

Comunicación Participativa, Una Apuesta a la Construcción e Inclusión Social en Indervalle

Ensayo

Realizado por:

Ginna María Gómez Quiñones

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH

Programa de Comunicación Social

UDR Cali, mayo de 2020

Tabla de contenido

Resumen...	3
Palabras clave	3
Comunicación participativa, una apuesta a la construcción e inclusión social en Indervalle	4
Conclusiones.....	14
Referencias.....	15

Resumen

La comunicación, partiendo desde la premisa de hacerse interactiva y participativa, es parte esencial en la construcción de todo tipo de relaciones, en la siguiente entrega, se podrá evidenciar cómo en Indervalle se dio la oportunidad de priorizar la inclusión social siendo esta, una organización que busca obtener reconocimiento por su labor comunitaria. Sumado a lo anterior, es necesario que Indervalle conozca de manera integral los beneficios que trae consigo, explorar una comunicación participativa de manera incluyente y accesible para todo público, es por esto que en la sociopraxis implementada durante el proceso de investigación y trabajo de campo, se logró que la comunicación participativa sea la apuesta de la construcción e inclusión social dentro y fuera de la comunidad que compone a esta organización deportiva, con base a lo anterior, a continuación, se podrá comprender como se logró concluir que mediante un foro sincrónico en el que podrán participar desde deportistas, hasta personas del común, se logrará una Comunicación Participativa de manera activa en la Organización Social Participativa.

Palabras clave: Comunicación participativa, inclusión, comunidad, redes sociales

Comunicación participativa, una apuesta a la construcción e inclusión social en Indervalle

El siguiente, es un ensayo presentado como evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, opción de Trabajo de Grado, el cual recopila toda la labor investigativa en cuanto a conocimiento y experiencia, gracias al trabajo de campo realizado y las diferentes herramientas de aprendizaje que se utilizaron durante el transcurrir del curso, lo que evidencia es el aprendizaje que dará paso a la construcción de estrategias que permitan de una u otra manera, mejorar las relaciones internas y externas en una organización cuyo objetivo final es que sus integrantes estén conectados y se mantengan enterados de todas las actualizaciones que suceden dentro de la compañía en temas generales de manera inclusiva e interactiva.

Teniendo en cuenta lo anterior y cómo resultado de esta investigación, la inclusión social es el eje para el desarrollo y crecimiento de una organización, en una apuesta por una Comunicación Participativa que a hoy beneficie principalmente las relaciones sociales de su comunidad, se visualizan alternativas que le permitan lograr estos objetivos que a su vez, se encuentran en el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, que tiene la Universidad Nacional Abierta y a Distancia como opción de trabajo de Grado, dónde se busca forjar conocimiento capaz de aportar en el crecimiento corporativo. La apuesta por una Comunicación Participativa, impulsa a una organización en la construcción e inclusión social de su comunidad.

Velar por una comunicación incluyente, es uno de los grandes retos con los que cuenta Indervalle, por lo que debe asegurarse de que se cumpla con todo aquello que impulse la Comunicación Participativa entre todos los integrantes de la organización en el objetivo apostado por su construcción e inclusión social de su comunidad y al mismo

tiempo adaptarse a la era digital en una transición que aunque resulte ser tediosa para quienes lideren Indervalle, puede lograrse de manera exitosa sí se adoptan las herramientas adecuadas, y así crear una figura de credibilidad y fomentar la participación activa de toda la comunidad creando patrones contundentes que catapulten el éxito de la implementación del proyecto, es primordial el fortalecimiento de las relaciones, tal como lo afirma Villasante (2010) “Lo más importante son las relaciones, no los sujetos que soportan las relaciones, no el conjunto total de la comunidad o del campo considerado, sino cómo se mueven los vínculos, las confianzas entre unos y otros” (p. 115).

Definir su estatus de “Organización incluyente”, es el eje con el cual trabaja Indervalle, al tener un alto porcentaje de personas sordas en su comunidad, deja entre ver, el compromiso porque este grupo de personas se sienta parte de la Organización, fortaleciendo los espacios comunicativos en dónde todos puedan participar de manera activa, en cuanto al deporte y sus decisiones componen, no solo los deportistas, sino también los allegados y familiares de estos, no obstante, se debe contar con un líder que logré encaminar el proyecto y que brinde garantías del mismo, así como lo afirma Rúa, A (2008):

Los trabajadores sociales también se han visto implicados en la tarea de expandir y mejorar las redes de sus clientes al ligar los cuidados formales recibidos de profesionales con aquellos recibidos de la familia, los amigos y los vecinos. Un modelo ejemplar de esta aproximación que combina apoyo formal e informal es el llamado “wraparound” (se podría traducir como “envolvente”. (p. 16)

