

Aproximación al fortalecimiento a las redes sociales de comunicación desde la construcción de comunidad. Análisis a una organización social participante

Cesar Augusto Velásquez Jiménez

Tutor:

Víctor Hugo López

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades – ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Medellín, 07 de febrero 2023

Resumen

La comunicación social nos brinda fundamentos técnicos y teóricos que nos permiten comprender la realidad que viven la comunidad, sus problemáticas y como plantear estrategias de solución desde la comunicación, es así como desde la perspectiva de red social y comunidad, se realiza un análisis de la OSP Cooperativa León XIII mediante un ejercicio de sociopraxis con el cual identificamos su funcionamiento, su razón social y las prácticas de comunicación a nivel interno y externo. Este ensayo crítico está orientado argumentar la importancia de fortalecer las redes sociales de comunicación de la OSP, ya que por ser una organización del sector cooperativo y solidario necesita generar procesos de construcción de sentido de pertenencia de sus asociados y comunidad en general. A demás se realizará una crítica sobre su razón social y se planteará algunas estrategias comunicativas que respondan a el objetivo social de la entidad de construcción de comunidad. Es una ilustración del sector solidario, cooperativo y socialización de los beneficios que estos generan en su entorno social.

Palabras clave: Red social, comunidad, organización social, comunicación.

Tabla de contenido

Aproximación al fortalecimiento a las redes sociales de comunicación desde la construcción de comunidad. Análisis a una organización social participante.....	4
Conclusiones	13
Referencias	15

Aproximación al fortalecimiento a las redes sociales de comunicación desde la construcción de comunidad. Análisis a una organización social participante.

La Cooperativa León XIII es una organización social participativa que reúne más de 8400 personas en los municipios de Guatapé, San Rafael y el Peñol en el departamento de Antioquia-Colombia, quienes comparten el propósito de beneficiarse mutuamente en el marco de equidad e igualdad para el acceso a productos de ahorro, crédito y adquisición de bienes de consumo.

El presente ensayo crítico se realiza para dar a conocer los fundamentos teóricos, conceptuales y de sociopraxis desarrollados durante la realización del del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación en la Universidad Abierta y a Distancia UNAD, además defender la tesis sobre la importancia de fortalecer constantemente las redes sociales de comunicación: primarias, secundarias e institucionales y partiendo de la razón social y sus valores corporativos como cooperación y solidaridad, con el fin de generar procesos de construcción de sentido de pertenencia de sus asociados y sentido de pertenencia laboral.

De acuerdo con (Álvaro, 2010) para responder a ese objetivo se deberán formular diferentes estrategias comunicativas a nivel interno y externo de la organización que respondan a diferentes objetivos específicos que nos lleven al fortalecimiento y construcción de comunidad, la cual es su base social. Recordemos que la comunidad son las personas que rodean nuestra red primaria, son personas que comparten gustos, espacios, religión, tradiciones y costumbres son base social de una organización duradera y única.

El ensayo crítico realizará una ilustración del sector solidario, cooperativo y los beneficios que estos genera en su entorno social, partiendo del impacto social que la Cooperativa León XIII genera en las comunidades donde hace presencia, ya que invierte recursos en proyectos de beneficio comunitario.

Esta OSP fue creada por un grupo de campesinos hace cerca de 60 años hoy sigue siendo un referente histórico, ya que gracias a su actividad social ha apoyado y beneficiado a varias familias a mejorar su calidad de vida, apalancado proyectos personales y familiares; sin embargo, hoy día, requiere afianzar relaciones con sus asociados, organizaciones y comunidad en general. Por esta razón se realizó una investigación de tipo cualitativa con el fin de conocer cómo es su funcionamiento en la actualidad y a la vez diseñar unas estrategias comunicativas que aporte al fortalecimiento de construcción de redes sociales de comunicación a nivel interno y externo.

Este ejercicio sociopraxis, permitió conocer la OSP y brindó las herramientas necesarias para que por medio de este ensayo crítico con perspectiva de red social lográramos realizar una reflexión profunda sobre el estado actual de la red social de esta organización teniendo en cuenta que las redes sociales son un conjunto relaciones de personas que esta comunicadas o comparten un espacio, una cultura o un interés.

Analizamos que las personas tienen esa necesidad de relacionarse con los demás, van creando unos grupos y estos a su vez comienza a generar procesos de intercambio y de beneficio mutuo y es así que se van embebiendo comunidades las cuales construyen diferentes redes de comunicación.

