

Estrategia para el Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional de la Organización  
Social Participativa (OSP) Inventópolis, en la Construcción de Red Social

Ensayo

Realizado por:

Yira Vanessa Restrepo Valencia

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades

Programa de Comunicación Social

CEAD Medellín, noviembre de 2019

## **Tabla de contenido**

|   |    |
|---|----|
| Resumen .....   | 3  |
| Palabras Clave.....   | 3  |
| Estrategia para el fortalecimiento organizativo y comunicacional de la Organización Social Participativa (OSP) Inventópolis, en la construcción de red social. .... | 4  |
| Conclusiones .....  | 13 |
| Referencias .....   | 14 |

## **Índice de Figuras**

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Ilustración I UEN .....       | 9  |
| Ilustración II Comunidad..... | 10 |

## Resumen

Este ensayo, con enfoque crítico y analítico, describe la estrategia propuesta para el fortalecimiento comunicacional de la OSP Inventópolis ubicada en la ciudad de Medellín en perspectiva de Red Social, como un método para fortalecer la comunicación participativa y el relacionamiento con la comunidad en función de su micro y macro entorno.

Inventópolis como OSP es un laboratorio multimedia que trabaja en procesos de aprendizaje enfocados en el pensamiento creativo, crítico y experiencial, orientado a dinamizar procesos de aprendizaje y fortalecer competencias sociales mediante situaciones que combinan actividades tradicionales (plastilina, dibujo, pintura, juegos de ronda, mímica, entre otras) con herramientas multimediales (micrófonos, cámaras, sensores, tabletas, etc.).

El desarrollo de este ensayo se basa en exponer diferentes posturas de autores sobre la construcción de redes sociales mediante la estrategia de la investigación-acción; así se busca despertar el interés del público para comprender e interpretar desde diferentes pensamientos el concepto de comunidad y la importancia que tiene para la Red Social con base en los autores que se han trabajado a lo largo del diplomado.

**Palabras Clave.** Red social, comunidad, comunicación participativa, estrategia.

## **Estrategia para el fortalecimiento organizativo y comunicacional de la Organización Social Participativa (OSP) Inventópolis, en la construcción de red social.**

Inventópolis es un laboratorio multimedia que trabaja en procesos de aprendizaje enfocados en pensamiento creativo, crítico y experiencial, orientado a dinamizar procesos de aprendizaje y fortalecer competencias sociales mediante situaciones que combinan actividades tradicionales (plastilina, dibujo, pintura, juegos de ronda, mímica, entre otras) con herramientas multimediales (micrófonos, cámaras, sensores, tabletas, etc.).

Inventópolis tiene como públicos objetivo niños, jóvenes, cuidadores y padres de familia y su enfoque está direccionado al fortalecimiento de valores, competencias ciudadanas y actitudes cívicas, contribuyendo a la formación de ciudadanos responsables.

En el presente coordinan un programa que tiene mucha relación a la activación de la participación ciudadana, es Amigos Metro en compañía del Metro de Medellín; este es un programa educativo en el que se trabaja con la comunidad para promover la vivencia de valores en el marco de las competencias ciudadanas. A través de actividades lúdico-pedagógicas buscan incidir en la transformación de los territorios de la ciudad – región desde la Cultura Metro. Así pues, este proyecto está inmerso en las comunidades de incidencia del sistema de transporte público, porque su interés principal es formar a niños, jóvenes, adultos y vecinos del sistema en valores, generar espacios de reflexión sobre temas cotidianos de la ciudad, la familia y la importancia de convivir no sólo con y en el Metro, si no en cualquier espacio de la vida cotidiana. Es de esta manera que interviene y logra beneficiar con sus proyectos educativos a la comunidad, permitiendo un acercamiento directo que a través de diversas actividades educativas generen transformación de territorio, mejora en la calidad de vida y garanticen aprendizajes desde las relaciones sociales y lo pedagógico.

Una OSP (organización social participativa) es aquella que está estructurada bajo tres enfoques: comunidad, comunicación participativa y red social; así pues, se desarrolla un trabajo de construcción de red social entendiendo que la comunidad es el eje principal sobre el cual gira la sociedad para obtener el desarrollo y la transformación.

Esta OSP (Organización Social Participativa) ha realizado un trabajo de construcción de redes con diferentes públicos en distintos escenarios.

