

Representaciones sociales de los habitantes de Bogotá, sobre ciudadanía corporativas referentes a Transmilenio S. A.

Luis Miguel Morales García

luiscel26@gmail.com

John Alexander Raigoso

raygo1945@gmail.com

Resumen

Este artículo se propone presentar una explicación basada en una etnografía a través de la identificación de las ciudadanía corporativas como marco de las representaciones sociales de los habitantes de Bogotá D. C., frente a Transmilenio S. A, referente al año 2014. Con ello, se busca aclarar cuál es la responsabilidad social empresarial que tiene el sistema masivo en la capital colombiana.

Palabras clave

Responsabilidad social empresarial, Transmilenio S. A., ciudadanía corporativas, Bogotá D. C., representaciones sociales.

Abstract

This article presents and explanation based on an ethnography, through the identification of the corporate citizenships as a framework for the social representations of Bogota's inhabitants regarding Transmilenio S. A. during 2014. The objective of this study is to clarify which is the corporate social responsibility of massive transportation system in the Colombian capital.

Key words

Corporate Social Responsibility, Transmilenio S. A., corporate citizenships, Bogota D. C., social representations.

Introducción

El siguiente trabajo tiene como objetivo general analizar las representaciones sociales de los habitantes de Bogotá, con respecto a las ciudadanía corporativas referentes a Transmilenio S. A. Para ello, en primera instancia, es necesario realizar un recorrido teórico con el fin de acercarnos un poco a la naturaleza del concepto de ciudadanía corporativas. Posteriormente, identificaremos la información, ideología y opinión que tienen los habitantes de Bogotá referente a las ciudadanía corporativas. De igual manera, se propone presentar una explicación basada en la etnografía a través de la identificación de las ciudadanía corporativas como marco de las representaciones sociales frente al sistema integrado de transportes de Bogotá; y con ello se busca llegar a una apreciación teórica de cuál es la responsabilidad social empresarial que tiene el sistema masivo en la capital colombiana, y si ésta entra en concordancia con los planteamientos de las Naciones Unidas sobre cuáles y cómo deben ser las ciudadanía corporativas.

Pregunta problema

¿Cuáles son las representaciones sociales de los habitantes de Bogotá sobre las ciudadanía corporativas referentes a Transmilenio S. A.?

Objetivo General

Analizar las representaciones sociales de cuatro habitantes de Bogotá, sobre las ciudadanía corporativas referentes a Transmilenio S. A., en el año 2014.

Justificación

Transmilenio es parte fundamental del desarrollo de la ciudad y de sus diversos componentes culturales, sociales, económicos y políticos, por ende, impacta en el progreso urbano y en el diseño urbanístico de la capital. Asimismo, según Fernando Páez gerente de Transmilenio, el 90 % de los usuarios del sistema son ciudadanos de los estratos 1, 2 y 3, también ha aportado a la cultura ciudadana. Los usuarios al ver que tiene un

sistema de transporte con puntos de parada fijos, servicios programados y controlados tecnológicamente, adquieren una forma distinta de comportamiento. Por tal motivo, a través del desarrollo del presente proyecto de investigación se pretende analizar las representaciones sociales de cuatro habitantes de Bogotá, sobre las ciudadanías corporativas referentes a Transmilenio S. A. durante el año 2014.

Con base en dicho estudio, se propone de igual manera presentar una explicación basada en la etnografía a través de la identificación de las ciudadanías corporativas como marco de las representaciones sociales frente a Transmilenio S. A., y con ello se busca aclarar cuál es la responsabilidad social empresarial que tiene el sistema masivo en la ciudad capital colombiana. Mucho se ha hablado sobre las ventajas y desventajas del sistema, del aporte sociocultural del mismo, y de cómo los capitalinos se ven reflejados culturalmente en él. No obstante, en la mayor parte de esos ejes temáticos se explican las variables influyentes desde la óptica del método cuantitativo, es por ello que decidimos profundizar en el estudio de las ciudadanías corporativas a partir del método cualitativo, ya que éste nos permite apreciar la complejidad de las narrativas y realidades de algunos usuarios, trabajadores y no usuarios de Transmilenio S. A.

Conocer cuáles son las representaciones sociales de los habitantes de Bogotá en cuanto a las ciudadanías corporativas enfocadas a Transmilenio S. A., es un acto que favorecería posteriores estudios sobre cultura, identidad, socialización y responsabilidad social empresarial para Transmilenio S. A., y además de ello, daría un diagnóstico cualitativo de Transmilenio referente a las ciudadanías corporativas.

Marco Teórico

Representación social

La representación social se puede entender según los planteamientos dados por Stuart Hall (1997), como un proceso en el cual el individuo y la sociedad forman parte de un mismo sistema, dando a

entender que el individuo concibe un mapa mental, o un esquema cognitivo, donde va a albergar una serie de conceptos entendidos como una abstracción o una generalización de algo que lo circunda en un contexto subyacente o externo a él (objetos, cosas y

personas). Entonces, el individuo encierra en su mapa mental una serie de conceptos propios de la representación que él hace de su contexto externo. De esta manera, el sujeto ya tiene una representación individual del contexto, le da sentido al mundo de la gente, los objetos, los eventos; y los organiza en grupos, clasificaciones y conceptos que responden a una lógica o a un principio de semejanza y diferencia.

