para alcanzar tal fin, es necesario desarmarlo, y este, se convierte en el propósito de la acción militar, pero advierte igualmente que no es únicamente un combate de lucha entre individuos sino un todo organizado entre muchas partes. (Clausewitz, 2003, pág. 75)

Aunque ésta implica un acto de fuerza, también las emociones están inmersas en ella, juegan un papel importante dentro del desenvolvimiento de la misma, porque hay que recordar que la guerra es ejecutada por seres humanos y como tal, es imposible desligarse del carácter emocional inherente al hombre.

La guerra hace parte del trasegar humano y en medio del desarrollo ésta también se ido transformando y perfeccionando, la técnica, las armas, la preparación para el combate se racionalizan, sin embargo, son inevitables las emociones y sentimientos precisamente por estar implícitas en el hombre, el carácter puramente racional es inconcebible en la guerra, ambas condiciones no pueden omitirse porque desvirtuaron los elementos esenciales del concepto, que aquí se precisan resaltar.

La guerra no necesariamente implica la destrucción inmediata del enemigo, en la actualidad, por ejemplo, los Estados viven en constante incertidumbre y amenaza, se sobre entiende las implicaciones de una guerra en el siglo XXI, y no deja de tener efectos la tensión entre las grandes potencias que ostentan hegemonía del poder. La guerra y la doctrina militar van ligadas en la medida que la primera se imparte a partir de unos lineamientos establecidos y la segunda, refuerza dichos lineamientos, es una forma invisible de dominación, no se palpa ni se observa, pero está siempre presente, por ello, cuando un soldado porta con orgullo su uniforme no solo representa una institución sino también una forma de ser, de pensar, de existir. El soldado lucha y muere por la causa, no cuestiona la causa, pero la sigue fervientemente, todo lo que acarrea una ideología se consolida en una doctrina, la militar como cualquier otra doctrina dictamina

Es fundamental ahora comprender el significado de Violencia, teniendo en cuenta que las lógicas de guerra la contienen en su accionar, la violencia ha sido motivo y resultado, y a su vez

base de construcción de las distintas desigualdades sociales que se pueden llegar a encontrar en una sociedad. Colombia ha sido tan fuertemente golpeada por ella, pero especialmente por sus diferencias y divisiones internas, tanto políticas como económicas, que ha llamado a uno de los episodios más sangrientos, caóticos, confusos como *La Violencia*. definida como “Cualidad de violento”. // Acción y efecto de violentar o violentarse. //Acción violenta o contra el natural modo de proceder. // Acción de violar a una persona.” (Real Academia Española, 2021)

Hablar del concepto violencia trae consigo la problematización de este, pues al igual que conceptos como la cultura tienen tantas definiciones como ramas y teóricos que lo trabajen, no existe un consenso para definir este concepto, como menciona la docente Elsa Blair Trujillo

Desde las aproximaciones a la violencia asociada a la política y al poder, trabajada por politólogos y polemólogos, a la violencia como “mito” del origen, trabajada por antropólogos en las fuentes de la antropología política, pasando por corrientes

psicológicas sobre las teorías de la agresión y por la criminología e incluso por teorías psicoanalíticas, y hasta por la agresión animal, los autores no llegaban a dar una definición precisa o a ponerse de acuerdo sobre el concepto. Quizá porque –como lo señala Jacques Sémelin–1 no existe una teoría capaz de explicar todas las formas de violencia. (Trujillo, 2009, pág. 10)

La violencia es un concepto transversal en el desarrollo de la estructura social humana, tanto de su Historia -history en inglés- que da cuenta del trasegar en el tiempo y de hechos verídicos y comprobados por la comunidad científica y de su historia -story en inglés- que data de la historia personal de cada individuo; esta transversalidad ha llevado a que su definición sea complicada en tanto un concepto universal, sin embargo tiene una estrecha relación con la guerra, lo bélico, político, económico y por consiguiente, con su opuesto, la paz. Se menciona la diferenciación entre history y story por el hecho, de que el accionar violento, ya sea individual o colectivo llevará a que

se gesten pugnas, enfrentamiento y guerras, por otro lado, el sentir violento puede que no se exprese en accionar, no hay que ser violento para enfrentarse y no hay que enfrentarse para ser alguien violento.

Aunque la violencia es un término usado cotidianamente para definir estados o momentos de alteraciones donde no rige la calma o el consenso, de las entidades internacionales que trabajan con asuntos de guerra y paz, solo la Organización Mundial de la Salud define la violencia “El uso intencional de la fuerza física, amenazas contra uno mismo, otra persona, un grupo o una comunidad que tiene como consecuencia o es muy probable que tenga como consecuencia un traumatismo, daños psicológicos, problemas de desarrollo o la muerte” (OMS, 2002); si algo queda claro aquí, es la reducción de la violencia al acto intencional de causar daño a otro.

Más allá de estas definiciones es necesario recordar la naturaleza del hombre, comprender que todo cambio implica un acto violento en sí mismo, porque irrumpe sobre un estado aparentemente estático, pero al mismo tiempo en constante movimiento y, por ello, la violencia no representa únicamente una connotación negativa, hace parte de la transformación constante del sujeto y la sociedad.

De acuerdo con el análisis teórico crítico del que parte el autor antes mencionado, es posible captar otras características que envuelven la razón de ser de este concepto, se trata de partir de lo simple a lo complejo para comprender los distintos elementos que lo componen, en este sentido la guerra no solo implica la lucha o combate entre dos o más actores.

Para entenderlo, inserta una dimensión que no es posible desligar de la discusión, se trata de la política, afirmando que, “la guerra tiene un objetivo político, el mismo que constituye la primera y más importante de las consideraciones que deben ser tenidas en cuenta en la conducción de la guerra. la política, por lo tanto, asumirá un papel en la acción total de la guerra, y ejercerá



una influencia sobre ella, hasta donde lo permita la naturaleza de las fuerzas explosivas que contiene” (Clausewitz, 2003, págs. 51-52)

En relación con lo anterior, el autor afirma la guerra como un verdadero instrumento político, no puede seguir sus propias leyes, sino que debe ser considerada como una parte de un todo, y este todo es la política. Resalta sí, cierta independencia al momento de ejecutar la guerra, ósea los detalles del combate que son llevados a cabo por la estructura y los actores militares, y es en este punto donde se pone en práctica la doctrina militar de cada ejército que, al mismo tiempo siempre está condicionada por un objetivo político que determina la lógica de la guerra.

Es necesario también comprender varios puntos de relación entre la violencia, lo militar, la guerra y la política, que finalmente nos llevan a comprender los cimientos de la doctrina militar; el primero es el de violencia-guerra, pues la violencia como sentimiento es fundamental para el desarrollo de la guerra como acción, cuestión que menciona Clausewitz, la relación entre la violencia y lo militar radica en que la estructura militar posee el poder de ejercer la fuerza para mantener el orden o para enfrentamientos, en este caso la violencia es parte intrínseca del ejercicio militar; la relación entre lo militar y la guerra es sin duda la más clara, teniendo en cuenta que en el plano de la guerra los actores principales son las instituciones militares tanto en la planeación como en la acción misma, por último la guerra y la política van ligadas estrechamente porque la condición a lo largo de la historia del hombre ha fijado la posición y predominio de un grupo social instaurado geográficamente.

Clausewitz posibilita hacer la relación con los conceptos que se han venido desarrollando, pero especialmente es fundamental señalar que su aporte permite tener un panorama relacional porque une las diversas relaciones sociales que interviene en el accionar de la guerra, al mismo tiempo hace un énfasis en lo emocional, en el odio, la enemistad y la violencia como parte de un

sentir colectivo, otro énfasis que resalta va dirigido en comprender el arte de la guerra y el papel del jefe o dirigente del ejército, aquí entra el juego del azar y las probabilidades al momento de ejecutarla y el tercero, implica el carácter subordinado de la guerra como instrumento político.

## **Segundo capítulo. Definición sociológica de Doctrina Militar**

Para empezar, es fundamental señalar que la relación entre las fuerzas militares y el Estado ha sido históricamente inseparable, este último se ha consolidado por las incontables batallas ejecutadas en una lucha por el territorio y el poder que es inagotable; es claro que se han transformado las dinámicas de la guerra, pero seguirá siendo el instrumento mejor adaptado para la conservación de los intereses particulares que requieren los grupos que ostentan el poder. Es por esto que el concepto de Doctrina Militar no puede desligarse de todas las relaciones que lo involucran, centrar la atención en aspectos tan específicos de la milicia como su forma de operar o la táctica que implementan puede restar importancia a los aspectos que representan un trasfondo sociológico mucho más amplio y complejo, y esto es precisamente lo que se busca alcanzar en el presente trabajo.

Cuando se analizan parte de los estudios sobre la Doctrina Militar, es importante poder detenerse en las consideraciones que la misma institución hace sobre si y que comparte hacia el exterior, ya que es una forma de poder entablar una relación con la realidad de las implicaciones prácticas de la Doctrina Militar, por ejemplo, el militar y profesor Luis Fernando Ruano Ramos de la Escuela Superior de las Fuerzas Armadas de España realiza una reflexión sobre el concepto de Doctrina Militar. En primera instancia lo define como la parte técnica del arte militar, su aplicación y conocimiento podrá hacer que haya buenos militares [...] pero la doctrina es una parte del cuerpo

doctrinal que en última instancia es la que delimita las pautas de actuación de una fuerza militar (Ramos, 2003). Advierte igualmente que el cuerpo doctrinal es algo mutable y que depende de elementos tanto externos como internos que influyen sobre él, por ejemplo, uno de los elementos externos es el de la moral de una sociedad que plantea lo que está o no permitido, como el caso del uso del armamento atómico, por su parte un elemento interno, hace referencia a un cambio en el accionar de determinada fuerza, pero es un cambio que no modifica los principios o características estipuladas por las fuerzas militares.

Otro acercamiento con el concepto, lo comparte Enrique Silvela Díaz-Criado, en el artículo *La doctrina militar: del pensamiento estratégico a las operaciones militares*, (Díaz-Criado, 2020). quien lo define de la siguiente manera:

“La doctrina es una teoría de la victoria. Un desarrollo escrito de cómo se puede y se debe conseguir. Qué factores son necesarios, qué principios gobiernan la guerra, qué acciones hay que emprender, qué actitudes y procedimientos llevan a la victoria [...] se fundamenta en la sociedad a la que se pertenece, con su cultura, sus valores, su legislación y su estilo que son los que han recibido los militares en su educación antes de ingresar en el ejército. De forma inconsciente refleja esa filosofía y el pensamiento predominante en su época”.  
(pág. 549)

Menciona además que la doctrina proporciona coherencia a las operaciones militares, en un contexto estratégico y contando con los medios existentes en el momento de su redacción. Debe permitir además a cualquier comandante militar la concepción de cualquier operación militar, por

ello, esta se convierte en un instrumento que sirve para enseñar a las generaciones de militares cómo prepararse y cómo actuar con una gramática común.

Resalta este último un aspecto fundamental dentro de las consideraciones del origen de la doctrina militar como lo es la experiencia histórica pero también las necesidades de los Estados, el impacto de la tecnología y las características de cada sociedad y ejército. De esta manera Díaz-Criado relata progresivamente los cambios que durante el trasegar histórico ha tenido la interpretación de la doctrina especialmente en Europa.

Estos dos acercamientos en los cuales se aprecian definiciones de la Doctrina Militar dejan entre dicho lo que previamente había desvelado la fundamentación teórica, que el concepto innegablemente se determina a partir de sus características universales y particulares, que su relación dialéctica le da forma y contenido para llegar a entablar una aproximación más acertada de la realidad social, en otras palabras, ambas definiciones sostienen la idea de que la Doctrina Militar no solo cumple la función de orientar y determinar las pautas de las fuerzas militares sino que también es moldeada por un trasegar histórico que establece formas de manifestarse, ejemplo de ello, es que cada sociedad constituye patrones frente al tipo de doctrina militar llevada a cabo en las milicias, cuando se mencionan patrones, se hace referencia a tipologías de gobernanza, expresiones culturales, económicas y sociales propias de cada época y sociedad.

Teniendo en cuenta la definición etimológica del concepto y los distintos términos que conforman la base sobre la cual se construye su definición, sociológicamente se establece que la *Doctrina Militar* es el conjunto de prácticas, relaciones y estructuras que entorno a la institución militar constituyen un escenario de obediencia y subordinación, que responde a lógicas políticas, sociales, económicas, culturales y psicológicas, enmarcadas en situaciones de guerra o conflicto que permean el subconsciente colectivo.

En el primer capítulo no se desarrolló lo concerniente a las connotaciones culturales y psicológicas, pues allí se trabajaron los conceptos clave que conforman la estructura de la doctrina militar, sin embargo, estos conceptos mencionados hacen también parte fundamental de que el ejercicio de la doctrina pueda ser llevado a cabo en cada individuo, puede ser visto como su composición interna. En la composición cultural el acercamiento puede realizarse a través de Pierre Bourdieu y su concepto de capital cultural

Reconocer a la cultura como recurso es lo que lleva a que Bourdieu la tome como una forma de capital, es decir, como un conjunto de características simbólicas, y que corresponden a una forma de herramienta de distinción. Bourdieu señala que el capital cultural comprende todas las características, actitudes, cualidades y conocimientos que garantizan el que una persona pueda ser considerada como “cultura” (Bourdieu, 2011)

Para complementar lo anterior, es necesario mencionar lo que señala este autor acerca de los tipos de capital cultural:

“El capital cultural puede existir bajo tres formas: en el estado incorporado, es decir, bajo la forma de disposiciones duraderas del organismo; en el estado objetivado, bajo la forma de bienes culturales, cuadros, libros, diccionarios, instrumentos, maquinaria, los cuales son la huella o la realización de teorías o de críticas a dichas teorías, y de problemáticas, etc., y finalmente en el estado institucionalizado, como forma de objetivación muy particular, porque tal como se puede ver con el título escolar, confiere al capital cultural —que supuestamente debe de garantizar— las propiedades totalmente originales.” (Bourdieu, 1987, pág. 12)

Si se analiza este concepto con el de doctrina militar se pueden llegar a varios puntos interesantes, el primero de estos tiene que ver con el estado incorporado, pues esta forma de capital

-que puede ser visto como simbólico- se internaliza en el cuerpo, en el ser de la persona, se acumula conforme a la adquisición inmaterial de conocimiento, experiencias; la doctrina militar depende en gran medida de la capacidad del ser humano de aprender, reconocer y conceptualizar la realidad, pues dado que dentro de las instituciones militares lo primero que se realiza son los procesos de enseñanza de la doctrina misma, apegada a los lineamientos de las ideas de Estado y defensa que tiene cada Nación en particular.

El proceso de enseñanza de la doctrina “cultiva” en el individuo -que en este caso particular son aquellos que ingresan por convicción o por imposición estatal (el no porte de libreta militar)- todo aquello que se espera ellos asuman como su motivación, hábito y su formación de vida, en ello se encuentran posturas ante la sociedad civil, la guerra, el Estado, la Nación, la conformación de familia, valores y responsabilidades propias de su papel, que no sólo corresponden a su desempeño laboral, sino que, al corresponder a una doctrina, se internaliza a tal punto en el individuo que transversaliza su vida en general.

“El capital cultural es un tener transformador en ser, una propiedad hecha cuerpo que se convierte en una parte integrante de la “persona”, un hábito. Quien lo posee ha pagado con su “persona”, con lo que tiene de más personal: su tiempo. Este capital “personal” no puede ser transmitido instantáneamente (a diferencia del dinero, del título de propiedad y aún de nobleza) por el don o por la transmisión hereditaria, la compra o el intercambio. Puede adquirirse, en lo esencial, de manera totalmente encubierta e inconsciente y queda marcado por sus condiciones primitivas de adquisición; no puede acumularse más allá de las capacidades de apropiación de un agente en particular; se debilita y muere con su portador (con sus capacidades biológicas, su memoria, etc.)” (Bourdieu, 1987)

El capital objetivado se presenta en forma de la adquisición material, que corresponde directamente al capital incorporado, pues sin este último la adquisición material no tendría sentido o respaldo alguno, como concierne a lo material se encuentra también mediado por el capital económico, que dentro de la institución militar aumenta en la medida que se asciende en cargo dentro de la misma; esta forma de capital objetivada se encuentra entrelazada con lo simbólico, los libros, las pinturas, las revistas, las múltiples formas y posibilidades de consumo se encuentran representadas también por simbologías propias de la doctrina.

