

Redes Sociales de Comunicación y Comunidad: Una mirada desde el uso de las tecnologías de la información con propósitos culturales y educativos en la ciudad de Ibagué

Ensayo

Realizado por:

Angela Marcela Herrera Lombana

Tutora:

María Del Pilar Cortés Herrera

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades – ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Ibagué, marzo de 2021

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Redes Sociales de Comunicación y Comunidad: Una mirada desde el uso de las tecnologías de la información con propósitos culturales y educativos en la ciudad de Ibagué	4
Conclusiones.....	14
Referencias.....	15

Resumen

Varias organizaciones sin ánimo de lucro en la ciudad de Ibagué tratan de recuperar las tradiciones a través de diferentes expresiones culturales. Para cumplir con estas metas, es indispensable emplear redes sociales de comunicación (Facebook, YouTube, Instagram etc.), y las TICS. Sin embargo, actualmente no hay una receptividad considerable, debido a que no existe un contenido que enganche a la comunidad, que fidelice, interactúe y que esté a la vanguardia. Por tanto, el objetivo de este ensayo crítico es exponer el trabajo que ha hecho la Corporación Tolimitos Legendarios de Ibagué, en la implementación de redes sociales de comunicación para generar participación comunitaria, validando el cumplimiento de su labor social, y aportando una estrategia comunicativa, que permita que dicho objetivo con la comunidad pueda cumplirse. Lo anterior se realiza en el marco de la Práctica Social del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, como trabajo de grado en el programa de pregrado de Comunicación Social.

Palabras Clave: Redes sociales de comunicación, construcción de comunidad, participación ciudadana, educación.

Redes Sociales de Comunicación y Comunidad: Una mirada desde el uso de las tecnologías de la información con propósitos culturales y educativos en la ciudad de Ibagué

¿Cómo a través de la cultura se pueden trascender barreras comunicativas, construir un tejido comunitario y generar participación ciudadana?

Hoy en día el avanzado mundo de la tecnología ha logrado derribar múltiples barreras de comunicación, las cuales limitaban y en algunos casos imposibilitaban la interacción social entre comunidades del mundo, por lo tanto, este desarrollo tecnológico abrió paso a lo que el sociólogo Manuel Castells (1999) denominó “Sociedad Informativa” (p.47), argumentando que surge una nueva estructura social, un periodo que se presta para facilitar la organización y el comercio de la producción a nivel mundial; propiciando una aceleración en las nuevas formas de interacción, interconexión y comunicación.

Esta sociedad de la Información es la precursora del uso de la red de redes, así como también el provecho de otros tipos de comunicación satelital, los cuales permiten la exploración de información, mediante objetivos centrales consisten en saciar hasta las más mínimas necesidades de la cotidianidad del ser humano. Todas estas formas de comunicación que se han y están desarrollando en el contexto de la Sociedad de la Información, poseen las características de inmediatez, gran velocidad, accesibilidad entre otras.

En consecuencia, de esa “Sociedad Informativa”, se ha logrado abrir paso a nuevas herramientas comunicacionales, las cuales permiten construir vínculos sociales, intercambio de ideas, opiniones, entre otras formas de expresión, en las que incluso se establecen movimientos sociales en pro de un interés social.

Estos movimientos sociales han sido considerados como fenómenos socio tecnológicos, los cuales surgen a causa de las influencias, ventajas, desventajas, entre otros comportamientos

que tiene la sociedad, ante el uso de las herramientas digitales comunicativas, propiciando la creación de espacios comunicativos, los cuales se han convertido en los escenarios idóneos para el desarrollo luchas y/o movimientos sociales.

Pues bien, en medio de la actual Sociedad de la Información hay muchas organizaciones, colectivos, organismos entre otras instituciones sin ánimo de lucro, que su labor principal es construir comunidad a través de plataformas digitales, es decir, emplean redes sociales de comunicación para generar participación ciudadana desde diferentes contextos: culturales, educativos, políticos, comunicativos, informativos entre otros.

Santos (1989) refiere que la conceptualización de la red social, recobra un sentido importante en su uso como un mediador de “integración social y de implicación de sujetos en el interior de un sistema social determinado; favoreciendo así el equilibrio dentro de un sistema social particular: ocupacional, político, etc.” (p.147).