De lo anterior, se deriva la complejidad de transmitir o representar un esquema cognitivo o mapa mental de un individuo a otro. ¿Y cómo hacer esto?, pues bien, Stuart Hall (1997) plasma en su texto la importancia de hacerlo por medio del lenguaje, y lo entiende en términos de palabras escritas, habladas, sonidos o imágenes, que permiten el acto de compartir mapas mentales de un individuo a otro. En concordancia con ello, los planteamientos del enfoque construccionista que develan la complejidad del acto elocuente de transferir información de un individuo a otro, se realizan a través de lo que se conoce como un contrato social simbólico del acto de la palabra, representado o sustentado en códigos culturales compartidos. De este modo, el ser humano, individuo y sujeto de la sociedad, desarrolla todo un repertorio de elementos configurados en códigos, para poder

transmitirle sus conceptos a otros sujetos, con el fin de que éstos le entiendan y comprendan el repertorio de representaciones que éste tiene a través del acto del lenguaje. Así, como nos sugiere Hall (1997) la realidad, o las realidades, se construyen a través del diálogo y de compartir esos códigos culturales, los cuales nos permiten mimetizar un concepto, haciéndolo único y entendible en un contexto particular y bajo ciertos parámetros culturales.

Esto es lo que Hall (1997) expone como el enfoque más coherente con sus análisis y estudios, pero también, en su texto de representaciones plasma otra serie de planteamientos propios de enfoques que anteceden al construccionista. El enfoque reflectivo, el cual contiene una significación donde el individuo no le da sentido al objeto que percibe, y, por el contrario, el objeto que éste percibe ya viene dotado con un sentido; lo que hace el individuo, a nuestro parecer, es absorber ese sentido y hacerlo parte de su mapa mental. Otro enfoque, el cual precede al reflectivo, es el intencional, y se fundamenta en el planteamiento de que el individuo le da sentido a todo lo que percibe.

Una crítica que recoge Stuart en su texto, sugiere que tanto el enfoque reflectivo como el intencional, no tienen un sustento el cual

permita especificar cómo el individuo comunica sus representaciones a otros individuos. Un ejemplo de ello sería una Coca-Cola, pues lo que para un individuo significa una gaseosa, en la majestuosidad de su representación y relación con la palabra Coca-Cola, para otro individuo esta misma gaseosa puede llamarse ASDASD. En ambos casos se habla de un mismo objeto, pero con un código distinto que no es compartido entre dos individuos y un problema de representación en el lenguaje.

Cabe mencionar, que dentro de las representaciones sociales se encuentran diversas categorías de análisis las cuales permiten orientar esta investigación, para indagar sobre la Información, ideología y opinión de los habitantes de Bogotá sobre las ciudadanía corporativas. La información, según Araya (2002), "conciernen a la organización de los conocimientos que tiene una persona o grupo sobre un objeto o situación social determinada. Se puede distinguir la cantidad de información que se posee y su calidad" (p.40). Podemos referirnos a esta dimensión como el nivel de conocimiento que tiene un sujeto con respecto de algo, en este caso, sobre las ciudadanía corporativas o en su defecto a las categorías de las ciudadanía corporativas.

Si nos referimos a ideología, para Araya (2002) "una ideología es, en

esta perspectiva, el sistema constituido por un conjunto de representaciones sociales y la relación entre ambas, pertenece por lo tanto al tipo de relación que une a las partes con el todo" (p. 43); en ese orden de ideas, las representaciones sociales son una manifestación concreta de las ideologías; y la función de la ideología, más específicamente, según la define Gallegos (S.A.), es "como la formación del individuo en sujeto a través de la interpelación" (p.1). Dentro de las ideologías podemos ver diversas categorías como lo son las políticas, religiosas, de clase y familiares, las cuales permiten la definición del sujeto como parte del panorama social en cuanto posibilitan la interiorización de esas particularidades culturales en esquemas mentales propios que definen la identidad de ese sujeto. Y, por último, la opinión según Araya (2002) "es la toma de posición frente a cuestiones sociales de relevancia" (p.46).

Ciudadanía corporativa

Según Antonio Tamayo (2008), las empresas son organizaciones creadas por hombres y mujeres con el objetivo primordial de generar lucro a partir de la comercialización de determinado producto o servicio. Dentro del marco social de las actuales organizaciones, podemos ver cómo cada una de ellas debe evolucionar y cambiar en relación al entorno en el cual

fueron implementadas. Las organizaciones deben ser modificadas por la acción del entorno, creando una relación recíproca entre la organización y la sociedad o medio ambiente. Dicha relación será tratada en el presente documento, con el fin de obtener una mirada analítica de la manera en que la organización Transmilenio S. A. debe asumir la responsabilidad de los impactos que genera la actividad productiva a la que se dedica.

Las compañías o empresas son consideradas como parte importante de cada uno de los ciudadanos, desde el usuario hasta el empleado, no sólo por los servicios brindados a la ciudadanía sino también porque son un sujeto activo dentro de la sociedad; y por esta razón, el campo de impacto de la compañía Transmilenio S. A es muy amplio y fundamental dentro de la sociedad moderna. En otras palabras, "la empresa se introduce en la sociedad no sólo como sujeto económico activo, sino también como sujeto social actuante" (Capriotti, 1992 y 1999). El reconocimiento de la compañía Transmilenio S. A como un sujeto social actuante ha hecho que se asuma una responsabilidad social por parte de la misma, y de allí surge el concepto de ciudadanía corporativa (CC), el cual en términos sencillos busca que las empresas tengan en cuenta no sólo las consecuencias económicas y financieras de

sus actividades, sino también los aspectos sociales, ambientales, de desarrollo y de género. La responsabilidad de las compañías debe ir más allá de su rol puramente económico, para asumir un rol social (Carroll, 1979; Wartick y Cochran, 1985; Wood, 1991; Carroll, 1999; Waddock, 2004)