“El capital cultural en su estado objetivado posee un cierto número de propiedades que se definen solamente en su relación con el capital cultural en su forma incorporada. El capital cultural objetivado en apoyos materiales —tales como escritos, pinturas, monumentos, etc.—, es transmisible en su materialidad.” (Bourdieu, 1987)

Si bien es cierto en la guerra los títulos académicos no interesan a la hora de tener hombres en las filas de ataque, si es cierto que dentro de las mismas instituciones militares hay formas de obtención de títulos, por un lado, aquellos que tienen que ver con el rango alcanzado, y que traen detrás no sólo capital cultural acumulado sino también capital económico; por otro lado se puede ver esta última forma de capital institucionalizado como la educación también se fomenta dentro de la misma brindando la posibilidad de estudios técnicos, tecnológicos y profesionales dentro de la institución, además de los cursos obligatorios para los ascensos de cargos.

“La objetivación del capital cultural bajo la forma de títulos constituye una de las maneras de neutralizar algunas de las propiedades que, por incorporado, tiene los mismos límites biológicos que su contenedor (...) Al conferirle un

reconocimiento institucional al capital cultural poseído por un determinado agente, el título escolar permite a sus titulares compararse y aun intercambiarse (substituyéndose los unos por los otros en la sucesión). Y permite también establecer tasas de convertibilidad entre capital cultural y capital económico, garantizando el valor monetario de un determinado capital escolar. El título, producto de la conversión del capital económico en capital cultural, establece el valor relativo del capital cultural del portador de un determinado título, en relación a los otros poseedores de títulos y también, de manera inseparable, establece el valor en dinero con el cual puede ser cambiado en el mercado de trabajo.” (Bourdieu, 1987)

Por otro lado, Talcott Parsons (1952) través de su teoría sociológica brinda la oportunidad de tener un acercamiento a la estructura psicológica de los sujetos sociales, en este caso relacionándolo con la doctrina militar se puede trabajar el problema del orden que se encuentra transversalizado por la motivación y la institucionalización; si se analiza como agente de control a la institución militar y su doctrina se encuentra lo siguiente (Parsons, 1952):

- 1) Los sistemas sociales están constituidos de tal manera que son compatibles con otros sistemas.

La Institución militar como sistema social hace parte fundamental de la estructura social colombiana, una sociedad profundamente fracturada y sumida en la violencia, guerra y enfrentamientos – más internos que externos-, guiados por connotaciones ideológicas que combinan distintas aristas, siendo lo religioso y lo político unas de mayor impacto y que cargan a cuantas razones como la unificación del poder, tenencias de tierras, la economía, el control social,



entre otros; mencionándose esto se entiende la compatibilidad que tiene con otros sistemas, pues subsisten de la mano.

Lo político, lo religioso y lo económico son una trinidad en este país, que mediante su accionar conjunta determinan el futuro y la realidad de la sociedad en general, siendo la base del aparato estatal, su trabajo en armonía conlleva a que pueda distinguirse de forma clara como lo militar se encuentra de forma transversal dentro de estas tres aristas, pues dentro de su doctrina se ve claramente el desarrollo ideológico predominante en el país, lo militar como lo conocemos corresponde a estas dinámicas.

2) El sistema social debe contar con el apoyo de otro sistema.

Al encontrarse la Institución militar tan conectada, y a la vez dependiente de los otros sistemas destacados en Colombia, se hace evidente el apoyo que le brindan; sin embargo es necesario mencionar algunas particularidades, la primera es que al ser la Institución militar una dependencia del Estado, sus recursos y doctrina se encuentran dadas bajo la Razón de Estado que se puede entender como “la relación entre los factores de referencia, la necesidad de integrar la confección de las estructuras del Estado y de gobierno, con base en los lineamientos estratégicos y de interés político.” (Mendoza, 2009, pág. 4)

Siendo esto de este modo, la doctrina militar corresponde entonces al profundo interés político que se encuentran en el Estado y esto se ve traducido también en la inversión que se realiza a la Institución, si bien los parámetros públicos por los cuales se constituye esta institución corresponden a premisas de orden, seguridad, cuidado y neutralidad política, lo cierto es que, en la práctica, es evidente que si hay una postura fuerte frente a la perpetuidad de la guerra interna,

los intereses sobre el control del territorio, entre otros, por ello, el apoyo a este sistema se encuentra sesgado en tanto intereses particulares y no es respaldada por la necesidad de la constitución de la Institución militar per se.

3) Se debe satisfacer las necesidades de los actores.

En la Institución Militar se refleja mediante la doctrina en un primer momento una satisfacción netamente social, donde el honor y orgullo que genera el pertenecer a la misma, se presenta en un primer momento como un aliciente del accionar y del pertenecer, sin embargo, en la medida que se aumenta en rango y cargo, también se posiciona aún más en la psique del sujeto el pertenecer y también es mayor el reconocimiento económico y de bienes que reciben, lo cual además de satisfacer sus necesidades, motivan al pertenecer a la misma.

4) Se debe fomentar la participación suficiente de los actores sociales.

La participación de los actores se fomenta mediante el reconocimiento de sus labores, la exaltación de sus logros de forma pública y privada, la posibilidad de ascenso dentro de la institución, el reconocerse como pertenecientes a una comunidad que les crea un status- rol dentro de la sociedad colombiana y que los enmarca dentro de unas dinámicas de poder que aún luego del retiro de su servicio dentro de la institución se perpetua.

5) Se debe ejercer control sobre las conductas potencialmente desintegradoras.

Dentro de la Institución esto se encuentra mediado a través de las mismas reglas de conformación de la doctrina militar, cualquier conducta potencialmente desintegradora no sólo genera un conflicto entre la institución y el sujeto que la posee, sino que al ser una Institución del Estado

afecta la imagen colectiva frente a la sociedad en general, por ello, el control dentro de estas instituciones es constante, más que todo en casos de deserción, de no adaptación a la rutina y a la doctrina, entre otros, aunque hay actitudes y hechos desintegradores que ante la sociedad civil y la ley ordinaria son transgresores, y no son castigados por la Institución Militar sino por la ley misma, este es el caso de los crimines de lesa humanidad, robos, estafas, extorciones, entre otros.

6) Cuando surge un conflicto se debe controlar

En consecuencia, con el punto anterior, las personas cuyas actitudes y acciones puedan generar conflicto o tensión dentro de la Institución Militar, y aún más grave, se desvíen de la ejecución de la doctrina, son castigadas tanto de forma pública como privada dependiendo de la situación y su particularidad, de forma pública es el caso de que pasa a la ley militar y ordinaria dependiendo de la situación que se presente, y de forma privada en los casos de que incumpla los preceptos de la Institución y la doctrina en las bases, formación y situaciones de conflicto.

7) El sistema social requiere un lenguaje para sobrevivir.

El lenguaje de la doctrina militar es el de la estrategia, las dinámicas de guerra, la Razón al Estado, la protección de la tierra, el status-rol y la importancia del honor.

8) Prerrequisito funcional: Protección física y nutrición.

Dentro de la Institución militar se pretende cubrir las necesidades básicas -comida, techo, ropa, salud- de sus integrantes, y esto se puede garantizar de forma continua cuando se encuentran dentro de las bases, instalaciones administrativas o ciudades; pero su cumplimiento se complica cuando

se encuentran en situaciones de guerra o conflicto en los lugares periféricos del país, en las selvas o montañas.

Por último, es importante mencionar que el concepto desarrollado aquí de doctrina militar intenta dar cuenta de aquellos aspectos que en la práctica se evidencian dentro de la construcción e impartición de esta, correspondiendo a la institución a la cual pertenece, y es que ver esto desde la sociología, abre un amplio campo de posibilidades de análisis, que se intentan abarcar y reflexionar, para así, tratar un tema tan importante como lo es el conflicto y su relación con las dinámicas políticas, sociales, culturales y económicas.

### **Tercer capítulo. Reflexiones acerca de la doctrina militar en Colombia.**

Los dos capítulos anteriores permiten evidenciar que la teoría brinda las herramientas para comprender sociológicamente la doctrina militar, en este apartado se busca poder comprender el desarrollo de dicha doctrina militar en Colombia, afirmando que la bibliografía que se encuentran frente a esto es escasa, y por otro lado al no tenerse un desarrollo conceptual sociológico claro, o con tradición en Colombia aquello que se encuentra está mayoritariamente enfocado en la estructura u organización militar, en la guerra, o en el papel de la institución militar dentro de la sociedad colombiana.

Ya con Clausewitz se vislumbra la naturaleza de la guerra, de allí parte la estructura organizativa de las fuerzas militares y toda la estructura interna de cada ejército, con su perspectiva se comprende que la doctrina militar de cada institución no puede desvincularse de la naturaleza misma del Estado, es por esto, que para entrar a comprenderla es fundamental conocer algunas

particularidades del Estado Colombiano, ahora bien, entrar a explicar de qué forma y por qué se llega hasta la actual consolidación del Estado es un desarrollo más amplio que puede ser abordado en otra oportunidad, por ahora se parten de algunas consideraciones.

De acuerdo con Weber el Estado Colombiano representa un sistema burocratizado como muy bien lo describe su teoría sociológica, el Estado colombiano está conformado por tres ramas del poder público: ejecutiva, legislativa y judicial que integran una gobernanza a cargo de agentes e instituciones que se encargan de administrar el poder económico, político, cultural...etc., Pero no sólo administrarlo sino también conservarlo de generación en generación, hay que tener presente todo lo que entra en juego cuando se llega a este punto, se trata de una lucha constante entre los sectores locales, nacionales e internacionales, es necesario afirmar y sostener que los poderes globales, es decir, las grandes potencias ejecutan acciones para entablar relaciones estratégicas y mantener de esa forma el control o la dominación sobre un territorio.

Resulta importante señalar esta característica del concepto porque posibilita ampliar la definición estática de doctrina militar que desde el Estado puede llegar a divulgarse, pues, las consideraciones formales de su definición impiden ver más allá de una política sobre seguridad nacional que “pretende proteger el territorio colombiano y con este a sus ciudadanos”.

Pero antes de ir tan lejos y centrarnos de lleno en la en una relación del Estado con la Institución militar, se hace necesario realizar un breve acercamiento a lo que puede ser denominado una historia las Fuerzas militares en Colombia, y la importancia de su constitución frente a lo que acontecía en el país y Latinoamérica, y así entender la naturaleza misma de la doctrina militar en Colombia, la conexión cada vez más clara con el sistema político, entre otros puntos.

“El «mito por los orígenes», tantas veces criticado por el historiador francés Marc Bloch, parece perseguir a gruesa parte de la historiografía sobre las Fuerzas Armadas en

Colombia. Interesados en incluir al Ejército Libertador en su árbol genealógico, diversos autores no vacilan en ubicar allí las primeras huellas del Ejército Nacional. Pero es claro que, luego del efímero levantamiento de las escasas tropas del General José María Melo en 1854, la herencia del Ejército Bolivariano desapareció con el beneplácito de las élites civiles. En 1855, durante el gobierno conservador-liberal de Manuel María Mallarino, el ejército central fue reducido a 588 hombres y poco después a 373 unidades. La partida de defunción del ejército central era una necesidad para el nacimiento del federalismo y la seguridad de las élites regionales. Se dio paso, entonces, a los ejércitos particulares, a las «montoneras» construidas por «caciques» y propietarios” (Cruz, 2001, pág. 134)

Cabe aclarar que la idea aquí no es realizar una cronología o historiografía de la historia de las Fuerzas o Instituciones militares en Colombia, pero si poder marcar los hitos en la constitución de la doctrina militar, uno de ellos es precisamente el determinar el punto de partida o inicio de la conformación de ejércitos militares en el país, y debido a que la historia misma de nuestro país se encuentra escrita sobre La conquista, la búsqueda de la liberación y la independencia, la división entre los campos ideológicos políticos, y muchos otros momentos, ha sido complicado determinar el preciso punto de conformación de lo que conocemos como las Fuerzas militares hoy día.

“A diferencia de otros países latinoamericanos, en Colombia no hubo gobernantes que se eternizaran en el poder, y sólo tres alzamientos culminaron con la victoria de los insurrectos. No obstante, la violencia política se expresa en nueve grandes guerras civiles, repetidas revueltas regionales y múltiples enfrentamientos entre pequeñas ciudades (...) La carrera política era la carrera de las armas (...) El poder de cada partido residía en el vigor

de sus ejércitos de reserva. Entonces, los contornos entre guerra y política se confundieron y poco se fijaron las fronteras entre la Constitución y las armas.” (Cruz, 2001, pág. 135)

“La idea de un carácter nacional para el Ejército y la Policía en Colombia reapareció con claridad durante el gobierno de Rafael Núñez. En su concepto, sólo una fuerza armada de tal índole podría hacer frente a los «subrepticios atizadores de las guerras locales», a los «enemigos de la paz del país» y se dio inicio a la carrera militar y su historia.” (Cruz, 2001, págs. 135-136)

El historiador Adolfo León Atehortúa realiza un estudio acerca de los orígenes de las Fuerzas Militares hasta el Frente Militar, y es nuestra fuente para realizar el acercamiento aquí expuesto, ante sus planteamientos hay varios puntos que se pueden resaltar: el primero de ellos es la división regional dada en los orígenes de los ejércitos emergentes que más adelante según los proyectos políticos y constitucionales se vio con la necesidad de acabar y crear un ejército de carácter nacional, también porque en comparación a otros países latinoamericanos, Colombia se encontraba atrasado en este aspecto.

Por otro lado, hay que retomar la relación del Estado, la política y la doctrina militar, aunque propiamente en este apartado no se ha desarrollado ese concepto en el análisis de la historia militar del país, esta doctrina corresponde precisamente a las motivaciones sociales y políticas que llevaban a los civiles a enlistarse y conformar un ejército, en búsqueda de la defensa del territorio, la libertad, intereses nacionales y regionales, entre muchos otros; a medida que se institucionalizó lo militar en el país, y el proyecto mismo de un ejército nacional se fue consolidando, así mismo los intereses pasaron a corresponder a necesidades de ámbito político- nacional, y por ende el fomento de una doctrina militar se vió cada vez más necesaria, donde el pensamiento y por ende,

la correspondencia de las acciones de los integrantes no se desvíen de los objetivos comunes, como se puede ver y analizar en varios momentos de la historia del país.

“A título de paréntesis metodológico, parece pertinente advertir que, al tomar como punto de partida los períodos históricos conocidos como la Regeneración y el Quinquenio de Reyes, el proceso de formación de las Fuerzas Armadas en Colombia ha seguido el ritmo de las condiciones sociales y de los progresos, continuidades y rupturas propias de la formación y construcción del Estado y del régimen.” (Cruz, 2001, pág. 136)

Atehortúa toma como pregunta central de su escrito “¿Cómo las Fuerzas Armadas han reflejado el desarrollo y las condiciones concretas del Estado y cómo revelan el devenir de las realidades sociales? (Cruz, 2001, pág. 136), y esta pregunta, aunque realizada en términos historicistas, puede brindar un abanico de posibilidades frente a la indagación sociológica de lo militar y la doctrina en Colombia, en concreto todo aquello que tiene que ver con el deber ser del análisis de la institución militar ¿se relaciona con lo civil o con lo político en un primer momento?, ¿se puede deslindar de lo político o es inherente a este?