Pero muchas de estas entidades sociales, quedan estancadas en el proceso de desarrollar estrategias que permitan poder crear contenido, o mecanismos de participación ciudadana, y en ese estancamiento se quedan, imposibilitando la aplicación de proyectos y el progreso en materia cultural y educativa de la comunidad. Aunque en la obra de Velásquez (citado en Torres, 2002) se evoca la división de reacciones que desencadena la expresión "comunidad", puesto que para unos despierta interés, debido a que evoca sentimentalismos acerca de la vida local unitaria, y para otros despierta desconfianza y rechazo, puesto que recrea algunos contextos de vida basados y/o “heredados de un cristianismo ingenuo o un populismo romántico” (p.95).

Por ello la importancia de consolidar en la ciudad de Ibagué, colectivos que se den a la tarea de construir una red social a través de la implementación de herramientas digitales, en

contextos culturales y educativos, es una necesidad social, puesto que es mucho lo que, en materia cultural se ha perdido y poco lo que se ha hecho para recuperar la identidad, el sentido de pertenencia y una educación en la ciudad.

En consecuencia, con la implementación de una estrategia comunicativa previamente diseñada, se hace indispensable la creación de un tejido comunitario a través del uso de redes sociales de comunicación, para que la ciudadanía ibaguereña y tolimense, participe y se beneficie en diferentes contextos comunitarios.

En un contexto local, y dando continuidad a la temática que se ha abordado en el desarrollo del presente ensayo, la Corporación Tolimitos Legendarios, objeto de esta práctica social, permitió a través de su participación activa, trabajar sobre la creación de tejidos comunitarios, a través de las redes sociales de comunicación.

En el desarrollo de la Investigación Acción Participativa, y de acuerdo al cumplimiento de etapas, se logró recolectar mediante la observación, la reflexión y la autocrítica, la información necesaria para lograr diagnosticar situaciones y/o problemáticas de la corporación, las cuales mediante la elaboración de un plan de acción o en este caso el diseño de una estrategia comunicativa, logre llevar a cabo unas acciones u objetivos realizables.

En el proceso de observación y comprensión profunda con la Corporación, se logró mediante el acceso que otorgaron sus dueños para conocer información confidencial acerca de esta asociación (la estructura, objetivos...) e intentar familiarizarse con su funcionalidad, para poco a poco comprender los motivos de su actual estancamiento, y realizar un trabajo de campo integro y exitoso. Porque como lo menciona Villasante (sf), "Pero la praxis no acaba en un diagnóstico sino en propuestas para la acción y en la acción misma y en las constantes reformulaciones que exige." (p.3).

La frustración en los hoy directivos de TL (Tolimitos Legendarios: OSP elegida para la Investigación Acción Participativa.) ha sido la consecuencia de una mala ejecución de proyectos, por la errónea aplicación de saberes en temáticas que abordan a la comunidad, sumado a la mala gestión en redes sociales comunicativas, pues consideraban que estas se administraban por sí solas, creencia mal fundada, en razón de que construir comunidad no es una labor sencilla, empezando por la comunidad laboral con el que se está trabajando, es complejo llevar a cabo el desarrollo de proyectos investigativos en los cuales se pretende llegar a una meta, sin tener en claro que se requiere de una identidad corporativa, que permita crear sentido de pertenencia y por ende claridad en objetivos y metas: Santos (1989) “Todo escenario social que requiera de relaciones es válido para generar redes sociales. Por ejemplo, el lugar de trabajo puede ser un escenario propio para ellas” (p.147).

Pero para entender un poco lo sucedido, se hace preciso exponer a continuación un poco de lo hallado en la praxis, así como lo señala Villasante (s.f): “La praxis comienza con ciertas dosis de vivencias, implicaciones, y sigue luego con las reflexiones auto-críticas y críticas que entran en juego entre sí.” (p.2).

