



IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN-EDUCACION EN EL CONCURSO NACIONAL DE BELLEZA HACIA LAS COMUNIDADES VULNERABLES Y FUNDACIONES DE COLOMBIA CON UNA MIRADA AL FUTURO.

MARÍA FERNANDA ARITIZÁBAL URREA

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO

MEDELLÍN, COLOMBIA

DICIEMBRE, 2020



IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN-EDUCACION EN EL CONCURSO NACIONAL DE BELLEZA HACIA LAS COMUNIDADES VULNERABLES Y FUNDACIONES DE COLOMBIA CON UNA MIRADA AL FUTURO.

MARÍA FERNANDA ARISTIZÁBAL URREA

Trabajo de pregrado de Comunicación Social

Tutor

Ancízar Vargas León

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Medellín, Colombia

Diciembre, 2020

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado



Dedicatoria

Dedico este trabajo de grado a mis padres, que me proporcionaron los recursos necesarios y su perseverancia para emprender y seguir adelante con mi carrera profesional, a ellos, les brindo mi esfuerzo y disciplina implementados en el proceso del mismo.

Al Concurso Nacional de belleza por generar en mi la iniciativa de investigar acerca de cada uno de los factores que hacen parte de un reinado de belleza y aportar social y culturalmente al país.

A cada una de las personas, profesores, amigos y conocidos que hicieron parte directa o indirectamente del desarrollo de mi trabajo de grado y que dedicaron su tiempo para aportar significativamente con el mensaje que quiero transmitir a cada persona que tenga la oportunidad de leer esta investigación.

Agradecimientos

Agradezco a todos los docentes que acompañaron el proceso de elaboración de mi trabajo de grado desde los siguientes cursos:

- Luis Fernando Zuñiga – Teorías Cognitivas y del aprendizaje
- Cesar Augusto Tapias – Semiótica de la educomunicación
- Lina María González – Etnografía de comunicación- educación
- Ancízar Vargas León- Asesor de practica.

Tabla de Contenido

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD	11
1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA	13
1.3 OBJETIVOS	16
1.3.1 General	16
1.3.2 Específicos	16
2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL	17
2.1 PROCESOS COMUNICATIVOS	17
2.2 Misión Social	Error! Bookmark not defined.
2.3 REDES SOCIALES	18
2.4 Desfiles benéficos	19
2.5. Fiestas Nacionales	20
2.6 Pandemia	20
3. ANTECEDENTES CONCEPTUALES	21
3.1 Comunicación	21
3.2 Comunicación-educación	22
3.3 Comunicación para el cambio social	23
3.4 Epistemología de la comunicación	23
4. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES SIMILARES	24
5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
5.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	27

5.2	DELIMITACIÓN	27
	6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	27
6.1	TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	27
6.2	TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	28
	7. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	29
	8. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y HALLAZGOS.....	33
	9. PRODUCTO O RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
	9.REFERENCIAS.....	41

FICHA TECNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

Título del proyecto de investigación: Impacto de la comunicación-educación en el Concurso Nacional de Belleza hacia las comunidades vulnerables y fundaciones de Colombia con una mirada al futuro.

Línea de investigación: Comunicación-educación

Facultad: Comunicación Social, Publicidad y Diseño

Programa académico: Comunicación Social

Palabras clave: Misión social, comunicación, educación, reinados, comunidades, Concurso Nacional de Belleza, futuro.

RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA

El trabajo de grado está direccionado al desarrollo de la visibilización del objetivo de los reinados y concursos de belleza en un país.

Plasmar las estrategias y funciones de forma detallada, en las labores sociales, el uso de lenguaje en los diferentes escenarios en los que se desenvuelve una mujer que pertenece al Concurso Nacional de Belleza, como sus características personales, sus aportes sociales, culturales y personas que pueden cambiar la realidad social.

El proceso de comunicación-educación que se refleja en la temática abordada representa la realidad social y la forma de mostrar la verdadera misión que debe realizar una reina de belleza.

Mostrar de qué manera la comunicación influye en el proceso de la misión social, potencializado por diferentes aspectos importantes que hacen parte de la historia y que construyen los reinados en la actualidad y cómo a través de las dificultades presentadas durante el año 2020 por la pandemia en todo el mundo se tuvieron que vincular nuevas estrategias de mejoramiento para poder continuar realizando diferentes acciones que aportan al cambio positivo de la sociedad.

INTRODUCCIÓN

La idea de investigación surge con la finalidad de mostrar cada experiencia cómo Señorita Colombia puede detallar específicamente los roles, funciones y cambios que se pueden proyectar en una sociedad por medio de un proceso de construcción de manera crítica, responsable y concisa, mostrar tanto que el reinado no solo se compone de belleza y desfiles, sino también de labores sociales que aportan a las comunidades más vulnerables de Colombia.

El trabajo está enmarcado en la línea de comunicación educación ya que en el proceso se pueden explorar los diferentes ámbitos y partes que forman un reinado de belleza. También busca dejar claro como con el pasar de los años, la historia se ha construido hasta ahora dejando atrás varios factores y promoviendo diferentes objetivos, siempre buscando una finalidad común y es la de ser recordados en el tiempo.

Según Tatiana Vásquez (2009, p.20). “Las virtudes de la solidaridad y generosidad son leídas como comportamientos en donde las reinas justifican su belleza”. Así mismo que con el carisma y las virtudes que tanto ha caracterizado a las reinas del Concurso Nacional de Belleza se siga exponiendo más la labor que se cumple y de esta misma manera motive a muchas más personas a solidarizarse con el prójimo.

La investigación expone diferentes posturas, tanto de especialistas como la de otros trabajos que plantean perspectivas de cómo son tomados los reinados por la sociedad que participa de estos, las opiniones negativas y positivas se encargan de formar parte de la historia de cada uno de los reinados que se realizan año tras año enmarcados en muchos aspectos, no dejando de lado que en la investigación el principal objetivo es demostrar credibilidad hacia una Señorita Colombia ganadora del Concurso Nacional de Belleza y como sus conocimientos pueden hacer parte del cambio para un mundo mejor.

Esta investigación le puede aportar a la misión social del Reinado y sus procesos comunicativos desde el momento en el que se piensa en cómo las herramientas que

permiten la comunicación de manera digital y presencial guiadas por el lenguaje y el mecanismo de función facilitan el proceso de desarrollo e interacción en las relaciones personales.

Los procesos comunicativos tienen la capacidad de construir de manera significativa un camino de éxitos que, manejados correctamente desde el ámbito profesional, fortalecen los vínculos humanos y sociales que una reina debe tener.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA FACULTAD

La misión social del Concurso Nacional de Belleza es algo que resalto en esta investigación ya que año tras año existen diferentes mujeres que con su encanto y su contenido intelectual a través de su agenda comunican al país diferentes temas de interés colectivo y muestran cómo viven el contraste entre riqueza, pobreza y están conscientes de que con su impacto e influencia social pueden llegar a ser escuchadas por gran parte de la población colombiana. Esta sistematización de experiencias será útil para involucrar sectores excluidos y hacer parte de la formación integral de las comunidades para así contribuir con la transformación de la sociedad.

La finalidad que el Concurso Nacional de Belleza ha tenido a lo largo de los años con la misión social que se cumple es el poder comunicar y transmitir mensajes poderosos y de peso a la comunidad en general, mensajes que a través de reinas de belleza o de la Señorita Colombia sean integrales y completos ya que el atractivo físico es una herramienta que como humanos nos atrae de cierta manera que se nos facilita el escuchar un mensaje viniendo de personalidades que con su carisma y gracia personal hagan caer en cuenta de ciertas cosas en las que como sociedad se debe cambiar, o el simple hecho de ayudar a poblaciones vulnerables que viven con tantas necesidades, haciéndolas más visibles ante el resto del país.

