

**Construcción de redes sociales, una mirada a la comunicación participativa en la  
Fundación Rincón**

Ensayo

Realizado por:

Alejandro Duque Hernández

Tutora:

María del Pilar Cortés

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades – ECSAH

Programa Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CCAV – Dos quebradas, agosto del 2021

## Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Construcción de redes sociales, una mirada a la comunicación participativa en la Fundación Rincón.....	4
Conclusiones.....	12
Referencias.....	14

## **Resumen**

La comunicación es la base de cualquier relación humana, no siempre se logra hacer un buen uso de ella. En la fundación Rincón comprenden la importancia de mantener una buena comunicación haciendo partícipes a cada miembro de las comunidades con las que trabajan, incluyendo así los principios básicos de la comunicación participativa. Este trabajo de investigación fue realizado en el marco del diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación y con él se pudo determinar que existen brechas sociales en la comunidad con la que trabaja la fundación, puesto que la educación social y cultural es casi nula, por ende, el empoderamiento individual no existe en este territorio, por ello, se estableció una estrategia de fortalecimiento comunicacional de mano con la organización y la comunidad, con el fin de brindar herramientas de acción social con las que la comunidad logre construir puentes estables de comunicación, conozcan sus derechos y deberes y así mismo exijan a los entes respectivos las soluciones a problemas tanto individuales como comunes.

**Palabras clave:** Comunicación, redes sociales, comunidad, comunicación participativa.

## **Construcción de redes sociales, una mirada a la comunicación participativa en la Fundación Rincón**

Este ensayo es el trabajo final del diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, elegido como opción de trabajo de grado para optar el título de Comunicador Social, en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. El presente documento analiza el trabajo de campo realizado con la Organización Social Participativa elegida, con el fin de describir la importancia de ella en los trabajos realizados por la Fundación Rincón con la comunidad a partir del concepto de comunicación participativa.

Con este ensayo se pretende evidenciar la importancia de la comunicación, el manejo (adecuado e inadecuado) que se le da a la acción de comunicar y cómo se ha logrado desarrollar un concepto más amplio que nos revela la construcción de comunicación participativa y cuán importante es en la sociedad.

La fundación Rincón se preocupa por empoderar a los miembros de minorías sociales que son dominadas por entes con poder que pretenden mantener bajo el yugo de la desesperanza, imposibilitando a las personas para revelarse o pensar por sí mismas. En todo el proceso que realiza la organización con las diferentes comunidades con las que trabaja, se tienen en cuenta las estrategias que logran construir un ameno tejido social, reconociendo al otro como un par, como una otredad que es diferente pero parecido.

Finalmente, se desea develar la importancia de construir redes sociales capaces de generar cambios reales, empoderar a los integrantes de esta red para que se entiendan como líderes sociales, generadores de cambio y devolver la esperanza de un mejor mañana desde mínimos pasos. En el documento se explica la importancia de empoderar a cada persona de la comunidad en la que se va a desarrollar el trabajo a realizar, pues solo cada uno de esos individuos es el responsable de transformar su realidad. Es necesario que las personas se reconozcan como seres independientes

capaces de derrotar los límites mentales que los grupos políticos, empresariales y personas con poder han implantado en la memoria de las mal llamadas minorías sociales, comunidades rurales, personas de escasos recursos y todos aquellos que no pueden tener un correcto acceso a la educación.

¿Qué es la comunicación? El ser humano, en su afán de mantener el dominio de lo que está a su alrededor, ha creado, a lo largo de los años varias herramientas que logran posicionarlo como especie superior en una pirámide en la que tiene ventaja por encima de las otras especies, pues cuenta con el instrumento más poderoso que ninguna otra posee, y es el habla, el hecho de poderse comunicar entre sí, le brinda al ser humano una virtud excepcional, pues gracias al intercambio de palabras ha logrado cosas extraordinarias como crear imperios, ciudades, sociedades, tecnología, y todo lo que conocemos hoy, pues de lo único de lo que el hombre no es dueño es de la naturaleza.

Sin embargo, para poder entender cómo el hombre logró llegar al punto en el que se encuentra, es necesario comprender el concepto completo de comunicación. Según la RAE (Real Academia Española) la palabra comunicación cuenta con nueve acepciones, de las cuales nos basaremos en dos de ellas que nos permitirán entender a cabalidad esta palabra, la primera, comunicación: f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse (RAE, 2020), con esta acepción podemos determinar que para que se efectúe una comunicación es indispensable que exista al menos un emisor dispuesto a entregar el mensaje, bien sea de manera verbal, escrita o en algún otro tipo de código que permita manifestar lo que se quiere decir, sin embargo, es necesario entender que para que exista una real y eficaz comunicación se debe contar con al menos un receptor, alguien que capte el mensaje, lo interprete y haga un feedback de él, pues si nosotros no logramos que el receptor realice algún tipo de acción a partir del mensaje, no habremos cumplido con el cometido; si la acción de comunicar no tiene ninguna

retroalimentación, solo habrá sido un acto de informar.