“Para el proyecto regenerador de Núñez, la construcción de un orden político interno y de un Estado Nacional, en tanto suponían la centralización, exigían el desmonte de los cuerpos armados regionales y la conformación de un Ejército Nacional que actuase como base armada legítima de las decisiones del Estado: «No hay otra política de paz que la fuerza» ... «Si hay mucho ejército, hay mucha paz»” (Cruz, 2001, pág. 137)

Cabe también preguntarse si al ser la paz el verdadero objetivo de la conformación de un ejército nacional ¿por qué se hace necesaria una doctrina que de por sentado este objetivo, acaso por ser un bien común no todos estaríamos de acuerdo con ello?, es innegable en este punto advertir que



el discurso es parte fundamental no sólo de una doctrina sino también de la creación de colectivos en torno a una idea común, pues la particularidad de un objetivo dentro de un Estado- Nación necesita de la pluralidad de personas que apoyen ese objetivo así no sea colectivo. La doctrina militar se fundamenta en ello: en la internalización de objetivos individuales (políticos), expuestos como formas de seguridad, necesarias para la protección de un país, llevándose a ser interiorizadas por medio de la rutina, el estudio, el trabajo y los combates en los batallones y lugares de guerra. A partir de la conformación de lo militar como institución y ejército nacional, cada vez se ha ido consolidando como actor político, en especial a partir de los años 40 del siglo XX, donde los reconocimientos dados les permitieron por primera vez ocupar cargos públicos destinados para civiles, esto durante el segundo mandato de Alfonso López Pumarejo, más adelante tomaría la fuerza luego del mal llamado “golpe militar” de Gustavo Rojas Pinilla en la década de los años 50, y que llevaría a que se consolidaran las Fuerzas Militares en Colombia, como una institución cuyo mandatario directo es el presidente de la República vigente, además de consolidar varios frentes de acción bajo una misma dirección: Naval, Marítima, Aérea, Ejército, Policía.

Analizándolo desde la actualidad, hace años que el país ejecuta procesos económicos, políticos, sociales y culturales en alianza directa con EE. UU, de ahí que sea tan evidente la relación de intereses entre estos dos países, y que, por supuesto gran parte de la estructura de las fuerzas militares se oriente hacia dinámicas que pretenden alcanzar objetivos estipulados.

Para explicarlo mejor, se trae a colación el análisis realizado por Joimer Rodríguez Suarez en su tesis *Acercamiento comparativo a la doctrina militar: casos de Colombia y Venezuela (1999-2011)*. Desde la cual permite comprender aspectos relevantes de la doctrina Militar en Colombia, aunque su estudio parte desde un trabajo comparativo y establece una línea de tiempo, muchas de sus consideraciones son importantes porque no se alegan del análisis aquí propuesto, ejemplo de

ello es la lectura que realiza sobre las relaciones que se entablan entre países a partir de discursos que persiguen fines similares. así, por ejemplo, la retórica impartida a partir del 11 de septiembre de 2001 desde EE. UU hacia el resto del continente determino los modelos de seguridad creados por los Estados, Colombia no quedo al margen de dicho escenario y antes bien, se sumó a la transformación de las fuerzas militares, el discurso de seguridad quedo definido claramente por el ataque inminente en contra del terrorismo y todo lo que implicara una amenaza a la seguridad nacional, esto supuso una respuesta inmediata al conflicto interno que protagonizaron los grupos insurgentes pues, bajo los lineamientos de la política de seguridad nacional se llevó a cabo toda la estrategia de lucha contra el enemigo, un enemigo que comenzó a traspasar las fronteras nacionales y quedo expuesto ante la mirada de los Estados Unidos. .

El debate en torno a la seguridad define el tipo de doctrina militar que desarrolle un estado, el autor lo plantea de la siguiente manera “la seguridad es un instrumento de poder político, ya que se utiliza para convocar a sectores significativos de la sociedad civil con el fin de consolidar una determinada voluntad de las clases sociales dirigentes que gobiernan el Estado” (Rodríguez Suarez, 2016, pág. 15), con esta definición se plantean dos posturas que explican muy bien algunas particularidades del concepto de Doctrina Militar, una de ellas, es que la guerra siempre se será un instrumento político, afirmación que se ha venido sosteniendo con Clausewitz y que hasta el momento se sostiene porque figura como pieza clave en el complejo análisis sociológico que este concepto demanda. La segunda es que al plantearse determinada concepción de seguridad inevitablemente la estructura militar se acopla a las exigencias de su discurso, sobre todo encaminadas a lograr objetivos claros para los grupos que detenten el poder.

De esta manera resulta más claro comprender ciertas dinámicas que las fuerzas militares en Colombia ponen en práctica, el trasegar histórico lo confirma y el ejemplo puede señalarse

desde el escenario nacional especialmente con uno de los gobiernos más polémicos del país, encabezado por el expresidente y actual senador Álvaro Uribe Vélez, se utiliza como punto de referencia porque gran parte de la estructura de las fuerzas militares que en la actualidad se sostiene es resultado de la conformación estratégica llevada a cabo por el cuerpo administrativo del mencionado gobierno. Es así como hacia finales del siglo XX en Colombia se estructuran planes de contingencia para combatir a los ya denominados grupos terroristas, todo esto se traduce en un reforzamiento de la doctrina militar bastante definido y que marcó de manera cruda las secuelas de una violencia sin precedentes en el territorio nacional.

El accionar del Estado Colombiano conforme a la política de seguridad nacional representó fielmente los intereses particulares de EE. UU, de esta manera lo relata Joimer (2016):

“El país suramericano se alinea con el discurso de la guerra global contra el terrorismo, al reconocer a paramilitares y guerrillas como terroristas. Con Uribe en el poder el discurso se concentra en afirmar que en Colombia existe un escenario de acciones narcoterroristas, con la intención de establecer complejos de seguridad que combatan a esas organizaciones. La insistencia para que los países del hemisferio declaren a la insurgencia colombiana como terroristas, convierte al gobierno colombiano en una especie de vocero y representante de la política de seguridad de Washington en la región”. (pág. 23).

Las fuerzas militares, especialmente el Ejército de Colombia fue protagonista del tremendo impacto que generó esta concepción de la seguridad en el agente perteneciente a la

institución. La doctrina militar se estructura de manera tal que transforma la psique del sujeto perteneciente a dicha institución, moldea su comportamiento y le hace acreedor del componente ideológico que la respalda, desde esta perspectiva puede comprenderse mejor porque los militares llevaron a cabo miles de prácticas reprochables en la actualidad, los renombrados falsos positivos son un claro ejemplo estas prácticas. En nombre de la seguridad, la doctrina militar en Colombia crea un tipo de moral que hace meritoria la acción de matar o asesinar, en otros términos, posibilita a la institución militar justificar en qué momento la vida un civil deja de ser vida.

En Colombia las fuerzas militares han sido históricamente controversiales por los innumerables escándalos, hechos de corrupción y abuso de autoridad, esto ha llevado a que la sociedad civil cuestiona fuertemente a la institución, y critique profundamente su accionar, generando así enfrentamientos continuos entre ciudadanos y agentes militares, pero claramente, este descontento corresponde a lógicas históricas de politización de la institución, del deber estipulado dentro de la doctrina militar, pues, el manejo dado por parte de los gobiernos a las fuerzas militares han llevado a que se dilucide las verdaderas razones del accionar, sus interés, y la falsa retórica que se encuentra dentro de la guerra interna en el país y los “enemigos” internos y externos. Poder comprender las determinaciones que lleva consigo el concepto aquí abordado permite hacer una lectura crítica y fundamentada en sus características tanto generales como particulares.

#### **Cuarto capítulo. Sociología de la Guerra**

Es pretencioso plasmar en el siguiente capítulo una sociología de la guerra máxime cuando la intencionalidad del presente es la doctrina Militar, sin embargo, no resultaría del todo un análisis fundamentado desde la teoría sociológica si se exime de este la mirada sobre la guerra, por tal razón es necesario plasmar algunas consideraciones. La doctrina militar no puede ser desligada del ejercicio de la guerra, de esta última surge, se fundamenta, se transforma, se sostiene y aunque conserve sus particularidades es innegable que sin la guerra difícilmente existiría.

Ahora bien, centrando la atención de nuevo en la guerra es pertinente resaltar que se trata de un fenómeno social inherente al desarrollo de la humanidad, la historia posibilita la demostración tácita, así como su relevancia práctica; los asentamientos sociales crecieron y se desarrollaron de la mano con la guerra, los propósitos han variado dependiendo el periodo histórico que se desenvuelva, pero el fin último de la guerra se sigue respetando. Este último quedó enfatizado de manera clara por Clausewitz en su reflexión sobre la guerra, estableciendo que ésta es en esencia política y la consolidación de los grupos que detentan el poder tiene a su disposición el ejercicio de la guerra para alcanzar sus fines, en últimas es la configuración del poder el objetivo de la guerra.

Hasta este punto son varias las consideraciones que se tiene en cuenta cuando se habla sobre la guerra, de ahí que resulta fundamental plantearla como objeto de estudio para la sociología y aunque no es tarea fácil tampoco es pertinente hacer caso omiso a un fenómeno social de tal magnitud. La guerra ha estado en el foco de la sociedad desde la propia existencia de la humanidad, también por lo general ha sido vista como una barbarie para la civilización y desde el sentido común se juzga como un hecho aberrante e inhumano, sin embargo, al situarla bajo los lentes de

la sociología se dejan a un lado las preconcepciones morales para ubicarla como uno de los fenómenos más importantes en el escenario social especialmente por su característica transformadora, en esta última afirmación es donde radica la fuerza del análisis sociológico que trae consigo dicho estudio, teniendo presente que se ha consolidado como uno de los medios privilegiados de las clases dominantes para alcanzar el poder, de esta manera es posible entablar relaciones que unen aspectos de la sociedad fundamentales para la sociología, tales como el poder y el Estado.

Incluso en la teoría sociológica varios autores, aunque no se detiene a hablar específicamente de la guerra sí que está inmersa en sus consideraciones, Marx, por ejemplo, se refiere a la lucha de clases, en la pugna por obtener el poder, las clases sociales luchan hasta que una domine sobre la otra, la fuerza de su teoría aunque mal interpretada por los marxistas extremistas deja entredicho que solamente una transformación completa en las condiciones materiales de existencias y de la conciencia colectiva permite un verdadero cambio, y todo esto, resulta en el advenimiento de la guerra, no es posible obtener tal cambio de manera pacífica y la historia así lo atestigua.

Para precisarlo mejor se trae a colación el análisis abordado por Flabián Nievas en *sociología de la guerra* (Nievas, 2009) quien aborda cuestiones esenciales para la ciencia aquí mencionada, una de ellas por ejemplo, la rescata del trabajo elaborado por Clausewitz que sigue siendo vigente y su relevancia radica en interpelar una serie de elementos dentro del concepto de guerra que muchos intelectuales dejaron un lado sobre todo por su afán de centrar la atención en aspectos prácticos y formales como el combate y la técnica, al respecto menciona Nievas “si lo comparamos con su contemporáneo Saint Simón, el de Clausewitz es un pensamiento sociológico muchos más avanzado, más cercano nuestros días que el del pensador francés. Para Clausewitz era

de vital importancia el tipo de vinculación entre el pueblo, el gobierno y el ejército, y sopesaba con mayor énfasis esta articulación que el poderío técnico” (Nievas, 2009, pág. 26)

Clausewitz en su libro “*de la guerra*” (Clausewitz, 2003) explica mejor la vinculación que menciona Nievas entre el pueblo, el ejército y el gobierno, lo explica partiendo del hecho de que la guerra constituye una trinidad, en el primer aspecto fundamenta aquellos elementos de impulso natural como lo son el odio, la enemista y la violencia elementos que interesan al pueblo; el segundo aspecto está integrado por el juego del azar y las probabilidades del combate que interesan sobre todo al ejército y finalmente el tercer aspecto de la guerra es su carácter subordinado de instrumento político que interesa sobre todo al gobierno.

Esta forma de caracterizar la guerra resulta bastante interesante teniendo presente la manera como se interconectan estos elementos para explicar la existencia de toda una trama de relaciones sociales, así como la pugna constante por tener y sostener el poder, la lógica de la trinidad que expone Clausewitz contiene una riqueza fundamental para la sociología porque permite comprender aspectos sociales complejos de estudiar que incluso en la actualidad son objeto de análisis constante, vemos la vigencia del pensamiento de este autor, pero también va ligado al esfuerzo por reconocer la dialéctica inmersa en el trasegar histórico, reconocer que conceptos como los aquí abordados tiene un movimiento, e implican lo que Hegel llamaba el superar conservando.

Ahora bien, la concepción que entabla Clausewitz sobre la guerra y que termina vinculando con la idea de la trinidad obedece en gran medida al hecho de entender ciertas configuraciones sociales de cada sociedad e incluso en la actualidad es posible evidenciarlo, sin embargo, también es cierto que este autor vivió en un periodo histórico diferente al contemporáneo, en esta medida, las dinámicas de los Estados y, por ende, la estructuración de la guerra fue diferente a lo que se

puede evidenciar hoy. En este punto, es necesario precisar que, aunque la guerra siempre será un instrumento de la política para obtener el poder, es decir, que su fin tiende a ser el mismo, no significa que se configure de la misma forma en cada sociedad, esto último es definido por las características de la sociedad en la que se desenvuelva y el momento histórico que abarque.

Es pertinente entonces comprender la importancia de abordar tal fenómeno bajo los lentes de la sociología, especialmente para estudiar su movimiento en el trasegar de las sociedades, por ejemplo, en la actualidad las dinámicas de la guerra sí que han variado, especialmente por la complejidad que acarrea la globalización y el cambio de visión frente a las forma de pensar y ver la guerra, porque si bien es cierto, ya no corresponde imaginarla desplegándose con bombas atómicas y desplazamientos masivos de soldados con tanques de combate, no se quiere plantear que se haya extinguido esta forma de operar, pero si reflexionar en otras expresiones de guerra diferente a la convencional y aunque salen del escenario físico, son mucho más peligrosas por su particular manera de proceder, el ingenio que utilizan supera en gran medida las guerras de siglos anteriores.

Proponer la guerra como objeto de estudio de la sociología es una tarea ardua, especialmente por lo ya mencionado, en donde queda claro que las características actuales del fenómeno no pueden ser abordadas bajo los mismos lineamientos que explican la guerra tradicional así, por ejemplo, Nievas en su esfuerzo por abordar el fenómeno de la guerra de manera tal, que se adapte a las condiciones del mundo actual, plantea el “concepto de guerra difusa” con el cual busca explicar las nuevas formas en que se desarrolla la guerra, lo define de la siguiente manera “son características de estas guerras, además de la participación de actores no estatales, la fuerte asimetría en capacidad de fuego entre los contendientes, la gran brecha tecnológica y el



desarrollo de actividades —de todas las fuerzas involucradas— por fuera y en contra de todo marco normativo” (Nievas, 2009, pág. 34).

También siguiendo la misma propuesta frente a la sociología de la guerra se suma la perspectiva de Claudio Gallegos quien en su artículo “*Guerra, Sociología y Sociología de la Guerra. Revisión teórica y aportes metodológicos*. Sostiene una perspectiva similar a la de Nievas cuando de abordar el estudio de la guerra se trata, rescata la consideración de que comprenderla desde el ámbito de las ciencias sociales es indispensable y entender este fenómeno requiere la necesidad de estudiarlo desde sus diversos matices. Continúa el enfoque sobre la guerra difusa apuntando que:

“como rasgos generales, es posible destacar: uno de sus protagonistas es una fuerza no estatal; el espacio de acción e difumina y el conocido como teatro de operaciones puede extenderse a cualquier lugar del planeta, no se evidencia un inicio formal de las acciones de guerra, podría verse escalada la violencia progresiva que culmine en una guerra; se apela a estrategias que se alejan de las tradicionales; no hay límites en la destrucción y en los daños por parte de ninguna de las fuerzas intervinientes; la inteligencia cobra un lugar de primacía frente a lo que fue en el pasado el esfuerzo de la logística”. (Gallegos, 2020, pág. 120)

La guerra difusa es utilizada por estos autores porque engloba de manera más precisa la conceptualización del objeto de estudio que interesa, al ser un instrumento de la política y la política al estar al servicio de los grupos que detentan el poder, es importante entender que la forma de obtener el poder no distingue entre lo bueno o lo malo, simple y llanamente actúa a su parecer, aquí de nuevo se retoma a Nievas quien plantea un aspecto bastante interesante frente a lo que

denomina la producción de sentido, “Toda esta producción informativa está dirigida a producir sentido, a producir un marco interpretativo favorable a los gobiernos directamente involucrados y al cual se asimilan los gobiernos que no están directamente involucrados pero que están irremediabilmente inmersos en el proceso de globalización, enfrentando idénticos problemas, aunque en escalas y con traducciones locales”. (Nievas, 2009)

La producción de sentido en la actualidad se dibuja de la mano de los medios de comunicación y la información, quienes cumplen un papel determinante al momento de exponer un hecho, la forma como revelan al público el acontecimiento y los mecanismos utilizados para repercutir en la psique de los individuos moldeando la idea de dicho acontecimiento, es una de las herramientas más eficientes y potentes en la actualidad, teniendo en cuenta que las sociedades se encuentra interconectadas especialmente por los medios masivos de comunicación sobre todo, porque la información se transmite casi que al instante de ocurrir el hecho. De esta forma las lógicas del poder despliegan desesperadamente los mecanismos del control en su afán de manipular el flujo de la información, buscando favorecer aquello que necesitan transmitir y respaldar.