Existen muchas entidades sin ánimo de lucro que luchan su vida entera por una causa o labor social con la que se identifiquen. En este caso el Concurso Nacional de Belleza apoya con su voz, tradición y trayectoria a todas aquellas fundaciones que quieran construir un mejor país, el cual deje de sangrar por errores del pasado o que aun continúan vigentes como la corrupción, el analfabetismo, la desnutrición, la violencia que tantas secuelas ha dejado como país y muchas otras.

Ivonne Molinares (2010) Expresa que “alrededor de las diversas explicaciones sobre las raíces de la violencia colombiana hay un sinnúmero de miradas, que van desde atribuirla a problemas partidistas, a la lucha de clases, a la fragilidad de las instituciones políticas y a la injusticia social que incluye la histórica ausencia del reparto equitativo de las tierras. Es de señalar que la violencia no ha tenido la misma incidencia ni las mismas manifestaciones en todas las regiones del país, sino que ello ha variado dependiendo del contexto”.

La sistematización de experiencias es valiosa debido a que cada experiencia que pueda irse documentando, puede llegar a ser compartida y de esta manera va a servirle y aportarle a otras organizaciones o personas, poblaciones, fundaciones, entre otras. La sistematización permite saber cómo se hacen las cosas y además de eso ayuda a reflexionar a partir de ese hacer. Es importante tener en cuenta que para esta investigación no debe dejarse ninguna experiencia por fuera, ya que cada una es valiosa por sí misma y cuenta una historia que genera efectos en diferentes poblaciones a las que llega el Concurso Nacional de Belleza.

Según Oscar Jara (2001, p.2) “La sistematización nos proporciona sugerencias, intuiciones, pistas, provocaciones, desde sus propios aprendizajes, que incentiven a otras experiencias, pero que en ningún caso hablamos de una replicabilidad mecánica”.

Lo anterior permite ver la importancia del canje de experiencias o saberes y entender lo importante de intercambiar aprendizajes que ya hayan sido previamente interpretados para no caer en una simple descripción de narraciones.

La sistematización de experiencias que se realizará en esta investigación, se podrá analizar de qué manera se benefician las poblaciones o sectores vulnerables del país con la visibilidad que les da el Concurso Nacional de Belleza, por ejemplo, identificando cuanto impacto tiene que la Señorita Colombia asista a eventos para recolectar fondos de ayudas y previo a esto también se haga una fuerte voz mencionando los factores

claves y el propósito final de las donaciones, haciendo énfasis en que todo sea correcto y que los fondos se destinen de manera adecuada con respecto a lo que se necesita sin incurrir en la corrupción o deshonestidad. Por último y no menos importante en esta era digital, es ver como beneficia a los demás la voz de una reina por medio de la fuerza que se tiene en las principales redes sociales, ya que es un poderoso canal que atrapa muchas miradas.

Cabe resaltar que el concurso nacional de belleza tiene un valor agregado y es el de tomar la belleza de la mujer colombiana como una excusa para ayudar y hacer felices a los demás, por ejemplo, como es el caso de las diferentes donaciones departamentales que fueron apoyadas por el Concurso Nacional de Belleza y la Señorita Colombia durante el aislamiento preventivo, lo cual ayudó a muchas familias necesitadas de alimentos y recursos básicos para vivir y aliviarles de alguna manera su angustia diaria. También poner en frente la imagen de la Señorita Colombia en conversatorios de la Fundación Juan Fe (Fundación apoyada por el Concurso Nacional de Belleza), teniendo ella la oportunidad de contar como ha sido su recorrido de lucha para llegar donde está y ser fuente de inspiración para todas las madres jóvenes cabeza de familia que ven en ella un modelo de superación personal.

1.2. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

Desde hace más e 80 años el Concurso Nacional de Belleza es una entidad sin ánimo de lucro la cual es reconocida por su trayectoria y tradición. Este evento se ha realizado desde el año 1934 en la ciudad de Cartagena y la corona que porta la Señorita Colombia lleva el escudo de Cartagena de Indias como honor a la ciudad que siempre le abre las puertas a las candidatas de diferentes departamentos de Colombia. Es así como también el Concurso Nacional de Belleza ha tenido altas, bajas y percances con diferencias entre las candidatas, aún así lo que más se resalta del Concurso Nacional de Belleza es la

forma en que toman la belleza de la mujer para encontrar la manera de consutruir país y fortalecer la misión social, ayudando así a quienes tanto lo necesitan.

Son más de 80 fundaciones a las cuales el Concurso Nacional de Belleza le ha puesto los ojos encima ya que se enfocan en las principales problemáticas de Colombia. Por ejemplo la Fundación JuanFe encargada de ayudar y apadrinar madres jóvenes cabeza de hogar, Fundación Minuto de Dios que trabaja en el desarrollo comunitario, la Fundación ALUNA que contribuye a mejorar la calidad de vida de personas en situación de discapacidad cognitiva y multiple, entre otras no menos importantes.

En esta investigación es clave resaltar por qué y cómo cada una de estas entidades se ve beneficiada año tras año con el trabajo social que le aporta el Concurso Nacional de Belleza, siendo la belleza un blanco de críticas y opiniones cruzadas ...”ah, la belleza, ese atributo que seduce y tantas veces subyuga. Esa dote imponderable que pone a tantos de acuerdo y a menudo es oibjeto de interminables discusiones...” (Angulo Pizarro, 2015,p. 4).

Dejando a un lado que el mundo de los concursos de belleza logra generar cierta polarizacion en Colombia ya que para muchos es un tema que se aleja de las reales problemáticas del país, es un evento que año tras año une culturalmente a la sociedad para escoger una embajadora que con su carisma y sonrisa recorra cada rincón sin esperar nada más que llenar el corazón de niños, ancianos y familias de sonrisas y alegría. Esto termina generando más empatía que situaciones desfavorables para Colombia.

La línea de enfoque que más se adapta y se acerca a un tema como lo es misión social y comunidades vulnerables es la edu-comunicación.

Ancízar Narvárez (2018) Dice que: “Educación y comunicación son, entonces, las características antropológicas básicas. Son los procesos que describen la existencia humana. Cuando hablamos de la vida humana, hablamos de procesos de educación y comunicación. Según lo dicho, si existe algo como la edu-comunicación, tendría que ser el objeto de la antropología o la etnología, es decir, del estudio de los grupos humanos”.

Por lo anterior entendemos que el hecho de podernos comunicar y educar nos define como seres humanos, pues dicho proceso permite conocer a fondo lo que es el estudio del hombre y de las civilizaciones y esto hace referencia a que la sistematización de experiencias en esta investigación se enfocara en el intercambio de aprendizajes colectivos que ayuden a recolectar o reunir información ya analizada tornándose participativa y convocando a la acción de mostrar la verdadera misión social que el concurso nacional de belleza lleva años construyendo y que con estos aprendizajes aquí expuestos se le dará más visibilidad de la que ha tenido (Jara, 2011).

Las actividades realizadas durante todo el año de una Señorita Colombia van direccionadas al aprendizaje colectivo de comunidades y de la misma organización Concurso Nacional de Belleza, ya que se presenta continuamente una retroalimentación de parte y parte y es de esta manera como se construye conocimiento que perdure en el tiempo y sea transmitido cada vez a más cantidad de personas logrando comunicar-educar y por consecuencia formar un mejor país.