Es de gran importancia fortalecer las redes sociales de comunicación de la OSP por medio de diferentes estrategias. Para lograrlo se deberá desarrollar actividades de reconocimiento del entorno, integración comunitaria, encuentros con otras organizaciones, diálogos al interior y al exterior de la OSP lo que proporcionará las pautas y el camino que se deberá seguir para lograr el propósito.

Este camino será largo, ya que las estrategias se deberán diseñar y aplicar, pero además se tienen que evaluar constantemente para conocer su grado de efectividad durante su implementación, conocer si está logrando generar credibilidad ante la comunidad, pasando de una

comunicación vertical a una comunicación horizontal como lo define Chadi de Yorio, (2007) "las familias de hoy tienden a ser horizontales más que verticales; en otras palabras, el sistema multigeneracional de abuelos, padres e hijos suele ser reemplazado por un sistema en el que los amigos sustituyen a la familia biológica" (p.37).

La Cooperativa León XIII tiene 59 años y en todo este tiempo ha venido evolucionado y sorteando diferentes situaciones difíciles, mencionaremos solo unas pocas de gran importancia histórica como lo fue en los años 70's el desplazamiento de los habitantes del municipio de Guatapé por la construcción de la Hidroeléctrica Guatapé, el desplazamiento forzado por el conflicto interno en el año 2000 y en el 2020, la pandemia del COVID 19, eventos que han generado gran incertidumbre para esta comunidad en la cual el 70% es asociada, pero que sin embargo por las redes sociales tanto primarias, secundarias e institucionales de la entidad se han superado todas las dificultades. Por eso es de vital importancia fortalecer la base social de la entidad ya que esto es lo que garantiza su permanencia en el tiempo.

Luego de la ilustración general de la OSP realizamos un análisis de las personas que hacen parte de los órganos de administración y dirección de la entidad, con esta mirada logramos conocer que las redes primarias están bien fortalecidas pero las redes sociales secundarias no lo están lo suficiente, además que existe poco relevo generacional lo que significa que estos comités de tomas de decisión de la entidad necesitan nuevas personas que aporten a enriquecer su accionar, será importante combinar la experiencia de los adultos con la energía de la juventud.

El propósito será involucrar a las nuevas generaciones a las actividades que realiza la entidad y de esta manera conquistar nuevos sectores y personas; Esto significará cambiar los esquemas tradicionales y comenzar a generar procesos inclusivos donde puedan participar todos los asociados y comunidad en general en la toma de decisiones, para que así se responda de manera directa a las necesidades de los asociados.

Ingerimos además como las redes sociales se van formando desde la espontaneidad y se van generando unos círculos de personas que comparten unos intereses y es aquí donde se deberá proyectar las estrategias para llegar a esos nichos específicos, pues serán quienes validarán la razón social de la entidad, de otro lado si queremos cautivar a nuevas personas hacer parte del movimiento cooperativista se deberá generar unas fracturas sociales y esto podría generar crisis de índole económica, política o social. Chadi de Yorio (2007) lo describe de la siguiente manera “Estas estructuras de clase son condicionantes del tipo de "organigrama comunitario" determinado por los niveles socio económicos culturales de la población” (p.38). Es romper esquemas tradicionales para darle paso a nuevas generaciones a integrar los organismos de control y decisión de la OSP.

La Cooperativa León XIII es una entidad que se debe a sus asociados, a las organizaciones activas y a la comunidad en general, pues son quienes utilizan sus servicios, por eso se deberá definir que tanto es la expectativa para de expansión a otros nichos y evaluar a profundidad la base social identificada: organismos de poder, tejido asociativo y su base social.

Esta OSP que nace respondiendo a una necesidad de económica en el año 1963 ha conservado un público objetivo como son habitantes de la zona urbana y rural de los municipios Guatapé, El Peñol y San Rafael, distinguida como una población de clase media, trabajadora y que integra pequeños ecosistemas alrededor de la entidad: juntas de acción comunal, organizaciones públicas y privadas, clubes deportivos, campesinos, comunidades religiosas, clubes de la salud, grupos de comerciantes y personas que por cercanía a la OSP hacen parte de su base social, las cuales han estado durante su existencia. Será de suma importancia fijar la mirada a estos grupos sociales y a la vez robustecer las relaciones, lo que ayudará a fortalecer la red social de comunicación social.

Pero ya no es solo suficiente tener fortalecidas la redes sociales de comunicación a este le debemos sumar la internet, que de la mano de las redes sociales digitales construyen nuevas comunidades alrededor de las OSP como lo define Noguera (2011):

Una revolución que nos permite trabajar con todo tipo de contenido: vídeo, sonido, imagen, texto y que viene acompañada de algunas herramientas enfocadas a la socialización que permiten que las personas puedan interactuar a través de espacios como blogs, grupos, foros, microblogs, wikis o redes sociales de Internet. (p.12).

