

**La importancia de las redes sociales para el crecimiento organizacional y participativo
en Ingenio Musical**

Steven Cabrera

Asesor

Víctor Hugo López

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH

Comunicación social

2022

Resumen

La academia Ingenio Musical tiene como su principal objetivo: impactar primeramente a la comunidad del sector, a través de la musical y las distintas expresiones artísticas que le rodean, en ese sentido, se ha: planteado distintas estrategias para llegar a la comunidad local y aledaña, pero éstas no han logrado resultados considerables, como lo son: el fortalecimiento estructural y organizacional que le permita establecerse como una entidad legalmente constituida, además de ello, alianzas con el sector público-privado que posibilite un crecimiento exponencial a corto y mediano plazo, lo cual, implica más acciones colectivas, participativas y el uso eficiente de las redes sociales de comunicación, que en un mundo globalizado, son fundamentales para mostrar lo que se hace al interior de la misma, que en este caso involucró: a la organización social-comunitaria, población sectorial y estudiante universitario, a través de la metodología investigación-acción participativa, en donde se realizaron observaciones, entrevistas y se pudo participar en talleres o conservatorios con los cuales se evidenció el poco uso de las redes sociales o su deficiente utilización como un medio para ampliar su enfoque o método de crecimiento organizacional.

Palabras clave: acciones colectivas, acciones participativas, redes sociales, alianzas estratégicas y organización social-comunitaria.

Abstract

The Ingenio Musical academy has as its main objective: to first impact the community of the sector, through music and the different artistic expressions that surround it, in this sense, it has: proposed different strategies to reach the local and surrounding community , but these have not achieved considerable results, such as: structural and organizational strengthening that allows it to establish itself as a legally constituted entity, in addition to this, alliances with the public-private sector that enables exponential growth in the short and medium term, which implies more collective, participatory actions and the efficient use of social communication networks, which in a globalized world, are essential to show what is done within it, which in this case involved: the social organization -Community, sectorial population and university student, through the participatory research-action methodology, where observations, interviews were carried out and it was possible to participate in workshops or conservatories with which the little use of social networks or their deficient use was evidenced. as a means to broaden your focus or method of organizational growth.

Keywords: collective actions, participatory actions, social networks, strategic alliances and social-community organization.

Tabla de contenido

La importancia de las redes sociales para el crecimiento organizacional y participativo en ingenio musical	5
Conclusiones... ..	14
Referencias... ..	15

La importancia de las redes sociales para el crecimiento organizacional y participativo en Ingenio Musical

La academia Ingenio Musical en la comuna 20 de Cali, nace de la necesidad de adentrar a la población intergeneracional (niños, jóvenes, adultos, desplazados por la violencia, personas con discapacidad, madres cabeza de hogar, comunidad LGTBI) en la música y todo lo relacionado con ella, como una alternativa en la búsqueda de ocupar el tiempo libre de la población sectorial que habita dicho lugar y es a partir, de su apuesta social-cultural que ha establecido ciertas estrategias comunicativas para ganar adeptos y/o participantes.

En todo el proceso se han encontrado dificultades de distinto orden, puesto que no ha sido fácil generar alianzas, tanto internas como externas, ya sea con los integrantes o miembros de la organización, que muchas veces no logran establecer un diálogo constructivo o conjugar acciones colectivas y participativas que posibiliten el crecimiento exponencial de la organización social-comunitaria y externamente con las instituciones público-privadas que serían una apuesta diferenciadora e importante en la consecución de los objetivos planteados a corto y mediano plazo, en tal sentido, ¿Cómo generar un impacto más directo y de convocatoria para posibilitar alianzas estratégicas entre los involucrados?.

En ese proceso de buscar alianzas e impactar a las comunidades e instituciones, surge la importancia del uso adecuado de las redes sociales, con las cuales se puede dinamizar, generar contenidos y a su vez, proyectarlos de forma instantánea, como un mecanismo que promueva la participación ciudadana, desde la apuesta de las redes sociales de comunicación, que según Macionis y Plummer (citados en Gallego, 2011) alude a que “las redes sociales son un campo de conexiones y relaciones: un conjunto de nodos (puntos

clave) y un conjunto de lazos (o enlaces) que conectan algunos o todos estos nodos. Los nodos pueden ser personas, grupos o incluso países” (p. 116).