Al encontrar que los colombianos son indiferentes a muchos temas debido al ruido diario de sus vidas, con noticias negativas, y afán constante. Hablando en este caso de lo ajenos que somos a la labor que cumple el Concurso Nacional de Belleza y la Señorita Colombia, se propone la idea de enfocar la investigación en el beneficio que hace tantos años tiene nuestro país pero que sigue escondido para muchas personas, es por esto que se pretende poder crear con la presente investigación un despertar de consciencia que esté inclinado a mostrar lo bueno y positivo que ha nacido y se ha quedado por largos años en Colombia, convirtiéndose en una cualidad más a resaltar de los colombianos en el mundo.

¿De qué manera la comunicación puede visibilizar el apoyo que el Concurso Nacional de Belleza brinda a comunidades vulnerables, para lograr mayores recursos?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Identificar como la comunicación-educación puede impulsar el impacto que el Concurso Nacional de Belleza le brinda a comunidades vulnerables y fundaciones del país.

1.3.2. Objetivos Específicos:

1. Describir detalladamente las experiencias que vive la Señorita Colombia cumpliendo una labor social en su país y exponer el impacto que la educación tendría en las comunidades apoyadas por el Concurso Nacional de Belleza.
2. Determinar cómo un buen protocolo de comunicación de la misión social del Concurso Nacional de Belleza puede ayudar a ampliar la cobertura de las comunidades beneficiadas.
3. Analizar la utilidad que tendría a largo plazo en la misión social del Concurso Nacional de Belleza el generar estrategias de comunicación asertiva para que más personas quieran unirse a ayudar a comunidades desfavorecidas. Con la idea de que se refuerce el futuro de la misión social del Concurso Nacional de belleza, desde los procesos comunicativos.

4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

4.1 CATEGORÍAS

4.1.1 Procesos Comunicativos

La comunicación es un proceso bastante complejo y es un reto determinar dónde o con quién comienza y finaliza un encuentro de comunicación. Los modelos de comunicación hacen que el proceso sea más sencillo porque proporcionan una representación visual de los diferentes aspectos de la comunicación. Estos modelos de comunicación tienen un propósito valioso para las personas porque les permiten ver conceptos y pasos específicos dentro del proceso de comunicación, definir la comunicación y aplicar conceptos relacionadas con la misma.

La comunicación es un proceso dinámico que consiste en la conceptualización de las ideas por parte del emisor, ideas que luego transmite en el mensaje por medio de un canal hasta llegar al receptor, quien al mismo tiempo proporciona la retroalimentación ya sea por medio de un mensaje o una señal dentro del marco de tiempo dado. Su propósito consiste en que el emisor envíe señales que pueden ser por medio de un texto escrito, palabras o gestos para poder propagar un mensaje; y cuando estas señales logran alcanzar al receptor, es él quien debe decodificarlas para lograr realizar una interpretación del mensaje. *(García, J R, 15 de enero de 2018, tomado del portal web Euston).*

4.1.2 MISIÓN SOCIAL

En esta primera categoría se contempla la misión social que cumple el Concurso Nacional de Belleza y yo como Señorita Colombia 2020, describiré mis experiencias y puntos de vista relacionados con los eventos a los que he asistido como visitas a fundaciones, desfiles benéficos, recolecciones de fondos.

El primer evento fue la carrera de la "Policía 10k", fue mi primer evento como Señorita Colombia 2020 y realmente estaba muy ansiosa y a la expectativa de lo que yo debía hacer y cómo debía desempeñar mi rol de la mejor manera. Fue un evento al que asistieron aproximadamente 1.000 personas y estuve compartiendo la tarima con el presidente Iván Duque y diferentes ministros de la Nación. El interés principal de este acontecimiento era correr por los policías que habían arriesgado su vida por todos los colombianos. Me impresionó el hecho de ver a muchos policías sin algunas de sus extremidades y aun así poniendo siempre su mejor sonrisa.

El siguiente evento fue también en Bogotá, se llamaba "Pro-obras sociales de la justicia", la mayoría de los asistentes eran personas de clase alta las cuales pagaban una costosa entrada a este desfile con el fin de recaudar fondos y así hacer posibles diferentes obras sociales. Este desfile fue muy conmovedor para mí ya que tuvimos la oportunidad de desfilar con algunos niños a los cuales íbamos a ayudar con esta recolecta. Las personas fueron muy amables y nos recibieron muy bien a mí y a mi corte real 2020. Los siguientes dos eventos fueron en el Valle del Cauca, en Buga y en Tuluá. Fueron muy especiales ya que eran con niños que sufrían de labio leporino y con bebés prematuros con síndrome de Down. Fueron dos desfiles para recolectar fondos para respiradores e incubadoras y para costear los procedimientos que deben hacer a los niños de labio leporino.

Son más de 80 fundaciones que cuentan con el apoyo del Concurso Nacional de Belleza. Este es uno de los pocos certámenes que se dedica de lleno a la ayuda social y por lo que el Concurso Nacional de Belleza se diferencia de los concursos de belleza en otros países.

4.1.3 REDES SOCIALES:

Según Tatiana Nájera (2016, P,11)"En la tarea de exponer el caso de la Corporación se revisará el aprovechamiento que hace el Concurso Nacional de Belleza de medios como la Internet, para crear o reforzar su imagen y develar el funcionamiento y razón de la organización. "

Se hace referencia a la relevancia que tiene el contar con unas redes sociales de calidad que cumplan con la función de transmitir cada paso, cada movimiento que haga el Concurso Nacional de Belleza ya que esto ayudará a las personas a conocer un poco más de esa misión social que hace el concurso ayudando así a las comunidades vulnerables de nuestro país.

Actualmente vemos como las redes sociales cada vez se van apropiando más de la humanidad, basándose todo en la inmediatez de la tecnología y en lo rápido que los seres humanos queremos todo, es ahí cuando vemos que, si se quiere alcanzar el éxito en los emprendimientos, pequeñas o medianas empresas pues nos debemos esforzar mucho por crear contenido que informe, eduque y entretenga para que las personas se interesen por lo que tenemos por mostrar.

4.1.4 DESFILES BENEFICOS:

Debo resaltar que como reina he tenido un año atípico pero que de la misma manera junto con el Concurso Nacional de Belleza seguimos trabajando arduamente por lo que más nos interesa que es cumplir y llevar a cabo la misión social y no dejar a un lado todas esas pequeñas y grandes organizaciones que necesitan de nuestra visibilidad para llegar a más personas y así poder seguir comunicando y educando a las comunidades más necesitadas y a cada persona que me escucha y me ve como un referente de trabajo incansable.

Terminan estos desfiles benéficos y empieza el correo de la gratitud que se hace año tras año para llevarle sonrisas a nuestras Fuerzas Armadas colombianas que se encuentran lejos de sus familias o simplemente no tienen familias, el evento es realizado por el Ministerio de Defensa y llevan a cada departamento diferentes figuras públicas que ayuden a alegrar y animar el día a los soldados, entre ellos yo. Mi trabajo en el correo de la gratitud fue hermoso ya que tuve todo el mes de diciembre para visitar Departamentos como: Norte de Santander, Nariño (Tumaco), Amazonas, Caquetá, entre otros. Pude

conocer los contrastes de mi país y ver la importancia comunicativa y educativa que tengo como embajadora de la belleza colombiana y mujer que cumple una misión social muy completa.

4.1.5 FIESTAS NACIONALES:

Cumplir con la asistencia a eventos masivos como lo son las fiestas nacionales que cada año muchos departamentos celebran es una de las prioridades para la Señorita Colombia y el Concurso Nacional de Belleza, ya que las festividades se celebran para conmemorar la tradición e historia que cada rincón de Colombia tiene por contar.