Por otro lado, es necesario que la Comunicación Participativa cumpla la función de ser transmitida de manera asertiva, para que así, la comunidad pueda interactuar según sus intenciones y finalidad, para esto se requiere que el orden jerárquico dentro de la OSP cumpla con sus funciones y por último, que esta llegue al sujeto cumpliendo las expectativas, para que el resultado se enfoque en lo previsto, según Beltrán (1979):

Los intentos para definir la comunicación se pueden remontar hasta Aristóteles, quien vio a la “retórica” compuesta de tres elementos: el locutor, el discurso y el oyente, y percibió su propósito como "la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión". (p.3)

Desempeñar labores destinadas al servicio social, es escribir un claro destino de demanda constante en el cual, es necesario evolucionar a tal punto, que se alcance a suplir esas necesidades que implican tiempo y dedicación. La comunicación dentro de Indervalle es un reto asumido por sus colaboradores que optan por capacitarse y tomar cursos que les permita adquirir el conocimiento pertinente para comunicarse con los demás integrantes de la organización; en el caso de los deportistas con discapacidad auditiva, el sentimiento de inclusión social se da desde el primer momento que llegan a las instalaciones de Indervalle, encontrando en primera instancia intérpretes que les permiten comunicar sus requerimientos y así orientarlos hacía su objetivo. Cabe aclarar que la organización tiene como premisa reinventarse constantemente y brindar todo el apoyo necesario a todos sus integrantes, es por eso que incluye dentro de los compromisos asignados a cada colaborador, asistir a los cursos que la misma institución oferta de manera gratuita (dentro de la jornada laboral) para facilitar la comunicación entre todos gracias a la importancia que se le da a la manera de difundir, recibir y transmitir la información, lo que da paso a crear

canales comunicativos con bases informativas que aporten en el crecimiento comunicacional, en una organización que cuenta con diversos medios para este fin.

La comunicación participativa es vital para la construcción de relaciones sanas y a largo plazo, fijarse en lo que se requiere para lograr que al final el proyecto sea un éxito es plantear una estrategia que se acople a la misma, en el caso de Indervalle, se debe tener en cuenta que el hecho de implementar una estrategia de comunicación, debe cumplir con ítems comunicativos importantes que permitan ver, escuchar y apreciar, con un método comunicativo interactivo y asequible para todo tipo de público, personas interesadas en recibir información y ser parte de la organización con fines laborales o de aprendizaje, distribuir los canales también es vital, así todos reciben la información de su interés.

Por otro lado, se resalta la importancia de comunicar la información, esto, viniendo de la implementación de una herramienta comunicativa en el ámbito social que es el voz a voz, mismo que permite difundir la información para que esta cumpla con su objetivo y es el de instruir a su paso, que permaneciendo en el tiempo como fuente de consulta para todo aquel que se interese en ella logrando adherir a las paredes del conocimiento, toda base que servirá como punto de referencia la secuencia que se esté llevando de la interacción y cómo lo resalta Aladro:

La información gracias a su conocimiento previo, permite contrastar y darle validez a la misma, lo cual, en la ejecución de una estrategia participativa genera un efecto de bola de nieve, que permite crear, innovar, construir nueva información o en su defecto, transformar la que ya se tiene, ajustándose a lo que se requiere en medio de la interacción entre individuos.
(1999, p.57)

La decisión de implementar una estrategia que se haga responsable de la comunicación participativa dentro de la compañía, es un reto gigante, que visto desde un punto de vista corporativo, según las necesidades de la organización, es que se logra implementar de manera exitosa gracias a que sus integrantes se apropian de ella y buscan que la comunidad externa se involucre de manera más práctica y las dificultades sean mínimas, luego de asumir ese reto, poner al conocimiento de todos los métodos estratégicos comunicativos que se llevaran a cabo es vital para que la herramienta sea un éxito, por ende se debe contar con la voluntad de todos y es que aunque es compromiso de la organización, supervisar el éxito de la misma; se requiere potencializar lo oculto para explotar todo aquello que sirva para beneficio común, que se pueda poner a disposición del hombre, por ende, se debe hacer seguimiento de la necesidad real y velar que lo implementado se ajuste a lo requerido.