Nievas le apunta a la producción de sentido porque enfatiza que la realidad es socialmente construida y dicha construcción repercute en la conciencia colectiva, es por esto, que definir la guerra en la actualidad resulta tan complejo, sino se estudiara desde la sociología fácilmente su definición navegaría en el relativismo, porque definirla estaría bajo la disposición, por un lado, de quien produce la guerra y por el otro, de quien es víctima de la guerra, no se trata de desmentir el acontecimiento de guerra sino de exponerlo de tal forma que convenga a quien lo produce.

La guerra abordada desde la pura formalidad parece contener elementos que desagradan a muchos que intentan explicarla, alegando que es sencillamente destrucción y barbarie, recriminando las consecuencias que acarrea la misma, olvidan, sin embargo, que es precisamente la guerra un factor esencial en el devenir de la humanidad, ahora, no se trata de defender o reprochar la existencia de la guerra y la manera como se desenvuelve, sino de entender las lógicas en las que se encuentra inmersa, lo más importante, reconocer que es principalmente un instrumento del poder y para ello basta con observar detenidamente hacia el pasado, es claro que los objetivos varían pero en últimas terminan respetando la constante, es decir, alcanzando el poder.

Es tarea de los sociólogos seguir enriqueciendo este concepto para continuar profundizando y comprendiendo la trama de relaciones sociales que involucran este fenómeno social, especialmente con los cambios y transformaciones que este periodo histórico demanda. La sociología de la guerra permitirá ampliar la comprensión en escenarios de países que viven la guerra y los que aparentemente no están en guerra, quizá si lo están, pero, aún no comprenden las nuevas dinámicas de la misma o quizá y como lo menciona Nieves la producción de sentido niega la existencia de la guerra, de aquí, que sea indispensable entender que ésta no puede seguirse comprendiendo como tradicionalmente se concibe.

## Conclusiones

La sociología ha cultivado grandes formas de pensamiento teórico- conceptual- práctico a lo largo de su historia como disciplina, sin embargo, ha dejado de lado asuntos relevantes como la guerra, lo bélico, lo militar, la violencia y la paz, y se lo ha dejado a las demás disciplinas y ciencias; es por lo anterior que, a la hora de sumergirnos a interrogar acerca de las estructuras, las formas de organización, los intereses, las creencias, los bandos, las limitaciones y las fortalezas de las instituciones militares nos topamos con trabajos e investigaciones realizadas mayoritariamente por historiadores, filósofos, antropólogos, violentólogos, entre otros.

Lo anterior no quiere decir que, no existan formas de construcción teóricas como la sociología de la guerra, del conflicto, del consenso, de la violencia, sino que estas se quedan sólo en su construcción conceptual, y a la hora de realizarse análisis frente a las realidades sociales de países en conflictos bélicos tanto internos como externos se toman las metodologías y los conocimientos impartidos por otras disciplinas; esto sirvió de aliciente para poder indagar y posteriormente construir un concepto que realizara un acercamiento a lo militar, aquel actor sumamente importante en la construcción de Historia y definición de la realidad colombiana.

Pero de lo militar se quiso en especial trabajar con aquella parte implícita, esa que construye la identidad del grupo y que permite la unión con propósito, ese punto diferenciador e integrador, denominado Doctrina Militar, que hace del sujeto civil que ingresa a las filas, un ser que da la vida por la causa, una causa develada en protección al país y la sociedad civil, cuya traducción se encuentra más allá, los fines políticos y económicos son los principales aliados de esta Doctrina, que teniendo de su lado el legítimo uso de la fuerza y porte de armas, y miles de hombres a disposición de una única creencia honoraria, es en sí uno de las principales herramientas para el control de un territorio y la obtención y permanencia en el poder.

Por último, el entender el papel de la Doctrina militar dentro de la organización de la institución misma conlleva a que pueda revelarse desde la raíz la verdadera forma de integración de los distintos ámbitos del Estado con la guerra, y esto a su vez, en un país como Colombia, cuyo inconformismo con las clases y estamentos dirigentes de este país se acrecienta cada día más, sería un punto clave para la transformación no sólo de la institución sino de la misma organización social y estatal; la doctrina militar ejerce poder físico, psicológico y social sobre miles de personas, así como la política, la religión, el fanatismo.

## Bibliografía

- Bourdieu, P. (1987). Los Tres Estados del Capital Cultural. *Sociológica*, 2(5), 11-17. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4397531>
- Bourdieu, P. (2011). *Las estrategias de la reproducción social*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Clausewitz, K. V. (2003). *De la guerra*. Córdoba: Colección clásicos en Español EL CID EDITOR.
- Cruz, A. L. (2001). Las fuerzas militares en Colombia: de sus orígenes. *Historia y espacio*(17), 133-166.
- Díaz-Criado, E. S. (25 de MAYO de 2020). La doctrina militar: del pensamiento estratégico a las operaciones militares. *Araucaria* , 545-562. Obtenido de <file:///C:/Users/Elizabeth/Downloads/Dialnet-LaDoctrinaMilitar-7694882.pdf>
- Diccionario etimológico*. (20 de mayo de 2021). Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?doctrina>
- Gallegos, C. (2020). Guerra, Sociología y Sociología de la Guerra. Revision teórica y aportes metodológicos . *Revista de Ciencias Sociales (Cr)* , 168.
- Loewenstein, k. (1982). *Teoría de la constitución*. Barcelona: Editorial Ariel. Recuperado el 2021 de 09 de 11
- Mendoza, R. (2009). Análisis del concepto de razón de Estado en Maquiavelo y Botero. *Revista Filosofía UIS*, 8(2), 59-71. Obtenido de <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistafilosofiauis/article/view/439>
- Nievas, F. (2009). Sociología de la guerra. *Revistas de estudios para el desarrollo social de la comunicación*, 25 - 48.

- OMS. (2002). Informe mundial sobre la violencia y la salud. Washington, DC: OPS. Obtenido de [https://www.who.int/violence\\_injury\\_prevention/violence/world\\_report/es/summary\\_es.pdf](https://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/es/summary_es.pdf)
- Parsons, T. (1952). Los principales puntos de referencia y componentes estructurales del sistema social. En *El Sistema Social* (págs. 19-46).
- Ramos, L. F. (24 de mayo de 2003). Reflexiones sobre la doctrina . *Boletín de información* , 47-60 . Obtenido de Dialnet: <file:///C:/Users/Elizabeth/Downloads/Dialnet-ReflexionesSobreLaDoctrina-4553417.pdf>
- Real Academia Eapañola. (30 de Septiembre de 2021). *Doctria*. En Diccionario de la lengua Española (tricentenario). Obtenido de <https://dle.rae.es/doctrina>
- Real Academia Española. (2021). *Guerra*. En Diccionario de la lengua Española (tricentenario). Recuperado el 10 de Junio de 2021, de <https://dle.rae.es/guerra>
- Real Academia Española. (2021). *Militar*. En Diccionario de la lengua Española (tricentenario). Obtenido de <https://dle.rae.es/militar?m=form>
- Real Academia Española. (2021). *Violencia*. En Diccionario de la lengua Española (tricentenario). Obtenido de <https://dle.rae.es/violencia?m=form>
- Rodríguez Suarez, J. (2016). Acercamiento comparativo a la doctrina militar: casos de Colombia y Venezuela (1999-2011). Manizales.
- Trujillo, E. B. (2009). Aproximaciones teóricas al concepto de Violencia: avatares de una definición. *Política y Cultura*(32), 9-33. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/polcul/n32/n32a2.pdf>
- Weber, M. (1944). *Economía y Sociedad: Esbozo de sociología comprensiva* . México D.F: Fondo de Cultura Economica .

**Anexo**

Informe Técnico del Laboratorio de Marketing de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, periodo 2020 – 2021

Por:

María Elizabeth Piedrahita Garcés

María Paula Torres Trujillo

Víctor Hugo Patiño Bermúdez

Para:

Leonardo Agudelo Jayskz

Luisa Fernanda Muñoz Zuluaga

Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.

Programa de Sociología

Departamento de Antropología y Sociología

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad de Caldas

Manizales, Caldas

04 de abril del 2022



## Tabla de contenido

<b>Exposición de los hechos .....</b>	<b>4</b>
1. Identidad visual de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.....	4
2. Análisis de texto de las publicaciones en la página de Facebook de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.....	5
3. Análisis estadístico de las publicaciones en la página de Facebook de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.....	6
4. Análisis FODA de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.....	7
<b>Análisis .....</b>	<b>7</b>
<b>Identidad visual como marca .....</b>	<b>7</b>
<b>Texto de las publicaciones .....</b>	<b>10</b>
<b>Estadísticas de las publicaciones .....</b>	<b>12</b>
Antes de implementar el laboratorio .....	12
<b>Resultados de la implementación del laboratorio.....</b>	<b>13</b>
Análisis general estadístico de la intervención de los pasantes .....	15
<b>FODA.....</b>	<b>17</b>
Ejemplo de un análisis FODA en la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García. ....	18
Análisis interno – organización interna .....	18
Debilidades: ¿Qué necesita mejorar? .....	18
Análisis externo .....	19
Partir de lo existente.....	20
¿Cómo se mueve la página de Facebook?.....	21
Tipo de publicaciones con más interacciones .....	22
<b>Resultados obtenidos.....</b>	<b>22</b>

1. Comunidades; organizaciones – procesos políticos y sociales .....	24
2. Entidades públicas de los departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda .....	24
3. Instituciones académicas .....	25
<b>Recomendaciones y conclusiones .....</b>	<b>26</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>29</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>45</b>

Manizales, Caldas  
04 de abril del 2022

**Asunto:** Informe Técnico del Laboratorio de Marketing de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, periodo 2020 – 2021

El presente Informe Técnico es hecho, en coautoría, por:

María Elizabeth Piedrahita Garcés, María Paula Torres Trujillo y Víctor Hugo Patiño Bermúdez.

Presentado a:

Leonardo Agudelo Jayskz y Luisa Fernanda Muñoz Zuluaga

Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.

### **Exposición de los hechos**

Se inicia el proceso de pasantía de septiembre del año 2020 a septiembre del año 2021, en el cual se busca realizar una estrategia de fortalecimiento de marketing digital para la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, con perspectiva y análisis sociológico; para cumplir este objetivo se plantea la realización de publicaciones acordes a la identidad de la Corporación, con el respectivo análisis de imagen, argumentativo, estadístico y FODA de las publicaciones realizadas.

#### 1. Identidad visual de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García como marca.

- El análisis de imagen de los aspectos visuales de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, se hace desde la exposición de los mismos en la página de Facebook de la entidad.
- A partir de lo anterior, se ejecutan medidas para ampliar el espectro de visibilidad de la imagen de la corporación, que esta sea acogida en los diversos campos de acción que se muestran a partir de sus servicios. Estos

campos, relacionados tanto con las diferentes poblaciones objeto, como con los diferentes territorios de Colombia donde estas se encuentren; en primera medida, los departamentos que componen al eje cafetero (Caldas, Quindío y Risaralda) y el departamento del Valle del Cauca.

- Se busca establecer la notoriedad de la Corporación en la red social Facebook, claramente, a partir de estudios que interactúen y analicen la visibilidad de la misma en sus diferentes poblaciones objeto, diferentes públicos.
- El diseño de la apariencia o imagen de una marca, va más allá de establecer letras y colores; pues, además, es necesario establecer una identidad, está en el sentido preciso que el contenido y la forma correspondan, y esto se refiere a el quehacer, el sentir y la filosofía de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.
- Se realiza un análisis de color, criterio editorial, forma y estilo del logo y símbolo, tipografía y eslogan.
- Se crean unas carpetas de imágenes en la página de Facebook “Corporación Antonio García”, para la realización de publicidad: “¿Quiénes somos?” y “Servicios”. (Ver imagen de anexo 1)
- Se añade la sección de “Tienda” a la página de Facebook de la Corporación para presentar el portafolio de servicios al público objeto. (Ver imagen de anexo 2)
- Creación de un prototipo de tarjeta de presentación y contacto (Ver imagen de anexo 3)

## 2. Análisis de texto de las publicaciones en la página de Facebook de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.

- Cada una de las publicaciones efectuadas durante el laboratorio de marketing en la página de Facebook de la Corporación de Investigación

sobre la Realidad Social Antonio García, tenían unos fines completamente directos al propósito de la creación del taller: dinamizar la página, aumentar posibilidades de influencia, contribuir a la identidad de la Corporación, dar seguimiento al criterio editorial planteado desde los inicios de esta, y probar si nuestro planteamiento sirviese para lo anteriormente descrito.

- En el análisis del texto, podemos encontrar claramente la diferenciación de los estilos de cada uno de los pasantes, sin dejar de lado, los objetivos del laboratorio de marketing.
- Para realizar el análisis de texto de las publicaciones se parte desde el estudio de la neurolingüística, el método dialéctico y su relación. (Ver imagen de anexo 4)

3. Análisis estadístico de las publicaciones en la página de Facebook de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.

- Se hace una distinción entre los dos momentos de la página de Facebook, antes y después de la intervención del laboratorio de marketing.
- No sólo se hace un análisis estadístico frente a los parámetros que ofrecen las mismas pautas de Facebook (interacciones, alcances), sino también relacionado con la imagen, tipologías, con la escritura y estrategias de marketing utilizadas, grosso modo dentro del desarrollo de concepto editorial de la página.
- Se emplearon distintos tipos de variables (tipo de publicación, edad, sexo, número de clicks, alcance, me gusta, tendencia, entre otros) para poder interpretar de mejor forma las publicaciones y los intereses del público.
- Se realiza un análisis de marketing en redes sociales para poder entender el cambio que sufrió la página de Facebook y los posibles resultados que

arrojaban la intervención del Laboratorio de marketing (Ver imagen de anexo 5)

4. Análisis FODA de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.

- Se determinan las Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con que cuenta la entidad. Las fortalezas y las debilidades son las que posibilitan el análisis interno de la empresa, mientras que las oportunidades y las amenazas constituyen el análisis externo.
- Se realiza un análisis a partir de la historia y los procesos que ha llevado la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, y las estrategias de movimiento de la página de Facebook que entraron en vigencia con el laboratorio.

## **Análisis**

### **Identidad visual como marca**

El diseño de la apariencia o imagen de una marca, va más allá de establecer letras y colores; pues, además, es necesario establecer una identidad; esta está, en el sentido preciso en que el contenido y la forma se corresponden, y esto se refiere a que el quehacer, el sentir y la filosofía de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García; expresen, conjuguen y sinteticen el todo complejo que es el concepto de esta como marca, todo esto encaminado en el mensaje que precisamente la entidad quiere expresar.

Es decir, pensando desde un principio en sí el mensaje y su intención están siendo claramente recibidos, lo que significa que la identidad es sólida tanto dentro como fuera de la entidad. Esto implica entonces que la interacción emisor (corporación) y receptor (públicos) está siendo lo más clara posible; lo cual tiene que ver con la constante lectura

de las impresiones de este último, de un constante monitoreo de sí la comunicación está siendo eficaz.