4.1.6 PANDEMIA:

Durante el año 2020 Colombia y el mundo entero se ha visto afectado por una emergencia sanitaria y pandemia llamada COVID-19 la cual ha llevado a la humanidad a entrar en consciencia frente al autocuidado, las medidas básicas de bioseguridad y el distanciamiento social, ya que por causa de esta enfermedad han muerto aproximadamente 3,5 millones de personas alrededor del mundo. Lo mencionado anteriormente es debido a que algunas de las fundaciones que se han escrito en esta investigación han sido apoyadas en campañas virtuales y no físicamente debido a la contingencia actual que se está viviendo como, por ejemplo: Fundación Juan Fe, Cruz Roja, Scouts, Donaciones por diferentes departamentos, Policía Nacional y programa institucional del Quindío, entre otros.

(Yellati y Navarro, 2020, como se citó en Signorelli et al, 2020) "Han concluido que 1 de cada 2 jóvenes entre los 20 y los 29 años, sentían miedo, ansiedad, tristeza, frustración; 4 de cada 10 se encontraban deprimidos o enojados y 3 de cada 10 se sentían solos".

Lo anterior nos acerca a la importancia de dar a conocer más a fondo la verdadera razón de ser del Concurso Nacional de Belleza, ese acompañamiento que este hace en el día

a día de muchos jóvenes en este caso que se han visto afectados tras las secuelas de vivir una pandemia y la realidad que muchas personas de nuestro país viven día a día teniendo una vida llena de ansiedad que los lleva a tomar decisiones inesperadas.

Es así como durante los meses de cuarentena se realizaron diferentes conversatorios, foros y eventos virtuales en los cuales la Señorita Colombia fue participe para alzar su voz y apoyar a fundaciones, empresas y donaciones que lo requerían.

ANTECEDENTES CONCEPTUALES

Comunicación:

El lenguaje es la herramienta que posibilita al hombre realizar o expresar sus ideas, pensamientos, sentimientos y que se materializa a través de signos verbales produciendo la comunicación.

El lenguaje y la comunicación están muy relacionados entre sí, donde el lenguaje aplica los signos y la comunicación se vale de diferentes elementos donde se configura los signos lingüísticos.

Para que se configure la comunicación esta debe de ir dentro de un contexto adecuado en donde el lenguaje se aplique como un mensaje claro. Otro aspecto que puede resultar en la falta de la comunicación es debido al contexto; el anterior es un elemento de la comunicación que básicamente consiste en el espacio donde se producirá la comunicación, este puede verse afectado por diversos elementos externos como el ruido que distorsiona la calidad de el mensaje y no podrá ser recibido adecuadamente para efectos de una buena comunicación.

Comunicación-educación:

Humberto J. Cubides C. Valderrama Carlos (1996 pag. 3) expresan que: “De los múltiples cambios se han destacado especialmente los ocurridos en el campo de la comunicación y el lenguaje, los cuales sin duda alguna afectan todos los demás ámbitos de la vida social, entre ellos el de la educación. La masificación del consumo de los medios y el desarrollo de la telemática en las nuevas tecnologías informacionales y comunicativas, así como la emergencia de un nuevo modo de percepción de lo real a través del pensamiento visual y su integración con una racionalidad fundada en la escritura, sin equívocos han hecho cambiar sustancialmente la relación pedagógica tradicional.”

Charles Sanders pierce (2014 pag. 15) Dice que dicho enfoque, sustentado en la teoría del signo, se hace observable en un caso concreto relacionado con la respuesta ofrecida por la Señorita Antioquia en el marco de la fase final del Concurso Nacional de Belleza en Colombia.

En este certamen, que se realiza cada año, durante el mes de noviembre, participan representantes de casi todos los departamentos que integran el país. Durante una semana se realizan, en la ciudad de Cartagena, toda una serie de eventos sociales que culminan con la velada de elección y coronación de la Señorita Colombia. Este evento se realiza en horas de la noche y es transmitido por la televisión nacional para todo el territorio colombiano. La jornada consta de varias actividades en las que participan las representantes departamentales con el objetivo de obtener el mejor puntaje otorgado por los jurados y, así, hacer materializable la obtención del título de Señorita Colombia. Tomado de PERSPECTIVAS DE LA COMUNICACIÓN · Vol. 5, No 1, 2012 · ISSN 0718-4867 UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA · TEMUCO · CHILE

Comunicación para el cambio social:

Ambas corrientes conceptuales —la modernización y la participación— se han desarrollado en paralelo durante varias décadas, a veces en abierta confrontación, tanto en el ámbito teórico como en el terreno de la práctica. A fines de la década de 1990, sin embargo, pudieron rescatarse algunos elementos de convergencia en modelos que combinan el uso de los medios masivos con la comunicación educativa y participativa. La comunicación para el cambio social aparece a fines del siglo como un paradigma reformulado, que rescata y profundiza el camino recorrido por la comunicación para el desarrollo y por la comunicación participativa, mientras incorpora algunas nociones innovadoras y progresistas de los modelos de modernización. Lo esencial es que cuestiona el concepto de un desarrollo que no cuente con la participación de los sectores directamente afectados, y promueve una comunicación que haga efectiva la participación comunitaria, particularmente de los sectores más pobres y aislados. (*A key for participatory development, 2011, p. 03*)

Epistemología de la comunicación:

La epistemología contemporánea nos ha conducido hacia un debate en el que se tiende a situar la generación de conocimiento entre dos tendencias (al parecer irreconciliables). Por un lado está la de la necesidad de flexibilizar o hacer difusos los límites entre los "campos disciplinares" y, por otro, la de privilegiar la consistencia de los paradigmas, de los modelos o las "racionalidades" a fin de mantener o rescatar ciertas condiciones de científicidad y validez del conocimiento producido. Esto último a través del rescate de hechos, del control, de la sistematicidad y de la definición clara y precisa de límites.

La comunicación en este punto cobra otra dimensión: Pierde ya su riqueza productiva y se torna en un asunto reproductivo. La diferencia entre ambos términos está en la capacidad de generación de novedad que conlleva la primera y el afán por innovar sobre lo ya hecho que guía la acción en la segunda. A diferencia de los conceptos de mediación,

parasitismo y fundación, la traducción impone ya el reconocimiento de límites bajo los cuales opera e impone el sentido.

ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES SIMILARES

Esta investigación se elaboró con base en dos fuentes: la fuente primaria la constituyen las revistas *Semana* y *Cromos*, publicadas en el periodo comprendido entre 1947 y 1964, época escogida para el estudio por las circunstancias de violencia partidista en que se encontraba sumergido el país, las cuales, como se verá más adelante, tuvieron en más de una ocasión menos importancia noticiosa que la celebración del reinado.

En cuanto a la revista *Semana*, el análisis no incluyó los últimos 3 años, por cuanto su publicación fue suspendida en agosto de 1961 y sólo fue reactivada en 1982. El certamen es un evento de real importancia para el país no porque su principal razón sea la de escoger a la mujer más bella de Colombia, sino por las implicaciones que de él se derivan. Cabe hacer la salvedad de que el propósito de esta monografía no es defender ni atacar el reinado.

Cuando se habla de su importancia se refiere a que es un evento que merece ser analizado con más cautela, por ser uno de los acontecimientos que mayor acogida e interés, tiene para el país; es tal la importancia que posee el Concurso Nacional de Belleza para la nación que fue escogido en la Encuesta Nacional de Cultura de 2002 como el evento cultural de Colombia, porque "ahí nos vemos representados y reflejados como Nación". Además, en el 2006, las reinas fueron postuladas por la gente como uno de los símbolos de Colombia.

Por estas razones, sería algo apresurado catalogarlo como banal sin analizar en él características de la población colombiana, porque hay que anotar que no solamente en las actividades de gran esfuerzo intelectual están reflejados el país y su gente.

