

Construcción de Comunidad en el Sector Rural desde la Visión del Equipo
de la Fundación Planeta Rural

Ensayo

Realizado por:

Carlos Alberto Ortiz Murcia

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta A Distancia – UNAD

Escuela de ciencias sociales, artes y humanidades ECSAH

Programa comunicación social y periodismo

CEAD Fusagasugá, octubre de 2020

Tabla de Contenido

Resumen...	3
Palabras Clave.....	3
Construcción de comunidad en el sector rural desde la visión del equipo de la Fundación Planeta Rural	4
Conclusiones.....	15
Referencias... ..	16

Índice de Figuras

Figura I Sociograma Alcances que se Tejen al Interior y Exterior Fundación Planeta Rural.....	8
Figura II Actores Sociales Agrupados en el Área de Influencia de la Fundación Planeta Rural	9

Resumen

El presente escrito, se erige como epílogo del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, destacando la función social de la Fundación Planeta Rural, que ejecuta proyectos apícolas y agrícolas a favor de los jóvenes y sus familias que residen en áreas rurales de zonas que en el pasado fueron afectadas por las acciones de grupos al margen de la ley. Así mismo, se resaltan las bondades de las comunicaciones al permitir que en tiempo real, se llame la atención de cibernautas que ven la posibilidad de entregar esfuerzos económicos a través de la Fundación, para la comunidad menos favorecida en la construcción y fortalecimiento de iniciativas donde las nuevas generaciones centran sus esfuerzos para hacerlos realidad y con los recursos obtenidos continúan sus sueños académicos para brindar bienestar a los miembros de su núcleo familiar, sin abandonar el campo.

Palabras clave: comunicación participativa, red social, jóvenes campesinos, Fundación Planeta Rural.

Construcción de comunidad en el sector rural desde la visión del equipo de la Fundación Planeta Rural

Este documento es un ensayo presentado como evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, opción de trabajo de grado, en la cual se realizó una labor investigativa con participación de miembros de la Fundación Planeta Rural, para destacar la labor de una Organización Social Participativa a favor de las gentes más vulnerables de algunas zonas de la geografía nacional. Se plantea en este documento la tesis de que el fortalecimiento de las redes sociales de comunicación sirve para mejorar la vida de los jóvenes y sus familias que residen en las zonas rurales creando comunidades participativas.

Así las cosas, cabe destacar inicialmente que la tecnología cambia el rumbo de la sociedad dando génesis a nuevos valores, actitudes y comportamientos, formas de entender, sentir y vivir con la utilización de las redes sociales, y en la presente reflexión se nota ampliamente la injerencia de esta nueva herramienta de comunicación.

La comunicación permite enterar a los benefactores, beneficiarios y a la comunidad participativa, de la coordinación y el trabajo que se hace en cada proyecto a fin de fortalecerlo en equipo; para que este tipo de acciones lleguen a oídos del Estado y comunidades, buscando obtener apoyo institucional con el fin de dar solución efectiva a sus necesidades. Ahora bien, si es en tiempo real, se traduce en oportunidades a través de las emisoras comunitarias que han sido asignadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (Tic,s) que permiten enterar el acontecer diario; razón por la cual actualiza a los jóvenes rurales de cómo avanzan sus proyectos y cuáles son los beneficios que obtienen con su vinculación; esto, porque la red de internet no tiene cobertura y la Fundación la aplica acertadamente,

despertando en ellos el interés de promover actividades dentro de sus comunidades y ser agentes participativos.

Una de las formas de llamar la atención hacia una comunidad, es dar a conocer sus necesidades para que los diversos actores de la sociedad posen los ojos en ese llamado, permitiendo que sus voces tengan eco y se pueda evidenciar sus debilidades y convertirlas en realidades:

No obstante, lo anterior y para seguir reflexionando sobre la comunidad, es necesario entender la palabra “comunidad”, toda vez que se volvió familiar tanto en discursos y en las retóricas cotidianas de todo orden y para corroborarlo hay que buscar el pensamiento de intelectuales tal como lo sintetiza Bauman: “Para nosotros en particular, que vivimos en tiempos despiadados, en tiempos de rivalidad y competencia sin tregua [...], la palabra comunidad tiene un dulce sonido. Evoca todo lo que echamos de menos y lo que nos falta para tener seguridad (Alvaro, 2010, pág. 3)

Pero para avanzar con este pensamiento se debe ir más allá y conocer el primer indicio importante del denominado:

...renacimiento de la comunidad (Schlüter y Clausen, 1990), referido al célebre debate entre liberales y comunitaristas, con el cual se dio comienzo a un debate nuevo que partía de interrogantes metafísicos. Los primeros textos que hablan de la “comunidad” fue en Francia e Italia, donde autores como Nancy, Blanchot, Agamben y Esposito publicaron con los que intentaban llamar la atención sobre la necesidad de pensar de nuevo, y de otro modo, la pregunta por el “ser-en-común”. (Alvaro, 2010, pág. 3)

Esa parte filosófica “ser-en-común” la implementan permanentemente en la Fundación Planeta Rural, con el fin de motivar a las gentes de cada núcleo familiar, brindándoles acompañamiento integral para que se vinculen y a través de capacitaciones conozcan los proyectos que pueden ejecutar los jóvenes y sus familias y de esta manera, pernoctar en el campo sin dejar de cumplir sus aspiraciones académicas, de emprendimiento y solidez en un futuro no muy lejano.

El tejido social se erige en el referente para comenzar la organización y así, despierten interés por el trabajo colectivo y obtener beneficio común, aumenten su sentido de pertenencia y el apego por su territorio, convirtiendo esta modalidad en forma segura para evitar que las nuevas generaciones abandonen sus campos y eviten la tentación de desplazarse a las urbes a engrosar los cinturones de miseria.

Ahora bien, con el ánimo de contextualizar la Fundación Planeta Rural, es necesario observar que tiene su domicilio principal en la ciudad de Chiquinquirá, jurisdicción del departamento de Boyacá, extendiendo su radio de acción a los departamentos de Boyacá, Cundinamarca, Casanare y Córdoba. Tiene como objeto social ir de la mano con las juventudes rurales para promover el emprendimiento a través de las capacitaciones en sus territorios rurales en un contexto de “nueva ruralidad” con soluciones innovadoras que hacen frente a los problemas de insuficiencia alimentaria, migración rural, deterioro ambiental y pobreza rural; ayudando en la construcción de un campo próspero y sostenible para el buen vivir de las familias campesinas y la seguridad alimentaria de todos (Planeta Rural, 2020).

Para hacer realidad esa iniciativa, la Fundación abre espacios a través de las redes sociales y página web, a fin de dar a conocer su objeto social y el efecto que tiene cada uno de sus proyectos y es así como busca personas naturales y jurídicas para conseguir músculo

financiero a fin de impulsar iniciativas que llamen la atención a los jóvenes que han sido receptores con las propuestas que están implementando y se convierten en la esperanza de su proyecto de vida (Planeta Rural, 2020).

Otra forma de visibilizar las propuestas de la Fundación Planeta Rural, es la de indagar a través de la redes sociales, teniendo en cuenta que en alguna oportunidad se difundió por un medio de comunicación nacional, como un grupo de jóvenes buscaba masificar las semillas naturales con la puesta en marcha de un proyecto de apicultura y que con esa iniciativa obtendrían la posibilidad los habitantes del campo de vincular a sus familias y otros integrantes de la comunidad para hacer realidad la permanencia en sus fincas y parcelas (Planeta Rural, 2020).

Para nuestro propósito de crear mapas sociales de las relaciones entre actores, socio gramas, la siguiente etapa, que nos introduce en el espacio de las topologías, es necesaria. Se trata de la configuración semántica. Esta operación tiene como virtudes que vamos a poder abstraer el fenómeno estudiado del contexto exterior, así como lograr una homogeneización interior que produzca las primeras condensaciones significantes, las cadenas de significantes que, no hay que olvidar, derivan de las operaciones anteriores, no son «naturales» o consustanciales al fenómeno en sí. (Martín, 1999, p.134)

Ciertamente, durante el trabajo de investigación se hizo un sociograma con el propósito de conocer los alcances que se tejen al interior y exterior de la Fundación Planeta Rural para conocer más a fondo las acciones que se hacen para buscar los objetivos que se han trazado y entregar un beneficio común a las gentes más vulnerables de diversos sectores de la geografía nacional. Esta representación gráfica establece que la Fundación Planeta Rural está liderada por diversos actores de la comunidad nacional e internacional y en su mayoría son miembros que sin

contar con el poder gubernamental tienen la fuerza de voluntad para entregar respaldo financiero a los directivos de la Fundación que son los que impulsan los proyectos para que puedan ejecutar acciones a favor de los jóvenes rurales, voluntarios, víctimas del conflicto, emprendedores y agricultores.