Para ello, se desarrollan aspectos centrales en torno a cómo se da la marca a visualizarse, recogiendo y ampliando los aspectos tratados antes del presente análisis; los cuales son principalmente el color, las formas del logo y la tipografía, relacionados con el proceso llevado a cabo por la Corporación y las intenciones establecidas de esta con sus públicos; estas se presentan tanto en los servicios que ofrece la marca, con las orientaciones de a qué públicos se pretende llegar y, por tanto, qué tipo de comunicación requiere cada uno de estos y que la recepción de la información sea eficaz, para lo que es necesario que se desarrolle un estudio completo de las condiciones con que cuenta la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, de la mano con el especialista o especialistas requeridos para tal finalidad, para potenciar la entidad como marca, y así llegar a los públicos que sean su objetivo, buscando los medios más óptimos para ello.

Entrando en materia, la gama de colores (Ver imagen de anexo 7), estuvo acorde al precedente del logotipo con que ya contaba la entidad antes de iniciar con el laboratorio de marketing, entonces más que haberla escogido, se estableció una ampliación de la misma, teniendo como colores base y como punto de partida el amarillo y el azul. El primero, que implica vitalidad, energía, optimismo y, significa felicidad, pero que también es percibido como engaño, advertencia e irritabilidad por su efecto de fatiga visual, y el segundo color, que implica estabilidad, calma, armonía, confianza, fuerza, seguridad y, significa poder, pero que también es asociado a la lejanía y a la frialdad.

Esta ampliación pretende que como resultado del posicionamiento de la corporación como marca se le asocia, claramente, con los aspectos positivos de cada color, nuevamente presentándose por medio de la correspondencia entre forma y contenido. Por ejemplo, se puede establecer a partir de la paleta de colores, los principales de esta: la gama de amarillos y la gama azules, y los colores representativos de Colombia como marca país. La marca país se puede concebir en cómo desde la entidad se tiene la lectura sobre la realidad colombiana y sus condiciones.

En términos de forma, tanto el logo como el símbolo, para que, en ese sentido, ambos sean en lo formal, independientes y tengan la capacidad de ser identificados tanto en conjunto como por separado y, así, llegar al punto de reconocimiento independiente, ampliando el espectro de visibilidad de la entidad en cada intervención publicitaria y difusión de información.

En términos de formas, en el logo se establecieron principalmente tres: 1) Circular, 2) Cuadrados o rectángulos y 3) curvas.

**1) Circular:** *“Los logos que usan anillos están diseñados para ser acogedores, positivos y enfocados en un mensaje de unidad [...] Los círculos son también un signo de continuidad y perseverancia...”* (Tailor Brands, s.f.) (Ver imagen de anexo 8)

**2) Cuadrados o rectángulos:** *“Para un diseño más agresivo, los cuadrados y rectángulos ofrecen una combinación de audacia y equilibrio. Los rectángulos a menudo se ven como un signo de seguridad y confianza, ya que están asociados a objetos como casas, cajas fuertes y cajas donde se guardan cosas...”* (Tailor Brands, s.f.) (Ver imagen de anexo 9)

**3) Curvas:** *“Las curvas son una excelente manera de añadir una sensación de movimiento y ritmo al diseño de un logotipo. A diferencia de las líneas rectas horizontales o verticales, las curvas tienen que ver con el movimiento, la felicidad y la emoción positiva”* (Tailor Brands, s.f.)

De modo similar se hizo con el proceso tipográfico (Ver imagen de anexo 10), escogiendo similitud con las letras que ya contaba la corporación antes de emprender el proceso del laboratorio de marketing. En el manejo de la tipografía, se debe estar consciente de que ésta es tan importante como las imágenes propiamente dichas. Tanto las imágenes adecuadas como fuentes tipográficas, escogidas de forma congruente, establecen con claridad el mensaje que se busca transmitir.



Además, se planteó también como aspecto relevante de la identidad de la organización que, desde su propio nombre, la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García asume una postura intelectual, científica, filosófica y práctica, encaminada, orientada por lo que es el ejemplo desde la experiencia del intelectual colombiano Antonio García Nossa. Todos los esfuerzos realizados por dicho referente, son aspectos considerados como fundamentales para un acercamiento diferente y crítico al desarrollo en las ciencias sociales, en la investigación de los problemas sociales y en el desarrollo de las políticas públicas. Las cuales son resultado de una visión reconciliadora, entre las grandes teorías sociológicas, fundamentalmente la de Marx, con los problemas concretos, y con esto desarrollando aspecto central del criterio editorial (Ver imagen de anexo 11), desde el que se establece determinada línea de pensamiento para publicar y crear contenido que refleje el quehacer, el sentir y el pensar de la corporación; los cuales expresan su visión y filosofía como institución prestadora de servicios de índole social.

El eslogan “*Estás en buenas manos*” es claro y conciso en lo que pretende representar, y eso es: confiabilidad y capacidad de gestión en el asesoramiento, para la prestación de los servicios con los que la corporación se publicita, y con ello, todo lo que implica dicha prestación: los procesos profesionales, con el personal plenamente capacitado y con la suficiente destreza para desarrollar y aplicar esos servicios encaminados a diversos procesos que en mayor o menor medida impactan la sociedad, generando así impulsos y cambios en la misma. Conectando con la percepción y necesidades de los distintos públicos, en lo cual, la corporación cumple el papel de ser el agente que suplirá estas necesidades desde su portafolio de servicios.

Tanto la creación de carpetas de imágenes como de la sección de tienda en el perfil de la corporación en Facebook, se hacen con la principal función de otorgar orden al contenido principal de la entidad en términos de identidad, contacto y oferta de servicios.

### **Texto de las publicaciones**

El desarrollo neurolingüístico como término que en las ciencias sociales puede ser visto como un aliado de los estudios, no sólo de la lengua y de la construcción de

conocimiento, sino también de ámbitos políticos, identitarios y relacionales que desarrollen diferentes análisis situacionales y de contexto, como también de los argumentos referentes a temas sociales, a las masas, a los grupos. Teniendo en cuenta lo anterior, el entender y estudiar la neurolingüística permite a su vez también fundamentar y crear enlaces de textos, palabras, colores, figuras que generen algo en quien lo recibe, en quien lo percibe, y no un algo que se relacione directamente con su concepción individual, sino también un algo que se relacione con la memoria, los recuerdos y la creación de sentimientos y emociones.

La comunicación hace parte fundamental de la base de la sociedad, en ella se encuentran los cimientos de construcción de las relaciones sociales, y es por ello, que, dentro de los distintos círculos sociales de diversa índole, se gestan a su vez formas de comunicación, primero, no solo basadas en la palabra sino también en lo simbólico, y segundo que tienen consigo una forma argumentativa y visual completamente hilada, con conexión, con sentido, que conlleva a que se tenga en cuenta no sólo el interés general de quienes lo crean, lo presentan y difunden, sino también de a quienes pretenden llegar, de esta forma, se genera una conexión (genuina o no), que contribuye a su propagación, aceptación, etc.

Para Hegel la realidad es ontológicamente dialéctica y, por ende, el conocimiento tiene una estructura que se encuentra en constante contradicción, cambio, transformación; aspectos que son fundamentales en la teoría hegeliana. El conocimiento consiste en la relación sujeto-objeto, sujeto-sujeto y cada uno de estos niega, contradice y se reconoce en el otro; a partir de la diferencia se tiende a la búsqueda de un reconocer, de una igualdad, de una identidad. En la pretensión de Hegel se encontraba poder aportar a la filosofía un método de conocimiento absoluto, y parte de su esencia se encuentra constituida por tres momentos: abstracto, negativo-racional y positivo racional. (Carpio, 2004)

La relación fundamental se centra en el hecho de que tanto el método dialéctico como la neurolingüística se centran en la búsqueda de conocimiento, de intentar dar cuenta de cómo se construye un sistema de conocimiento, reconociendo a su vez la subjetividad, la transformación, la causalidad. El método dialéctico propone el cambio constante y esto

en términos de la programación neurolingüística brinda la posibilidad de poder realizar cambios estructurales o de sentido en aquello que se consume, se percibe, se aprehende en la cotidianidad dependiendo de la necesidad de quien transmite y lo que quiere lograr en el receptor.

En términos de cómo se buscaba implementar esto en la página de Facebook de la Corporación, se puede decir que en un primer momento se mantuvo en la búsqueda de conservar el estilo editorial construido en la esencia y su sentido de ser, por otro lado, también en la constante entonación de las imágenes alusivas a los colores y la simbología -como el logo-, la construcción de textos cortos -ideales para este tipo de red social-, uso de hashtag – para poder llegar fácilmente al público deseado, enlaces que permiten ver cuáles son los temas de interés de la misma, vídeos promocionales de los servicios de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, haciendo alusión a su construcción conceptual y de marketing que permite así, construir la identidad de la misma.

### **Estadísticas de las publicaciones**

#### **Antes de implementar el laboratorio**

La página oficial de Facebook de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García fue creada el 10 de octubre del 2017, anterior a la intervención del Taller de Marketing desarrollado por los pasantes en el año 2021, era mínimo lo que se había interactuado y compartido en esta página. La primera publicación data del mismo día de su creación donde se compartía un video de YouTube de Martin Gak acerca de la llegada de la ultraderecha alemana al Parlamento, luego de esto viene un artículo del Espectador acerca de la Reforma Protestante y otro artículo acerca de la Revolución Rusa. Las anteriores publicaciones cobran sentido a la hora de ver el evento que se realizaría por parte de la Corporación en Conmemoración de los 100 años de la Revolución Bolchevique y de los 500 de la Reforma Protestante. Realizando un análisis de las publicaciones frente a este evento, se encuentra que el alcance y las interacciones de estas fue limitada. (Ver imagen de anexo 12).

Por otro lado, no es posible determinar hoy día en cuántos seguidores aumentó la página desde su creación, sin embargo, hasta el desarrollo de la primera parte de este informe la entidad contaba con 115 seguidores, sobre los cuales se efectuó el análisis. Teniendo en cuenta esto, también las interacciones y alcances pueden ser mínimos por la falta de claridad acerca de las funciones de la Corporación, cuestión que se mencionará más adelante y que se espera profundizar con el taller de Marketing.

Las últimas dos publicaciones de la página antes de la intervención del taller, fueron el 20 de noviembre del 2017 y el 20 de noviembre del 2020, son las que más alcance e interacciones tuvieron, la del 2017 fue un artículo referente a la propaganda soviética, y la segunda, un video compartido de YouTube en Homenaje a Fernando Cantor<sup>2</sup>. (Ver imágenes de anexo 13 y 14)

### **Resultados de la implementación del laboratorio**

Se dio inicio al ejercicio del laboratorio de Marketing el 18 de junio del 2021. En primera instancia se efectuaron publicaciones acerca de los servicios que ofrece la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, luego se incorporaron artículos, eventos, entrevistas, videos y noticias. Se hizo visible el aumento en el número de personas alcanzadas, y en comparación a cuando se comenzó el taller, la página aumentó en su número de seguidores a 13. (Ver imagen de anexo 15)

---

<sup>2</sup> Fernando Cantor Amador, Sociólogo egresado de la Universidad Nacional, trabajó como docente del departamento de Sociología y Antropología de la Universidad de Caldas desde el año 2002 hasta su fallecimiento en el año 2018, periodo en el que también se desempeñó como profesor de sociología de la Universidad Nacional, sede Manizales. Fue fundador de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, y con quien se llevó a cabo la generación y participación de los principales proyectos de la entidad desde su creación hasta la fecha, logrando con ello el nivel de posicionamiento y visibilidad con que cuenta esta en la actualidad. Con él se impulsó el proceso de investigación y visibilización de las consecuencias acarreadas por la implementación del macroproyecto en la comuna San José, se empezó a constituir la corporación como entidad formal, luego se desarrolló la cátedra de historia regional Bernardo Arias Trujillo, en el año 2017 se hizo el evento acerca de la conmemoración de los 500 años de la reforma protestante y los 100 años de la Revolución Bolchevique y se impulsó el proceso de investigación en conjunto con Unillanos para el desarrollo del Plan de Ordenamiento Territorial del Departamento de Arauca; este último proceso no logró culminarlo por su fallecimiento, dejando en manos de los demás integrantes de la corporación la culminación del mismo.

Desde el 27 de agosto se realizaron 34 publicaciones; entre enlaces, vídeos e imágenes, correspondientes a las líneas de trabajo definidas a partir de la interpretación del portafolio de la entidad, se realizaron publicaciones de índole educativa, social, académico, prensa, y, sobre los servicios ofrecidos por la Corporación, dejando también en claro sus canales de comunicación.

En un primer momento, se puede observar el balance de cada una de las publicaciones realizadas, a grandes rasgos se destaca que los comentarios y las reacciones siguen siendo nulos, es decir, que a las personas que alcanza la publicación (a aquellas que el algoritmo de Facebook les enseña la publicación en el feed o página principal) no les genera mayor interés o importancia, y por ende no reaccionan (me gusta, me encanta, me importa o me enoja) tampoco comentan la publicación por ningún motivo, cabe resaltar que posiblemente este resultado se encuentra ligado con cuestiones estructurales de alcance y la tipología de personas a las cuales les está llegando la información compartida.

En cuanto a personas alcanzadas por publicación es donde se pudo observar un mayor cambio, en promedio las publicaciones tuvieron un alcance de 26,7 personas, un buen número para una página que en tres meses volvió a arrancar con su estrategia de publicación constante; por otro lado, se encuentran las interacciones con el público que pueden ser definidas como aquellas personas que se interesan en lo publicado, deteniéndose a leer, abriendo los enlaces o imágenes, el número máximo de interacción por publicación es de 4 personas, un número aún bajo, pero que en comparación a otros momentos de la página también marca un punto de partida de acercamiento al público de la red social. (Ver ejemplo en imagen anexo 16)

Facebook Business Suite da acceso a gráficas estadísticas, realizadas a partir de la recopilación interactiva desarrollada desde la misma red social, donde podemos visualizar distintos elementos importantes para el presente análisis.