El concepto de ciudadanía corporativa es adecuado para trasladar el estatuto de las empresas al de una economía global. Las empresas son agentes políticos ya que tienen poder para tomar y ejecutar decisiones colectivas. La ciudadanía corporativa, en sentido amplio, puede ser definida como los compromisos, estrategias y prácticas operativas que una compañía desarrolla para la implantación, gestión y evaluación de su conducta corporativa (Capriotti, 2006). En otras palabras, la ciudadanía corporativa es la forma como se concreta o se lleva a la práctica la Responsabilidad Social Empresarial; teniendo como principio básico el que la empresa no es una entidad aislada, sino una parte de la misma sociedad, y que requiere comportarse como un buen ciudadano con respecto a la responsabilidad que tiene sobre todos sus actos dentro de un marco social, productivo y ecológico.

El World Economic Forum (s.f.) describe a la ciudadanía corporativa como la contribución que hace una

compañía a la sociedad, a través de sus actividades esenciales como empresa, entre ellas su inversión social y programas filantrópicos; o bien, la describe como “la manera en que una compañía coordina sus relaciones económicas, sociales y ambientales, y cómo se compromete con sus colaboradores (accionistas, empleados, clientes, socios de negocio, gobiernos y comunidades), teniendo un impacto en su éxito a largo plazo”. Adicionalmente, el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) la define:

Como un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se reflejan a lo largo de las operaciones empresariales y de los procesos de toma de decisión, dicho proceso debe ser apoyado e incentivado por los mandos altos de la empresa. Una empresa con responsabilidad social fundamenta su actuación social con compromisos de actuación tanto en una dimensión interna como externa, dándole transparencia y certidumbre a su actuación y a sus relaciones. (2005).

El comportamiento corporativo implica la acción en temas sociales como derechos humanos en el trabajo, y cobra importancia dentro de la sociedad en la medida en que es considerada una acción legitimadora frente a la sociedad, lo

cual influye en la supervivencia de la organización dentro del entorno social en el cual opera. Dicha legitimación de la empresa dentro de la sociedad, es otro de los aspectos que se desarrollaran por medio del presente documento.

Las organizaciones existentes dentro de nuestra sociedad intervienen o hacen parte del entorno vital de muchas personas, como en este caso Transmilenio S. A., ya que hace parte del diario vivir de muchos ciudadanos de Bogotá, quienes como agentes políticos activos tienen la oportunidad y el deber moral de adoptar actitudes de un buen ciudadano. En ello consiste la ciudadanía corporativa, cuya forma está siendo explorada actualmente en las empresas.

Transmilenio S. A. como empresa y suministro vital de la movilidad de Bogotá tiene el deber de adquirir una responsabilidad social y moral con la gran cantidad de personas que hacen uso de dicho método de transporte. La relación entre el concepto de ciudadana corporativa y el servicio del Transmilenio, crea un marco de responsabilidad social empresarial en el cual, independientemente de que este ente sea de procedencia privada, debe prestar el servicio a los usuarios que forman parte de la ciudadanía y a sus empleados, para que dichos actores sociales

interactúen de manera correcta y benéfica con el sistema de transporte masivo. Sin olvidar que por ser una empresa privada puede tomar y ejecutar las decisiones que se crean convenientes para la compañía, siempre que se respeten los derechos de cada uno de los actores sociales que de alguna manera hacen parte de ella (E y G Economía e Gestão, 2005).

Según señala el Banco Mundial, el concepto de ciudadanía corporativa supera la parte económica, cuando dice que la ciudadanía

corporativa parte desde el reconocimiento de que las empresas tienen derechos y responsabilidades, que van más allá de la maximización de las ganancias en el corto plazo. La empresa socialmente responsable es un ciudadano corporativo que trasciende sus obligaciones legales, fundamenta su gestión en políticas y programas que inciden positivamente en la gente, el entorno y las comunidades en las cuales opera; lo cual implica involucrarse con la sociedad en todos los sentidos (Tamayo, 2008).

Metodología

Diseño de la investigación

Esta investigación es de método cualitativo ya que como lo menciona Mayan (2001), citando a Patton, explora las experiencias de la gente en su vida cotidiana. Es conocida como indagación naturalista, en tanto que se usa para comprender con naturalidad los fenómenos que ocurren (p.5).

En ese orden de ideas, se plantea también la utilización de la metodología etnográfica, ya que explora la realidad en su complejidad, dinamismo y profundidad; y brinda una perspectiva más completa, detallada y cotidiana, acerca de las

representaciones sociales que se tienen sobre las ciudadanías corporativas de Transmilenio S. A. La información se extrajo directamente de la realidad de los participantes, de sus actitudes, creencias, experiencias, pensamientos y reflexiones de acuerdo al tema. La etnografía nos permite relacionarlos de par a par, desligando las máscaras jerárquicas del investigador-investigado, y nos permite formar parte del contexto y fenómeno de estudio. Además, la información recolectada no es alterada, y, por ende, las descripciones de los participantes se convierten en eje fundamental de la matriz de análisis.

Instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de esta investigación de orden cualitativo es necesario utilizar herramientas que permitan recolectar la información requerida. Utilizamos la herramienta de entrevistas semiestructurada y también la técnica de observación participante. Ésta última, permite tener una apreciación de la realidad de los participantes, desde la óptica de lo cotidiano y del quehacer común de las personas; así como también nos revela aspectos específicos sobre la cultura e identidad de los participantes, referidos en este caso al contexto específico de Transmilenio S. A.