Estamos en la era de la información y de la tecnología en un momento de la historia muy importante, ya que las redes digitales de comunicación también están formando comunidades y aquí se desarrolla nuevas oportunidades para la el fortalecimiento de las red social, esto implica analizar las tendencias digitales plantear estrategias de marketing digital identificado otras comunidades que compartan la realización de una actividad similar lo que será significativo para intercambio de saberes que ayuden seguir fortaleciendo las actividades que se realizan.

Esto significa que se debe generar estrategias de comunicación en social media para construir una red social digital que, de valor agregado a su razón social, vemos como esto crea nuevas comunidades en la internet, las cuales validaran el accionar de la entidad; Por esta razón es importante no perder de vista como se articulan todas las actividades de la organización con las herramientas tecnológicas.

Para construir las estrategias comunicacionales de la organización se deberá realizar una evaluación del funcionamiento de los procesos al interior como hacia el exterior; con los resultados encontraremos unos indicadores claros que nos den la línea para definir una serie de actividades que se realizaran en un periodo de tiempo determinado, a las cuales se le deberá

realizar un seguimiento para conocer el grado de efectividad y si están enfocados a responder a resolver la necesidad detectada.

Como lo hemos analizado en el presente texto son años de historia de la Cooperativa León XIII lo que significa que en su existencia han hecho parte diferentes generaciones, entre ellas están las personas que le dieron vida en el año 1963 y que la vieron crecer compartiendo esa razón social y otras personas que nacieron con su existencia para los cuales siempre ha estado ahí y se les convirtió en paisaje; a esta última generación se le deberá recordar la importancia de la OSP para el apalancamiento financiero de los proyectos familiares y personales. Las nuevas tecnologías y las redes sociales de comunicación se vuelven fundamentales para dar a conocer todo el impacto social y económico que ha realizado la OSP.

La cooperativa León XIII se convirtió en un ente gestor de desarrollo para las comunidades donde hace presencia, ya que ha generado inversión social en programas de educación, deporte, ocio, cultura e integración además que ha desarrollado procesos comunitarios que han transformado el territorio generando con ello una mejor calidad de vida para los habitantes de su alrededor.

La cooperación es una práctica que se realizado desde la antigüedad y es un movimiento socio-económico donde están implícitamente los valores de equidad e igualdad, estas prácticas han generado un impacto muy importante, ya que los excedentes que son generados por la actividad económica se reinvierten en programas sociales lo que construye comunidad.

La entidad es respaldada por un grupo de personas que comparten un grado de afectividad importante sin embargo en este ejercicio de construcción de redes sociales de comunicación será de gran importancia comenzar a incrementar el grado de afectividad y fortalecerla con la apropiación de las nuevas tecnologías y de esa sociedad como lo nuevo a

donde estaremos llegando, cautivar a muchos sujetos hacer parte de la familia Cooperativa León XIII.

Son entonces esos principios de solidaridad y cooperación los que deben predominar en la entidad y por esta razón que se deben generar unos procesos de inclusión donde tengan llegada todas las personas y comenzar a pensar en unos procesos de utilitarismo ya que se deberá generar un beneficio social para toda la comunidad en igualdad de oportunidades.

Hoy las redes sociales de comunicaciones se convierten en una herramienta muy eficaz en la generación de comunidades alrededor de una marca o de una organización , pero también se debe complementar con unos ejercicios comunicativos de horizontalidad como lo describe Beltrán (1979) “La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de los símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación.”(p.17)

En este ensayo crítico se dejará expuesta una posición de los que es un concepto de red social basado en el ejercicio de inmersión dentro de una organización social participativa la cual está sumergida en el marco de valores como igualdad y la solidaridad. Un ejercicio de comunidad que reúne a las personas para lograr objetivos comunes y para ello debe tener un gran vínculo con los demás movimientos sociales existentes a su alrededor, aquí cada uno de los integrantes de la OSP son dueños, pero además está siempre abierto para que otras personas puedan unirse en igualdad de condiciones.

La OSP en esa perspectiva de red social genera bienestar a sus asociados y no asociados, hoy se quiere seguir fortaleciendo las bondades y beneficios para quienes hacen parte de este movimiento social, seguir fortaleciendo las redes sociales de primer, segundo y tercer grado y de la mano del uso de las nuevas alternativas de comunicación fortalecer la comunidad.

Las redes sociales son cambiantes, las personas no siempre son las mismas además que la globalización generan una presión importante para la innovación en productos y servicios, por eso la OSP está incorporando nuevas tecnologías y a su vez personal que las opere para permanecer activa y a la vanguardia, porque de lo contrario se quedaría estancada y asumiría el riesgo de su detrimento.