Ahora, debemos también tener en cuenta la acepción tres de la RAE que la define como Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor (RAE, 2020), es importante tener en cuenta que para que un mensaje logre el objetivo que nosotros queremos obtener, debemos asegurarnos que nuestro receptor comprenda el tipo de código que estamos utilizando para comunicar el mensaje, por ejemplo, yo tengo un restaurante que está ubicado en un aeropuerto, es decir llegan personas de todos los países, por ende hablan diversos idiomas, pero yo, tengo la carta solo en español porque yo hablo español, ahí ya cometí un gran error, pues solo me estoy basando en mis necesidades, excluyendo a gran parte de mi público objetivo; es por esto que necesito definir de manera asertiva a quién quiero llegar con mi mensaje.

El acto de comunicar es una herramienta poderosa para lograr que el receptor haga lo que nosotros deseamos, solo debemos tener claro el mensaje que se quiere dar, el canal por el cual se va a emitir, el tipo de código que voy a usar y por supuesto el impacto que quiero generar con éste.

La comunicación se puede usar de manera positiva o negativa, todo depende de las intenciones del emisor, por ejemplo, cuando se empezó a expandir el concepto de comunicación, las personas con más poder en el mundo se apropiaron de ello e iniciaron a bombardear a la sociedad con todo tipo de mensajes, nacieron los medios masivos de comunicación y desde ahí se mantiene dominada a la gente bajo la creencia de que estos medios de comunicación fueron creados para el beneficio de todos, que gracias a ello pueden estar informados, pero precisamente ahí es donde se encuentra la mentira, los televidentes, escuchas y receptores en general, solo están siendo informados, más no están siendo tenidos en cuenta para que haya una retroalimentación de parte de ellos, y completar así todo el proceso

de comunicación. En este caso, ese es el objetivo del emisor, tener dominados a los receptores por medio de los mensajes que se emiten a través de los medios de comunicación masivos.

La comunicación se puede dividir en dos, la vertical, donde un emisor entrega su mensaje sin dar cabida a ningún tipo de respuesta por parte del receptor, es una acción unilateral, y la horizontal, donde existe interacción por ambas partes, el sujeto transmisor y el receptor están en un mismo nivel, teniendo así un feedback correcto.

Si se hace un efectivo uso de la comunicación, los resultados serán excepcionales, pero hay que tener en cuenta que Beltrán (1979) señala que “La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (p. 17).

Abordando la comunicación participativa hay que señalar que no implica juzgar la manera en que se ejecuta, sin embargo, se han hecho muchos estudios alrededor de todo el mundo qué cabe dentro del concepto de comunicación, con estas investigaciones se puede determinar una manera más eficaz de realizar la acción de comunicar.

Primero, es necesario comprender que para comunicar se necesitan mínimo dos personas, dos personas que terminan siendo emisor y receptor a la vez, y se comunican por medio de un código que ambos entienden. Después, entender que todo lo que pensemos tiene que ver con la comunicación, el mundo en el que vivimos no existe sin comunicación, la política, ciencia, artes, todo. Y analizar cómo las personas que tienen más dinero y poder hacen uso de la comunicación, ya que estas personas, generalmente lo usan para dominar al pueblo, el poder de sus discursos logra persuadir a la gente.

Por estas razones se empezó a ver a los seres humanos como individuos todos totalmente diferentes entre sí, con diferentes gustos, pasiones, sueños, emociones, metas,

diferentes en todo. Es así como empezamos a pensar en comunicación participativa, proceso en el que se involucran todos los habitantes de una comunidad, desde los intereses y habilidades de cada uno.

Es aquí donde interviene la Fundación Rincón, una organización sin ánimo de lucro que tiene como misión “...inspirar y empoderar a las personas para que desde su propia realidad sean agentes de cambio” (Fundación Rincón). Esta fundación utiliza la comunicación participativa para generar un cambio eficaz en las comunidades en las que desean impactar. La organización comprende que los miembros de una comunidad son los actores críticos en la transformación de su propia realidad social.

La comunicación participativa requiere en la mayoría de los casos de profesionales que comprendan a fondo sus características e implementación de ella. Cuando se llega a trabajar con una comunidad hay que tener claro qué se quiere lograr allí, cuál es el cambio que se quiere obtener, reconocer las personas que desean involucrarse en el proceso, tener unas estrategias que contribuyan en el camino a la meta establecida.