Los concursos de belleza son eventos que se han realizado desde tiempos antiguos. En Europa, se acostumbraba escoger representantes de las festividades de cada pueblo y región, fue así que poco a poco fueron evolucionando estos eventos hasta convertirse en concursos de belleza, en donde se resalta la figura y los rasgos de las mujeres con el fin de alabar la belleza femenina; debido a esta dinámica, estos concursos han recibido malas críticas por aportar a la estigmatización de la mujer.

5. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

En la metodología de esta investigación se opta por el método de "Sistematización de experiencias y la IAP (investigación acción participación)

Según Jara, "Quizás un criterio común sería el considerar que los actores no son meros informantes. Que los sujetos de la experiencia, todos ellos pueden participar en su sistematización aportando en la interpretación crítica y no sólo dando informaciones para que otra persona las interprete". (2001, p.7)

Tras conocer que esta investigación se inclina por ser participativa, es primordial hacer énfasis en lo anterior y es que cada persona o sujeto que quiera aportar alguna experiencia dentro del proyecto tendrá que contar con una opinión propia acerca de lo que experimento en el proceso, es decir, una argumento que ya haya interpretado con sentido crítico.

El hecho de que la metodología también incluya una acción hace que se convierta en un proyecto de transformación, dejando como resultado el conocimiento. Conocimiento que se dará a partir de la edu-comunicación y así mismo que la investigación logre el objetivo de ser intermediaria para que las grandes masas en Colombia conozcan el gran sentido con el que cuenta la misión social del Concurso Nacional de Belleza y así la ayuda y beneficios se expandan a mas rincones vulnerables de nuestro país.

PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es cualitativa. El objetivo de la investigación cualitativa es explicar, predecir, describir o explorar el “porqué” o la naturaleza de los vínculos entre la información no estructurada. El objetivo de la investigación cualitativa es el proceso inductivo en lugar del resultado deductivo.

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Hablaremos de la experiencia del año del reinado de la Señorita Colombia 2020 y de la historia de cada uno de sus eventos dentro de la misión social del Concurso Nacional de Belleza, las fundaciones y entidades que son apoyadas.

a. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En las técnicas de recolección de información se tendrá acceso a la información documental, visitas y entrevistas.

Dentro de la información documental estarán los libros de historia del concurso nacional de belleza, revistas indexadas, sitios web, periódicos. Dentro de las visitas tomaremos en cuenta cada desfile, evento benéfico y ferias nacionales. Finalmente en las entrevistas podremos tener acceso a las experiencias y vivencias de diferentes ex Señoritas Colombia, junta directiva del Concurso Nacional de Belleza, reinologos y demás personas con cercanía al concurso. Estas entrevistas serán realizadas de manera virtual debido a la contingencia actual.

La investigación cualitativa se basa en las fuentes bibliográficas y las fuentes personales o testimoniales, que se recogen por medio de focus group.

Esta herramienta de investigación permitió llevar a cabo el desarrollo de los objetivos que se querían cumplir especificando el proceso de el focus group y las personas que participaron en el por medio de la elaboración de preguntas de forma directa.

TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

La validación del análisis de la información encontrada se realizará por triangulación de: los conceptos teóricos en donde se encuentran las categorías y subcategorías; y el cruce de los resultados obtenidos en cada una de las técnicas de recolección de la información aplicadas en la investigación. Para ello se realizarán lecturas cruzadas, convergencias y patrones correspondientes a las categorías de acuerdo con la investigación.

El principal objetivo de la investigación es realizar un análisis comparativo de tres fuentes: bibliografía, fuentes personales o testimoniales y la experiencia propia (desde la investigación participativa). Por lo tanto, se quiere comparar toda la información recolectada en las tres fuentes y se procede a identificar los puntos e ideas comunes, así como las diferencias y aspectos no comunes, las novedades e innovaciones y como cada uno de estos aspectos importantes aportan al proceso y desarrollo de este proyecto investigativo.

6. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Los aspectos comunes encontrados en las investigaciones son utilizados para este proyecto de investigación, se destacaban desde cómo los reinados de belleza son catalogados socialmente por las personas que desconocen cada uno de los objetivos y finalidades que tiene un certamen de belleza, de qué manera este puede aportar culturalmente a los espacios que hacen parte de un país.

La generalización y críticas siempre han existido con el pasar de los años el reinado de belleza se ha encargado de mostrar un lado más que no sea solo el de una figura perfecta, un rostro armonioso y lujosas prendas presentadas ante millones de personas; el carisma, la personalidad y los aportes personales que debe realizar la Señorita Colombia y representante del país deben ser realmente definidos.

Una de las constantes de muchas de las investigaciones tomadas para este proyecto hablan de lo que podemos detallar con precisión en aspectos que hacen que un reinado de belleza se lleve a cabo, la relación social, personal y emocional que una reina debe tener con su gente. En los espacios en los que se desarrolla debe ser especial y formar historia para que de esta manera se pueda enmarcar la función de una líder que no solo se encarga de mostrar belleza si no ser un gran ser humano.

Aspectos críticos que diferencian como con el pasar de los años muchas mujeres han formado parte de una gran historia que siempre quiere reflejar el resultado de las labores sociales que se pueden realizar con otras personas cumpliendo parámetros específicos, pensando en la comunidad más vulnerable, acompañándola y formando parte de un cambio positivo que hace la diferencia año tras año. Una soberana se encarga de ocupar el puesto de reina y es allí donde se desarrollan opiniones, y aspectos fundamentales que siempre harán parte del proceso y pueden ayudarnos a comprender esta investigación.

Preguntas

1. ¿Cuál es la opinión personal que tienes frente a los certámenes de belleza y en especial frente al concurso Nacional de belleza y la misión social que cumple?
2. ¿Crees que el Concurso Nacional de Belleza, su trayectoria y tradición en Colombia han logrado generar un cambio y evolución en los sectores del turismo, la economía y la cultura?
3. ¿Qué estrategias crees que el CNB debería implementar para que sus labores sociales tengan mayor visibilidad y lleguen así a beneficiar a más poblaciones vulnerables?
4. ¿Crees que los procesos comunicativos bien implementados en la misión social que tiene el CNB ayuden a que se difunda de manera asertiva la gran labor que necesita nuestro país y que de la misma manera más personas quieran unirse a este proyecto de belleza con propósito?

En el focus group se tomaron cuatro personas para la participación en el trabajo de campo entre ellos trabajadores del Concurso Nacional de Belleza apasionados por este tema, también aportando de manera detallada sus diferentes perspectivas algunos reinólogos.

En cada uno de los encuentros sincrónicos por medio de audios de whatsapp se realizaron cuatro preguntas las cuales se encargaban de indagar de forma más precisa cada uno de los aspectos que se querían abordar en la investigación.

En el proceso del análisis de los resultados después de implementar la herramienta de investigación del focus group se logra obtener el análisis y la relación entre una de las principales categorías que son los procesos comunicativos abordado en cada una de las respuestas que generaron los participantes , haciendo un contraste con el marco teórico y la categoría que se encarga de abordar las misiones sociales y las perspectivas que se encargan de proyectar desde la comunicación-educación los diferentes aspectos que se desarrollan en los objetivos de la investigación.

En el proceso de triangulación se vio reflejado la combinación de las teorías propias del investigador, del autor, fuentes de datos y métodos de investigación, Finalmente, después de realizar todo el proceso de sistematización y análisis de la información se obtiene una gran cantidad de información útil para resolver la pregunta problema de la investigación, al mismo tiempo que se cumple con el objetivo general de la misma. Este proceso se ha realizado desde una postura no experimental donde como investigadora me limito a observar los acontecimientos sin intervenir.