Del mismo modo Morín, (1975. p.58) indica que estamos en un mundo donde la información surge de manera constante y los individuos tienen una necesidad natural de mantenerse informados y/o participar de manera activa en diferentes procesos comunicativos, es por esto que existe una alta probabilidad de que la estrategia sea un éxito y el interés que promete despertar en las comunidades externas, de querer ser parte de este proyecto sea exageradamente alta, cumpliendo con el reto de acaparar la atención incluso, de los mismos integrantes de Indervalle que deseen hablar desde sus experiencias y decidan participar del desarrollo de la estrategia, lo que le permitiría a la comunidad externa, comprender la información de manera más clara y natural sin tantos tecnicismos que puedan hacer compleja y poco comprensiva la intención de este, lo que da paso a que la red social se amplíe de manera significativa y que esta sea accesible para todos.

No obstante, Masuda (1994) resalta que: "...la sociedad crece y se desarrolla alrededor de la información y aporta un florecimiento general de la creatividad intelectual humana, en lugar de un aumento del consumo material". (p.58)

Conociendo lo anterior, alcanzar un alto nivel de aceptación con la implementación de las estrategias propuestas a la organización, permitirá también que esta crezca, gracias a lo que pueda aportar cada nuevo integrante que ingrese por medio del foro implementado para la ejecución de la estrategia, debido a que llega con todas las intenciones, habilidades propias y energías de querer adquirir conocimiento con el fin de aportar al bienestar propio y al bien común, contando así, con una ruta directa al crecimiento dentro de la organización.

Es así, cómo se debe comprender la estructura social sobre la cual se va a trabajar, compilado esto, se puede diseñar un cuadro estratégico que permita llevar a cabo de manera exitosa, las opciones puestas sobre la mesa que se acoplen de una u otra forma a las necesidades de la organización, teniendo esto claro, siendo Indervalle una organización reconocida por su labor social, que apuesta "ferozmente" al talento que tienen las personas con algún tipo de limitación física y/o discapacidad, es vital que reconozca y diferencie su estructura social para que las oportunidades de mejora que se visualicen en pro del desarrollo y crecimiento comunicacional participativo, sea el adecuado según su comunidad y se logre una construcción estructural bajo relaciones sólidas.

Si bien, la Comunicación Participativa es una apuesta a la construcción e inclusión social en la comunidad deportiva, a la que Indervalle está dispuesta a disponer tiempo y proceso de ejecución, es necesario y tal cómo se hizo desde el inicio en el trabajo de campo, que una organización se permita descubrir las necesidades comunicativas de las cuales carece y apoyarse en estas para fomentar acciones que inviten a su comunidad a

alzar la mano para que sus canales comunicacionales se corrijan para el uso y bienestar de todos, al igual que las herramientas utilizadas para mejorar dicha condición, sean las adecuadas; en el caso de Indervalle, se apuesta por un foro en el cual pueden ingresar de manera sincrónica y en tiempo real desde deportistas, directivos, entrenadores, metodólogos, hasta personas del común o familiares de los deportistas que estén interesados en conocer un poco más acerca de la comunidad deportiva, como esta se compone, futuras competencias, comités de decisiones, etc.

Es por esto que todo aquel que lidere una ponencia comunicacional dentro de esta comunidad, debe de tener una visión muy extensa en la que sea sumamente inclusiva, ya que no todas las personas que usarán la herramienta del foro para comunicarse, participar e interactuar con otros sujetos dentro del foro, cuentan con discapacidad auditiva, por ende, se debe pensar en intérpretes de la lengua de señas, que cumplan con el respectivo conocimiento de la misma y que a su vez, sean personas oyentes para que unifiquen su función y su acción beneficie a todo aquel que ingrese al foro, velando de este modo por el bien común, según en afirmaciones de Rúa, A (2008):

Las investigaciones se han centrado a menudo en las redes personales de los individuos con necesidades particulares, pero los trabajadores sociales podrían examinar redes que van más allá de lo personal. El estudio de redes completas combinando lazos familiares, de amistad, de vecindario, de trabajo y con profesionales daría una comprensión más completa de las comunidades en las que se desea realizar la intervención social. (p.17)

Con lo anterior, cabe resaltar que la labor social se encamina a lo que se le propone a Indervalle con la intervención realizada según lo prospectado con el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación y es que la Comunicación Participativa

no solo involucre a los deportistas, sino también a sus familiares, a la OSP de manera activa, a todo aquel que le interese ir más allá dentro de la organización, deportivamente hablando, puesto que es oportuno explotar al máximo todas las herramientas digitales que con fortuna a hoy, cuenta la organización y que por falta de personal que lidere proyectos ganadores en los que se beneficia tanto la organización, cómo sus integrantes y espectadores, los recursos se desperdician al no brindárseles el uso pertinente.