La academia tiene el pleno convencimiento, que el ejercicio comunicativo trasciende todo orden y frontera social, capaz de cambiar realidades existentes, desde las relaciones dialógicas y participativas que exploren los involucrados, los cuales no siempre logran identificarse con su proceso transformador y es a partir de allí, que se crean dudas, y la articulación de lo interno con lo externo puede llegar a sufrir un estancamiento. Por eso, desde el autorreconocimiento de las limitaciones que se tienen y la puesta en marcha de una comunicación participativa que trastoque todo orden social y logre empoderar a la comunidad sobre la importancia e influencia de los medios alternativos de comunicación y la utilización de las nuevas tecnologías de información (TIC’S), replicadas en las redes sociales de forma creativa, dinámica y diferencial.

Empoderar a la población sectorial en su propio proceso transformador es la gran apuesta de la OSP (Organización Social Participativa) como parte del compromiso social que tiene frente a las comunidades, a través de la música, los talleres, conversatorios y las distintas actividades lúdico- prácticas que desarrollan, las cuales son de importancia, tal como lo expresa Dabas, 1998:42 (citado en Gallego, 2011) “cada miembro del colectivo se enriquece a través de las múltiples relaciones que cada uno de los otros desarrolla, optimizando los aprendizajes al ser éstos socialmente compartidos”. p. 119.

Desde la academia se propone un aprendizaje práctico, dinámico y de construcción colectiva, en el cual los involucrados exponen ideas, socializan, llegan acuerdos y se empoderan de los procesos artísticos adelantados en la organización comunitaria, pero falta ese poder de convocatoria, proyección y articulación de cara a impactar toda esfera social, y

con ello, conformar alianzas o fortalecer las ya existentes, desde una comunicación incluyente que permita direccionar y construir nuevas perspectivas de vida, que a su vez, logre su reconocimiento social y legalidad institucional, posibilitando ampliar el acceso participativo de los actores internos y externos, tal como lo propone la comunicación participativa para el desarrollo.

La OSP trabaja en 3 pilares fundamentales de enseñanza musical, que van desde el aprendizaje para quienes son nuevos en el campo musical y de mejoramiento, en cuanto a la técnica para los que poseen un conocimiento básico y no menos importante el fortalecimiento de valores éticos de los estudiantes desde la educación que se les ha impartido en casa, los cuales se identifican o integran grupos, cómo: los de práctica instrumental, cuerda vocal y producción musical, dando siempre esa libertad de elección y acompañando su proceso de manera individual, puesto que se busca estructurar los distintos procesos y trabajar a partir de las bondades de cada participante, aunque se encuentren muchas limitantes que deben ser atendidas, se trata de llevar una secuencia lógica del proceso, desde un diálogo bidireccional que contribuya al desarrollo de los involucrados.

La importancia de impactar a las comunidades sectoriales, desde la apertura de espacios de construcción e integración participativa, en los cuales se exploren otras facetas de orden social, que contribuyan al crecimiento personal y profesional de los involucrados, pero no siempre la comunidad se apropia de dichos espacios, ya sea por falta de motivación o desinformación, en ese sentido, la propuesta que se debería impartir para ganar adeptos o involucrados, debe partir de expresar un mensaje claro, que construya, que coaccione la representatividad y que explore sensaciones o sentimientos de la comunidad, puesto que, desde el involucramiento de las entidades gubernamentales, en relación con los

participantes y la puesta en marcha de una comunicación bidireccional se puede lograr cambios profundos en las formas de comunicar y atender problemáticas sociales existentes, tal como lo plantea la comunicación para el cambio social, que según Gumucio & Tufte, 2008 (Citado por López, J. 2013).

La CCS se entiende como procesos de encuentro dialógico entre actores públicos y privados donde sus integrantes mismos definen lo que quieren hacer, a partir de lo que ya son, y desde ahí la comunicación aporta el trabajo colectivo necesario para lograr los cambios deseados. p. 52.

La visualización de procesos son un factor muy importante para lo que propone la organización social, ya que, a partir de allí, se puede ampliar su accionar social-cultural y lograr los resultados u objetivos trazados desde el inicio de la propuesta organizativa, que es adonde se quiere llegar, pero que necesita de un trabajo mancomunado entre comunidad, instituciones y organizaciones público-privadas, y líderes sociales que exploran en el campo cultural, buscando mejorar las condiciones de vida de la población local, desde sus gustos y aficiones, pensadas, organizadas y estructuradas, a partir del conocimiento impartido de manera recíproca y bajo el concepto de responsabilidad social permanente.