El primer elemento tiene que ver con el alcance la página de Facebook que para el término del taller de marketing grupal y el inicio de la línea individual de cada pasante

mostraba resultados favorecedores para la página, durante el mes de agosto se observa una estabilidad de alcance de las publicaciones, con descenso poco significativo a mediados del mes, pero en general estable. (Ver imagen de anexo 17)

Por otro lado, la distribución por edad y sexo de las personas que interactúan con el contenido, nos muestra que no hay mayor diferencia entre el sexo de quienes visualizan la página y las edades que más se interesan en las publicaciones y siguen la página, mientras que en las edades sí encontramos unos rangos significativos en tanto alcance, siendo la población joven (18-24 años, 25-34 años) la que mayoritariamente accede a la información compartida. (Ver imagen de anexo 18)

Un último dato proporcionado por la interfaz es la de las principales ciudades a las cuales tienen alcance las publicaciones, donde se tiene en cuenta todo el contenido desde que se inició la página como tal. Podemos observar que la mayor incidencia se encuentra en el eje cafetero, teniendo por centro Manizales, fuera de esta zona el mayor alcance se da en la ciudad de Bogotá. (Ver imagen de anexo 19)

### **Análisis general estadístico de la intervención de los pasantes**

En general, las publicaciones realizadas en la página de Facebook se pueden dividir en tres tipos de elementos: enlaces, videos y fotos, cada uno con contenidos variados acerca de entrevistas, artículos de interés, noticias, y los servicios ofertados por la corporación. Todo enfocado a los posibles clientes de interés para la entidad, clientes de diversos sectores, pero que, pudiesen encontrar en los temas de interés publicados alguna forma de conexión con la esencia de la Corporación. Facebook posibilita también gran cantidad de datos que nos permiten crear así análisis pertinentes para el presente informe, aquí se desarrollarán los siguientes: cantidad de publicaciones por tipología, análisis de opción “compartir” por tipología, análisis de selección de enlace “link clicks” por tipología, análisis de alcance del post por tipología y análisis de opción “me gusta” por tipología. (Ver imágenes de anexo 20 y 21)

Las publicaciones que contienen, según la clasificación de Facebook, el ítem *links* son mayoría debido a que se clasifica allí todo lo que tiene que ver con enlaces: artículos,

libros, prensa, redireccionamiento a otro sitio web, entre otros. Las imágenes – *photo*– corresponden en su gran mayoría a imágenes publicitarias de servicios de la Corporación y, en una menor medida, a imágenes que acompañan textos o artículos, por último, los vídeos fueron los que en menor medida se publicaron, y fueron videos en alusión al legado de Fernando Cantor y algunos acerca de documentales y entrevistas. (Ver imágenes de anexo 22 y 23)

Teniendo en cuenta en proporción del tipo de publicaciones, claramente se tendrá un mayor porcentaje de compartidos en los enlaces, y es totalmente correspondiente cada ítem al porcentaje total de compartidos. (Ver imágenes de anexo 24 y 25)

Este punto es importante, porque permite dar cuenta de quienes se interesan en aquello que ha sido publicado, quiénes se detienen a ver por un momento la publicación y le dan click, lo seleccionan, en el caso de los enlaces para redireccionarse a la página en la cual se encuentra, en el caso de las imágenes para ampliarlas y tener acceso a la información completa, y en el caso de los videos para poder reproducirlos, esto nos muestra que si se genera interacción entre el navegante de la red social y aquello que publica, es decir, que si hay interés en la publicación. (Ver imágenes de anexo 26 y 27)

Se examinan entonces dos aristas de principales, la primera es la estrategia de marketing utilizada para las publicaciones y también si corresponden directamente al algoritmo de la página de Facebook que se encuentra en constante cambio, teniendo en cuenta que también para aparecerle a un público distinto al que sigue la página, se debe pagar por publicación y difusión. (Ver imágenes de anexo 28 y 29)

Este análisis también tiene que ver con la interacción, y aún más con aquello que suscita en la persona lo que está viendo como publicación, con relación a ella, se puede enunciar que todas las reacciones que se han dado han sido positivas (me gusta en su mayoría), y proporcional al número de publicaciones según el tipo, los enlaces son los que mayor reacción tienen, sorprende el hecho de que los videos no tengan reacción alguna. Esto devela que en cuanto al aumento de público no se generó distinción alguna desde el inicio del taller de marketing, sin embargo, la incidencia de la página en la red social ha

tenido un aumento significativo con respecto a toda la trayectoria de la página. (Ver imagen de anexo 30)

## **FODA**

El propósito fundamental de este componente en el presente informe y parte del resultado del trabajo desarrollado por la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, radica en exponer los aspectos más relevantes que se definieron en cuanto a la perspectiva DOFA o FODA sobre la organización. Si bien no se trabaja a profundidad la aplicación de este tipo de análisis, se dejan los cimientos sobre los cuales es posible volver más adelante, quizá con más herramientas, para un análisis más completo, preciso, y eficaz.

Es importante dejar claro que parte de todo el trabajo desarrollado es solo el comienzo publicitario y estratégico que se quiere alcanzar con la entidad, porque si algo se destaca es que tiene grandes posibilidades de crecer y aportar soluciones a los diversos procesos que se gestionen dentro y fuera del escenario local. Una de las apuestas con mayor pretensión que se pueden establecer es lograr un posicionamiento en primera instancia municipal y posteriormente nacional, es claro que falta camino por recorrer para alcanzarlo, pero es posible lograrlo con mucho trabajo y dedicación.

De acuerdo con la información hasta ahora abordada, se tiene en cuenta que la dificultad para realizar este análisis a la corporación radica en la precariedad de los datos, ya que se requiere información sólida para realizar comparativas en cada componente del análisis FODA. Sin datos, el ejercicio pierde fuerza y no es posible sustentarlo o sostenerlo. Por lo tanto, lo primero que requiere un estudio como el que se menciona es la consolidación de datos que sustenten una dinámica de trabajo.



De otro lado, la forma metodológica de empezar a ejecutar este análisis es planteando la perspectiva de mercado, es decir, la posición de la empresa dentro del mercado, cuáles son sus perspectivas a futuro y cuál ha sido su comportamiento durante los dos últimos años, así como el porcentaje de la participación de la empresa con respecto al mercado local o regional. Desde esta perspectiva se podrán conocer las amenazas, pero también las oportunidades que ofrece el escenario.

Luego, es necesario plantear la perspectiva financiera que hace alusión al desempeño financiero o económico de la empresa. Crecimiento, gastos – costos y ganancias, son las categorías básicas que se detallan desde esta perspectiva. También la perspectiva operacional incluye cómo se han comportado los indicadores en cuanto al desempeño de la empresa, es decir, su nivel de productividad.

### **Ejemplo de un análisis FODA en la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.**

#### **Análisis interno – organización interna:**

Fortalezas: ¿En qué es buena la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García? Cuenta con capital intelectual y académico, profesionales de las ciencias sociales (sociología) que realizan proyectos de investigación social en determinado contexto, en pocas palabras; investigación teórica – práctica de acuerdo con determinado objeto de estudio. Una parte del sustento para resaltar el trabajo que ha desarrollado la entidad y que cuenta como antecedente de la misma, fue el trabajo efectuado en el año 2018 como parte del informe preliminar para el desarrollo del Plan de Ordenamiento Territorial Departamental de Arauca, en convenio con la Universidad de los Llanos (Unillanos) y el Departamento de Arauca, en dicho proceso se despliega todo un proceder sociológico acompañado de las pertinentes herramientas metodológicas para ejecutarlo.

Las capacidades de la Corporación se miden a través de sus antecedentes, se insiste en este factor porque implica reflexionar sobre la razón de ser de la organización, su carta de

presentación y lo que genera credibilidad al momento de interactuar con los diferentes públicos, como clientes potenciales.

### **Debilidades ¿Qué necesita mejorar?**

- La corporación necesita de manera urgente realizar inversión en tiempo y recursos económicos, para implementar las estrategias de marketing que se puedan desarrollar.
- Además, es prioritario establecer los objetivos que se puedan cumplir a corto plazo, de tal manera que desde los mismos se trace una ruta a seguir.
- Un tema imprescindible para la entidad es efectuar una recopilación de todo el trabajo que ha materializado tanto antes como después de configurar legalmente, los antecedentes son un soporte mínimo para posicionarse y fortalecer la identidad como organización, además la carta de presentación para los diferentes públicos y posibles clientes.

Las debilidades de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García pueden incluso aumentar, las que se mencionan en el presente son aquellas que se pueden extraer del proceso de pasantía. Es fundamental empezar por reconocerlas y clasificarlas, con lo cual no se busca únicamente señalarlas, el propósito es iniciar un cambio interno para mejorar estas falencias.

Este tipo de análisis interno, de acuerdo a las fortalezas y debilidades, busca especialmente plantear un énfasis sobre las condiciones actuales de la corporación, aquello que necesariamente hay que empezar a mejorar y que debilita el resurgir de la corporación como una organización capaz de posicionarse, inicialmente a nivel local.

### **Análisis externo:**

Oportunidades: puede pensarse en las oportunidades que ofrece el mercado local o regional a la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, cuál es su campo de acción sobre el cual puede moverse. Frente a esto, el ejemplo práctico

que puede utilizarse fue la creación de una base de datos de las convocatorias y proyectos sobre los cuales se podía y aún se puede postular la corporación para entrar a competir en el mercado local y nacional, dicha base de datos fue recopilada inicialmente por el grupo de pasantes con el firme propósito de examinar los escenarios aptos para participar.

Siguiendo la línea de las oportunidades, existen unos antecedentes en cuanto al trabajo realizado por la corporación y, este es un punto clave para poder generar un reconocimiento y entrar a competir en el mercado.

Amenazas: se plantean como los riesgos económicos, políticos, y todo aquel evento sobre el cual no se tiene control y que puede afectar directamente a la empresa, entidad, corporación u organización. Para este caso específico, se plantean dos amenazas significativas que se prevén ocurrir una vez la corporación se active nuevamente.

1. Corporaciones o empresas afines que estén consolidadas y tengan el monopolio del mercado.
2. Otro factor amenazante que puede influir en la posibilidad de alcanzar contratos a nivel local, está relacionado con aquellas entidades que logran la mayor parte de las licitaciones como resultado de corrupción dentro de los entes o instituciones con las que se podría tener contacto.  
(clientelismo)

Los anteriores procesos metodológicos van a permitir hacer un cruce de la información del análisis FODA para generar una operación estratégica de marketing de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García. Sin embargo, este tipo de estudio debe desarrollarse más adelante a profundidad, por ahora se puede partir de lo ya elaborado por la entidad.

### **Partir de lo existente.**

Es necesario comprender que por ahora se debe rescatar lo realizado en su momento, si bien la entidad se encuentra en una etapa pausada, no se puede desvirtuar lo ya realizado,

se cuenta entonces con algunos antecedentes del trabajo desarrollado, una página de Facebook y una serie de servicios que ofrece la corporación.

### **Antecedentes**

- Antes de la constitución legal de la entidad, se trabajó en el proyecto de reforma urbana en la comuna de San José. (Ver imagen de anexo 31)
- Después de la legalización de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, se trabajó en la realización de la Cátedra de Historia Bernardo Arias Trujillo, en convenio con el consejo municipal de Manizales en el 2015. (Ver imagen de anexo 32)
- Por último, el plan de Ordenamiento Territorial del departamento de Arauca en 2018 y 2019. Análisis efectuado por la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, acerca del proceso sociocultural y del conflicto armado en el departamento de Arauca – Colombia, en convenio con Unillanos y la Gobernación del Departamento de Arauca.

### **¿Cómo se mueve la página de Facebook?**

Ha sido complejo poder alcanzar una interacción constante entre las publicaciones y el público que las visualice. Esta condición depende de varios factores, uno de los que se resaltan es la escasez del contenido propio que se pueda compartir de la entidad, ya que más allá de una serie de servicios disponibles, son pocas las publicaciones que correspondan estrictamente con lo que la corporación haya desarrollado.

Como se puede evidenciar de acuerdo con el análisis estadístico las publicaciones corresponden con artículos, contenido audiovisual, prensa e investigaciones que tratan temas afines al ser de la corporación, temas relacionados con la crítica social, así como procesos de intervención desde entidades públicas desarrollados a partir de proyectos político-administrativos, el objetivo con este tipo de publicaciones fue primordialmente alcanzar un interés por parte del público, ahora bien, una de las grandes conclusiones a las que se llega con todo el ejercicio desarrollado es que el público no tiene mayor

interacción con la página<sup>3</sup> lo que permite comprender la complejidad para clasificar el tipo de espectadores que reciben el contenido publicitario.

Existe un porcentaje de alcance, es decir, la cantidad de personas alcanzadas por publicación, esta es la única categoría que ha variado considerablemente desde el 18 de junio del 2021 que se dio inicio al proceso, cambia de acuerdo con cada publicación, así, por ejemplo, unas tienen mayor alcance y con otras es bastante limitado.

### **Tipo de publicaciones con más interacciones**

De acuerdo con la serie de publicaciones que se han ejecutado, se evidencia que fundamentalmente las publicaciones que tiene por contenido el trabajo de Fernando Cantor sobre la comuna de san José, la entrevista a Leonardo Agudelo “Venezuela y Colombia, frontera por superar” y el seminario sobre Marx son las publicaciones que han alcanzado el máximo de personas. Una de las razones por las que pueden tener más visualizaciones en comparación con las demás, puede ser el hecho de que estos trabajos han sido de tipo académico e investigativo y tiene como principales protagonistas a los docentes de la Universidad de caldas, teniendo también muy presente que gran parte de los seguidores de la página son estudiantes de la misma.

### **Resultados obtenidos**

Finalizado el proceso de pasantía institucional dentro de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, se tienen dos resultados fundamentales:

El primero fue la interacción constante en la página oficial de Facebook, a través de la cual se consolida una imagen propia a la corporación, específicamente se trabajó en la parte visual, estableciendo un criterio editorial de tal forma que cada publicación obedeció a la identidad de ésta, así como también el desarrollo de marketing implementado a lo largo del proceso. También se realizó un seguimiento al comportamiento de las publicaciones y las reacciones generadas por parte del público, comportamiento que se evidenció en la recopilación del análisis estadístico expuesto

<sup>3</sup> La interacción en este caso se mide por comentarios o links que quedan registrados sobre cada publicación.

anteriormente, solo por mencionar, uno de los resultados en términos generales fue incentivar dinámicas propias del buen manejo de redes sociales para fines lucrativos y organizacionales tales como: Uso de hashtag, definición de horas de publicación, definición del público al cual se dirige, Conocimiento de tendencias en redes sociales, Propuesta de línea de marketing de la Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García. Mensajes cortos, contundentes, siempre con encabezado, publicación constante, diaria o día de por medio, Uso de herramientas de organización.

El segundo resultado está directamente relacionado con tres propuestas de marketing para la entidad, cada una puesta en marcha y ejecutada a través de su página de Facebook, el propósito de cada publicación obedeció a la necesidad de respetar y continuar la imagen e identidad que la caracteriza desde su conformación, se definió que cada propuesta siguiera la misma gama de colores y estilo tipográfico, ahora bien, las publicaciones hacen parte de elementos ya desarrollados en los insumos dados principalmente por su portafolio de servicios, desde el cual se pretende establecer un análisis inicial de las condiciones en que se encuentra la entidad para su potenciación como marca.

Estos análisis preliminares que buscan establecer lineamientos de marketing para la Corporación son resultado de su accionar, expresado en su portafolio de servicios, como en la realización de proyectos, eventos, espacios y encuentros, los cuales enuncian sus intereses y filosofía corporativa. Fue así como se definió, a partir de la trayectoria de la entidad, organizar y establecer criterios por los cuales esta pueda seguir actuando y, también, fomentar y fortalecer su imagen como marca prestadora de servicios, con enfoque y repercusión social.

De esta manera, cada pasante identificó y caracterizó los distintos tipos de población o grupos sociales a los que puede llegar la entidad con el propósito de generar acercamientos y posteriormente crear una relación con estos como potenciales clientes. Otro de los propósitos clave para la corporación es aumentar la cobertura, aumentar también la percepción, el conocimiento que los distintos clientes tienen acerca de la entidad y sus servicios, y consecuentemente aumentar las ventas y los ingresos.

Ahora bien, en términos metodológicos y de desarrollo de las propuestas, se destaca que cada pasante realizó la caracterización del público o, mejor dicho, la población objeto, dividiéndola en tres grandes grupos y posteriormente ideando un plan de acción para ponerla en marcha. Por último, se efectuaron publicaciones acordes con cada población objeto seleccionada y de acuerdo con un contenido que expresara los intereses tanto de la corporación como de cada población.

### **1. Comunidades; organizaciones - procesos políticos y sociales.**

Para la determinación de estas poblaciones–objeto a las que se busca llegar y el conocimiento de sus motivaciones, fue necesario entonces la tipificación de grupos sociales, y las diversas condiciones objetivas, indicadores sociales, las dimensiones; demográficas, sociales, económicas y políticas que los mismos comparten, en las cuales se unen y también se distancian, para así establecer a partir de qué tipo de contenido hacer visible, llamativa la marca, dependiendo del entorno y los potenciales públicos o poblaciones a las cuales la información será dirigida, y poder establecer un contacto claro con estas, donde los canales comunicativos sean generados según las características de cada una, por sus condiciones y necesidades. (ver imagen de anexo 33)

La corporación Antonio García comparte un enfoque completamente social, en el sentido de sus servicios y no se queda en la mera responsabilidad social empresarial, como las organizaciones de enfoques diferentes al de esta, es más, uno de los servicios o asesorías con que cuenta el Antonio García, es en el campo de la responsabilidad social empresarial, pero esto es tema para un campo diferente al que se está tratando en este documento.

