

## RAE- LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE TRANSFORMACIONES SOCIALES

|               |
|---------------|
| 1. NÚMERO RAE |
| 1             |

|                                                                |                      |
|----------------------------------------------------------------|----------------------|
| 2. TÍTULO                                                      |                      |
| LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE TRANSFORMACIONES SOCIALES. |                      |
| 3. AUTOR                                                       |                      |
| ELIANA FERNANDA VALENCIA APONTE                                |                      |
| 4. TUTOR                                                       |                      |
| OSCAR JUALIAN CUESTA                                           |                      |
| 5. ÉNFASIS                                                     | 6. NUMERO DE PÁGINAS |
| PERIODISMO                                                     | 119 Paginas          |

|                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7. PALABRAS CLAVES                                                                                                                      |
| Vendedores Informales, Organización social, Espacio público, economía informal, comunicación organizacional, Instituciones Distritales. |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8. DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Esta investigación nace de un interés personal por comprobar qué utilizando la comunicación se puede llegar a solucionar problemas sociales, para este propósito, se analizo la manera en que los Vendedores Informales se organizan y aprovechan los proyectos productivos que les brindas las Entidades para mejorar su calidad de vida y la de los habitantes de la ciudad. |

|                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------|
| 9. FUENTES                                                           |
| Artuch, L. (1995). La entrevista una inversion dialogica. Barcelona. |

Barbero, J. M. (1999). Nuevos lenguajes y formacion del ciudadano. Mexico.

Collado Fernandez, C. (1991). México.

Collado Fernandez, C. (1995). Mexico.

Constitucion Politica de Colombia.

*Constitucion Politica de Colombia.* (1991).

Cordy Castañeda, A. (2007). *Habitat y Espacio Publico*. Bogota .

Delgado Jarmillo, P. (2008). *Espacio Publico y Derecho a la Ciudad*. Bogota.

Economia, S. I. (2009). Censo Realizado Febrero 6 de 2009. Bogota.

(1995). El derecho a la ciudad. Madrid.

Enciclopedia Britanica, O. L. <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/557313/space>.

Habermas, J. (2004). *Historia y critica de la opinion publica*.

<http://www.gobiernobogota.gov.co/>.

<http://www.institutodeestudiosurbanos.com>.

IPES. (2009). *Censo de Vendedores Informales*. Bogota.

Jaramillo, S. (1982). "el destino del centro de Bogota" en *Desarrollo y Sociedad*. Bogotá.

Rodrigo, S. J. (1993). "renovacion Urbana" *Bogota Siglo XXI* . Bogota.

Serrano Martin, M. (2007). Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad.

Trelles, I. (2001). Comunicación organizacional. Ciudad de La Habana.

W, P. A. (2004). *La Economia Informal*. Santiago de chile.

W, P. A. (2008). *La Economia Informal*. Santiago de Chile.

www.eltiempo.com. (Jueves 19 de diciembre de 1991). Declaración "Inaugurado Unicentro Del Barrio Restrepo" . Bogota.

www.humanet.com.com.

www.idu.gov.co. La Entidad.

www.insumisos.com. (2004). El derecho a la ciudad. Barcelona.

www.ipes.gov.co. <http://www.ipes.gov.co/vercont.php?id=472>.

## 10. CONTENIDOS

### PROBLEMATIZACIÓN

“Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular”, reza el artículo 82 de la Constitución Colombiana. Sin embargo, este no se acata debidamente, generando algunos problemas: La invasión total de Espacio Público que se presentaba en la ciudad de Bogotá, especialmente en las localidades de Santa fe, San Cristóbal, Mártires, Kennedy y Chapinero.

- Los abusos que ejercía la policía hacia los vendedores informales que se encontraban trabajando en el espacio público.
- El malestar de los habitantes cuando tenía que dirigirse hacia el centro de la ciudad, ya que los andenes, corredores y parques estaban invadidos de comerciantes.
- La difícil situación económica que afirmaban los vendedores informales atravesar y que de ser afectadas sus ventas, empeoraría abismalmente.

Teniendo en cuenta lo anterior, era difícil para la Administración Distrital encontrar una salida que beneficiara a todos los actores del problema, ya que el principal inconveniente era el tiempo que llevaría darle a cada vendedor un sitio en el cual ubicarse, sin contar la complejidad de manejar este grupo ya que gracias a sus experiencias pasadas con la policía y promesas de alcaldes incumplidas, no confiaban en las Entidades.