Y es cuando se conoce que un par de jóvenes estudiantes de diferentes carreras (diseño gráfico y periodismo) en aras de aplicar su conocimiento, son recibidos en una práctica de pregrado en una empresa que se dedica a la formación, exhibición y circulación de contenidos audiovisuales en el Tolima, al principio todo funcionaba muy bien, tanto el director de esta empresa como los dos estudiantes compartían experiencias y conocimientos, al cabo de un tiempo el clima laboral empezó a decaer, y la ingenuidad de estos dos jóvenes les jugó una mala pasada, el proyecto audiovisual que ellos habían elaborado como evidencia final de su práctica, fue ejecutado por otros integrantes de aquella empresa sin los créditos correspondientes,

trayendo como consecuencia una práctica no certificada, una carrera profesional interrumpida y una mala experiencia profesional.

Ese sin sabor con el que se quedaron aquellos chicos no fue impedimento para que ellos mismos pudieran dar continuidad con sus conocimientos, a su proceso de aprendizaje empírico y poder plasmar todas aquellas ideas que tenían retenidas en un nuevo proyecto.

Fue entonces cuando nació la idea de crear una empresa que le aportara cultural y educativamente a la comunidad de niños y niñas de la ciudad de Ibagué, y no solo la población infantil con acceso a la educación (pública y/o privada), sino también a aquellas comunidades de niños marginadas por la violencia, el gobierno o la misma sociedad, para tal efecto Noguera et al (2011) afirman lo siguiente:

Para un estudiante de Comunicación conocer las reglas del juego resulta, en algunos casos, decisivo; no solo porque se amplíen los contactos, las relaciones y las fuentes hasta extremos insospechados sino porque además se incrementa o disminuye la reputación personal y profesional en función de que se conozcan las reglas de juego de los nuevos sistemas. (p. 11).

Proyectos con fines sociales como Max el Arbolito, Ibanasca, El Mohán, han sido algunas de las creaciones con las que la Corporación a la que se le nombró Tolimitos Legendarios intentó incursionar en la construcción de una empresa al servicio de la comunidad.

Una incursión fallida debido a la débil estructura narrativa en sus proyectos, procesos investigativos intermitentes y una estructura organizacional muy inestable; además de las equivocadas ideas que se tenían sobre lo que aborda el contexto de construcción de comunidad, así como lo afirma Torres (2002) “Las referencias a la “comunidad” y a lo comunitario son comunes

en los discursos de políticos, pues tiende a identificarse con formas unitarias y homogéneas de vida social en las que prevalecen intereses y fines comunes” (p. 29).

En medio de la Acción Investigación se persuadió a fin de conocer los propósitos comunitarios por los que pretende esta corporación trabajar, y existe mucha difusión en los objetivos. Creando la necesidad de reinventar todo el colectivo, proponiendo conocer realmente cuál es la necesidad de la comunidad que se quiere suplir, es decir su actividad principal; además de crear una imagen corporativa, un equipo de trabajo fortalecido por el perfil profesional de los integrantes que demande el colectivo, estructurar bien el elemento investigativo.

Estos desordenes, han creado en esta futura corporación, las motivaciones suficientes para poder conocer de manera directa que es lo que se pretende con estas nuevas exhortaciones. Como bien se expuso anteriormente, las relaciones de conflicto que en algún momento se señalaron, por las que atravesaron estos muchachos, siguieron haciéndose presentes, en un hostil ambiente de inseguridad, de temores, de indiferencia ante la fracturada posibilidad de trabajar por la comunidad, sumado a que ese nuevo colectivo que se está proponiendo carece de profesionales certificados.

Una total odisea la que atraviesa esta Corporación, y vaya que desorganización, principal problema que se detectó; ante las constantes críticas, molestias, discusiones que se vivieron al interior de esta corporación, fue propuesta la idea de buscar organizaciones con fines similares a los que pretendía encontrar Tolimitos.

En una ardua pesquisa para encontrar intereses particulares y trabajo comunitario similar al que pretende llegar a realizar Tolimitos, se estableció el contacto con la Corporación Probeta Teatro, la cual a pesar de todos los problemas por los cuales ha venido atravesado la Corporación estudiada, da su mano amiga, permite enfocar algunos proyectos, ofrecer sus

servicios a cambio de una colaboración mutua, y también establece la conexión entre Tolimitos y el grupo de Teatro de la Universidad del Tolima, los cuales, al conocer el proyecto principal con el que se pretende iniciar labores, no lo dudan y deciden también apoyar, pues las temáticas de promover cultura, tradición, sentido de pertenencia, educación, comunidad, tejido social, son bastante interesantes para estos grupos teatrales, que si bien, también se sienten identificados con las ideas de Tolimitos.