La tecnología digital como canal de la nueva era para mostrar a gran escala la misión social que realizan, este es el concepto más fuerte desde la comunicación para el desarrollo social para un enfoque del cambio social. Utilizar los medios para generar espacios de transformación, construye de manera implícita mucha más visibilidad de cada una de las reinas que deben ejercer como líder.

Los procesos comunicativos son una herramienta principal del cambio social, cómo se comunica y la forma en la que se desarrollan cada uno de los aspectos que promueven lenguaje, la escritura y las herramientas digitales. La comunicación-educación se desarrolla desde el momento en el que se emite un mensaje y desde la forma en la que se debe transmitir. Se necesitan códigos claros, objetivos que potencializan y posicionan la imagen de un Concurso Nacional de Belleza.

La categoría de las redes sociales juega un papel principal en el desarrollo de cada una de las estrategias implementadas por medio del Concurso Nacional de Belleza, enmarcados en las realidades de un país lo que hace que genere ese valor agregado, la historia lo rodea de mujeres que tienen voz y que cumplen un papel de lideresas. Se demuestran las principales categorías que se quieren evaluar en la investigación, se justifica y menciona la importancia de los valores que deben acompañar los rasgos personales de una Señorita Colombia y de qué manera debe aportar positivamente a los sucesos que acompañan todo el desarrollo del Concurso Nacional de Belleza.

La belleza no va ligada solo al aspecto físico de la representante de un País, también hace referencia a resaltar dos mujeres nativas de Colombia como lo son la palenquera que encontramos en Cartagena junto con la imagen representativa e icónica de una Señorita Colombia que juntas se encargan de enmarcar la importancia del símbolo de empoderamiento, mostrando todo lo que es un sector, social, cultural y productivo, mostrando la fuerza del género femenino y de cómo cada uno de los pasos que se generan aportan al cambio futuro de una voz que se llama Colombia.

Así como la sociedad va dando grandes pasos hacia adelante, el Concurso Nacional de Belleza puede y debe implementar o recibir iniciativas de estrategias comunicativas para avanzar en sus canales de comunicación logrando proyectar un cambio y una evolución significativos. Cada una de las mujeres que participan en representación de sus departamentos pueden generar aspectos importantes en la formación del Concursos Nacional de Belleza ya que podrían brindar ideas transformadoras que aporten a la misión social y a la ayuda colectiva, pues como mujeres líderes que son, sus voces pueden ser escuchadas y es ahí cuando el verdadero sentido de todo comienza, en el momento donde se quiere construir para formar conceptos significativos.

7. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y HALLAZGOS

Esta investigación nos lleva a comprender a fondo la importancia que tienen los concursos de belleza y en especial el Concurso Nacional de Belleza que se ha distinguido por ser uno de los más presentes en cumplir una misión social enfocada en las necesidades de Colombia. Según Vásquez "En eventos como el reinado esta idea de belleza se consolida al destacar no solo la belleza física de las candidatas sino también sus actuaciones como seres virtuosos, ya bien sea a través de obras de caridad y actitudes altruistas" (2009, p.42). Así mismo es como Jimmy Méndez, miembro de la junta directiva del Concurso Nacional de Belleza hace hincapié en que las reinas se someten a un trabajo, un apostolado y son misioneras durante su año recorriendo las entrañas de las necesidades de Colombia.

La misión social se ha ido fortaleciendo con el pasar de los años ya que cada vez más fundaciones se ven beneficiadas de la ayuda que brinda el Concurso Nacional de Belleza y la Señorita Colombia a través de desfiles benéficos, visitas a fundaciones, o en muchas ocasiones cuando la reina brinda acompañamiento al gobernador del departamento que ella representó desde un inicio, así mismo se evidencia como la compañía de la Señorita Colombia brinda un apoyo sin igual y moviliza más personas dentro de los eventos porque como se había mencionado anteriormente Colombia es un país con personas que por tradición siguen los reinados de belleza y se sienten felices de poder compartir algún espacio determinado con la reina ya que logran identificarse con ella y la ven como un modelo a seguir.

En estos eventos se logra evidenciar la entrega que debe tener una reina con su gente ya que se caracteriza por su gran actitud, sonrisa, empatía, cercanía y servicio. Lo mencionado anteriormente nos funciona para romper con los mitos que les crean a las reinas de belleza e imaginarios que muchas veces no encajan con lo que realmente son dando poder a uno de los principales objetivos del Concurso Nacional de Belleza que es tener dentro de la organización “Belleza con contenido”.

Según Munevar “Son objeto de críticas despiadadas sobre su cara y su rostro, la mayoría de las cuales no se hacen en secreto, sino que se dicen en los periódicos, las revistas, la radio y la TV. Como quien dice, todo el mundo se entera de sus defectos”. (1998, P.1).

Es importante mencionar que en esta investigación no se profundizó sobre la parte física de la Señorita Colombia pero no se debe dejar de lado que así como viven un año de mucho aprendizaje y experiencias positivas, también experimentan críticas de todo tipo y siempre están siendo observadas por terceros, lo que genera en ellas gran presión a la hora de actuar.

Se analiza como la Señorita Colombia empieza su período siendo embajadora de Colombia con un carácter y pensamientos diferentes a como terminan siendo al final, ya que tras poder compartir con tantas personas, ver las necesidades en los ojos del prójimo, trabajar arduamente durante largas jornadas, las situaciones anteriores crean en ella una mujer más madura, consciente, centrada, organizada, empática y muchas otras cualidades que se fortalecen en ella durante este período pero la más importante es la de darse cuenta que su verdadero trabajo se crea a través de la gente, del servir y de esta manera se hace consciente de que el verdadero objetivo es el apoyo y la ayuda que pueda brindar desde la posición en la que se encuentra. Darse cuenta de la importancia de aprovechar cada momento y evento para llevar alegría, para visibilizar y dar a entender a los demás de manera

masiva que es muy importante fortalecernos como sociedad y darnos la mano unos a otros.

Según Vásquez “las virtudes de la solidaridad y generosidad son leídas como comportamientos en donde las reinas justifican su belleza” (2009, p.20), así mismo que con el carisma y las virtudes que tanto ha caracterizado a las reinas del Concurso Nacional de Belleza se siga exponiendo más la labor que se cumple y de esta misma manera motive a muchas más personas a solidarizarse con el prójimo.

Vivir para servirle a los demás es una de las grandes máximas de las que habla una Señorita Colombia y durante su agenda real experimenta detalladamente las emociones que se viven con personas, sonrisas, lágrimas, alegría, tristeza, pobreza, riqueza y esto lleva a que sea un año lleno de contrastes que hacen que cualquier ser humano reconozca la ayuda que necesita Colombia y lo importante de visibilizar las causas sociales con más peso, que de verdad dejen huella en comunidades vulnerables que pasan dificultades, que no tienen trabajo ni acceso a una buena educación y que de alguna u otra manera el velar por cumplir la misión social ayudará a dejar un granito de arena en el otro, motivándolo a salir adelante y a llevarlo por un camino de tolerancia y paz.

Como toda empresa que tiene altos y bajos de credibilidad en la sociedad el Concurso Nacional de Belleza también los ha tenido, pero entendiendo este como el momento adecuado y preciso para que el Concurso Nacional de Belleza se relance desde nuevas ideas altruistas y en pro a la labor social que beneficia el país, lo cual deja llena de retos a esta institución frente a la imagen que más que cambiarla es reforzarla en una postura cada vez más fortalecida frente a las necesidades inmediatas que llegue a tener el país.