Este fue el panorama en las calles bogotanas por muchos años, por su parte los transeúntes por su parte siempre se quejaban de la incomodidad en las calles y eran ceberos al juzgar la situación, pero en ningún momento conocieron la complejidad del trabajo informal.

En los últimos años fue de gran importancia para los planes de desarrollo de la

ciudad buscar la solución a este problema de organización distrital y social, siempre con el fin de mejorar el ambiente, el hábitat y la estética de la ciudad.

#### FORMULACIÓN DE PREGUNTA

¿De qué manera los Vendedores Informales se organizan y aprovechan los proyectos productivos que les brindas las Entidades para mejorar su calidad de vida y la de los habitantes de la ciudad?

#### OBJETIVO GENERAL

Determinar la manera en que se organizan los Vendedores Informales de la ciudad de Bogotá para realizar su actividad económica en el Espacio Público.

#### 11.METODOLOGÍA Y HERRAMIENTAS

La recolección de información relevante de este problema de investigación, se realizó en tres etapas, la primera de ellas fue la Investigación Documental, posteriormente se realizaron un conjunto de entrevistas que se relacionaban con el tema principal de la investigación y por último se realizó un seguimiento noticioso a un medio de comunicación impreso.

- Trabajo de Campo.
- Entrevistas.
- Recolección de información noticiosa de 19 años.
- Historia de vida.

#### 12.CONCLUSIONES

- Los Vendedores Informales se lograron organizar dejando la informalidad en las calles Bogotanas, utilizando principalmente el proyecto REDEP (Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público) brindado por el IPES (Instituto para la Economía Social), esto sin dejar atrás que a lo largo de los últimos años se han abierto centros comerciales y ferias ambulantes dirigidas principalmente hacia este tipo de economía.
- Si bien es cierto que el Fenómeno de las Ventas Ambulantes lleva en Bogotá más de 40 años, es necesario denunciar la falta de planeación por parte de los entes Distritales hacia este problema social, ya que se debió prever el caos que se presentaría en las calles Bogotanas, mezclando las Ventas Formales, informales y transeúntes.
- En las últimas 4 Alcaldías Bogotanas entre tropiezos y pasos firmes se logro sacar adelante el proyecto productivo que brinda estabilidad y legalidad a las Ventas Informales.
- Los ciudadanos y Vendedores Informales reconocen a las diferentes Entidades Distritales como entes competentes y se apropian de sus objetivos para alcanzar las metas planeadas en pro de la Ciudad.
- Se le ha dado la continuidad e importancia al proceso de Reubicación de Vendedores Informales de la ciudad desde la Administración Distrital.
- La Comunicación como método de concertación resulto efectivo y veraz a la hora de reunir, puntualizar y acordar todo el proceso de Reubicación.
- La comunicación fue la herramienta que logro reunir a las entidades Públicas y Privadas, logrando llevar a flote un Proyecto Productivo, cabe resaltar que no todos los actores del problema tenían el mismo conocimiento ni los mismos intereses.
- La comunicación organizacional no es una comunicación delineada ni limitada, ya que se utilizo en un caso particular, por personas que no conocían esta herramienta y que aun así manipularon herramientas legales (Requisitos legales para conformar una organización) y

populares (Democracia- censos), para llegar a unos objetivos trazados.

- El uso de la Comunicación Externa y las Relaciones Publicas lograron que los Vendedores Informales dieran a conocer su inconformidad frente a las políticas públicas de la época las cuales no los incluían como entes activos de la sociedad, no tenían, salud, pensión, ni siquiera su actividad laboral era observada como una actividad formal.
- El Espacio Público de la ciudad de Bogotá quedo parcialmente regulado, ya que el Proyecto productivo “REDEP” hizo presencia donde se encontraban la mayoría de Vendedores Informales , mayor concentración, pero siguen presentándose vacíos en el resto de la ciudad.

| FECHA DE REALIZACIÓN |                                |      | RED | REV |
|----------------------|--------------------------------|------|-----|-----|
| DÍA                  | MES                            | AÑO  |     |     |
|                      | Febrero<br>hasta<br>Noviembre. | 2010 |     |     |