Esto significa que los actores de la red son particularizados por sus relaciones recíprocas, pero no determinados: disponen de márgenes de libertad variados que dependen de la organización de la red y de las posiciones que ocupan en ella. Una cuestión crucial para la acción es la posición del actor en la estructura, que nunca está afianzada definitivamente (Rúa, 2008, p.14).

Las OSP trabajan en el fortalecimiento de la red social y la generación de aprendizajes socioprácticos que mejoran las estrategias de relacionamiento, activando la participación ciudadana como esas acciones que se combinan con el individuo para potenciar la red social mediante la consolidación de proyectos de impacto social, y bajo el modelo de IA (investigación-acción) diseñan propuestas de acción para promover la innovación y el desarrollo.

La innovación mediática es justo ese ejercicio de interacción humana con las herramientas tecnológicas. Beltrán (s.f) afirma “La cibernética añadió un factor más a la descripción del proceso: la retroalimentación. Se refiere a aquellos mecanismos de control que habilitan a los organismos para ajustarse automáticamente a las metas de comportamiento” (p.5). Y el constructivismo social son ejes de esta organización moderna que trabaja con las habilidades del conocimiento y el aprendizaje, empleando diferentes estrategias y experiencias

educativas para dinamizar los procesos colectivos e individuales que conllevan al desarrollo del pensamiento crítico, complejo y creativo.

Para caracterizar de forma simplificada el orden, el funcionamiento y el tipo de relacionamientos que coordina la OSP se ha diseñado un sociograma como herramienta gráfica mediante la cual se exponen las estructuras sociales y las relaciones con los actores sociales. El sociograma se emplea principalmente para la observación de la complejidad del espacio social (Gutiérrez, 1999). Así Inventópolis ha ido construyendo su propia red, en este sociograma agrupa el microentorno como espacio de actuación de las entidades de alto poder, el tejido asociativo como eje medio y la base social como actor de baja categoría según este modelo y clasifica el tipo de relacionamiento y las afinidades que resultan de las interacciones mediante unas formas geométricas que categorizan el orden de importancia y simbolizan el tipo de relación según su empatía: alta, media o baja, y a la vez en esta misma representación se señalan las relaciones fuertes, relaciones débiles y de conflicto por medio de líneas caracterizadas.

En este momento de la IA se ha llegado al punto de diseñar una estrategia de fortalecimiento Organizativo y Comunicacional partiendo del conocimiento producido por la OSP y su enfoque de Red Social.

Se ha pensado en una estrategia organizativa que puede ayudar a la sostenibilidad de la organización una vez se consideren todas sus posibilidades y sean estudiadas bajo los entes administrativos, que consideren viable esta propuesta que está enfocada en la estructuración de una Unidad de Estrategias de Negocio (UEN) que se dedique a la búsqueda de proyectos públicos y privados e identificar claramente los grupos de interés.

Como acciones de implementación se debe estructurar un grupo especializado UEN que ayude a desarrollar sus actividades de manera coordinada y coherente, para ello debe enfocarse

desde estas tres dimensiones: mercado, tecnología y demanda. Para lograr esta acción es importante soportarse en el modelo I+D (Investigación y Desarrollo) e IA porque las ideas de innovación requieren de la acción, y si estas son pensadas tanto al interior como al exterior de las organizaciones pueden aportar al logro de los objetivos y las metas propuestas.

La UEN en Inventópolis debe encontrar alianzas con Grupos empresariales del sector público y privado, establecer funciones dinámicas de su servicio para mejorar la oferta y emplear toda la tecnología de punta para emprender la búsqueda de licitaciones y contrataciones institucionales, monitorear los planes y programas de las administraciones públicas en busca de generar articulaciones, acceder y participar en ferias de contratación que se realizan periódicamente en la ciudad, para promover las alianzas estratégicas y los negocios asociados, hallar convenios institucionales con universidades y ONG (Organización No Gubernamental), pertenecer a la red digital de portales de contratación, asociarse con proyectos de las JAC, diseñar un brochure de programas educativos bajo el enfoque organizacional para ofertar, fortalecer las herramientas tecnológicas y las redes sociales como portada de imagen corporativa digital.

Las estrategias de negocios son acciones inteligentes, porque conoce las necesidades de la organización, identifica públicos potenciales y permite ampliar la vista al horizonte. Podría considerarse que una empresa del siglo XXI que no haya implementado esta área al interior de su organización está perdiendo oportunidades de negocio, está desconociendo sus potenciales y se está limitando al crecimiento organizacional. Esta unidad es la puerta del futuro, porque abre los horizontes, dinamiza los procesos, permite relaciones potenciales, despeja las cortinas de conformidad, posibilita el crecimiento y desarrollo organizacional, abarca las oportunidades del momento, posiciona la marca en el mercado, para que todo esto pueda surgir es importante

realizar una adecuada planificación de la estrategia, para poder establecer el camino correcto hacia donde debe direccionarse la organización.

