

Asociación de Vendedores del Lago la Pradera: Fortalecimiento de su Red Social para
Hacerla Visible ante la Comunidad Local, Regional y Nacional

Ensayo

Realizado por:

Miguel Ángel Correa Bedoya

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Programa de Comunicación Social

CEAD Dosquebradas

2021

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras Clave.....	3
Asociación de Vendedores del Lago la Pradera: fortalecimiento de su red social para hacerla visible ante la comunidad local, regional y nacional	4
Conclusiones.....	12
Referencias.....	13

Resumen

Partiendo de que es una red social y apoyado en varios autores vistos a lo largo del Diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación, se dará aplicabilidad a esta, en la OSP Asociación de Vendedores del Lago La Pradera, Dosquebradas – Risaralda. Para ello, se hará la investigación – acción, de quienes son, qué hacen, qué escolaridad tienen, qué estratificación social tienen, forma de ser, de vestir de cada miembro de esta organización. Teniendo en cuenta, la importancia del trabajo de campo, actividades como: visitas, entrevistas, fotografías, grupos de discusión, talleres, llamadas telefónicas, videollamadas, porque es con la propia comunidad que se construye una red social. Este es el inicio del proceso para hacer de esta Asociación que sea visible y que tenga reconocimiento tanto de la comunidad en general como en sector público y privado; como una manera de buscar soluciones a los problemas de la comunidad de vendedores del Lago la Pradera.

Palabras claves: Red social, trabajo de campo, libre y autónoma, transformación, visibilidad, acción social, colectiva y comunicación participativa.

**Asociación de Vendedores del Lago la Pradera: Fortalecimiento de su red social
para hacerla visible ante la comunidad local, regional y nacional**

El presente ensayo se elabora dando cumplimiento a la posibilidad que brinda la Universidad Abierta y a Distancia UNAD, en el Diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación; como una opción de trabajo de grado. Se hace una actividad investigativa de la OSP Asociación de Vendedores del Lago la Pradera, ubicada en el Barrio La Pradera del Municipio de Dosquebradas – Risaralda.

Este ensayo crítico, plantea la tesis de como el fortalecimiento de la red social de la OSP Asociación de Vendedores del Lago la Pradera, es una estrategia válida como manera de buscar soluciones a los problemas comunicacionales de este sector de la comunidad. A su vez, se plantea elaborar un ensayo crítico, cuyo propósito es reflexionar sobre la realidad contextualizada de la OSP elegida (Asociación de Vendedores del Lago la Pradera del Municipio de Dosquebradas Risaralda). El trabajo estará sustentado en lecturas de Villasante, Tomás R. Redes Sociales para la Investigación (2010); Requena Santos, Félix, el Concepto de Red Social (1989); Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano.

Es de anotar que la OPS escogida se le hizo el acompañamiento por varios meses; no se pretenderá dejar soluciones a las inquietudes y necesidades, pero sí tareas y actividades tendientes a que en el transcurso de un corto tiempo se logre una As

Se realiza un trabajo de investigación – acción, donde primero se escoge la OSP de acuerdo con varias opciones planteadas al inicio del curso. Igualmente, se lleva a cabo un trabajo

de campo, haciendo visitas, entrevistas, fotografías, grupos de discusión, talleres, llamadas telefónicas, videollamadas; para tener de primera mano conocimiento de dicha organización; y poder observar cómo es la utilización de las redes sociales.

Se observa como una asociación que apenas está surgiendo, lo único que tienen establecido es el registro de Cámara de Comercio del mismo Municipio; carecen de visión, misión, objetivos; igualmente la escasa utilización de medios tecnológicos de comunicación careciendo en gran parte del uso de WhatsApp, Facebook, Twitter, por razones de tipo económico, cultural, académico y social, a lo que se le anexa la escasa formación académica y avanzada edad de la mayoría de sus integrantes.

Esto hace que se pueda desarrollar esta investigación – acción, con una entidad necesitada de ayuda, acompañamiento, se empieza el trabajo de campo observando una buena relación de comunicación interna, donde por la cotidianidad del trabajo realizado por los miembros de la Asociación hay lazos de amistad, conllevando a un diálogo permanente.