### **2. Entidades públicas de los departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda.**

Para efectos prácticos se delimitó en estos tres departamentos, especialmente teniendo presente el escenario sobre el cual se puede mover la corporación de acuerdo con la participación de los integrantes. Las entidades públicas de interés están relacionadas con las alcaldías de cada municipio de los tres departamentos, así como otras entidades que

generan procesos de gestión y de acción en los diversos territorios. Entonces, la idea de captar la atención de esta población estuvo marcada primero por clasificar los servicios que la corporación tiene para ofrecer a este grupo específico y segundo, la recopilación de toda una serie de publicaciones de interés estatal, noticias e investigaciones sobre los departamentos señalados, esto con el propósito de pensar otra forma de captar la atención de la población elegida.

En este sentido, gran parte de la propuesta giró en torno al hecho de que la corporación pudiera compartir publicaciones de entidades estatales, que fueran de interés tanto para la corporación como para la entidad en sí, y la manera que se definió para llamar la atención fue especialmente etiquetar la entidad protagonista de la publicación, con el propósito de dejar huella sobre el evento publicado, además es importante señalar que esto permite tener un espectro de las entidades que vienen desarrollando proyectos en los cuales la Corporación podría participar. (ver imagen de anexo 34)

### **3. Instituciones académicas.**

En Colombia encontramos gran diversidad de instituciones de índole académica, conformado, por un lado, por Universidades, colegios, centros de educación, y por otro por las asociaciones, programas, planes, corporaciones, redes, observatorios, sistemas, entre otros, es así que en el país para el año 2019 se podían encontrar alrededor de 296 Instituciones de Educación Superior (Observatorio de la Universidad Colombiana), alrededor de 12.600 colegios para el año 2013 (El Espectador), en totalidad, sin discriminar establecimientos públicos o privados.

La Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García, en su experiencia de intervención social, y su larga trayectoria de investigación, tiene los fundamentos necesarios para ofertar productos que desde la praxis sociológica se pueden brindar a diferentes entidades. El asunto es a qué entidades se le presenta el portafolio de los servicios que se están construyendo, y de acuerdo a ello qué servicios en específico requieren cada una de estas entidades, empresas, instituciones no gubernamentales y



gubernamentales, al igual que los diferentes sectores a los que se hace referencia en el documento que contiene la información de la fundación. (Ver imagen de anexo 35)

Si bien las redes sociales, son un campo en donde los individuos se encuentran en interacción digital, constata, éste no representa la potencialidad de los vínculos que se deben generar para desarrollar proyectos de investigación, diagnóstico o de intervención social, pues si se hace una caracterización superficial de las personas que consumen *información efímera* en las redes sociales, no son el tipo de público que requiere o avala servicios como los que oferta La corporación, en ese sentido es importante resaltar la pertinencia de hacer una base de datos con: Partidos políticos, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, fundaciones del territorio nacional e internacional, secretarías y oficinas de las alcaldías y gobernación(es) que manejen presupuestos para proyectos sociales, grupos empresariales que requieran las evaluaciones de impactos sociales dentro de sus proyectos, fondos internacionales que financien la investigación, e intervención desde lo social. Etc.

### **Recomendaciones y conclusiones**

Una de las conclusiones y propuestas que dejó como resultado el laboratorio desarrollado fue determinar que para lograr el contacto con las diversas entidades es indispensable hacer uso de la base de datos con los posibles clientes que durante el desarrollo del trabajo se creó, por tal razón, gran parte del trabajo aquí desarrollado también consistió en recolectar la información sobre las entidades que fueron seleccionadas en la interacción a través de Facebook, de esta manera se realizó el registro del enlace oficial de la institución, el correo electrónico y un número telefónico para contactar la entidad.

También como propuesta se plantea un acercamiento directo por parte de la Corporación con aquellas instituciones que desarrollen proyectos en los cuales pueda participar, una forma de hacerlo es darse a conocer enviando información a través de los correos electrónicos habilitados en la base de datos que se mencionó anteriormente en los cuales se comparta información de los servicios que la corporación ofrece.

A su vez, se pueden generar estrategias de contacto con estas entidades u organizaciones, que permitan en un primer momento dar a conocer la corporación y ofertar sus servicios,

la visibilización de la misma no puede ser endógena, no puede quedarse en los círculos cercanos que se conocen por afinidad disciplinar. Debe salir de allí y empezar a preguntar quiénes son los que manejan los presupuestos o los encargados de ejecutar los mismos que sean afines a los servicios que La corporación ofrece. En este campo es importante detenerse un poco sobre las consideraciones que se han hecho sobreentender las formas de trabajar de otras corporaciones o fundaciones que ofrecen los mismos servicios, para ampliar el panorama y las estrategias dentro del campo de acción. Ello a su vez debería ir acompañado por hacer una caracterización superficial de aquello que requieren dichas entidades, y de acuerdo a ello, adaptar los servicios, de acuerdo a las capacidades de la corporación, al igual que del personal que la conforma, como a su vez de la capacidad de liderazgo, entablando convenios para desarrollar los procesos en caso de que lo requerido supere las capacidades y alcances de los integrantes de la misma.

Por otro lado, es fundamental tener presente que, de acuerdo con la dinámica de la página, la población que principalmente capta las publicaciones son estudiantes o comunidad universitaria debido al escenario donde surge y por quiénes está liderada. Alcanzar otro tipo de población en este momento resulta difícil por el frágil posicionamiento de la corporación. Sin embargo, esta afirmación aún debe ser analizada, ya que, la forma de determinar la tipología de las personas que visualizan el contenido se genera a través de la interacción directa con la misma, es decir, a través de acciones y reacciones como los links, comentarios o compartir las publicaciones.

Cabe resaltar que, pese a la actividad realizada durante la puesta en marcha del laboratorio de marketing, no se logra aumentar la interacción con el público, se espera que el contenido publicado logre despertar el interés sobre la corporación, sin embargo, debido al escaso material que muestre protagonismo práctico de la misma, fue necesario utilizar publicaciones de terceros; artículos, contenido audiovisual, prensa, etc., que contienen, una afinidad con las características expuestas por la corporación, pero que no corresponde a una autoría de la misma entidad. Aunque el objetivo con cada publicación es lograr captar la atención de la población, se sigue presentando la gran dificultad de ser una página que publica contenido de otras entidades.

El reto principal que enfrenta ahora la corporación es definir en qué momento traza una ruta estratégica de marketing que tenga inversión económica, se hace referencia a los anuncios pagados que se pueden gestionar desde Facebook, porque más que una red social también se ha convertido en una herramienta de negocio útil y eficaz a nivel mundial, es fundamental que desde la corporación se reconozca que sin inversión económica no es posible llegar hasta un cliente. Ahora bien, la parte publicitaria es el resultado de lo que se quiere mostrar como organización y definir este objetivo hace parte del reto de construir la página web, siendo esta última la imagen visible, formal y estructural de lo que representa esta organización que, tiene mucho por ofrecer a nivel Municipal, Regional y Nacional.”

Para finalizar son muchos los aspectos a desarrollar que permitan implementar una línea de marketing sólida para la corporación Antonio García, teniendo en cuenta las poblaciones–objeto a las que presenta sus servicios. Estas propuestas y las que se puedan desarrollar en un futuro sirven como referente y punto de partida para dicho proceso, se trata finalmente de la caracterización de la entidad y el desarrollo de su identidad, pero también de la relación con las poblaciones–objeto, los potenciales públicos y la intervención en el escenario social, político y económico de los diversos territorios.

### **Atentamente**

María Elizabeth Piedrahita Garcés

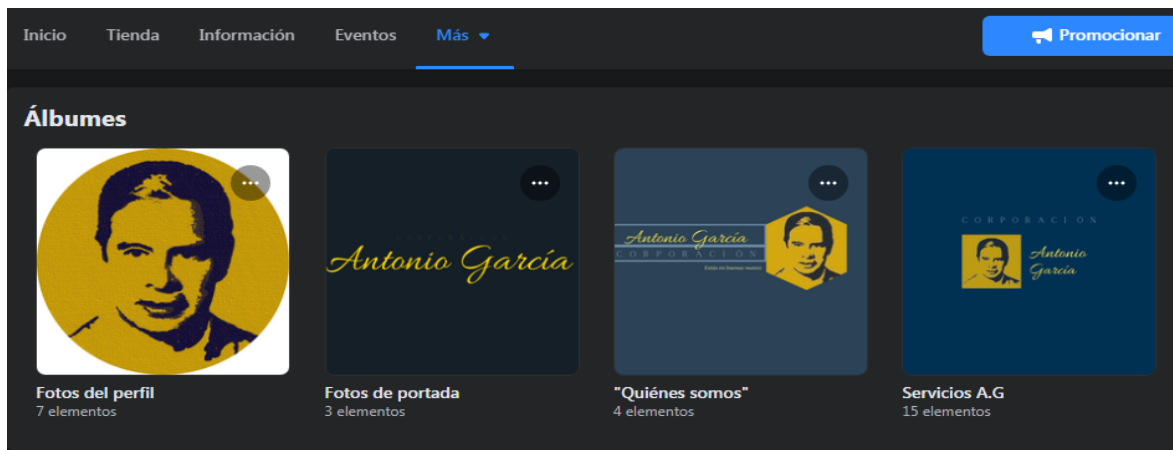
María Paula Torres Trujillo

Víctor Hugo Patiño Bermúdez

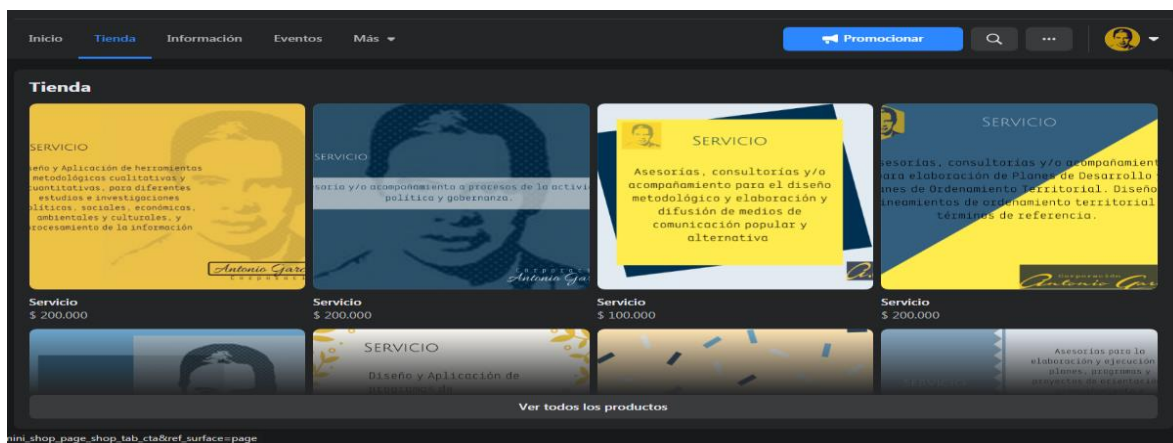
Pasantes, Corporación de Investigación sobre la Realidad Social Antonio García.

Se hace entrega del presente Informe Técnico en Manizales- Caldas, el 04/04/2022, siendo las 12:00 hrs.

## Anexos



Anexo imagen 1.

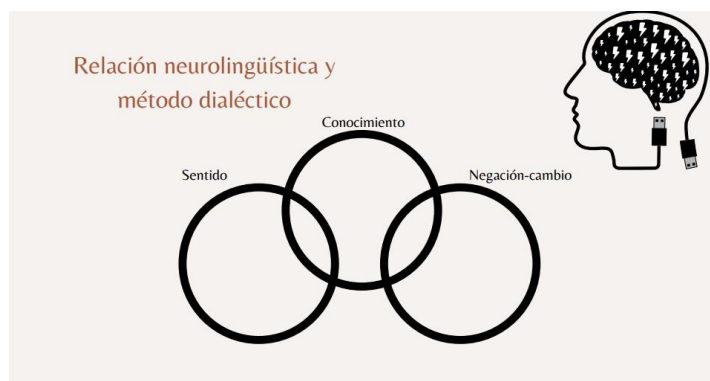


Anexo imagen 2.





Anexo Imagen 3.



Anexo imagen 4.

Paralelo de las falencias y fortalezas entre los dos momentos de la página.

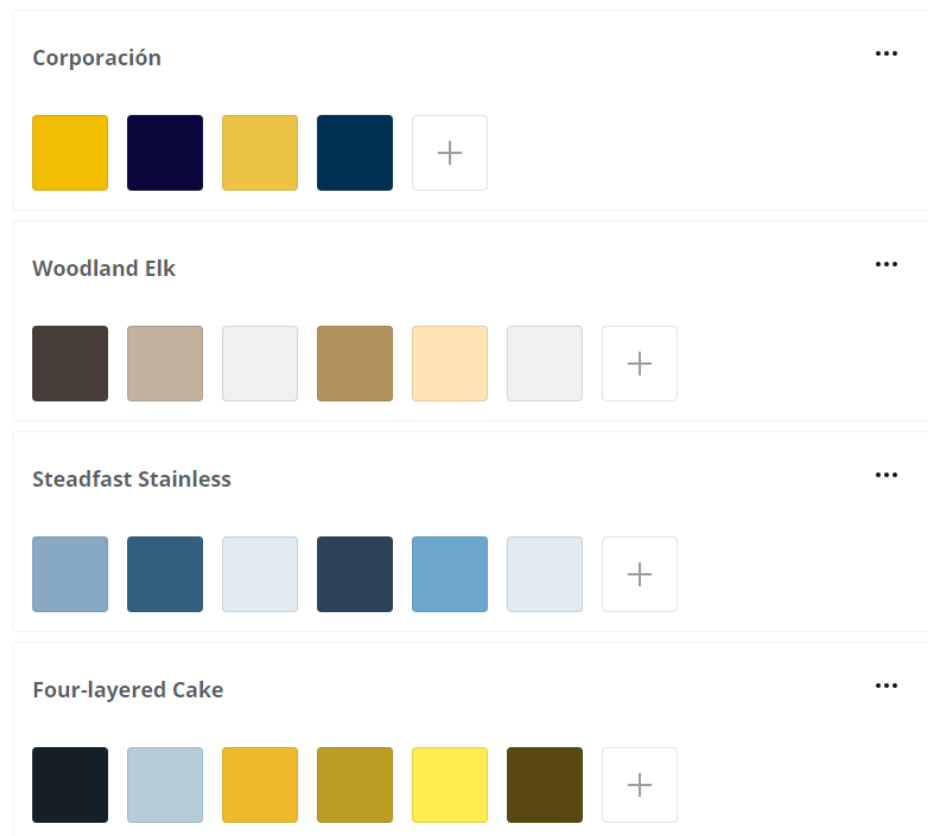
Antes del taller de marketing	Durante el taller de marketing
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta de estrategias de gadgets como #(hashtag)</li> <li>● No definición de horas de publicación</li> <li>● No claridad del público al cual se dirige</li> <li>● No conocimiento de tendencias en redes sociales</li> <li>● Mensajes largos o publicaciones sin encabezado.</li> <li>● No publicación constante</li> <li>● No publicación del fin de la página</li> <li>● No uso de herramientas de organización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Uso de hashtag</li> <li>● Definición de horas de publicación</li> <li>● Definición pública al cual se dirige (potenciales clientes)</li> <li>● Conocimiento de tendencias en redes sociales</li> <li>● Mensajes cortos, contundentes, siempre con encabezado</li> <li>● Publicación constante, diaria o de día de por medio</li> <li>● Intento de claridad del fin de la página</li> <li>● Uso de herramientas de organización</li> </ul>

Anexo imagen 5

Fecha	Tipo de publicación	Personas alcanzadas	Interacciones
28-jun	Investigación - Entrevista	74	16
30-jun	Investigación - Entrevista	102	16
6-jul	Investigación - Entrevista	53	7
23-jul	Entrevista	131	26
3-ago	Seminario - Evento	58	8

Anexo Imagen 6.