Una de las ventajas de la utilización de las técnicas de observación participante y entrevista semi-estructurada, es que permiten visualizar la crítica que tienen algunos trabajadores y usuarios de Transmilenio frente al mismo, y el cómo perciben las ciudadanías corporativas; así como también las propuestas que tienen para la solución de las problemáticas observadas. Asimismo, nos dan la oportunidad de conocer otros aspectos referentes a las representaciones sociales de Transmilenio en general.

Para el presente trabajo se necesitó de la revisión documental, para

lograr identificar el conocimiento existente sobre el tema a tratar, también se utilizaron diarios de campo, se tomaron fotografías y se grabaron las entrevistas.

Técnicas

Observación participante: supone obtener información a través de compartir la percepción y acción de los investigadores, con las cotidianidades de la vida de los participantes de la investigación en su contexto, experiencia, vivencia y realidad. También desarrollar la empatía y vincular propio desarrollo de la socialización que permite hacerse parte de esa realidad de la cual se quiere obtener información.

Entrevista semiestructurada: plantea la posibilidad de tener preguntas planteadas de acuerdo a lo que se quiera indagar, pero permite la libertad de obtención de la información, ya que las preguntas planteadas hacen parte de un guion, mas no de una regla exacta. El investigador puede plantear una conversación cotidiana e ir indagando por esos apartados que le interesa conocer, sin necesidad de romper la espontaneidad de la conversación.

Dentro de la entrevista semiestructurada se tuvo en cuenta la siguiente matriz para orientar la formulación de las preguntas:

Objetivos específicos	Categoría deductiva	Definición	Categorías Ciudadanías Corporativas	Preguntas entrevista
Identificar la información que tienen los habitantes de Bogotá, referente a ciudadanías corporativas	Información	Concierno a la organización de los conocimientos que tiene una persona o grupo o situación social determinada. Se puede distinguir la cantidad de información que se posee y su calidad (Araya, 2002, p. 40).	Social, económico y ambiental	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Sabe usted qué aportes realiza Transmilenio a la sociedad? 2. ¿Tiene conocimiento sobre cómo Transmilenio S. A. cuida el medio ambiente? 3. ¿Conoce usted cuántos buses tradicionales sacó de circulación la Secretaría de Transporte de Bogotá para la implementación de articulados? 4. ¿Conoce usted cómo Transmilenio S. A. mejora la calidad de vida de los bogotanos? 5. ¿Sabe usted utilizar el sistema de Transmilenio S. A.?
Deducir la ideología que tienen los habitantes de Bogotá referente a ciudadanías corporativas	Ideología	“Una ideología es, en esta perspectiva, el sistema constituido por un conjunto de representaciones sociales y la relación entre ambas, pertenece por lo tanto al tipo de relación que une a las partes con el todo” (Arya, 2002, p. 43).	Social, económico y ambiental	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles son las personas que usted considera que critican más a Transmilenio? 2. ¿Cómo ve usted el acceso de personas de estratos 1 y 2 a Transmilenio? 3. ¿Considera que Transmilenio ha sido socialmente responsable con la población discapacitada, mujeres embarazadas y personas adultas? 4. ¿Qué piensa usted del acceso de habitantes de la calle, cantantes y vendedores a Transmilenio? 5. ¿Considera que Transmilenio es inseguro? 6. ¿Cómo analiza usted el cuidado del medio ambiente por parte de Transmilenio?

Estudiar la opinión que tienen los habitantes de Bogotá referente a ciudadanías corporativas	Opinión	"Es la toma de posición frente a cuestiones sociales de relevancia" (Arya, 2002, p. 46).	Social, económico y ambiental	<ol style="list-style-type: none"> 7. ¿Cuáles son sus consideraciones sobre el manejo de dinero de Transmilenio S. A.? 8. ¿Cree usted que Transmilenio mejora la calidad de vida de los bogotanos? 9. ¿Cuál cree que es el beneficio económico que tiene Transmilenio para sus dueños, trabajadores y clientes? 10. ¿Cuál es su opinión frente al trato de Transmilenio con los clientes y trabajadores? 11. ¿Cree que Transmilenio invierte en algún proyecto social? 12. ¿Usted cede el puesto en Transmilenio? 13. ¿Cómo responde usted frente a un robo en Transmilenio? 14. ¿Es usted amable con los demás usuarios de Transmilenio? 15. ¿Cómo se imagina a Bogotá sin Transmilenio?
--	---------	--	-------------------------------	--

Participantes

Fueron seleccionados cuatro participantes a través de un muestreo intencional o por conveniencia, ya que con algunos de ellos se tenía una relación empática y con otros se entablo de igual manera una relación colaborativa, la cual fue

orientada por la disponibilidad de tiempo para que el participante nos permitiera conocer sus representaciones sociales referentes a las ciudadanías corporativas sobre Transmilenio S. A. Los únicos requisitos que se tuvieron en cuenta es que fueran habitantes de la ciudad de Bogotá, Colombia. Las

características de los participantes son las siguientes: una usuaria de Transmilenio, estudiante de Psicología de la Universidad Piloto de Colombia de 19 años; un bachiller que presta servicio en la estación de Transmilenio de la Calle 45 con Caracas de 20 años; un vendedor ambulante con 65 años, cuyo puesto de trabajo se encuentra ubicado en la Calle 46 con Carrera 9, enfrente de la Universidad Piloto de Colombia; y por último, un taquillero del SITP con 55 años,

cuyo local propio está ubicado en la Carrera 13 con Calle 46.