Actualmente ese es el momento en el que se encuentra Tolimitos Legendarios, en un proceso algo estancado por parte de su equipo de trabajo, que no ha permitido avanzar a establecer algo de progreso y por ende una armonía que generaría consolidarse tanto jurídicamente, como lo exigen muchas instituciones, así como también a nivel de comunicación y de equipo.

Establecer relaciones sociales es una característica vital para la conformación de este tipo de corporaciones, pues el trabajo social que se debe de realizar es bastante arduo y requiere de un trabajo mancomunado, ya que el interés de trabajar por la preservación de la cultura y la transmisión de conocimientos a quienes lo requieran, en particular la población infantil marginada a través de redes sociales de comunicación es una labor en la que necesariamente hay que construir tejidos comunitarios.

Actualmente las relaciones sociales que tiene esta Corporación son limitadas, y por ende a nivel comunitario inexistentes, es decir, no hay una población objetivo con la que se establezcan lazos comunicativos para poder trabajar colaborativamente, y los vínculos que alguna vez se establecieron están desatendidos, un riesgo bastante grande para perder lo que poco se ha logrado establecer en materia de relaciones.

Ideas como la de trabajar con títeres, puestas de teatro callejero, comparsas y llevarlo a cabo a plataformas digitales para que cumplan con un fin educativo, cultural y de trabajo social, traspasando aquellas barreras de la marginalidad, físicas, económicas y políticas; es una representación clara de un trabajo que requiere involucrar otro tipo de organizaciones para el éxito de esos proyectos, retroalimentando permanentemente las redes sociales de comunicación.

Pero esa nulidad con las relaciones sociales tiene solución; en el presente proceso de replanteamientos internos como empresa social, las relaciones con la sociedad y comunitarias deben estar basadas en un interés común con la comunidad, como lo es en el contexto educativo, cultural el cual permita construir una red social que trabaje mancomunadamente por recuperar y preservar los valores educativos, culturales y ambientales del Tolima.

Como ya se narró anteriormente, la falta de condiciones desde un inicio y tal vez la carencia de un organigrama, o método que permita fijar jerarquías, es el conductor de muchos conflictos, ya que no se tiene clara las funciones de cada miembro del equipo y se termina haciendo un trabajo doble, desarticulado, generando ambientes laborales tensos, incómodos y por ende, ambientes que terminan destruyendo el clima organizacional del colectivo.

A diario la humanidad se ve obligada a ser parte de un mundo que está a cada segundo interconectado, y aún más cuando condiciones ajenas a la voluntad, lo exigen por preservar la salud o bien la seguridad, es por esto que se hace sumamente indispensable para cualquier persona, empresa, colectivo, comunidad, sociedad tener herramientas que permitan la comunicación con el entorno, y sobre todo cuando a nivel comercial y económico se depende también de una comunicación fuerte, claramente lo expone Noguera et al. (2011):

Cuando accedemos a una red social tenemos en nuestro espacio una serie de enlaces de primer grado, que tendrán también una serie de enlaces de primer

grado, que para nosotros serán de segundo grado y a los cuales en algunas redes sociales podemos acceder y, por tanto, expandir nuestra capacidad conectiva. (p.13).

Una buena página web o red social, debe de permanecer en retroalimentación, generando contenidos tanto de interés común como particular (según sea el uso), con información veraz, transparente, interactiva, con una interfaz audiovisual atractiva que permita la fidelización del usuario, como por ejemplo, llevar a cabo una serie web en donde se abarquen temáticas de aprendizaje relacionadas a la cultura indígena, restaurando los valores patrimoniales de la cultura Pijao en el departamento del Tolima, talleres virtuales y, dado el caso, presenciales, que aborden temáticas que promuevan la preservación ambiental, la supervivencia basada en esa conservación del medio ambiente, el uso de herramientas Tics y de narrativas digitales, o también conferencias con el personal idóneo para llevar a los niños y niñas de Ibagué y del Tolima una forma propositiva de rescatar sus tradiciones, y de ir trabajando en un futuro que les garantice una vida digna.