## Colores de la marca



Anexo Imagen 7



Anexo Imagen 8



Anexo Imagen 9

**Fuentes de la marca**

Anexo Imagen 10




**Corporación Antonio García** está en Colombia.  
 28 de junio · 🌐

#Investigación #Entrevista  
 Fernando Cantor-Desplazamiento Urbano y Pobreza (el caso San José, Manizales) (part 1 de 3)  
 Contáctanos:  
 corporaciónantoniogarcia2020@gmail.com

**Spreaker**  discover more on [www.spreaker.com](http://www.spreaker.com)


**Forum-Universidad de Caldas**  
**Fernando Cantor-Desplazamiento Urbano y Pobreza (el caso San José, Manizales)**

YOUTUBE.COM  
**Fernando Cantor-Desplazamiento Urbano y Pobreza (el caso San José, Manizales) (part 1 de 3)**


 Jairo Andrés Osorio Cortés y 2 personas más 1 vez compartido

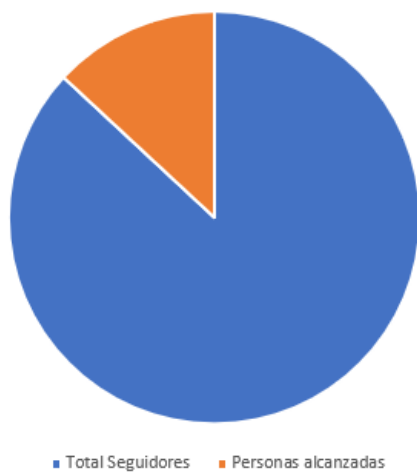
 Me gusta   
  Comentar   
  Compartir

 Escribe un comentario...

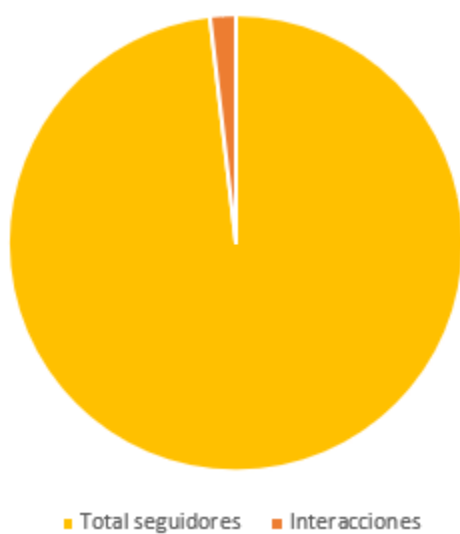
## Anexo Imagen 11

10	3	11	2
Personas alcanzadas	Interacciones	Personas alcanzadas	Interacciones
12	4	13	2
Personas alcanzadas	Interacciones	Personas alcanzadas	Interacciones
14	4	15	0
Personas alcanzadas	Interacciones	Personas alcanzadas	Interacciones
17	0		
Personas alcanzadas	Interacciones		

Anexo Imagen 12





Anexo Imagen 13



Anexo Imagen 14

**Tendencias**

Últimos 28 días: 7 de julio – 3 de agosto

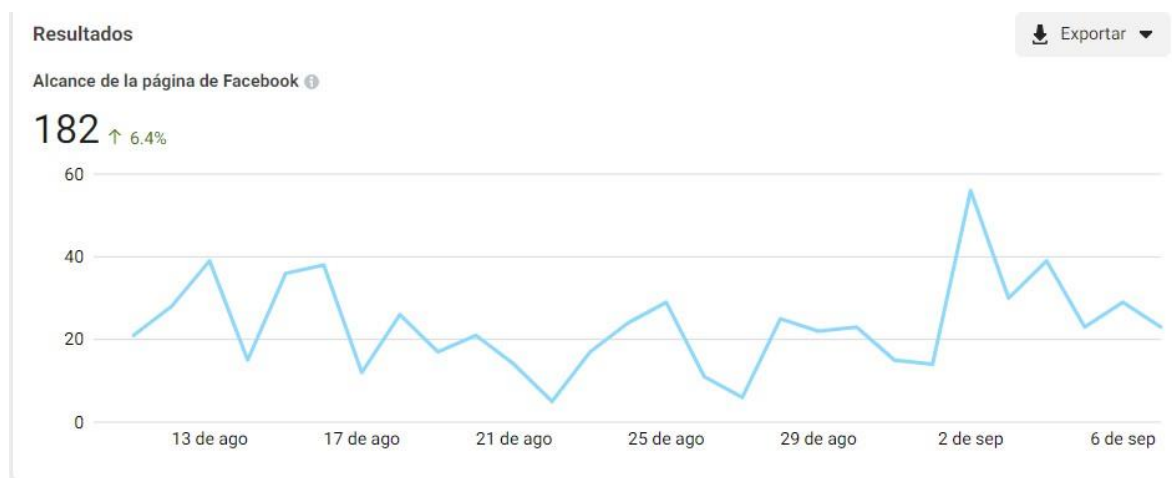
 Alcance de la página de Facebook **163**  **19%**

---

Anexo Imagen 15

11 de agosto de 2021, 11:06	25 Personas alcanzadas	3 Interacciones con la public:	0 Reacciones	0 Comentarios	1 Veces compartido
10 de agosto de 2021, 17:30	24 Personas alcanzadas	1 Interacciones con la public:	0 Reacciones	0 Comentarios	1 Veces compartido
10 de agosto de 2021, 10:00	26 Personas alcanzadas	2 Interacciones con la public:	0 Reacciones	0 Comentarios	1 Veces compartido
9 de agosto de 2021, 10:36	32 Personas alcanzadas	1 Interacciones con la public:	0 Reacciones	0 Comentarios	1 Veces compartido
7 de agosto de 2021, 17:00	27 Personas alcanzadas	1 Interacciones con la public:	0 Reacciones	0 Comentarios	1 Veces compartido
6 de agosto de 2021, 18:00	29 Personas alcanzadas	1 Interacciones con la public:	0 Reacciones	0 Comentarios	1 Veces compartido
6 de agosto de 2021, 10:00	26 Personas alcanzadas	4 Interacciones con la public:	0 Reacciones	0 Comentarios	1 Veces compartido
5 de agosto de 2021, 22:00	47 Personas alcanzadas	3 Interacciones con la public:	0 Reacciones	0 Comentarios	1 Veces compartido
4 de agosto de 2021, 17:00	21 Personas alcanzadas	3 Interacciones con la public:	0 Reacciones	0 Comentarios	1 Veces compartido

## Anexo Imagen 16



## Anexo Imagen 17

## Edad y sexo



## Anexo Imagen 18

## Principales ciudades



## Anexo Imagen 19

- Cantidad de publicaciones por tipo de publicación.

Tipo de publicación	Cantidad
links	51
video	3
foto	18

Cuadro 1. Cantidad de publicaciones por tipo.

#### Anexo Imagen 20



#### Anexo Imagen 21

- Opción *compartir* según tipo de publicación

Tipo de publicación	Opción compartir
links	33
video	2
foto	10

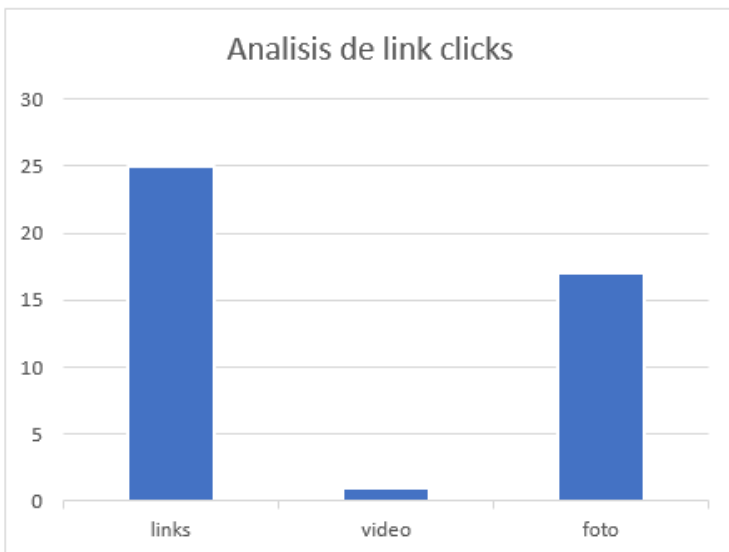
Anexo Imagen 22



Anexo Imagen 23

Tipo de publicación	Link clicks
links	25
video	1
foto	17

Anexo Imagen 24



Anexo Imagen 25

Tipo de publicación	Alcance post
links	1527
video	87
foto	186

Anexo Imagen 26



Anexo Imagen 27

Tipo de publicación	Opción me gusta
links	29
video	0
foto	11

Anexo Imagen 28



Anexo Imagen 29


### Tendencias

Últimos 28 días: 11 de agosto – 7 de septiembre

 Alcance de la página de Facebook **182**  **6.4%**

### Público

Total

 Me gusta de la página de Facebook **128**



Anexo Imagen 30



Anexo Imagen 31



Anexo Imagen 32

 **Corporación Antonio García está en Colombia.** 31 de agosto de 2021 - 

"Papel de las [#organizaciones sociales](#) en la construcción de [#Agenda Pública](#) frente al [#desplazamiento forzado](#). [#estudio comparativo](#) entre [#colombia](#) y [#El Salvador](#)."

Por: Melissa Milán.

Enlace: <https://repository.usta.edu.co/.../21323/2020anamilan.pdf.....>

Ver más



Anexo Imagen 33

 **Corporación Antonio García** 7 de septiembre de 2021 - 

[#prensa](#)

Asocapitales presenta el primer observatorio de conflictividad social para las ciudades capitales

<https://www.asocapitales.co/.../asocapitales-presenta.../.....> Ver más

**Comunicado de Prensa**

**ASOCAPITALES PRESENTA PRIMER OBSERVATORIO DE CONFLICTIVIDAD SOCIAL PARA LAS CIUDADES CAPITALES.**

Pereira, 30 de agosto de 2021.- Una herramienta de apoyo diseñada para alertar de forma temprana a los alcaldes y alcaldesas de las ciudades capitales sobre la conflictividad social que puedan encontrar en sus territorios, fue presentada hoy en la Junta Directiva de esta Asociación.

Se trata del primer Observatorio de Conflictividad Social diseñado desde el área de Seguridad y Convivencia Ciudadana de Asocapitales, con el objetivo de recomendar acciones que permitan intervenir de forma oportuna el conflicto que se esté generando para prevenir su escalada, actos de violencia y daños que se puedan derivar.

Este Observatorio operará con la colaboración de miembros designados por las Alcaldías de las ciudades capitales y expertos, quienes a través de la recolección de información y su análisis detallado, trabajarán de manera preventiva en la generación de avisos o alarmas que pueden frenar situaciones donde la ciudadanía se vea envuelta en riesgo o crisis.

ASOCAPITALES.CO

**ASOCAPITALES PRESENTA PRIMER OBSERVATORIO DE CONFLICTIVIDAD SOCIAL PARA LAS CIUDADES CAPITALES...**

Anexo Imagen 34

**SERVICIO**

Diseño y Aplicación de herramientas metodológicas cualitativas y cuantitativas, para diferentes estudios e investigaciones políticas, sociales, económicas, ambientales y culturales, y procesamiento de la información

*Antonio García*  
CORPORACIÓN

Publicado por Corporación Antonio García

**Servicio**  
\$ 200.000

Enviar mensaje

Guardar

**Detalles**

Diseño y Aplicación de herramientas metodológicas cualitativas y cuantitativas para diferentes estudios e investigaciones, políticas, sociales, económicas, ambientales, culturales y procesamiento de la información

El precio de cada servicio es acordado por las partes, según las necesidades y características del trabajo.

Contáctanos y consulta: Cel-Wpp: 318 6493535 E-mail: corporaciónantoniogarcía2020@gmail.com

**Información de la tienda** [Ver tienda](#)

Corporación Antonio García  
A 127 personas les gusta esta página

Anexo Imagen 35

## Referencias

- Aeterna Impero. (12 de enero de 2018). Aeterna Impero. Obtenido de <https://aeternaimperoblog.wordpress.com/2018/01/12/contenido-de-la-logica-ser-esencia-concepto-e-idea-absoluta/>
- Archivo Norberto Chaves. (s.f.). Archivo Norberto Chaves. Obtenido de [https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/identidad\\_corporativa\\_marca\\_y\\_diseno\\_grafico](https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/identidad_corporativa_marca_y_diseno_grafico)
- Bonilla, J. (2014) restos de la iglesia Nuestra Señora de la Estrada, en el barrio San Ignacio. [fotografía 1] recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14816340>.
- Cáceres Velásquez, A. (1999). Neurolingüística: aspectos conceptuales. Revista Peruana de Neurología, 36-42. Obtenido de [https://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/neurologia/v05\\_n1/neuroling%C3%BC%C3%ADstica.htm](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/neurologia/v05_n1/neuroling%C3%BC%C3%ADstica.htm)
- Capriotti Peri, P. (2009). Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad corporativa. Santiago: Andros Impresores.
- ¿Cómo hacer una matriz FODA? Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=6uwTAp3YL44>
- damos. (2019 de agosto de 12). damos. Recuperado el 26 de mayo de 2021, de damos: <https://www.damos.co/blog/marketing-y-branding/psicologia-del-color-como-usar-la-teoria-del-color-en-marketing-y-diseno>
- Delgado, P. (12 de febrero de 2021). Observatorio. Instituto para el Futuro de la Educación. Obtenido de <https://observatorio.tec.mx/edu-news/programacion-neurolinguistica-aprendizaje>
- Esparza González, M. G. (s.f.). La Interpretación tipográfica. La Interpretación tipográfica. Ciudad de México, México: Encuentro Latinoamericano de diseño.
- Flores, J. (30 de julio de 2021). SEOptimizer. Obtenido de SEOptimizer: <https://www.seoptimizer.com/es/blog/psicologia-de-la-tipografia/>

FORUM divulgacion del conocimiento socio jurídico: Pobreza y desplazamiento urbano. (2019).  
Obtenido de FORUM divulgación del conocimiento socio jurídico: Pobreza y desplazamiento  
urbano: <https://www.youtube.com/watch?v=ngWQKYxrjs4&t=2s>

Guerrero, A., & Rubert, E. (09 de 07 de 2018). AMICS DEL PAÍS. Obtenido de  
[https://www.amicsdelpais.com/es/publicaciones/la\\_neurolinguistica\\_el\\_lenguaje\\_del\\_inconsciente\\_influencia\\_en\\_nuestras\\_decisiones/830/](https://www.amicsdelpais.com/es/publicaciones/la_neurolinguistica_el_lenguaje_del_inconsciente_influencia_en_nuestras_decisiones/830/)

Infoguia.com. (16 de noviembre de 2015). Infoguia. Recuperado el 12 de julio de 2021, de  
Infoguia: <https://infoguia.com/infotip.asp?t=la-tipografia-en-la-publicidad-importancia&a=720>

Infoguia.com. (17 de diciembre de 2015). Infoguia. Recuperado el 13 de julio de 2021, de  
Infoguia: <https://infoguia.com/infotip.asp?t=eslogan-en-la-publicidad-y-su-importancia&a=704>

La patria. (2015) cátedra “Bernardo Arias Trujillo”. [fotografía 2] recuperado de  
[https://www.lapatria.com/sociales/catedra-bernardo-arias-trujillo-0?qt-lo\\_m\\_s10=1](https://www.lapatria.com/sociales/catedra-bernardo-arias-trujillo-0?qt-lo_m_s10=1)

Negocios, E. d. (12 de Marzo de 2014). Escuela de Negocios y Dirección . Obtenido de Escuela  
de Negocios y Dirección :  
<https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/marketing-digital/google-trends/>

Tailor Brands. (s.f.). Tailor Brands. Recuperado el 19 de agosto de 2021, de Tailor Brands:  
<https://www.tailorbrands.com/es/logo-maker/formas-de-logotipo>

Talancón, H. P. (2007). LA MATRIZ FODA: ALTERNATIVAS DE DIAGNÓSTICO Y  
DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN EN DIVERSAS  
ORGANIZACIONES. Enseñanza e investigación en psicología, 113 - 130. Recuperado el 19 de  
julio de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>