Es importante aclarar que tuvimos varias complicaciones a la hora de acceder a realizar entrevistas con los taquilleros de Transmilenio que se encuentran en las estaciones de Marly y Calle 45, ya que según lo que nos relataron, por términos de su contrato laboral, no pueden brindar información ni dar entrevistas a otras personas sin autorización de un supervisor.

Matriz de análisis

A continuación, se mostrará la matriz de análisis realizada con el fin de estudiar información de acuerdo a las categorías deductivas de: información, ideología

y opinión frente a las ciudadanas corporativas referentes a Transmilenio S.A. teniendo como guía una serie de preguntas correspondientes a dichas categorías.

Relatos (RTA preguntas)				Categoría inductiva
Preguntas entrevista	Participante 1	Participante 2	Participante 3	Participante 4
1. ¿Sabe usted qué aportes realiza Transmilenio a la sociedad?	RTA 1: mejorar la movilidad haría más rápido el transporte.	RTA 1: ¿Qué aportes? ¿Cómo así, mi amor? ¿En qué ayuda Transmilenio a la gente?	RTA 1: Claro, el transporte público ayuda a llegar a la gente a sus destinos de trabajo.	RTA 1: ¿Aportes en qué sentido? ¿Qué le retribuye Transmilenio como empresa a los ciudadanos de Bogotá? No tengo ni idea, no, en ese sentido no tengo ni idea de nada de eso.
2. ¿Tiene conocimiento sobre cómo Transmilenio S. A. cuida el medio ambiente?	RTA 2: Debería tener una gran responsabilidad, pues los buses botan muchos gases; aparte de todo no tiene gas de los naturales y manejan combustible normal, entonces no se tiene en cuenta la opinión y no se resalta tanto como debería ser.	No, la única ayuda es que lo transporta a su trabajo, no más; de resto qué ayuda. Ellos se están enriqueciendo a raíz del pueblo.	RTA 2: Si no estoy mal, creo que los articulados manejan tecnología diesel que no es tan contaminante como la gasolina pura. Creo que sí colaboran en algo, aunque deberían mejorar un poco más; ojalá fuera energía eléctrica, sería más conveniente con el medio ambiente.	
3. ¿Conoce cuántos buses tradicionales sacó de circulación la Secretaría de Transporte de Bogotá para la implementación de articulados?		RTA 2: De eso sí no sé, ni idea. Por ejemplo el Transmilenio que está pasando por la séptima que tiene motor eléctrico, ¿será que eso contribuye a que el aire sea más limpio y que sumere se sienta mejor? No, eso no, eso no es la misma cosa; mejor dicho están ellos día tras día poniendo cosas y más cosas para seguirse llevando la plática del pueblo, no es más.		
4. ¿Conoce cómo Transmilenio mejora la calidad de vida de los bogotanos?				
5. ¿Sabe utilizar el sistema Transmilenio?				

Movilidad, transporte de un lugar a otro de forma rápida.

Relatos (RTA preguntas)					Preguntas entrevista
Categoría inductiva	Participante 4	Participante 3	Participante 2	Participante 1	
RTA 1: La mayoría de personas critican Transmilenio. RTA 2: Colabora con la hora Valle y a la gente con Siben. RTA 3: Es responsable con la población discapacitada, mujeres embarazadas y adultos mayores. Irrespeto, congestión. RTA 4: Común, frecuente, inseguro, incómodo.	RTA 1: Me imagino que la mayoría de las personas lo critican. Supuestamente es un sistema que se creó para descongestionar a los buses y todos los problemas que había. Es cierto que hay menos buses, pero entonces ahora tenemos un servicio peor, en términos de la rapidez; pero bueno, también es cierto que uno se moviliza más rápido, pero el servicio es malo. Eso como que es lo que la gente critica. RTA 3: En cierta forma ellos hacen propaganda de lo que no pueden brindar. Por ejemplo, las sillas azules no son suficientes porque el verdadero problema es la congestión. La gente no va a respetar pasarse por encima de un discapacitado o del que sea a la hora de entrar a un bus; ese es el problema más grande, porque si fuéramos a subir con tranquilidad, estaría bien, pero uno no se sube, sino que lo suben. RTA 4: Ya se volvió igual: lo que había antes ahora se volvió muy frecuente. RTA 6: Tampoco es que contribuyan mucho al medio ambiente, pero no tengo ni idea.	RTA 2: Yo pienso que ahorita con la ayuda de la hora valle y pico, es buena para muchas personas, como las que tienen Siben. RTA 4: Es algo incómodo, pues se le entiende a la gente que tiene necesidades en sus hogares, pero es algo que debe cambiar porque incomoda mucho a las otras personas, a los pasajeros.	RTA 1: Todo el mundo critica a Transmilenio, porque es malo. Tienen razón en hacerlo: a eso le hace falta mucho carro para que la gente se vaya cómoda. RTA 4: También hay artistas, mi amor, hay muchos que les gusta montarse en Transmilenio. Pero eso es muy harto. Uno se sube a Transmilenio y cree que lo van a robar o a atacar, por ejemplo cuando se sube algún cantante o un vendedor. Hay cantantes que se suben y son gente bien que le hacen mal a nadie, pero los que venden dulces y todo eso sí incomodan a la gente.	RTA 1: Los mayores, pues tienen más posibilidad de entrar con más seguridad, sin calma y tampoco es bien escuchada la palabra por ellos. RTA 3: Es responsable desde un punto, porque igual es un transporte público y cualquier persona puede entrar, pero ellos tienen unas sillas por si hay problemas; a veces hay mucha gente por la demora de la ruta y esas cosas hacen que se acumulen muchas personas y después es difícil que todos se sienten. RTA 4: Ya se volvió algo muy común, pues depende, porque cuando la persona es "bien", uno nota el esfuerzo y sus necesidades, pero cuando entran con mala actitud y uno no responde económicamente, ahí sí afecta.	6. ¿Cuáles son las personas que usted considera que más critican a Transmilenio? 7. ¿Cómo se va a ocupar de esas personas? 8. ¿Considera que Transmilenio es responsable socialmente con la población discapacitada, mujeres embarazadas y personas adultas? 9. ¿Qué piensa del acceso de habitantes de la calle, cantantes y vendedores a Transmilenio? 10. ¿Considera que Transmilenio es inseguro? 11. ¿Cómo analiza usted el cuidado del medio ambiente por parte de Transmilenio?