Fortalecer redes sociales, depende muchísimo de la capacidad de trabajo informativo y comunicativo que se realice, en donde hay que tener en cuenta la usabilidad de cada red social, porque cada red social que use tiene un propósito diferente, la forma como se usa y se comunica a través de ellas, puede hablar un lenguaje no intencional y causar efectos contrarios, o dar un buen uso y en cada una de ellas lograr el objetivo que tiene la intencionalidad del mensaje. Convertirse en algo así como una aguja hipodérmica.

Cada red social tiene su intención comunicativa, un propósito con el cuál se trabaja en el consumismo mediático, dado que Facebook comunica a través del lado humano, los videos e imágenes con contenido educativo y sobre todo informativo es lo que más se demanda.

Instagram estimula la imaginación y la identificación, o como también se le conoce como factor de recordación, a través de imágenes slides y stories en vertical, Twitter fomenta la libertad de expresión, en donde los debates políticos y sociales, están a la orden del día y otras redes que su contenido audiovisual genera funcionalidad y fidelidad, es una herramienta dinámica que ofrece a los usuarios comprender mejor el mensaje, o lo que se quiera transmitir a otros. La importancia de la utilización de videos en páginas web, se basa en el alto grado interacción, popularidad y alcance que se tiene con el usuario, por la facilidad para compartirlo en sus redes sociales.

YouTube el más reconocido portal web para mirar y compartir videos, cuenta con más de mil millones de usuarios (YouTube) y cada día reciben una alta cifra de visitantes. Redes sociales como Facebook, Instagram, implementaron la utilización de video.

Conclusiones

En conclusión, a lo largo del desarrollo de las nuevas tecnologías, la creación de nuevos espacios de comunicación informal, se han convertido en un gran reto para las organizaciones que trabajan en la promoción de las inclusiones ciudadanas en temáticas concernientes a la educación, la cultura y el medio ambiente, las instituciones que tienen a cargo la preservación de la identidad cultural y educativa, deben crear estrategias comunicativas capaces de generar movimientos sociales, en la hoy denominada sociedad de la información, promoviendo la participación e inclusión social, que determine y permita una viabilidad en el empoderamiento de agentes sociales, en defensa de lo público y de los arraigos culturales.

Desafortunadamente desde el punto de vista local (Ibagué y el Tolima) es preocupante no encontrar información verídica que permita conocer el estado en que se encuentran las organizaciones o empresas sin ánimo de lucro, cuyo objetivo principal está en construir tejido ciudadano, integrar a la comunidad en un contexto educativo y cultural, porque es necesario la creación de estrategias comunicativas capaces de generar movimientos sociales, en la hoy denominada sociedad de la información, promoviendo la participación e inclusión social, que determine y permita una viabilidad en el empoderamiento de agentes sociales, en defensa de lo público y de lo que nos mantiene con vida.

Para que la participación ciudadana tenga éxito en movimientos conformados por dichas plataformas virtuales, es necesario tener en cuenta: La formulación de estrategias, un plan de contenidos, la Arquitectura de la información, Una campaña permanente de comunicación, los Incentivos, la Conectividad, los Contenidos, los Objetivos concretos, un Plan de comunicación interna, el Monitoreo de comunidades en tiempo real y una cultura de participación.

Referencias

Castells, M. (2005). Sociedad de la Información/Sociedad del Conocimiento:

<http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/socinfosoccon.pdf>

Noguera Vivo, J. M., Martínez Polo, J., & Grandío Pérez, M. del M. (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533>

Santos Requena, F. (1989). El concepto de red social. *Reis: Revista española*

de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, Nº 48, 1989, págs.137-152.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>

Torres, A. (2002). Reconstruyendo el vínculo social: Movimientos sociales, organizaciones populares y constitución de sujetos colectivos.

<http://hdl.handle.net/10596/8037>

Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas.

<http://escuela.arteduca.cl/wp-content/uploads/2018/05/Texto-socio-praxis.pdf>