La organización de poder dentro de Indervalle también juega un papel importante al momento de llevar a cabo una herramienta que los conecte de manera participativa e interactiva, lo que evita que exista algún tipo de conflicto por los intereses de por medio y es que según el orden jerárquico dentro de la organización, existen varios caminos que pueden tomar tanto el deportista, así como también comunidades externas al momento de comunicarse, lo que busca este foro es que se pueda auditar las necesidades que demanda la intención del buen funcionamiento y crecimiento de la comunidad deportiva, y que se aproveche al máximo, todo aquello dispuesto para el buen funcionamiento, crecimiento y reconocimiento que en su momento fuese el caso de la organización. Rúa (2008) “La red tiene aquí como efecto funcional el de evitar conflictos en las diferentes instancias de poder de la colectividad” (p.11).

Así mismo, se puede asumir que la mayoría de los integrantes de esta comunidad deportiva de la OSP, están en la organización por convicción e intereses personales, y aunque en lo que a Indervalle compete, su intención con la estrategia de apostarle a la Comunicación Participativa, es poder crear un ambiente que sea inclusivo y que esas intenciones de cada individuo de forjar relaciones que beneficien a toda la comunidad deportiva que en su búsqueda por la inclusión, no ha tenido la atención suficiente en el campo de la Comunicación Participativa, Gallego (2020) afirma que:

El ser humano no nace dentro de un grupo secundario, normalmente lo elige él o le eligen para que forme parte de dicho grupo. Las interacciones que se producen dentro del grupo secundario son de carácter contractual y funcional, por así decirlo, son relaciones poco profundas, frías y con un objetivo o meta determinado. (p.116)

Es de conocimiento general, que cada individuo busque velar por sus intereses, al hacer extensivo el proyecto del foro interactivo sincrónico, el proyecto busca fomentar la empatía entre todos los participantes, tanto como deportistas con discapacidad auditiva, así como también, de aquellos que son oyentes y de la comunidad en general, puesto que se debe ser pacientes y comprender que habrá un intermediario comunicativo para que todos logren recibir la atención que requieran, para que la información se sincronice al tiempo y todos cuenten con las mismas condiciones para ser parte de esto.

La inclusión tiene un papel fundamental, porque la incluir a toda la comunidad dentro y fuera de la OSP, el engranaje pasa a ser llegar a todos y que ninguno se quede por fuera, puede ser más efectivo gracias a que todos van a tener que ver con este en cualquier momento, se manejará información de índole común que solo se emitirá a través del foro para así, incentivar la participación activa y constante por parte de todos los individuos que de una u otra manera tengan que ver con Indervalle, para que de este modo entiendan el mundo del otro y puedan reflexionar desde distintas perspectivas que les ayude a concientizar lo que motiva a la organización a lanzar proyectos que signifiquen llegar a toda la comunidad deportiva, de modo que a todos les beneficie desde su posición individual y grupal, comprendiendo la posición de sus semejantes, así como lo resalta Gallego (2020):

Debemos de entender el mundo como un cosmos en red y nuestras reflexiones han de tender hacia un razonamiento en red. Es necesario dejar espacio y abrir nuestras mentes ya que la actitud de una sola persona no solo afecta a su círculo más cercano como puede ser la familia, los amigos, sus vecinos, actualmente puede llegar y de hecho ya se ha producido, a toda la red social humana. (p.114)

Conclusiones

La comunicación participativa permite un crecimiento en comunidad, con lo anterior, se puede resumir que la apuesta por la inclusión social es importante, pero que también requiere de una estructura que vaya dirigida al público con el que se pretende trabajar, esto, con el fin de realizar estrategias que si estén relacionadas con el enfoque objeto de estudio.

Así mismo, comprender que la comunicación participativa es ser incluyentes tanto en la información, cómo a quienes esta va dirigida, se puede concluir que lo que esta busca es despertar un interés participativo que sea crítico, que le permita a cada individuo elegir lo que desea para alimentar su conocimiento y que le motive a participar de una u otra manera gracias a las alternativas que se le plantean y la variedad que vienen con estas, haciendo que se sienta parte de una comunidad que lo incluye y que le ofrece oportunidades de las cuales, podrá elegir las que más se ajusten sus necesidades. Del mismo modo, se puede afirmar que la comunicación participativa, es más un tema de cultura y voluntad de cada individuo que en su mayoría, surge de manera natural y le motiva a querer ser participativo en procesos que le permitan adquirir conocimiento.

Referencias

- Aladro, (1999). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Beltrán, L. (1979). “Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35. Recuperado de <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Morín, E. (1975). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Masuda, (1994). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Rúa, A. (2008). Análisis de redes sociales y trabajo social. En Portularia, vol. VIII, (1), pp. 9-21. Universidad de Huelva. Huelva, España. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=161017350001>
- Villasante, T. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy, (18), 2010, pp. 109-129. Universidad de Concepción. Concepción, Chile. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90223045008>