vez atravesadas por las dimensiones particulares de las ciudadanías corporativas que se identifican como sociales, económicas y ambientales. Siendo así, nos permitiremos ilustrar, a manera de esquema, los resultados correspondientes a la investigación, y posterior a ello mostraremos la discusión sobre el tema.

A partir de la investigación realizada se pudo identificar, deducir y estudiar las representaciones sociales características de las ciudadanías corporativas de los habitantes de Bogotá, con respecto a Transmilenio S. A. vista desde las dimensiones de las representaciones sociales de información, ideología y opinión, siendo a su

Entrevista 1	Dimensiones representaciones sociales			
	Social	Económica	Ambiental	
Entrevista 1	Información	Transmilenio no invierte en una nueva flota de buses. El entrevistado no tiene conocimiento de cómo contribuye Transmilenio S. A. en obras sociales para Bogotá.	Transmilenio no arregla los buses, por eso se presenta la contaminación.	
	Ideología	Transmilenio no tiene ninguna responsabilidad social con los usuarios. Se le colabora al vendedor ambulante que tiene una buena actitud, los que no la tienen, no se les debería colaborar, ni dejar subir al sistema.	Transmilenio no es responsable puesto que la emisión de gases es muy grande por no hacer mantenimiento a los articulados.	
	Opinión	Es un servicio muy malo. Las rutas son muy demoradas. La inseguridad es muy alta. Deberían tomar en cuenta la opinión de los usuarios. En horas valle de funcionamiento del sistema las personas son amables, en las horas pico ya son agresivas.	Los únicos que están ganando con el servicio son los dueños del sistema de transporte.	Se debería invertir en buses nuevos para que no haya contaminación.

Preguntas entrevistista	Relatos (RTA preguntas)				Categoría inductiva
<ol style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son sus consideraciones sobre el manejo de dinero de Transmilenio S. A? ¿Cree que Transmilenio mejora la calidad de vida de los bogotanos? ¿Cuál cree que es el beneficio económico que tiene Transmilenio para sus dueños, trabajadores y clientes? ¿Cuál es su opinión frente al trato de Transmilenio con los clientes y trabajadores? ¿Cree que Transmilenio invierte en algún proyecto social? ¿Usted cede el puesto en Transmilenio? ¿Cómo responde frente a un robo en Transmilenio? ¿Se imagina Bogotá sin Transmilenio? 	<p>Participante 1</p> <p>RTA 1: pues debe invertirlo en buses, en su mantenimiento y en el de las máquinas, así como en el pago de sus empleados. Yo creo que así funciona, pero también me imagino que mucho de eso se da por el Gobierno y a los dueños de Transmilenio; ahí muchos están dañados. RTA 2: Por una parte, porque agiliza el transporte de norte a sur, de oriente a occidente, lo que facilita las cosas, pero al igual es un transporte tan masivo que es incómodo; se presentan problemas por demoras porque los transmilenios no pasan pasan cada media hora o veinte minutos y en las horas pico se presenta mucha gente. Hay inseguridad, porque no hay cómo saber quién entra.</p> <p>RTA 4: Es bueno, pero al mismo tiempo es malo. Igual la palabra que damos los usuarios no es tomada en cuenta. O puede que la tomen en cuenta, pero no es tan importante. Es uno de los transportes públicos más costosos a nivel mundial, si no estoy mal. RTA 6: Sí, siempre que yo tenga la posibilidad de ceder el puesto, lo hago; está en mis principios. RTA 7: No más sería intentar ayudar a la persona, como de pronto llama a la autoridad. Si tengo la posibilidad de ayudarle, hay que intentar darle solución, porque uno no sabe: hoy son ellos, mañana puedo ser yo. RTA 8: Algunas, cero, cero amabilidad; lo mismo pasa cuando las personas no tienen afán. Son muy amables, pero cuando ya es hora pico es muy complicado que se presente amabilidad.</p>	<p>Participante 2</p> <p>RTA 4: Transmilenio es un problema. Todo va por parejo. No está el señor que diga: siga, señor. El chofer va manejando su bus y no le importa la gente: síbase el que se suba. RTA 9: Lo mismo que estábamos antes, cuando sólo habían buses. La movilidad no era mejor. De todas maneras Transmilenio ayudó mucho. Ya no hay que quitarlo; la mayoría de buses ya no existen, porque la gente se puede transportar ligero de un lado pa'otro.</p>	<p>Participante 3</p> <p>RTA 1: Se supone que debería distribuirlo en el mismo servicio mirando la calidad de servicio en los taquilleros, mejorar al personal, mejorar los articulados y demás. RTA 2: Sí, en gran parte es un buen servicio para llegar a los puestos de trabajo, a las casas, a sus destinos, pero también tiene muchos problemas que deben mejorarse. RTA 4: Bueno, tiene muchas preferencias. En cada articulado tiene sus puestos para gente discapacitada, sus sillas preferenciales. RTA 7: Toca actuar y en lo posible capturar y ojialá que la víctima ponga el denuncia para frenar eso, para que se acabe el vandalismo. RTA 8: La verdad en el sistema, porque es tan congestionado que se maneja mucho estrés y esto no permite que la gente maneje una buena relación entre ellos, entonces siempre van a haber problemas y disturbios, pero es algo que debe cambiar también. RTA 9: Un poco desorganizado, porque el sistema ha colaborado mucho en el orden de la ciudad.</p>	<p>Participante 4</p> <p>RTA 1: Realmente de eso no tengo mucho de conocimiento, digamos que las empresas privadas manejan sus propios recursos, pero no, no tengo idea de qué aportan o si pagan o no impuesto, no tengo idea. RTA 2: Digamos que lo que ha mejorado es el aspecto, porque antes era feo, eso sí. En ese sentido. Los paraderos y todo eso han mejorado. El problema es que está diseñado para corto plazo. Por eso la población está creciendo terriblemente y eso cada día es peor. Va a llegar el momento en el que no van a tener cómo circular los buses, porque si quieren poner más, no los van a poner a circular. Vamos a estar en lo mismo de antes con unos trancones impresionantes: no hay forma. RTA 6: Pues sí, uno entiende que esas personas, y más en esos apretujones, es complicado que se desplacen, porque quién sabe si además está enfermo o algo. RTA 7: En realidad como que el problema es que uno no se da cuenta. La gente se da cuenta cuando ya lo robaron y ni siquiera se supo quién fue. Entonces no es una cuestión de actuar uno, porque qué se puede hacer en ese caso... RTA 9: Bogotá sin Transmilenio seguiría siendo el mismo caos de antes, incluso igual que ahora porque lo hay. El problema es que la clase dirigente pretende ponernos paños de agua tibia, no soluciones a un problema de fondo.</p>	<p>RTA 1: Mantenimiento, pago de empleados, mejora y mantenimiento de vehículos, una parte del dinero se queda con los dueños de Transmilenio y los gobernantes. RTA 2: Incómodo, mejora la movilidad, mejora el "aspecto" de la ciudad. RTA 4: Las opciones no son tomadas en cuenta. RTA 6: Ceder el puesto. RTA 7: Ayuda al otro, intervenir, actuar. RTA 8: No amabilidad, influencia el afán y la congestión. RTA 9: Empeoraría la movilidad, desorganizado, sería un caos como era antes.</p>

Entrevista 2	Información	Todo el mundo critica el sistema masivo de trasporte. Transmilenio como empresa no le retribuye nada a la sociedad.	Los únicos que ganan dinero sin reinvertir en infraestructura y calidad del servicio son los dueños de Transmilenio. El entrevistado no tiene conocimiento de como contribuye Transmilenio S. A. en obras sociales para Bogotá.	Transmilenio no es amigo del medio ambiente, no tiene una responsabilidad respecto a esto.
	Ideología	La mayoría de las veces los vendedores ambulantes suben a robar.	Transmilenio busca nuevas formas de hacer dinero sin importar el beneficio del usuario.	En cuestión de nuevas tecnologías para un mejoramiento del medio ambiente, no sirven para nada.
	Opinión	Solo sirve como medio de trasporte rápido. Le faltan muchos articulados al sistema para que haya un buen servicio.	Se están enriqueciendo a costas del pueblo.	Ellos solo tienen buses para ganar dinero sin importarle el medio ambiente.
Entrevista 3	Información	Transmilenio tiene bien definido los puestos preferenciales para personas discapacitadas. Mejora la calidad de vida de los bogotanos.	Con la hora valle, Transmilenio le colabora económicamente a los estratos más bajos. El entrevistado no tiene conocimiento de como contribuye Transmilenio S. A. en obras sociales para Bogotá.	Transmilenio proporciona una forma ordenada de concebir la ciudad
	Ideología	Los vendedores ambulantes incomodan mucho a todos los pasajeros. El estrés no permite una buena relación social.	Si se mejora económicamente en la infraestructura se mejora el servicio	La gasolina contamina más que utilizar combustible diésel, Transmilenio ayuda al medio ambiente.
	Opinión	Es un servicio ágil para llegar más rápido al trabajo o cualquier destino. El denuncia es importante para acabar el vandalismo en Transmilenio.	Se debería destinar más dinero a los empleados de Transmilenio	Los buses del sistema masivo de transporte deberían ser eléctricos para mejorar el medio ambiente

Entrevista 4	Información	La mayoría de personas critican el sistema. Los robos en el sistema son sólo por la modalidad de cosquilleo.	El entrevistado no tiene conocimiento de como contribuye Transmilenio S. A. en obras sociales para Bogotá.	El entrevistado no tiene conocimiento de la responsabilidad social de Transmilenio con el medio ambiente.
	Ideología	El sistema se creó supuestamente para descongestionar la ciudad. La publicidad del servicio de Transmilenio es engañosa. La clase dirigente nuestra pretende poner paños de agua tibia, y no soluciones a un problema de fondo.	Ganan mucho dinero invirtiendo poco. Si no hay más inversión social, el sistema va a colapsar en poco tiempo por el crecimiento acelerado de la población.	No contribuye con el medio ambiente
	Opinión	La mayoría de las personas no tienen educación por eso los problemas en el sistema. El sistema se creó para un funcionamiento de corto plazo.	Transmilenio como empresa privada maneja sus propios recursos.	Transmilenio no es responsable socialmente por el medio ambiente