El año 2020 queda en nuestra memoria como un año retador, atípico y cambiante por muchos factores, entre ellos el cierre de sectores tanto económica, comercial, turística, entre otros a causa de la pandemia por el COVID-19 lo cual nos da a entender la importancia que tiene el turismo en nuestro país ya que mueve la economía. Al mismo tiempo, este trabajo nos deja llegar a la conclusión que la misión del Concurso Nacional de Belleza desde un principio es impulsar y promover el turismo desde Cartagena, hasta cada rincón de Colombia pues debido a su intencionalidad genera una proyección social y a la vez económica.

Lo anterior hace referencia a lo que sostiene la Señora Cecilia Bustamante, miembro de la junta directiva del Concurso Nacional de Belleza, que Doña Tera Pizarro de Angulo era una mujer verraca y lograba en su época conseguir por medio de un teléfono todas las donaciones y ayudas que le hacían al Concurso, añadiéndole con esto un reto más a la misión social que se cumple y es que la virtualidad y las adversidades no deben ser una limitante.

Como una de las conclusiones finales, es primordial que como Colombianos no dejemos de lado la tradición e historia que con esfuerzo ha logrado conseguir el Concurso Nacional de Belleza hace más de 80 años, ya que si generamos un apoyo colectivo en visibilizar lo positivo y en trabajar en pro a que la labor social cada vez se exponga más a nivel nacional y posiblemente internacional se podría lograr una cobertura exponencial, la cual a través de lo bello de nuestras mujeres y sus costumbres nos eduque y nos caracterice como seres más solidarios, altruistas, generosos, virtuosos y al mismo tiempo enaltezcamos la economía y el turismo que son sectores que podemos explorar de manera profunda.

8. PRODUCTO

Se realizó un artículo de reflexión, dando un punto crítico de la investigación y describiendo la comprensión de cada una de las temáticas abordadas en el desarrollo del proceso y en el reconocer cuales eran las labores sociales que se pueden realizar en las fundaciones por medio del Concurso Nacional de Belleza y la Señorita Colombia. Se describe cómo son utilizados los recursos de comunicación-educación que se implementan en cada uno de los encuentros sociales y culturales que son desarrollados cada día y guiados por medio de las herramientas de comunicación, las cuales permiten el proceso de retroalimentación y emisión de un mensaje mediante los encuentros que la Señorita Colombia puede ejercer.

La investigación nos permite identificar como la comunicación-educación siempre puede desempeñar un papel importante en la educación, desde lo que se emite y lo que se interpreta por cada una de las personas que hacen parte de la sociedad, y al interactuar con diversos medios permite a los sujetos activar su capacidad de entendimiento y redefinir los procesos para comunicar, configurar y organizar sentidos e interpretaciones de la información recibida. Se pretenden explicar las iniciativas de la Señorita Colombia y como la comunicación e información construyen el contexto comunicacional. Se busca conocer el proceso y la manera más efectiva de aportar socialmente desde lo que hace la Señorita Colombia como persona y con su rol de líder en las funciones que desarrolla en Colombia.

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN-EDUCACIÓN EN EL CONCURSO NACIONAL DE BELLEZA PARA LAS COMUNIDADES VULNERABLES Y FUNDACIONES DE COLOMBIA.

IMPACT OF COMMUNICATION-EDUCATION ON THE NATIONAL BEAUTY CONTEST FOR THE VULNERABLE COMMUNITIES AND FOUNDATIONS OF COLOMBIA.

María Fernanda Arsitizabal Urrea.

RESUMEN

Se trata de identificar como la comunicación-educación puede impulsar el impacto que el Concurso Nacional de Belleza le brinda a comunidades vulnerables y fundaciones del país, y como por medio de estrategias en la comunicación generan espacios de interacción, ayudando en la descripción de las experiencias que vive la Señorita Colombia. Así mostrando el cumplimiento de cada una de las labores sociales que se pueden implementar en su país exponiendo el impacto que la edu-comunicación de forma positiva y negativa tendría en las comunidades, narrar como cada una de estas iniciativas son apoyadas por el Concurso Nacional de Belleza dejando claro como el reinado puede apoyar a las comunidades más vulnerables del país y desarrollar un análisis de la utilidad que tendría a largo plazo en la misión social del Concurso Nacional de Belleza.

ABSTRACT:

Identify how communication-education can promote the impact that the National Beauty Contest provides to vulnerable communities and foundations in the country, and how through communication strategies they generate spaces for interaction, helping in the description of the experiences that Miss Colombia lives. Making clear the fulfillment of each of the social tasks that can be implemented in your country exposing the impact that

edu-communication in a positive and negative way would have on the communities, narrating how each of these initiatives are supported by the National Beauty Contest, making it clear how the contest can support the most vulnerable communities in the country and develop an analysis of the long-term usefulness it would have in the social mission of the Contest

DESCRIPTORES: Misión social, comunicación, educación, reinados, comunidades, cnb, futuro.

KEY WORDS: Social mission, communication, education, reigns, communities, cnb, future.

INTRODUCCIÓN

El proceso de comunicación educación que se refleja en la temática abordada representa la realidad social mostrando la verdadera misión que debe representar una reina de belleza, de qué manera la comunicación influye en este proceso de comunicación potencializado por diferentes aspectos importantes que hacen parte de la historia que construyen los reinados en la actualidad, cómo a través de las dificultades presentadas durante el año 2020 por la pandemia en todo el mundo se tuvieron que vincular nuevas estrategias de mejoramiento para poder continuar realizando diferentes acciones que aportan a el cambio positivo de la sociedad.

REFLEXIÓN

Para que se configure la comunicación este debe ir dentro de un contexto adecuado en donde el lenguaje se aplique como un mensaje claro otro aspecto que puede resultar en la falla de la comunicación es con respecto al contexto. El contexto es un elemento de la comunicación que básicamente consiste en el espacio donde se producirá la comunicación. Éste puede verse afectado por diversos elementos externos como el ruido que distorsiona la calidad del mensaje. No podrá ser recibida adecuadamente para efectos de una buena comunicación.

La finalidad que el Concurso Nacional de Belleza (CNB) ha tenido a lo largo de los años con la misión social que se cumple es el poder comunicar y transmitir mensajes poderosos

y de peso a la comunidad en general, mensajes que a través de reinas de belleza o de la señorita Colombia sean integrales y completos ya que la belleza es una herramienta que como humanos nos atrae de cierta manera que se nos facilita el escuchar un mensaje viniendo de personalidades que con su carisma y belleza física y personal haga caer en cuenta de la importancia de crear una sociedad unida y al mismo tiempo ayudar a mejorar como país a través de la empatía hacia el otro, o el simple hecho de ayudar a ciertas poblaciones vulnerables que viven con tantas necesidades, haciéndolas más visibles ante el resto del Colombia.

Las actividades realizadas durante todo el año de una Señorita Colombia van direccionadas al aprendizaje colectivo de comunidades y de la misma organización Concurso Nacional de Belleza, ya que se presenta continuamente una retroalimentación de parte y parte y es de esta manera como se construye conocimiento que perdure en el tiempo y sea transmitido cada vez a más cantidad de personas logrando comunicar-educar y por consecuencia formar un mejor país.

CONCLUSIONES

Esta investigación nos lleva a comprender a fondo la importancia que tienen los concursos de belleza y en especial el Concurso Nacional de Belleza que se ha distinguido por ser uno de los más presentes en cumplir una misión social enfocada en las necesidades de Colombia.

Teniendo en cuenta los principios de construcción de comunicación que nos permiten identificar los factores de comunicación-educación involucrados en la investigación ya que es la fuente y medio que permiten transmitir un mensaje de la forma correcta en los espacios en los que cultural y socialmente se desarrollan cada una de las labores sociales.