La razón de ser de la academia, le lleva atender otras necesidades que son de cierta manera ajenas a la música, pero que, a su vez, son un factor fundamental en el crecimiento exponencial de los artistas, que necesitan de espacios adecuados para su desarrollo profesional, y es a partir de dicha apreciación que se hace indispensable mejorar las instalaciones del lugar y las condiciones mínimas con las que los asistentes de la academia llegan a educarse, en tal sentido, son muchas las situaciones que deben ser replicadas y mostradas para con ello, conformar alianzas y potencializar acciones, que conlleve a la

legalidad institucional y de esa manera llegar a otros lugares de encuentro o participación ciudadana, lo cual es importante para la obtención de distintos recursos, que permitan ampliar su espectro social y la atención prioritaria de otras necesidades sociales, como: la alimentación, la educación y la salud, tal como se expone en la comunicación para alcanzar el desarrollo, que según López, J. (2013).

Este enfoque se basa en las posibilidades que ofrece la comunicación para ayudar a poblaciones, que sufren situaciones de pobreza económica, a que mejoren sus condiciones de vida y accedan a los beneficios que genera un estadio social imaginado como es el desarrollo. Los primeros proyectos, en este enfoque, se preocuparon primordialmente, por temas como la alimentación, la salud y la educación. p. 47.

La comunicación en la OPS, es vista como un factor diferencial y de cambio real en la perspectiva de vida de las comunidades que subyace en el lugar, que también enfoca su atención en otros elementos distintos a la voz o el habla, puesto que ven en la expresión corporal, los gestos y el estado de ánimo un mensaje claro de lo que se transmite o se quiere representar ante los demás, es a partir de dicha apreciación que la comunicación se establece como una representación de símbolos que generan sensaciones en el otro, en ese sentido, es lo que se busca transmitir a través de la música, en concordancia con lo señalado por Beltrán, L. (1979).

La comunicación no se la mira como la transmisión de ideas o de información a través del uso del vehículo mensaje-medio. Se la considera más bien como la selección y transmisión de símbolos que tienen la probabilidad de provocar en el receptor el significado deseado. p. 6.

La organización constantemente realiza distintas actividades para lograr la inclusión o afianzamiento de las comunidades en su proceso formativo, desde distintas propuestas creativas, didácticas y de participación ciudadana, que constantemente pasa por un proceso de innovación, lo cual conlleva a integrar cada vez más a personas con talento o afinidad por la música, que se apropian y ven en estos espacios una opción de mejorar su proceso musical e implementar un conocimiento artístico novedoso que logre tocar la esfera social y produzca cambios significativos en las comunidades locales, pero desde la puesta en marcha de una acción concreta, que permita visibilizar o mostrar lo que se hace interiormente y se pueda proyectar externamente, como una estrategia de fortalecimiento organizacional que impacte.

Otras actividades a resaltar al interior de la organización, son: las estrategias de autoevaluación de procesos, a través de encuestas de satisfacción, que buscan determinar o medir, qué se está haciendo bien o los aspectos por mejorar de manera periódica, en ese sentido, permite cuestionar o regular sus procesos desde los hallazgos encontrados y es a partir de la información obtenida, que se establecen cambios en las formas de enseñanza o preparación del material, que a su vez, posibilitaría fortalecer o estructurar la organización, desde la atención a las comunidades, las cuales se comunican de distintas formas y es a partir de allí, que se hace necesario ordenar las formas de orientación y articulación de procesos comunicativos, en los cuales se exploren distintas habilidades, destrezas, actitudes creativas de innovación y aprendizajes grupales, tal como lo expresan Marín-juarros, Negre y Pérez, 2014 (Citado por César Bernal Bravo, M. Carmen Navarro García-Suelto, & Sonia Santoveña Casal, 2018).

El aprendizaje colaborativo mediado por las herramientas digitales constituye una fuente de aprendizaje muy valiosa, que además está fomentando nuevas estrategias de innovación ligadas al uso de dichas herramientas y los procesos de comunicación que de ella derivan. p. 10.

En la academia son muchos los conocimientos y aprendizajes adquiridos a lo largo del proyecto desarrollado, lo cual, ha permitido ir mejorando sus procesos y accionar constructivo, pero todavía existen muchas falencias y necesidades por atender, que necesitan de la participación directa de los actores involucrados en el proceso de mejoramiento en todo orden, que cuentan con distintas habilidades artísticas, empíricas y profesionales, teniendo unos objetivos o metas por cumplir de manera personal, lo cual, conlleva a la articulación constante de formas de ser, sentir y actuar de los individuos que se incorporan a la organización social, es a partir de allí, que se debe valorar a un sujeto con multiplex capacidades, diverso e irrepetible, tal como lo señala Villasante, T. (s.f.).

Unos sujetos están especializados y tienen experiencia en algunas técnicas, otros son sujetos con recursos para hacer investigaciones o intervenciones, y otros simplemente viven la vida y si se ven afectados por algún proceso social actúan según su sentido común o los estereotipos adquiridos. p. 4.