Con este ejercicio de observación y análisis encontramos voluntad en los directivos y empleados por apoyar esta estrategia de fortalecimiento de red social, ya que esto significa sostenibilidad, crecimiento de la organización y fortalecimiento empresarial que se verá materializado en oferta de servicios de calidad en las diferentes áreas de la entidad.

El diseño de estrategias comunicativas fortalecerá la imagen de la OSP hacia el exterior dando a conocer los programas y actividades sociales que realiza como: beneficios en salud, en suministro de medicamentos, dotación de uniformes escolares, subsidios de transporte y auxilios de manutención para estudiantes, descuentos en la compra de bienes de consumo, patrocinio a eventos deportivos, recreativos y culturales entre otros. Que son de único uso y disfrute de los asociados de la entidad.

Para lograr este propósito de dar a conocer todas las bondades sociales debe comenzar a generar unos procesos de comunicación horizontal para que se dé la participación de todos los involucrados fortaleciendo como tal las redes institucionales. Evan Imber-Back (citado por Chadi de Yorio 2007) define que:

Las "Redes Institucionales" se definen como organizaciones gestadas y constituidas para cumplir con objetivos específicos, que satisfagan necesidades particulares del sistema usuario; necesidades que son puntuales y deben ser canalizadas dentro de organismos creados para tales fines. Describir en forma circunscripta esta red

requiere determinar que la mayoría de las instituciones se organizan de acuerdo con premisas que reflejan normas sociales, políticas y culturales más generales (p.55).

Con esta crítica se pretende dar a conocer la necesidad de parte de la OSP realizar una apropiación social y conocer de manera directa su red social, lo que facilitará identificar la calidad de asociados y realizar un impacto social que responda a necesidades reales de la comunidad. Como lo plantea Villasante y Gutiérrez (2007) “Cambiar el foco para ver desde tres o más variables una misma situación nos puede ayudar a complejizar el panorama, y no hacerlo desde un sujeto central sino desde un tema concreto” (p.4).

Es deber estructurar un plan de comunicación y diseñar una serie de estrategias partiendo de la importancia de involucrar las organizaciones que rodean la OSP y la apropiación de las nuevas tecnologías. Con estas actividades se podrá ampliar y fortalecer la red social, ya que obtendremos la información necesaria de la comunidad, lo que facilitará generar proyectos y actividades que respondan a las necesidades comunitarias.

Conclusión

Las OSP son organizaciones que han nacido desde la misma sociedad para suplir las múltiples necesidades de las personas, la Cooperativa León XIII por ejemplo nació para dar respuesta a una necesidad de ahorro y crédito de una población específica, necesidad que sigue cubriendo por cerca de 60 años. Durante todo este tiempo ha construido una comunidad que se identifica con el hacer y sentir de la organización, sin embargo, luego del ejercicio de sociopraxis nos dimos cuenta que se deben generar estrategias comunicativas para fortalecer las redes sociales de comunicación por la longevidad de las personas que hacen parte de la organización tanto como asociados o como directivos, es hora de generar estrategias que logren cautivar a población más joven hacer parte de la OSP.

Para lograr este propósito debemos evaluar el grado de afecto que tiene los asociados por la entidad y de así direccionar las estrategias comunicativas para una población específica donde se quiere mejorar el sentido de pertenencia. Así lo describe Vélez (2011) “La visualización de las problemáticas sociales gracias a las nuevas tecnologías, llevan a búsqueda de soluciones prácticas que se implementen a través de metodologías congruentes con los problemas relacionales que se viven en la sociedad” (p.61).

El ejercicio de detectar una organización comunitaria, investigar el interior y el exterior desde técnicas de observación y validación nos reveló datos importantes que nos llevaron a diseñar una estrategia de fortalecimiento de las redes sociales de comunicación de la OSP debido a la falta de sentido de pertenencia laboral del general de los colaboradores y de algunos asociados.

El propósito general será fortalecer las redes sociales partiendo desde procesos de comunicación horizontal y participativa, donde las personas, organizaciones y movimientos sociales participen compartiendo sus intereses desde el marco participativo y democrático.

Referencias bibliográficas

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies. En: Papeles del CEIC, (1), p. 1-24. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Vizcaya, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76512779009>
- Beltrán, L. (1979). "Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal". Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): p. 5-35.
<http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Chadi de Yorio, M. R. (2007). Redes sociales en el trabajo social. Espacio Editorial.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y Palabra (61).<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- Villasante, T., Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. En: Política y Sociedad, (44), p 125-140.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>