Para llegar a una comunicación participativa es necesario que todos los integrantes del grupo social en el que nos encontramos se conozcan, confíen en sí mismos, ya que, cuando se crea un ambiente de comunicación participativa, principalmente, se hace con el fin de solucionar los problemas más importantes que atraviesa ese grupo.

Uno de los principales problemas que existen en las minorías, grupos marginados, personas de bajos recursos, etc., es que no logran encontrar una solución adecuada a los problemas que los atormentan porque no consiguen reconocer a los autores principales de sus tropiezos, empiezan las discusiones entre diferentes miembros de la comunidad por falta de comunicación y no se llega a ninguna solución.

La fundación Rincón comprende que los mecanismos de comunicación entre los grupos



sociales que quieren impactar, no son los más adecuados, así que inician un proceso con la comunidad que se divide en tres pasos.

**Investigar:** Lo primero que se hace al llegar a la comunidad que se va a intervenir es darse a conocer, explicar el proceso que se va a desarrollar, conocer a los miembros del grupo, escuchar sus molestias y que entre ellos también logren conocerse y entenderse; cuando ya se hayan escuchado todos los problemas que consideran relevantes, ellos mismos proponen posibles soluciones, los colaboradores de la fundación actúan como guías en el proceso.

**Educación:** Cuando ya se conocen los problemas y se han debatido las diferentes soluciones, se procede a enseñar que ellos ya no son un objeto de estudio si no agentes de cambio. “El propósito es enseñar a la gente a descubrir su propio potencial para actuar, liberándoles de estados de dependencia y pasividad previos, y llevarlos a comprender que la solución está en el esfuerzo que ellos mismos puedan tomar para cambiar el estado de cosas”. (Balcázar, 2003, p. 62). La educación requiere mucha dedicación ya que es el objetivo principal de la fundación, empoderar a las personas a las que quieren impactar, la organización no desea dar el pescado, sino enseñar a pescar.

**Acción:** Cuando ya se ha generado lazos de confianza en la fase de la investigación, en la educación los miembros de la comunidad ya propusieron soluciones adecuadas y comprendieron que ellos pueden hacer el cambio para sus males, se procede a poner en acción las estrategias planteadas por la misma comunidad.

La fundación es consciente de que los problemas que tienen este tipo de sectores sociales vienen desde las personas que son dueñas de todo, políticos, grandes empresarios, artistas, etc. Ya que ellos cuentan con un discurso construido desde la lógica, persuadiendo a la gente a su favor, a tal punto que logran dominar a la sociedad, creando en cada uno de ellos un sentimiento de conformismo, haciéndoles creer que no son capaces, lo mismo que hacen los

países desarrollados con los países subdesarrollados.

En cuando a construcción de redes sociales, cuando ya se ha logrado una comunicación participativa acertada, debe poderse mantener con el tiempo, ya que los procesos que se realizan con minorías sociales no duran meses, muchas veces pueden durar hasta años, y es algo que la comunidad debe entender y estar dispuesta a asumir.

El siguiente paso que va de la mano de la comunicación participativa es la construcción de redes sociales. El ser humano es un individuo social por naturaleza, todo lo que constituye al ser humano en lo que a su ser respecta, es construido a través de la experiencia, las situaciones, los lugares, los momentos, los espacios y sobre todo las personas hacen parte de cada ser humano. El hombre no es solo, no aprende todo lo que llega a saber por medio de la nada, existen muchos factores externos que hacen a una persona, por supuesto que los otros seres que lo rodean son parte importante de su relación con el mundo.

Dentro de la construcción de una red social se debe verificar primero que todos los que constituyen el grupo se conozcan y cuenten con un sentido alto de empatía, pues solo poniéndose en los zapatos del otro lograrán pensar en soluciones macro que beneficien a toda la comunidad, excluyendo una individualidad y construyendo una visión social panorámica de las problemáticas que afectan a todos y cada uno de los integrantes de esta comunidad, “...variables históricas, culturales, socioeconómicas y políticas que afectan de una u otra forma la cotidianidad de los integrantes de la micro red, así como a permitir que las personas y familias participen de la resolución de sus problemáticas...” (Chadi, 2000, p.216).

Dentro de las actividades que se pueden desarrollar para lograr construir una red social sólida, expondremos tres de ellas que se proponen en el libro Metodologías participativas del Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible (CIMAS).

“Construimos y contrastamos las propuestas en talleres creativos con los diferentes

agentes sociales e institucionales para conseguir los recursos necesarios.” (CIMAS, 2009, p.10)

Cuando entre los integrantes de la red social se establecieron las estrategias que se utilizarán para alcanzar las soluciones necesarias, se concretan los líderes y voceros, quienes serán los encargados de buscar alianzas y apoyo económico, esto con la guía de los trabajadores sociales, investigadores y voluntarios.