Discusión y conclusión

Información

Dentro del marco de las ciudadanías corporativas se dice que la compañía Transmilenio S. A. debe crear una relación recíproca con la sociedad, el medio ambiente y la economía de los ciudadanos. Si contrastamos dicho concepto de ciudadanías corporativas con lo opinado por cada uno de los participantes (usuario, vendedor ambulante, patrullero de la policía y taquillero), podemos ver cómo en el marco ambiental no se

suplen las expectativas de los ciudadanos, para algunos de los entrevistados el sistema contribuye con el cuidado del ambiente pero de manera mínima; y si vemos el concepto de ciudadanía corporativa, dentro del marco ambiental la organización debería actuar como un ente activo que incorpore la ayuda al medio ambiente.

En ese orden de ideas, si se hace referencia al concepto de ciudadanía corporativa dentro del marco social de la organización podemos

ver cómo, deben ser modificadas por la acción del entorno, lo cual no se ve reflejado dentro de la opinión ciudadana ya que se afirma que el sistema sólo beneficia la movilidad y no otros aspectos básicos como la seguridad y el buen trato, entre otros. De esta manera, se logra observar que el concepto de ciudadanía corporativa para los ciudadanos usuarios de Transmilenio no es bueno, y no cumple con las expectativas a nivel ambiental, social, ni económico.

Ideología

La mayoría de personas critican Transmilenio, pero se afirma que el sistema colabora con la hora valle y la gente con Sisben; también se dice que es responsable con la población discapacitada, mujeres embarazadas y adultos mayores, sin embargo, existe irrespeto y congestión. El acceso de cantantes y vendedores a Transmilenio es algo común y frecuente, genera inseguridad e incomodidad.

Dentro del marco de las ciudadanías corporativas se tiene una idea de fundamentar su gestión en acciones que incidan positivamente en la gente, el entorno y las comunidades en que opera, lo cual implica involucrarse con la sociedad en todos los sentidos. Si se retoma dicho concepto y es contrastado con lo visto dentro de la opinión de las personas, podemos ver que no se cumple totalmente con las expectativas

de responsabilidad social empresarial por parte del sistema, pues el usuario se siente inseguro, a pesar de que en el ámbito económico y social se realicen aportes a la población vulnerable como lo son las embarazadas, los adultos mayores y los pertenecientes a estratos 1 y 2.

Opinión

Las categorías inductivas sugieren que el manejo de dineros en el sistema de transporte masivo de Transmilenio se encuentra destinado al mantenimiento general, pago de empleados, mejora y mantenimiento de vehículos, y una parte del dinero se queda con los dueños de Transmilenio y los gobernantes. En cuanto a la calidad de vida de los habitantes se dice que es incómodo, pero mejora la movilidad, y mejora el aspecto de la ciudad. Se dice que las opiniones de los trabajadores y clientes del sistema no son tomadas en cuenta. Se tiene una opinión unánime acerca de ceder el puesto dentro del sistema; y sobre los problemas de seguridad entre los habitantes, se afirma que hay ayuda entre los ciudadanos, se interviene y actúa cuando se presentan los casos. También se dedujo a partir de las entrevistas que por lo general no hay amabilidad, debido al afán y la congestión. Finalmente se afirma que si se anula el servicio de Transmilenio empeoraría la movilidad en la ciudad, todo sería más desorganizado.

Referencias bibliográficas

- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso). Costa Rica.
- Capriotti, P. (2006). Concepción e Importancia Actual de la Ciudadanía Corporativa. *Revista electrónica Razón y palabra*, (11) 53.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications, pp. 13-74. Traducido por Elías Sevilla Casas.
- Mayan, M. (2001). Una introducción a los métodos cualitativos: módulo de entrenamiento para estudiantes y profesionales. *International Institute For Qualitative Methodology*. Recuperado de <http://www.ualberta.ca/~iiqm/pdfs/introduccion.pdf>

Bibliografía

- Fernández, A. (2005). *Las lógicas colectivas: imaginarios, cuerpos y multiplicidades*. México: Siglo XXI Editores.
- Fernández, K. (2005). ¿Existe disponibilidad a pagar por responsabilidad social corporativa? *Revista: Universia Business Review*, núm. 7, tercer trimestre pp. 38-53. Portal Universia S.A. Madrid, España.
- Flórez, C. (2011). *El actual modelo de transporte de Bogotá es equivocado*. Recuperado de http://pujportal.javeriana.edu.co/portal/page/portal/Facultad%20de%20Ingenieria/1pdf_obser/ARTICULO%20MOVILIDAD.pdf.
- Gallegos, R. (s. f.). *Ideología, identidad y cultura*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Guatemala.
- Guber, R. (2001). *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Enciclopedia latinoamericana de Sociocultura y comunicación. Grupo editorial Norma. Bogotá, Colombia.
- Meneses. (2012). *El nuevo sistema integrado de transporte público en la capital bogotana*. Recuperado de <http://comandoactualidad.wordpress.com/2012/11/05/stip-el-nuevo-sistema-integrado-de-transporte-publico-en-la-capital-bogotana/>.
- Murillo, J. y Martínez C. (2010). *Investigación etnográfica, métodos de investigación educativa*. España: Ed. Especial Universidad Autónoma de Madrid.
- Seidmann, S. (2007). Representaciones sociales sobre la educación y el trabajo en una época de crisis social, en jóvenes argentinos universitarios. vol.14 Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-16862007000100017&lng=es&nrm=iso