Se presenta una estrategia comunicacional creando y fortaleciendo redes sociales, capacitaciones a sus miembros, por medio de una investigación – acción basada en la sociopraxis. Se hace necesario recopilar y analizar la información obtenida en la práctica social organizada (PSO), en varias categorías, lo primero, entre el grupo asociado, crear y establecer la misión, visión y trazar unos objetivos de la Asociación. Igualmente, la creación de los estatutos, para que sea la ruta para seguir con los derechos y deberes de los asociados, conllevando esto a más arraigo, seriedad y cumplimiento, sobre todo naciendo de las necesidades y sueños de ellos mismos. Al mismo tiempo, se observa, cómo son las relaciones sociales, cómo viven comunitariamente, qué tipo de comunicación tienen. Se observa que la comunicación establecida entre ellos es de contacto físico verbal, donde se evidencia, una comunicación horizontal y

participativa. Como lo plantea López (2012) "... La comunicación es un proceso humano y social de interrelación, de expresión y comprensión. Los múltiples mensajes intercambiados son los que permiten tejer la socialidad". (p.45). Ya que entre todos y con sus escasos conocimientos tratan de sacar adelante la manera de buscar soluciones a sus necesidades de tipo laboral y comunicacional. Además, se observa con este trabajo investigativo que tipo de situaciones comunicacionales les causan conflictos y discusiones internas.

La Asociación de Vendedores del Lago la Pradera del Municipio de Dosquebradas - Risaralda, se establece por la necesidad de defenderse, para conservar sus sitios de trabajo que los han tenido por décadas en este sitio del municipio, igualmente se fundamenta en hacerse respetar como seres humanos, como personas con valores y principios, responsables, solidarios, transparentes. Es de anotar, que los integrantes de la Asociación de Vendedores del Lago la Pradera realizan reuniones familiares básicamente en cumpleaños, navidad, solidarios en situaciones de calamidad doméstica, pero también se han preocupado por capacitarse en atención al cliente, medio ambiente, manipulación de alimentos, entre otros.

Internamente la Asociación de Vendedores del Lago la Pradera, tienen dificultades por divisiones internas básicamente relacionadas con temas políticos. Por ser el lago un sitio público, manejado directamente por la administración municipal, hace que se crean rivalidades cada 4 años entre quienes ganan o quienes pierden las elecciones con el alcalde de turno, conllevando a celos y discusiones.

Esta asociación busca ayuda con entidades públicas como la Personería Municipal, la Defensoría del Pueblo para que los asesoren y los guíen, para hacerse respetar en el tema laboral y que no le afecte su propia dignidad. La comunicación más utilizada por la asociación es el

contacto directo con cada asociado, como se dijo anteriormente por razón del trabajo desarrollado al interior del lago, utilizan reuniones permanentes informales y formalmente se reúnen una vez al año, con el único objetivo de tratar el tema de renovación de cámara de comercio.

No utilizan un medio comunicacional como el canal regional TELECAFE, la prensa, la radio, la emisora comunitaria, algunos tienen WhatsApp, pero desconocen el resto de las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, la mayoría no los poseen por la situación económica, académica y en muchos de los casos porque se trata de personas de avanzada edad.

Cuando se refiere a red social, Santos, (1989) "... una serie compleja de interrelaciones dentro de un sistema social" (p.1) en su ensayo El Concepto de Red Social. Para entender y saber qué tipo de red social se tiene y/o se necesita en el OSP Asociación de Vendedores del Lago la Pradera, lo primero que hay que tener claro, es como es el grupo objeto de investigación, su sexo, edad, escolaridad, estrato al que pertenece, a que se dedican, conformación familiar, ya que cada persona tiene diferentes condiciones y actitudes, para pertenecer a esta Asociación.

Es innegable que los seres humanos son sociables como lo plantea, Gallego, (2011) "... los individuos tienden a agruparse, independientemente de la forma que puedan llegar a adquirir la agrupación..." (p.115). Como lo plantea en su escrito Redes Sociales y Desarrollo Humano; cuando se estudia y analiza la OSP Asociación de Vendedores del Lago la Pradera, se observa como personas de escaso nivel académico, en su mayoría adultos mayores de 55 años, sin derecho a pensión, de escasa escolaridad, de estrato 1 y 2, residentes del Municipio de Dosquebradas, son personas que los une la actividad laboral que desempeñan al interior de este lago, de carácter público; donde han puesto su tiempo, su dedicación, a este proyecto de vida que es un negocio comercial dentro de esas instalaciones; desde allí nace la primera red social

de vendedores, su trabajo, su continuo trato por verse cotidianamente en este sitio. Es de anotar, como lo plantea Gallego, (2011), "... una red social es un grupo de personas capaces de aportar una ayuda y un apoyo tan real como duradero en un individuo o familia" (p.118). Hay está planteada esta red social, son un grupo de personas que están solos, atacados por una administración municipal, que los quiere sacar de las instalaciones del Lago la Pradera. Los socios se juntan para ayudarse y protegerse, para no ser sacados de su sitio de trabajo.