“Coordinamos algunas ideas para la motivación general de la gente, y las priorizamos consisten en sistemas participativos” (CIMAS, 2009, p.10). Es necesario que las personas que hagan parte de la red social estén totalmente comprometidas con las proyecciones establecidas, pues como ya lo mencionamos es un proceso que dura un largo tiempo, por lo que se debe mantener motivadas a las personas, demostrar que las soluciones si son posibles, siempre y cuando exista un compromiso de todos.

“Facilitamos esquemas de auto-organización de redes democráticas, democracias participativas en lo concreto y adecuadas a los grupos, colectivos y asociaciones existentes.” (CIMAS, 2009, p 10), para lograr unos objetivos se requiere de disciplina, voluntad y constancia, para ello se deben organizar los pasos que se deben seguir, las personas que desarrollarán cada acción y establecer fechas para que puedan percibirse los cambios en el tiempo.

## Conclusiones

Si se desea trabajar con una comunidad para lograr un objetivo establecido a lo largo del tiempo, es indispensable pensar y aprehender acerca de la comunicación, principalmente reconocerla como una herramienta necesaria para desarrollar cualquier cosa que el hombre desee, pues sin la habilidad comunicativa es muy difícil llegar a un objetivo claro.

Ahora, también se debe pensar en la comunicación como un acto participativo, es allí donde se empieza a hablar de comunicación participativa, donde se incluyen a todos los actores sociales del territorio donde nos encontremos, es indispensable que cada una de las personas que se encuentran inmersas en el trabajo rural que se desea realizar sienta el deseo de hacer realidad los objetivos planteados, y para ello, se debe empoderar a cada una de esas personas, pues solo cuando un ser reconoce su valor como individuo y lo traslada al ambiente en el que se desempeña, logrará alcanzar todo su potencial, reconociéndose como una persona igual de importante al resto, sin pasar por encima de los demás sino construyendo un tejido social que vaya hacia la misma dirección, brindando soluciones a problemas individuales y sociales, pues solo cada persona que vive el problema es la encargada de cambiar su realidad, porque si se desean obtener cambios hay que empezar por uno mismo.

Luego de tener claridad en las estrategias comunicativas que se utilizarán para empoderar a la comunidad, se deben poner en práctica, no sin antes construir una confianza entre los investigadores, comunicadores, trabajadores sociales y todos los profesionales que iniciarán el proyecto y cada uno de los miembros de la comunidad, puesto que, si no se logra establecer un canal de confianza entre ambas partes, difícilmente se logrará el objetivo planteado, pues solo con la confianza depositada, la comunidad accederá a abordar temas personales que quizá antes no habían tratado con alguien más.

Es necesario que la Fundación le haga ver a la comunidad (oprimida por diferentes factores, especialmente políticos y económicos) que hay que crear una conciencia crítica, lo cual forjará una resistencia plena frente a todos aquellos yugos sociales que no les permiten avanzar. Sin embargo, esto solo se logra por medio de diferentes dinámicas en las que no se les enseña cómo pensar, si no a aprender a pensar por sí mismos, no se trata de seguir la línea de dogma en la que se encuentran sino liberarlos de todos los pensamientos erróneos que hasta el momento han tenido.

Cabe resaltar que las personas son seres que forjan su identidad y sus vínculos en los grupos en los que se relacionan, por esto es necesario reconocer la importancia de los tejidos o redes sociales, puesto que son grupos capaces de aportar sustancialmente a la vida de un individuo, pues en medio de este grupo se debe reconocer que el ser humano está rodeado de diferentes factores externos (ambientales, sociales, políticos, económicos, etc.) que invaden la vida en general.

Finalmente, para lograr construir una red social fuerte, se debe realizar un trabajo que perdure en el tiempo, donde todos los sujetos envueltos en ello se conozcan entre sí, reconociendo la importancia de cada uno, generando así un sentimiento de empatía que logre agrupar las posibles soluciones a los problemas que la comunidad enfrenta, teniendo una mirada universal y reconociendo los autores principales de dichas problemáticas.

## Referencias

- Balcazar, Fabricio E. (2003). Investigación acción participativa (iap): Aspectos conceptuales y dificultades de implementación.. Fundamentos en Humanidades, IV(7-8),59-77]. ISSN: 1515-4467. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18400804>
- Beltrán, L. (1979). “Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp.5-35.  
<http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- CIMAS (2010) - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, Manual de Metodologías participativas (p.27). [http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual\\_2010.pdf](http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf)
- RAE- Real Academia Española. (2020). Definición de comunicación.  
<https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n?m=form>
- 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>