Por otro lado, consideramos que este tema es de gran importancia en la actualidad ya que los reinados de belleza no sólo es importante para informar a la sociedad actual sino

también para interactuar de manera eficaz teniendo en cuenta varios parámetros como: comunicar, informar y socializar sobre diferentes temáticas, también se puede apreciar como las comunidades más vulnerables son apoyadas por el reinado nacional de belleza.

BIBLIOGRAFIA

Signorelli,S; Guberman, M; Abadjieff, E; Glikin, T; Villagra, L. (2020). Sentimientos frente a la pandemia, a la cuarentena y reacciones sociales en argentina y latinoamerica. Fundación CAPAC-ALPE Argentina. Buenos Aires, Argentina.

Recuperado de:

http://fundacioncapac.org.ar/revista_alpe/index.php/RLPE/article/view/99/pdf

Munevar T; (1998) lo bueno y lo malo de ser reina. El Tiempo Recuperado de:

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-830664>

Comunicación para el cambio social Junio de

2011 <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cendales, L. Torres, F, Torres, A. (2004) “uno siembra la semilla pero ella tiene su propio dinámica, entrevista a Orlando Fals Borda. Recuperado de http://www.dimensioneducativa.org.co/biblioteca.shtml?AA_SL_Session=840d13f35bd6e815068224971328b14e&x=49698.

Gonzales,R. Molinares, I. (2010). La violencia en Colombia. Una mirada particular para su comprensión. De cómo percibimos la violencia social a gran escala y hacemos invisible la violencia no mediática. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Desarrollo Humano*. (Vol. 3). Barranquilla, Colombia. Recuperado de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/investigacion/article/viewArticle/1201/4599>

Angulo, R. Junta directiva. (2015). *Las reinas*. (pp. 4).

Narvárez, A. (2019). Comunicación educativa, Educomunicación y educación mediática: Una propuesta de investigación y formación desde un enfoque culturalista. *Centro de Investigaciones de la Universidad Pedagógica Nacional*.(22)3: (pp. 1- 30). Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v22n3/0122-8285-pacla-22-03-e22311.pdf>

Nájera, T. (2016). *Análisis del modelo empresarial y su impacto como producto social en el beneficio de un país, el caso del concurso nacional de belleza*. Universidad tecnológica de Bolívar. Cartagena, Colombia. Recuperado de <https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/3402/0070373.pdf?sequence=1>

Vásquez, T. (2009). Belleza con un propósito o propósito de la belleza. Universidad de los Andes. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/23844/u343611.pdf?sequence=1>

Jara; Óscar. (2011). *Dilemas y desafíos de la sistematización de experiencias* CEP centro de estudios y publicaciones Alforja. Costa rica. Recuperado de: <https://cmapspublic.ihmc.us/rid=1HDJ380WH-1FY8F8S-1FYD/Jara%20dilemas.pdf>

Signorelli,S; Guberman, M; Abadjieff, E; Glikin, T; Villagra, L. (2020). Sentimientos frente a la pandemia, a la cuarentena y reacciones sociales en argentina y latinoamerica. Fundación CAPAC-ALPE Argentina. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: http://fundacioncapac.org.ar/revista_alpe/index.php/RLPE/article/view/99/pdf

Munevar T; (1998) lo bueno y lo malo de ser reina. El Tiempo Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-830664>

Comunicación para el cambio social Junio de 2011 <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>

Humberto J. Cubides C. Valderrama, C. (1996) Comunicación- educación: algunas propuestas investigativas. Universidad central. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1051/105118998011.pdf>

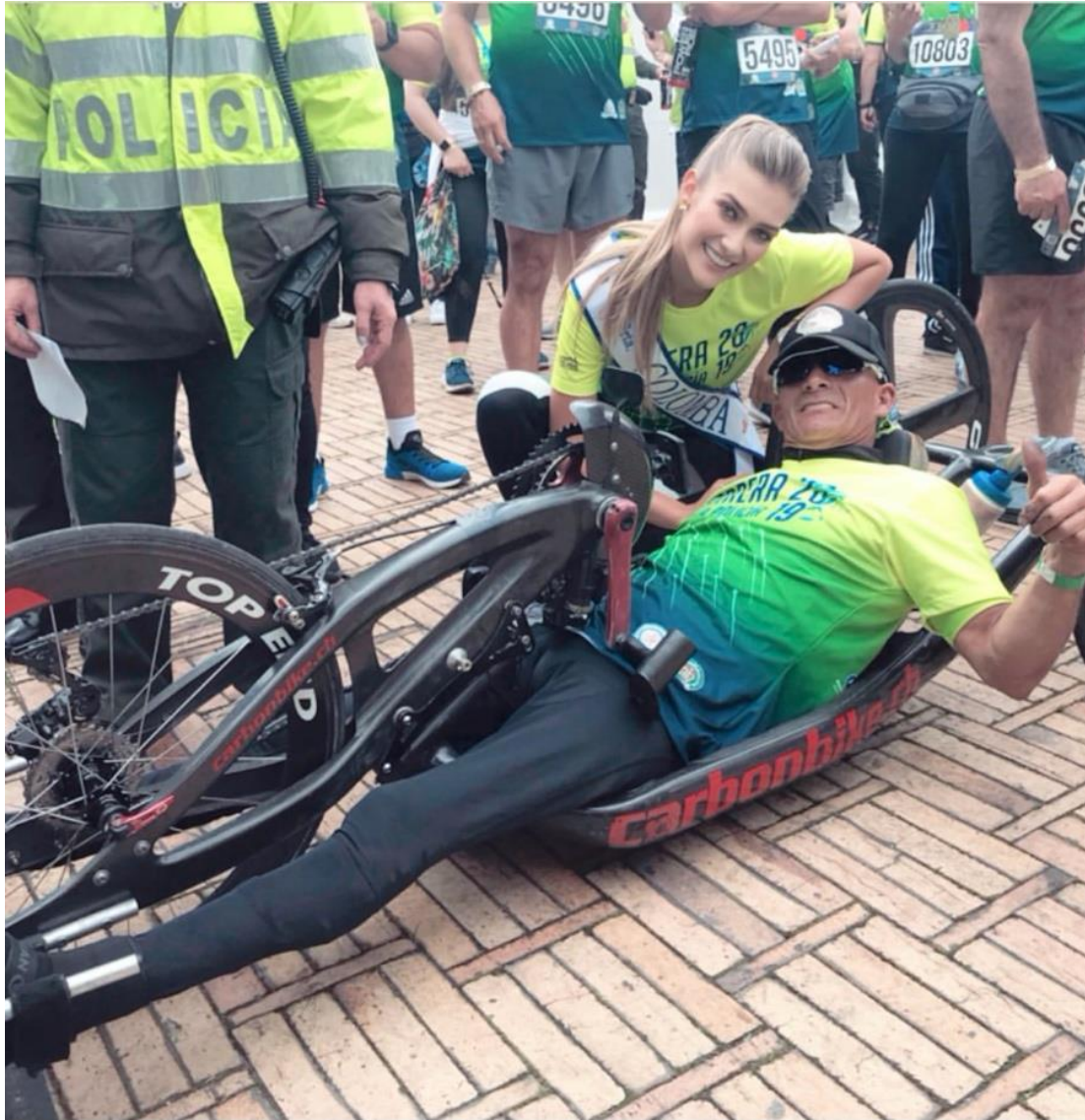
10. ANEXOS (listado de los insumos utilizados para la investigación y otros documentos que se consideren importantes para sustentar el trabajo, como guiones, libretos, programaciones, publicaciones, etc)













11.

