Cuando las personas se juntan, se unen adquieren un valor agregado, ya no están solos, se está en compañía con el solo hecho de estar juntos, ya se establece una red social; con ello se facilita el cambio social, donde este, es no dejar que las cosas sigan como están, donde el que cree mandar, dominar, maltratar, lo puede seguir haciendo; ya no, las redes sociales hacen que se salte el abismo, que se mire al otro como personas o instituciones como iguales, y como iguales se buscan soluciones para beneficio de las comunidades.

Todas las luchas en la búsqueda de soluciones nacen de la misma comunidad; no puede ser impuesta por quienes investigan, sino, del sentimiento popular. La importancia del desarrollo de la tecnología, conlleva a que la comunicación basada en el voz a voz, pase a un segundo plano; cuando aparece la radio comunitaria, la televisión y canales regionales, llega la internet, aparece el WhatsApp, el Facebook, el Twitter, la red se amplía haciendo que la comunicación no tenga límites; ya son más escuchados por ser gente que se visibiliza, la Asociación de Vendedores, se ve, pero sobre todo se sacan a flote los problemas y cuando esto ocurre, empiezan a surgir los grandes cambios, ya no es el secreto, ni las escondidas, ya lo público adquiere un verdadero valor, siendo más transparente, más eficaz, que lo público sea público.

Como bien lo plantea Villasante, (2010), "... si yo intento convencer a la gente que cambie, la gente no cambia, pero si la gente cambia sus relaciones por algún motivo concreto,

entonces los cambios se suceden a partir de ahí, y ese es el principio de transformación fundamental” (p.115). Por ello, cuando la gente levanta la cabeza, hace visible los problemas, que son problemas que afectan a esa porción de comunidad, surgen los cambios. Las redes sociales están formadas por personas que sueñan, sufren, tienen dificultades; pero también objetivos, no son redes inertes, ni teléfonos fríos, ni televisores, ni radios, que permanecen estáticos, sino, que están ahí, pensantes y pujantes, sacando problemas y sobre todo buscando soluciones.

Es de anotar, que en esta investigación – acción, con la Asociación de Vendedores del Lago la Pradera, se realizaron varias actividades, entre ellas, sociopraxis, sociogramas, talleres, reuniones, llamadas virtuales, entrevistas, dando como resultado, como el manejo de las redes sociales, son fundamentales para entrelazar las relaciones interpersonales, con el propósito de adquirir y tener conocimiento de sus integrantes, con esto buscar soluciones entre todos, como lo plantea Gallego, (2011):

Como una organización social en donde la interacción entre los individuos funciona de una forma horizontal y transparente, donde la información, el conocimiento, los recursos e incluso la manera de crear, es compartida por todos sus miembros... posibilita la potencialización de los recursos que poseen y la creación de alternativas novedosas para la resolución de problemas o la satisfacción de necesidades. (p.119).

Es allí donde radica la importancia de cómo este grupo de personas se juntan de una manera natural y horizontal, con el único objetivo primero de estrechar los lazos de amistad, y segundo y más importante aún el hecho de que están en peligro su vida laboral, porque van a ser retirados del sitio donde tienen y han tenido su proyecto de vida; poniendo en peligro la estabilidad de sus familias.

Cuando se juntan lo hacen de una manera transparente, poniendo cada uno sus conocimientos y sobre todo sus experiencias de vida en común, para buscar soluciones a las dificultades.

Para ellos, es más difícil aún, dado a que en el transcurso de la investigación – acción, se observa cómo son personas en su mayoría personas de edad avanzada, de muy poca escolaridad, conllevando al escaso manejo de celulares y equipos de computación, y por ende el manejo de redes sociales es precario. El único medio que se tiene establecido como red social, es el uso de la llamada telefónica y el voz a voz. Por ello la importancia de capacitar y asesorar a esta Asociación de Vendedores, primero en el manejo del celular y el uso de la internet, con esto, se podría crear un grupo de WhatsApp. Igualmente, incursionar en Facebook, como una manera de abrirse no solo al Municipio sino al mundo. Igualmente, hay que hacer uso de la emisora comunitaria, debido a que esta es la voz de la comunidad.

Se busca fortalecer y hacer visible la Asociación de Vendedores del Lago la Pradera, como una forma de que sea reconocida, de que no se encuentren aislados, pero sobre todo que sean ayudados; que den cuenta de que hay otras personas sufriendo lo mismo de ellos y que fueron capaces de seguir adelante. El hacerse visible conlleva necesariamente, a formar parte de otros grupos, a escuchar y a ser escuchados, a incluir y ser incluidos; como lo está haciendo la Asociación Departamental de Vendedores, y ésta a su vez incursionando en la Federación Nacional de Vendedores Informales; esto los fortalece y les permite tener la seguridad de que otros que sí les ayudan. De todas formas, la solución a los problemas parte del diálogo, del compromiso de los asociados, de compartir los problemas y la forma de buscar soluciones. Con el uso de la prensa, la televisión, la radio, el voz a voz, el internet, el WhatsApp, el Facebook, entre otros, se hace de que aquellos que querían abusar de su poder sobre los más

débiles y desprotegidos ya no lo volverán a hacer por el temor al conocimiento y al escarnio público que se deriva de esto. Santos, (1989) manifiesta:

Empíricamente está claro que los individuos van formando parte de redes sociales sobre la base de multitud de relaciones diferentes y que, además, los tipos de relación que usan para reclutar y formar redes varía con su situación y posición social. (p.15).

Cuando las personas levantan la cabeza y ven al otro como igual las diferencias se acaban, los complejos desaparecen, cuando una comunidad se junta lo hace de manera natural, con sus afinidades, pero también con sus diferencias y creencias. Una red social no está determinada bajo ciertas características de normas, formación académica, esta es tan amplia y diferente como tanto tipo de personas y personalidades existen y no dejan de ser importantes y útiles.

En el caso de la Asociación de Vendedores del Lago la pradera, del Municipio de Dosquebradas, se establece esta red social ya que a ellos los une los sueños, las esperanzas, las tristezas, la soledad, la necesidad, y siendo visible vuelve la esperanza para luchar y lograr el objetivo que es, el respeto de sus sitios de trabajo, que es su proyecto de vida, que les brinda bienestar a sus familias. Hacer visible un problema o dificultad es buscar soluciones.

Conclusiones

Las redes sociales no son solo WhatsApp, Facebook, Twitter, sino también el teléfono, la televisión, el voz a voz, la radio, las emisoras comunitarias, prensa, canales regionales, volantes, todo lo que implique comunicar. ¿Y qué se comunica?, los sentimientos, los sueños, las tristezas, las alegrías, el dolor y las necesidades de las personas. Las redes sociales son dinámicas y vivas, van en continuo desarrollo y crecimiento, a medida que la sociedad crece, las redes sociales también lo hacen. En el caso de la Asociación de Vendedores del Lago de Dosquebradas del Municipio de Dosquebradas – Risaralda, es una red social luchadora, trabajadora, pujante, que busca y quiere hacerse visible, ser escuchada, ser partícipe, incluyente, donde se le respete y se le ayude, que no sean objeto de abusos, amenazas, que sean tratados como seres humanos libres, autónomos e independientes, con derecho al trabajo en condiciones dignas y justas, como un derecho fundamental como bien lo establece la Constitución Política de Colombia.

En definitiva, las redes sociales hicieron visible a la Asociación de Vendedores del Lago la Pradera. Ya son conocidos y reconocidos, siguen luchando y clamando, no pierden la esperanza de que se les respete los espacios dentro del Lago la Pradera, los cuales han tenido por muchos años. Es su proyecto de vida, es una lucha desigual, pero con la aparición y el uso de las redes sociales esta lucha se hace más pareja. Cuando los problemas se vuelven visibles aparecen las soluciones.

Referencias bibliográficas

- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), págs. 115, 118-119. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- López, J., (2012). Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado, p. 45. Recuperado de:
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/10861>
- Santos Requena, F. (1989). El concepto de red social. Reis: Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 48, 1989, p.15. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>
- Villasante, T. R. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy, núm. 18, 2010, p. 115. Red Universidad de Concepción. Recuperado de:
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>