Al momento de emprender esta planificación es importante considerar que el equipo corporativo este alineado con los mismos propósitos, todos en la misma dirección, identificar los roles específicos de cada trabajador para que haya claridad y haya un trabajo coherente, fomentar en todo momento y en toda acción que se realice los valores misionales, con el fin de trabajar todos en busca de los mismos propósitos de empresa y diseñar el camino que permita el logro del crecimiento organizacional. En este ejercicio sincrónico se controlan los procesos, se vitalizan los recursos y se involucra al capital humano, como el conjunto de acciones estratégicas de un negocio sostenible y para ello es importante darle orden lógico a la estructuración de esta área inteligente; por eso se debe:

- Definir claramente la misión de esta Unidad donde se especifique lo más amplio posible la labor o actividad a desarrollar.
- Analizar el entorno para identificar oportunidades y los riesgos posibles.
- Identificar los potenciales y las debilidades de la organización, teniendo en cuenta que toda acción que se ejecute tiene que estar orientada a la consecución de los objetivos de la organización.
- Establecer objetivos que sean concretos, medibles, alcanzables y orientados al alcance de los resultados.
- Formular estrategias que contengan elementos y acciones planificadas para alcanzar determinados logros.





*Ilustración I UEN. Unidad Estratégica de Negocios*

Es importante puntualizar que esta estrategia está pensada en una serie de acciones que buscan no sólo beneficiar a la organización, sino también a la comunidad que es quien finalmente recibe los beneficios y se apropia de los programas, porque la esencia de las OSP es la comunidad como actor receptor que recibe y transforma los contenidos para generar el cambio y adaptarlos a su contexto.

Una comunidad es una red de elementos que se entrelazan mediante acciones individuales y conjuntas para desarrollar formas de intercambio diversas. Puede incluso comprenderse desde un conjunto de perspectivas triangulares así, desde la Red de vínculos de interacciones y relaciones entre los individuos, el sentido de pertenencia; es decir lo que perciben los otros en su pensamiento sobre los demás actores y la importancia de combinar la acción con la comunicación (Siles, 2005). Entendiendo la comunicación como el proceso de relacionamiento intrínseco del ser humano, que le conlleva a vivir en comunidad por medio de un intercambio constante de ideas y pensamientos, por eso este proceso se considera esencial en la vida humana.



*Ilustración II Comunidad.* Esta figura ilustra el triángulo de acciones sociales que ayudan a la construcción de comunidad desde la creación de redes de interrelación de los individuos.

La vida en comunidad es la misma acción de construir relaciones de confianza a partir de la diversidad, de la identidad, el reconocimiento del otro, el reconocimiento de los pueblos, de lo que significa construir tejido social. Relación con la comunidad no es más que esa materialización de cómo construir sentidos, horizontes, imaginarios generados a partir de una experiencia vivida. En cierto sentido “La comunidad no solamente aparece primero que la sociedad, sino que ella es primera, no sólo más antigua que la sociedad, sino anterior a toda distinción entre formas de vida en común” (Álvaro, 2010, p.12).

Se puede entender la comunidad como ese lugar que se habita, se transita, el espacio donde se vive, respira y sueña; pero también donde confluye la acción del relacionamiento con una serie de individuos diversos, mediados por un entorno multicultural que se inserta en los territorios como un escenario de intercambio de vivencia con los otros.

En precisión, se puede definir la comunidad como el conjunto de relaciones cercanas entre los individuos, como la forma de asociarse y construir prácticas sociales. Comunidad es reconocer al individuo como ser social con capacidad de pensar, actuar, razonar y relacionarse.

Cuando hablamos de comunidad también hacemos referencia a esa serie de comportamientos, acciones y reacciones que resultan de la interacción entre los individuos. La comunidad en sí misma es el resultado de una común-unidad, es decir de un grupo de personas que se integran frente acciones e intereses comunes.

Inventópolis además se contacta con la comunidad virtual en el desarrollo de su laboratorio multimedia mediante la acción “aprender haciendo”, estas actividades lúdico pedagógicas permiten adquirir competencias y fomentar el arte, la ciencia y la tecnología, para impactar positivamente en la transformación del territorio.

En función de cumplir sus propósitos organizacionales activa la relación de sus actores consigo mismo, con el otro y con el entorno, así entonces empleando todas sus herramientas pedagógicas y dinámicas desarrolla talleres didácticos y lúdicos para generar impacto, conocimiento, estimular las habilidades del pensamiento, atraer la participación de la comunidad y sobre todo generar contenido innovador moderno. En estas actividades de laboratorio incentivan también la curiosidad, el sentido crítico, la innovación, la cultura, la capacidad de liderazgo y la combinación del trabajo individual con el trabajo colectivo para la realización de proyectos y fortalecer la capacidad de atender y resolver conflictos.

La tecnología es la puerta del futuro, porque en su ejercicio de interrelación rompe paradigmas, abre nuevos horizontes, extienden las posibilidades de conexión real y ficticia, abre un mundo de posibilidades hacia lo exterior de una herramienta, es que la tecnología no solo es una herramienta o equipo, la tecnología es más que eso, porque sola no funciona, finalmente siempre necesita de una primera acción humana, y es justo en este momento cuando la tecnología se transforma en elementos de interrelación sujeto-máquina-sujeto. Esto significa que la tecnología tiene un círculo de actuación continuo así, “Transferencia de tecnología social” de los

técnicos a los actores sociales (Gutiérrez, 1999, p.21). Lo que pretende la tecnología es mediar las relaciones humanas, generar nuevos conocimientos y favorecer los procesos comunicacionales del mundo para que la información esté al alcance de todos y llegue en tiempo real. Es por ello que la misma humanidad se empodera de estas herramientas tecnológicas y las emplean según su necesidad, las herramientas son tan diversas que se adaptan al contexto social y a los cambios generacionales que exige la evolución, esta OSP dentro de sus procesos educativos fomenta la utilización de las herramientas tecnológicas como esos recursos que hacen más fácil la vida de los individuos, que simplifican los procesos comunicativos, que garantizan una comunicación más eficaz y eficiente, generan relaciones cercanas y al instante acortando distancias y rompiendo barreras interceptoras.

El fin de diseñar esta estrategia de comunicación es tratar de proponer la solución e implementación de acciones de campo, activación de recursos, tiempo y relaciones, métodos y técnicas que pueden adaptarse a la organización en condición de aportar a sus procesos, su misión y visión institucional. Todo esto luego de haber realizado un recorrido de observación y acercamiento previo con la organización y sus actividades de campo, porque solo así puede identificarse las fortalezas y necesidades organizacionales.

Hoy las redes sociales forman un colectivo del movimiento social.

## Conclusiones

La unidad de negocios y contratación debe estar pensada en función de la sostenibilidad de la organización y como oportunidad de negocio puede pensarse y proyectarse una asociación con la nueva administración municipal, las cajas de compensación familiar, el Inder, las actividades culturales de ciudad, ONG.

Toda organización que trabaje en bien de la comunidad tiene futuro, porque la comunidad en la sociedad es un ser vivo que respira a cada instante, que nace, crece y se reproduce, por ende, no tendría cuando acabarse el capital humano. Entonces puede entenderse que la razón social de las OSP que trabajan por la comunidad, comunicación participativa y red social solo tienen un horizonte y foco de actuación, por eso no pueden perder su esencia y el trabajo debe fortalecerse cada vez en el campo, porque la comunidad exige líderes y profesionales de presencia cercana, de contacto directo, las comunidades hoy no aceptan líderes ocultos o enmascarados, porque necesitan que las organizaciones sientan y conozcan las realidades para que puedan entrar en sintonía con el público y así poder entender su comportamiento, pensar y expresar.

### Referencias

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de “comunidad” y “sociedad” de Ferdinand Tönnies. *Papeles del CEIC*(52). Obtenido de <https://identidadcolectiva.es/pdf/52.pdf>
- Beltran, L. (s.f). *Adios a Aristóteles: La Comunicación "Horizontal"*. Obtenido de <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Gutiérrez, P. (1999). El sociograma como instrumento que desvela la complejidad. *Revista de Metodología de Ciencias Sociales*(2). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199632>
- Rúa, A. (2008). Análisis de Redes Sociales y Trabajo Social. *Portularia*, 8(1), 14. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=161017350001>
- Siles, I. (2005). Internet, virtualidad y comunidad. *Revista de Ciencias Sociales*, 2(108), 11. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/153/15310805.pdf>