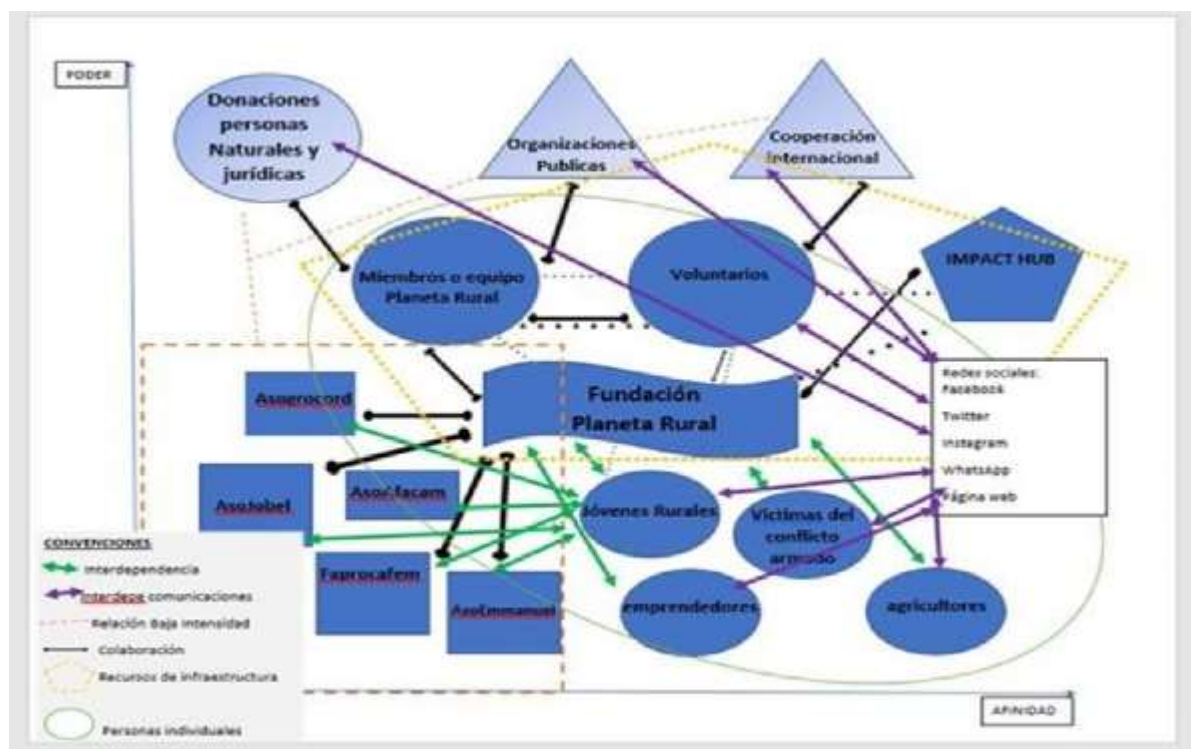


Figura I. Sociograma Relaciones que se Tejen al Interior y Exterior de Planeta Rural. Autor

La descripción de este esquema, comienza con la cuarteta de actores principales que trabajan mancomunadamente y de manera circular para convertirse en el motor de la Fundación Planeta Rural, dándole importancia al objetivo social y convirtiéndose en músculo financiero con reciprocidad hacia las gentes más vulnerables de diversos lugares donde se ejecutan las acciones buscando mejor bienestar y oportunidades para los integrantes del núcleo familiar. Los miembros directivos y los beneficiarios aúnan esfuerzos para obtener respaldo de una serie de voluntades nacionales e internacionales que han visto la manera de entregar incentivos que permiten mejorar la calidad de vida de unas personas que solo han tenido discriminación y ausencia del Estado.

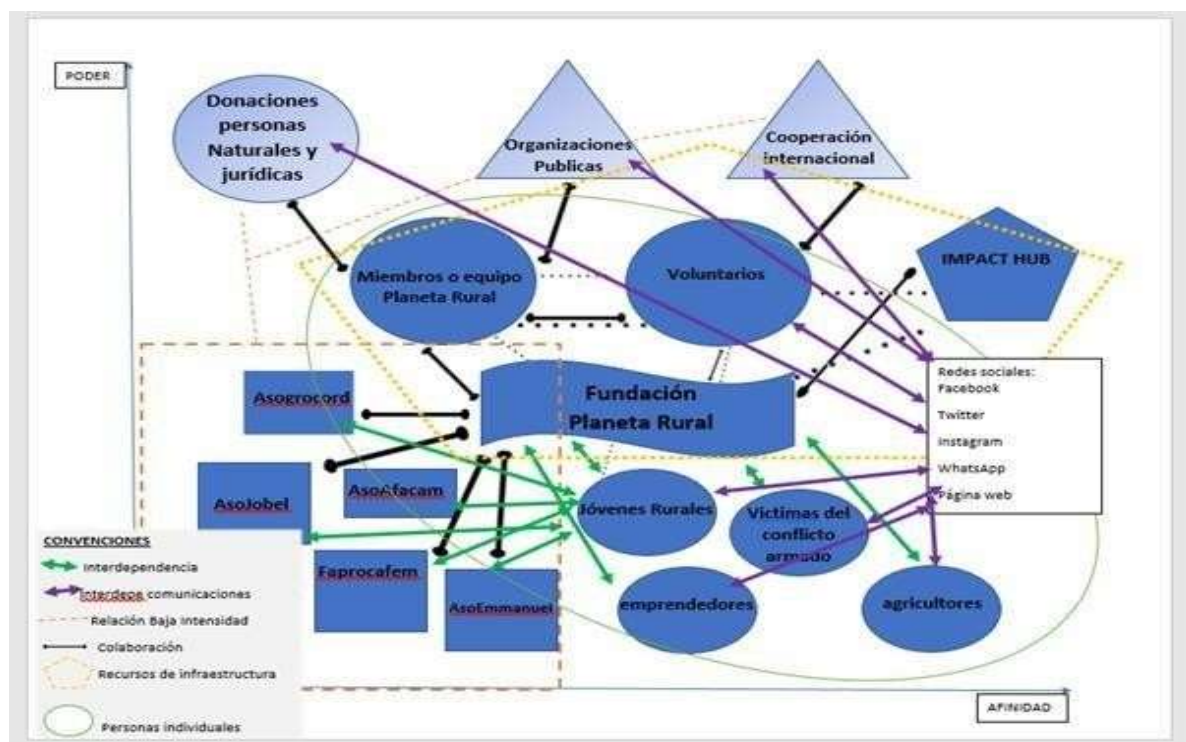


Figura II. Actores Sociales Agrupados en el Área de Influencia de Planeta Rural. Autor

Se puede apreciar que mediante la forma de círculos están representando los actores sociales agrupados y organizados, entre ellos: jóvenes rurales, voluntarios, víctimas del conflicto, emprendedores y agricultores, quienes viven en las zonas rurales del área de influencia de la Fundación, donde ejecutan los diversos proyectos; todos los integrantes en su mayoría son de escasos recursos económicos, razón por la cual centran los esfuerzos hacia estos conglomerados sociales.

“La IAP considera a los participantes como actores sociales, con voz propia y habilidad para decidir, reflexionar y capacidad para participar activamente en el proceso de investigación y cambio” (Balcazar, 2003, p.67).

De otra parte, puede señalarse que todos los directivos en su línea de horizontalidad son profesionales egresados de varias universidades y en su mayoría con postgrados en diversas áreas que les permite entregar su conocimiento recibido en los entes superiores y lo exteriorizan como reciprocidad a las nuevas generaciones que habitan las zonas rurales para que no se alojen en las ciudades de su entorno, despertando el interés y la participación comunitaria en cada uno de sus territorios (Planeta Rural, 2020).

El acceso, el diálogo y la participación son los componentes clave del proceso sistemático de comunicación horizontal. Tienen relación de interdependencia. Es decir: (a) a mayor acceso, mayor probabilidad de diálogo y participación; (b) a mejor diálogo, mayor y mejor la utilidad del acceso y mayor el impacto de la participación; y (c) a mayor y mejor participación, mayor probabilidad de ocurrencia del diálogo y del acceso. En conjunto, a mayor acceso, diálogo y participación mayor satisfacción de las necesidades de comunicación y efectividad de los derechos a la comunicación y más y mejor serán utilizados los recursos de comunicación (Beltrán, 1979, p.87).

Ahora, descendiendo a la figura representada en un cuadrado en la cual se establecen las organizaciones sociales que se conectan con las acciones que organiza planeta rural en baja intensidad como son entre otras, Asojobell, Asoafacam, Faprocafem, Asoenmanuel, Asoagrocord, Appcm, Cocorio, estos integrantes forman la base social externa, es decir son los que viven en fincas y parcelas de algunas poblaciones de Cundinamarca, Boyacá, Casanare y Córdoba, territorios de influencia donde la Fundación realiza y ejecuta los proyectos que han sido financiados, gracias al respaldo de personas naturales, jurídicas y en oportunidades a través

de convocatorias del Estado, donde abren posibilidades para que este tipo de organizaciones sin ánimo de lucro obtengan recursos para consolidar sus objetivos.

Aquí se establece si los integrantes de cada proyecto están interesados o por el contrario toman distancias en los objetivos que se han propuesto y se conocen también los famosos “puentes” para afianzar los grupos de trabajo y sacar adelante las metas establecidas, soportadas económicamente en diversas personas solventes que entregan aportes de acuerdo a su fortaleza financiera.

Así mismo se tiene la Red Social que está representada en el uso de plataformas que generan colaboración comunicacional, brindando información de oportunidades para los beneficiarios a través de WhatsApp, Facebook, Instagram, y la página Web diseñada para el reconocimiento y recopilación del trabajo que realiza la Fundación, con lo cual logran el reconocimiento de instituciones oficiales y privadas, al igual que personas naturales y jurídicas, que son los benefactores de la Fundación Planeta Rural.

Con la panorámica descrita se puede vislumbrar que para lograr mejores resultados la Fundación Planeta Rural, debe impulsar un plan de capacitaciones frente a la escritura, marketing, redes sociales; con el propósito de fortalecer una identidad y marcar una diferencia frente a su lugar habitacional que sea de fácil identificación para este sector poblacional y de esta forma ampliar el número de voluntarios que se encarguen de ser masificadores, mover emociones con los canales de comunicación y promover el algoritmo de las nuevas tecnologías.

Siempre han sido las tecnologías las encargadas de cambiar el rumbo de las diferentes sociedades. En nuestro presente han sido las tecnologías de la información y la comunicación las que han dado lugar a la génesis de nuevos valores, actitudes y

comportamientos, formas de entender, sentir y vivir, basados en unos paradigmas que a su vez se construyen fundamentándose en la filosofía 2.0 (colaborativa, participativa...), donde el sujeto social hasta hace unos años era pasivo, estático, inactivo, apático e incluso indiferente ya que su sociedad era la que de alguna manera le exigía. En casi todas sus facetas y roles como cliente, consumidor, paciente, elector, afiliado, feligrés, alumno, su posición era la de un simple espectador, receptor, acumulador de información sin ningún tipo de participación, en una sociedad donde solo algunos podían llegar al otro lado (Gallego, 2016).

Dentro de las estrategias de implementación deben utilizar como herramienta el CRM, que es un programa que se utiliza como estrategia de marketing gestionando todos los inputs de entrada y salida de datos, a través de plataformas o software integrados con los sistemas de marketing y de gestión para dar respuesta de manera simultánea a las inquietudes que tengan los cibernautas y en tiempo real se masifica porque en fracción de segundos hay respuestas a las inquietudes que se les presente.

Así mismo poner en práctica la implementación de herramientas para fortalecer la comunicación entre los actores, especialmente con las comunidades y despertar aún más el interés por los proyectos, porque saben perfectamente los beneficiarios, que será el soporte para buscar músculo financiero y hacer realidad su bienestar común.

Para mejor cobertura e impacto en lugares donde no se habilita el internet, se toma como referencia la Radio Comunitaria y Prensa Escrita, de esta manera hay contacto y divulgación de los proyectos que se están ejecutando a favor de los beneficiarios que son los jóvenes rurales y sus familias. Es importante destacar que la comunicación a través de los diversos medios permite enterar no solo a los benefactores, beneficiarios y a la comunidad, también mejorar la

coordinación y el trabajo que se hace con cada proyecto a fin de laborar en equipo, buscando siempre que este tipo de acciones lleguen a los oídos del Estado con el fin de obtener apoyo institucional y soluciones efectivas a las necesidades reales de los integrantes de las familias que viven en zonas apartadas de los cascos urbanos de cada jurisdicción y departamento.

Respecto a este trabajo de investigación se evidencio que es de impacto para los jóvenes rurales, el abrir nuevas posibilidades que fortalecen sus proyectos de vida, el de sus familias, que en su mayoría buscan continuar con la educación básica y superior sin tener que abandonar sus territorios y que por el contrario se afianzan en él. En la parte culminante hay que advertir que para fortalecer la construcción de comunidad rural el gobierno nacional debe mejorar la cobertura del internet para que los integrantes puedan viajar por las autopistas de la web porque en su mayoría acuden a la Radio Comunitaria y Prensa Escrita y de esta manera tienen comunicación y reciben divulgación de los proyectos que está ejecutando la Fundación a favor de los beneficiarios que son los jóvenes rurales.

Una prueba tangible de cómo las comunicaciones abren esperanza de vida es la que utiliza la Fundación, porque a través de las redes sociales y página web fortalece su músculo financiero con las convocatorias para obtener aportes de personas jurídicas, naturales y en oportunidades participando en convocatorias que hace el Estado para este tipo de programas y está en contacto permanente con los integrantes de las comunidades participativas.

Ahora y a manera de corolario se presentan algunas opiniones frente a la expresión de los autores, cuando afirman que la comunidad siempre busca trabajo conjunto para obtener resultados que permitan mejorar el nivel de vida de sus comunidades participativas. La Fundación se caracteriza por buscar iniciativas que lleguen a sus integrantes con el solo fin de fortalecer los lazos familiares para evitar la atomización del núcleo familiar en búsqueda de mejores

oportunidades en otras zonas diferentes a su entorno y es allí donde los proyectos ejecutados despiertan interés para evitar la deserción escolar en todos los niveles y por el contrario los benefactores aceptan las propuestas porque son lucrativas y logran que sus integrantes estén en sus lugares donde viven pero en mejores condiciones.

No es aceptable el olvido del gobierno central con las gentes que residen en lugares apartados del casco urbano, porque no tienen lo básico para tener una vida digna y por el contrario no llegan los recursos que permitan mejores oportunidades para este conglomerado social que también forma parte de nuestra sociedad, esta formación profesional permite que aportemos a este tipo de iniciativas de jóvenes que no quieren la misma suerte para las nuevas generaciones.

Conclusiones

La Fundación Planeta Rural, acertadamente a través de las comunicaciones e implementando su página web, logra unir a las comunidades participativas de zonas más apartadas del país para vincularlas y entrega una serie de capacitaciones para que sus integrantes puedan acceder a sus proyectos que se convierten en una opción de vida para los miembros de sus familias.

Para obtener estos resultados cuenta con iniciativas hacia los internautas, con las cuales dan a conocer sus proyectos que están ejecutando en diversas zonas de la geografía nacional y sus resultados, esto trae como efecto la respuesta de personas naturales y jurídicas y en oportunidades del Estado, a través de convocatorias para lograr participación e ir de la mano con las juventudes rurales para promover el emprendimiento hacia la “nueva ruralidad” con soluciones innovadoras que hacen frente a los problemas de insuficiencia alimentaria, migración rural, deterioro ambiental y pobreza rural; ayudando en la construcción de un campo próspero y sostenible para el buen vivir de las familias campesinas y la seguridad alimentaria de todos. Se concluye expresando que cuando se recibe la formación universitaria y se aplican los conocimientos hacia un conglomerado social los efectos son notorios y de esta forma hay reciprocidad con los colectivos que en oportunidad son desconocidos por el gobierno nacional, departamental o local y con voluntades conjuntas se llevan oportunidades a las nuevas generaciones a fin de tener territorios prósperos hacia una verdadera convivencia pacífica.

Referencias

Alvaro, D. (2010). Los conceptos de “comunidad” y “sociedad” de Ferdinand Tönnies.

Recuperado de <https://ojs.ehu.es/index.php/papelesCEIC/article/viewFile/12289/11211>

Balcazar, Fabricio E. (2003). Investigación acción participativa (iap): Aspectos conceptuales y dificultades de implementación. *Fundamentos en Humanidades*, IV (7-8),59-77.[fecha de

Consulta 12 de Octubre de 2020]. ISSN: 1515-4467. Recuperado de

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=184/18400804>

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. (2016). *Redes Sociales Digitales. Redes Sociales Digitales: Informacion, comunicacion y sociedad en el siglo XXI (2000-2010)*. Madrid, España. Recuperado de

<https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>

Martín Gutiérrez, P. (2002). El sociograma como instrumento que desvela la

complejidad. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, 0(2), 129-152.

doi:<https://doi.org/10.5944/empiria.2.1999.713>.

Planeta Rural. (2020). Fundación Planeta Rural. Empoderamos a los jóvenes rurales con una

visión de un campo próspero y sostenible. Recuperado de <https://www.planetarural.org/>