Su crecimiento exponencial está predispuesto, al uso efectivo de las redes sociales de comunicación en articulación con una comunidad que propenda por el cambio, que se empodere de su propio proceso transformador, a través de la comunicación participativa, que a su vez, sea capaz de integrar a todos los actores sociales en un entramado cultural innovador, creativo y representativo, que se estructure en el bien común, soportado por la colectividad y sus acciones conjuntas, que según Chadi de Yorio, M. R. (2007).

Nadie crece en soledad y de ser así, los estadios alcanzados son escasos, pobres y limitados. p. 23.

El trabajo que se desarrolle en las redes sociales, debe partir de una comunicación horizontal que construya imaginarios colectivos, desde el dinamismo creativo, en función de crear postulados novedosos que integren, alimenten y trasformen realidades sociales existentes, en la medida, en que, se comprenda la importancia de fortalecer los lazos comunicacionales para la apropiación de los involucrados y con ello, lograr cambios sustanciales en la estructura organizativa de la academia desde el aporte de las redes sociales en la actualidad, que según Madariaga Orozco, C., Magendzo, S., Sierra García, O., & Abello Llanos, R. (2014).

Las redes configuran un conjunto de heterogeneidades organizadas, articuladas por conexiones horizontales entre las partes o nodos, que posibilitan incrementar la potencia de la fuerza, experiencia, lecciones aprendidas e historia de cada una de ellas, sin desnaturalizar su identidad ni renunciar a su historia o finalidades. p. 10.

La acción social es una de las grandes apuestas, que como organización comunitaria trata de implementar para lograr fortalecer procesos al interior de la misma y en esa medida crecer exponencialmente, articulando mecanismo de participación ciudadana, que son necesarios en la búsqueda mejorar las condiciones logísticas, académicas y sociales, tanto de las instalaciones como de la comunidad que acude al lugar.

Finalmente, en un mundo globalizado nos encontramos con ese panorama de interacción social en red, en el cual, casi todas las sociedades utilizan las redes sociales de internet para obtener información, compartirla, crear y establecer relaciones comunicativas

con personas o instituciones que están de cierta manera distantes, pero que se identifican con las distintas propuestas que intenta implementar desde la acción social, es por eso, que la apuesta de la academia musical debe girar en fortalecer sus procesos desde sus redes sociales de forma autónoma, independiente con contenidos frescos y novedosos, lo cual señala Levine, Locke, Searls & Weinberger, 2000. (citados por Fabio Malini, & Henrique Antoun, 2017).

El consumidor se había vuelto un usuario cada vez más exigente, capaz de interactuar y comunicarse por la Internet, al usar diferentes dispositivos de comunicación. La mediación de la publicidad o los grandes medios de comunicación estaba siendo modificada por las interacciones y recomendaciones a través de las redes sociales. p. 159.

Conclusiones

Importante es reconocer las dificultades que se hallan en el proceso constructivo o de mejoramiento, en cuanto a lo que desea lograr la OSP para su crecimiento organizacional y es a partir de allí, que el aspecto comunicativo es la gran apuesta desde la utilización efectiva de las redes sociales de comunicación con las cuales se pueden generar alianzas estratégicas, visibilizar procesos y articular relaciones horizontales, tanto internas como externas desde una comunicación participativa que sea incluyente o integradora, capaz de fortalecer procesos organizacionales.

El trabajo posibilitó contrastar la teoría con la práctica, determinando que las relaciones o lazos comunicativos que se establezcan entre los miembros de la comunidad es lo que hará impulsar las acciones o procesos para el crecimiento proporcional de la OSP, que sin duda necesita del aporte colectivo de los involucrados para con ello, cumplir las metas o logros trazados en su visión, entre estos: la legalidad institucional a corto y mediano plazo, como también, generar alianzas y ganar en integrantes con sentido social, y pertenencia organizativa.

Referencias

- Beltrán, L. (1979). “Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortez, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35. <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- César Bernal Bravo, M. Carmen Navarro García-Suelto, & Sonia Santoveña Casal. (2018). Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación. Ediciones Octaedro. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820>
- 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>
- Fabio Malini, & Henrique Antoun. (2017). *La Internet y la calle. Ciberactivismo y movilización en las redes sociales*. ITESO. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1691734&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD. [:https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf](https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf)

Madariaga Orozco, C., Magendzo, S., Sierra García, O., & Abello Llanos, R. (2014). *Redes sociales: infancia, familia y comunidad*. Universidad del Norte.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=813079&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías

participativas. <http://www.ecosad.org/laboratorio->

[virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf](http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf)