

La comunicación participativa como actor de cambio en la localidad de Usme

Ensayo

Realizado por:

Luis Eduardo Suárez Bulla

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

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 José Acevedo y Gómez, febrero de 2022

Tabla de contenido

Resumen	3
Palabras Clave	3
La comunicación participativa como actor de cambio en la localidad de Usme.....	4
Conclusiones	13
Referencias	14

Resumen

Este documento académico recoge los principales aspectos de un trabajo de investigación realizado a lo largo de 16 semanas, en donde, luego del pertinente trabajo de campo, se recolectan las vivencias, los conocimientos, se aplican las técnicas y herramientas y todo un compendio de saberes extraídos del cuerpo teórico del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, la investigación estuvo enfocada en una ONG, cuyo papel sirvió como punto de partida para poder comprender y aplicar conceptos como el de comunicación participativa, construcción de comunidad y red social. Dicho trabajo académico, tendrá como fin último diseñar una estrategia de fortalecimiento comunicacional para un sector de la localidad de Usme.

Palabras clave: Redes sociales, comunidad, comunicación participativa, estrategia, organización social participativa.

La comunicación participativa como actor de cambio en la localidad de Usme

Cuando se realiza un trabajo de investigación, se debe tener muy presente, en primer lugar, qué se va a investigar o a qué grupo de personas, qué métodos se van a utilizar para poder recabar la mayor cantidad de información posible, en qué momento realizar el trabajo de campo -en el caso de necesitar realizar dicho trabajo de campo- y cómo se van a presentar los resultados.

Una vez, tenido en cuenta este procedimiento, se puede comenzar a realizar un trabajo de investigación. Sin embargo y a la hora de realmente salir de las cuatro paredes y decidir ir a la fuente y recabar la información de primera mano, el proceso puede llegar a evolucionar, cambiándole la perspectiva al investigador. Esto se puede llegar a presentar por el simple hecho, de que el investigador como cualquier otro ser pensante, es un ser con sentimientos, con capacidad de sentir empatía, emoción y de generar un criterio a partir de las situaciones que se le vayan presentando.

Es a través de estos sentires y de la forma de pensar de un investigador, que se puede llegar a formular más de una pregunta a raíz de las experiencias vividas a través de alguna problemática, ya sea a nivel social, económica, política o de algún otro orden, el cual afecte a una persona o comunidad. Es así como se cree que a través de la comunicación participativa, se puede ayudar a una comunidad a generar una nueva realidad social, la cual les permitirá a las nuevas generaciones, que intentan día a día sobrellevar una dura carga emocional y psicológica, desapegarse de una especie de herencia, la cual no le permite desarrollarse libre y tranquilamente como tal vez, si lo pueden hacer otros grupos más beneficiados por su entorno.

Bien lo dice Gallego (2011) cuando menciona que "...estudiar y conocer la evolución de las redes sociales es fundamental para comprender y esclarecer quiénes somos, en qué momento nos encontramos, y hacia dónde nos movemos" (p.6), pues al realizar un trabajo de investigación

el cual tiene como eje central no solo una comunidad, sino también un foco especial en niños, niñas y jóvenes de una comunidad vulnerable, es preciso tener en cuenta a Gallego, ya que sin conocer de primera mano las redes sociales de dicha comunidad, no se podrían tener buenas bases para pensar en generar un criterio y menos aún en ayudarlos de algún modo.

Lo inmediatamente más impactante que se encontró en la población de Usme -localidad apartada de Bogotá- fue la sinergia tan hermosa que existe en una comunidad pequeña hecha a base de esfuerzo, paciencia y dedicación como lo es Fundarced. Fundarced -hay que aclarar- es una fundación sin ánimo de lucro (u Organización Social Participativa), cuyo único propósito es el de ayudar a mitigar el impacto psicológico y social en los niños, niñas y jóvenes de la localidad de Usme, pues vivir en esta localidad, muchas veces puede representar un riesgo, el cual puede llegar a vulnerar muchos derechos para los más jóvenes.

Gallego (2011) también menciona que "... las redes sociales son la plataforma básica donde se sostienen todas las interacciones individuales y colectivas de nuestras sociedades, edificadas por los seres humanos, y donde realmente existimos, coexistimos y funcionamos de una manera libre y autónoma" (p.8). Sin embargo, no se pueden tomar las redes sociales mencionadas por Gallego, como las que hoy en día todos conocen (como por ejemplo Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, etc), sino como aquellas redes básicas existentes en toda comunidad y que existen al momento de entablar una relación ya sea con los familiares, vecinos, amigos, entidades barriales, locales o regionales.

Teniendo en cuenta lo anterior y aterrizándolo a la realidad de Fundarced, se puede decir que las redes sociales las cuales habían estado siendo utilizadas antes de la llegada de la OSP hace poco más de cinco años, no eran las mismas de las que son hoy en día. Esto se puede corroborar cuando se va al parque Villa Alemana (centro principal de actividades de la fundación).

En Villa Alemana, no solo los niños y niñas de la localidad y que están involucrados con la fundación son partícipes de las actividades que, mes a mes se programan. Pues en pro del beneficio formativo que está realizando Fundarced, se busca también involucrar a padres, madres y/o acudientes de los más vulnerables de la localidad.

Es mediante estas actividades, tales como: prácticas de fútbol, jornadas artísticas, pedagogía ambiental y jornadas de integración a nuevos integrantes de la fundación, que se está buscando llegar a nuevas familias y de este modo, fortalecer los vínculos y las redes sociales, las cuales, no contaban con el valor agregado de una institución que velara por estas.

Ahora bien, a la hora de ver el proceso que lleva la OSP y tras cinco años de labor, es preciso citar a Cueto (2019) ya que este señala que “En definitiva, la comunicación es algo más que enviar mensajes de un emisor a un supuesto receptor y establecer un sistema de retroalimentación que solo permitirá saber si se recibió el mensaje, pero no necesariamente si lo comprendió...” (p.5).

Siguiendo la línea de Cueto, se puede inferir que si bien Fundarced ha trabajado de forma incansable, con pocos recursos pero con un alto sentido de pertenencia por esta población, es necesaria una ayuda para que ellos puedan entender el valor que tiene la participación de los integrantes y beneficiados dentro de las actividades y de cómo estas poco a poco, continuarán construyendo una comunidad que -dicho vulgarmente- rema para el mismo lado.

Sin embargo, también se resalta -al encontrarse con esta realidad- el alto grado de compromiso de los integrantes que han estado por más tiempo en la fundación, dando fe y valor del trabajo allí realizado.

Ahora bien, a la hora de hablar de participación por parte de la comunidad frente a las actividades y espacios que Fundarced ha logrado y realizado -sobre todo- en el último año, es pertinente traer a escena lo mencionado por López J. (2013), cuando indica que “La

comunicación entendida como participación cobra una dimensión social y política que propone a los sujetos la exigencia del derecho a participar...” (p .6). Esto reafirma la tesis sobre la comunicación participativa y su importante rol a la hora de hablar de un cambio social o de otro orden, el cual, genera bienestar y calidad de vida. Sin embargo, esta calidad de vida sería generada no solo por parte de una institución, sino más bien, del mismo grupo de personas las cuales están buscando dicho cambio.

López, J (2013) también menciona que “El pueblo se organiza para reclamar derechos que los Estados no les proveen y para plantear propuestas hacia la superación de condiciones de vida adversa en su dignidad”. (P. 10). Siendo esto también, un punto de partida, para creer que la participación y más puntualmente, una estrategia de comunicación participativa puede llegar a beneficiar a la misma población vulnerable de la localidad de Usme.

Ya habiendo pensado cuál es la mejor forma de acercarse a la población, el trabajo de campo toma especial relevancia, pues si bien se puede trabajar sobre un teórico o imaginario de los problemas de una comunidad, no es sino hasta que se respira el mismo aire, se saborea la misma comida y se observan los mismos problemas, que se puede plantear una estrategia exitosa para generar dicho cambio a través de un enfoque comunicativo.

Corroborando lo anterior, Kamlongera y Mafalopulos (2008) indican sobre el diseño de una estrategia participativa de comunicación que “Cuando se diseña la estrategia siempre se debe considerar como se planea asociar la idea que se está promoviendo o presentando con una cierta imagen, emoción o estatus, lo cual se conoce como la creación de imagen o un posicionamiento” (p. 33). Entre más concreta y certera sea dicha imagen realizada en pro de la estrategia a escoger, será mucho más fácil poder ayudar o aportar al cambio general de una comunidad o población.

Para que esta imagen sea lo más real posible no solo se debe realizar una inmersión total dentro del contexto en el cual se va a trabajar, sino que también, hay que apoyarse en

herramientas las cuales le indiquen al investigador cuáles son los grupos objetivos a enfocar el trabajo o la estrategia, cuál es su relación con los demás actores sociales de la comunidad, cuáles son dichos actores sociales y a fin de cuentas quiénes son los que pueden ayudar a la comunidad a través de la OSP, la cual regirá como canalizadora y en más de una forma, mediadora y planificadora de las actividades.

Sin embargo, y antes de poder generar una estrategia acorde con los objetivos planteados, es necesario tener en cuenta que y tomando como de vital importancia lo anteriormente citado de Kamlongera y Mafalopulos, esta estrategia debe no solo comunicar de forma unidireccional a la comunidad de Usme, sino que debe ir mucho más allá. Esta estrategia debe sentirse de ellos y para ellos, debe llevar su sello característico y debe poder trascender ya sea en la memoria y/o en futuras actividades que se realicen ya sea en el mismo espacio pero siempre con la comunidad como protagonista.

Para ello, se debe contar con recursos, personal, pero sobre todo con herramientas tanto de investigación como de aplicación, las cuales le darán un horizonte a dicho proceso, permitiendo que este ancle en buen puerto y tenga éxito a la hora de retroalimentar lo hecho por el investigador.

Dentro de estas herramientas mencionadas, se encuentra una la cual es excepcional y que sirve para darse cuenta con qué elementos o grupos externos cuenta la Organización Social Participativa, con qué limitantes y con qué facilidades a la hora de querer implementar una estrategia comunicativa.

Esta herramienta es bautizada como sociograma o mapa de relaciones. Dicha herramienta muestra de forma gráfica las relaciones entre los actores con mucho poder simbólico (como por ejemplo la secretaría de cultura, recreación y deporte), los actores sociales organizados y a nivel local (tales como las entidades privadas, la cámara de comercio de la ciudad, la alcaldía menor de

la localidad o incluso las redes sociales) y los sectores de la población no organizados (así como los líderes y lideresas barriales, los padres de familia o acudientes y las comunidades barriales de la localidad).

También, dentro de este contexto, es pertinente recordar lo dicho por Martín Gutiérrez (2010) “Si consideramos que la realidad social no es preexistente, sino construida socialmente, el proceso investigador no puede ser considerado como mero recopilador de datos, sino que es productor de información, creador de la realidad” (p. 133).

Es así como basado en teóricos vistos a lo largo de las 16 semanas de trabajo, se puede justificar no solo la creación e implementación de una estrategia de comunicación participativa, la cual pueda afectar de forma positiva y generar un cambio real dentro de una comunidad vulnerable, pues el investigador va mucho más allá de ser un simple observador, es también un actor y gestor de cambio.

Ya una vez realizada esta introspección, realizado el trabajo de campo y generado un criterio propio al haber ejecutado un análisis cuidadoso de los métodos a utilizar en pro de la estrategia, se puede llegar a la implementación.

Claro está que la implementación de la estrategia solo es -digamos- un cincuenta por ciento del total de importancia, ya que la disposición y la voluntad de los participantes, conforman realmente la piedra angular de cualquier ejecución de proyecto.

Afortunadamente, en Fundarced la estrategia y cuyo nombre fue “husmiemos” tuvo una buena recepción por parte de los cofundadores Mario Salinas y Nelcy Barreto. Dicha estrategia consiste principalmente en abordar a la población vulnerable de forma directa y mediante dinámicas con la cuales puedan sentirse partícipes y dueños de dichas actividades.

Más puntualmente, la estrategia tiene como objetivo fortalecer las redes sociales de comunicación entre la OSP Fundarced y la localidad de Usme, mediante una jornada pedagógica

familiar la cual tendrá como objetivo una integración entre familiares y los niños y niñas de la localidad. Esto beneficiará y fortalecerá los lazos no solo entre familias, sino también con el resto de la comunidad de la localidad de Usme.

Dicha integración, se visualiza y se intenta implementar, ya que (parafraseando a uno de los funcionarios de Fundarced) esta comunidad y localidad de Usme ha visto un sin número de obras “benéficas” las cuales no han tenido como único fin la comunidad.

Este fue uno de los obstáculos para el desarrollo del presente trabajo, ya que como en cualquier comunidad, las experiencias son las responsables de forjar un criterio. Es así que, al haber tenido vivencias no tan positivas con otras entidades o “actores sociales” los cuales no buscaron realmente mejorar el bienestar de la comunidad, intentar implementar una nueva idea con toda una comunidad -no solamente los ya enganchados con Fundarced- fue uno de los mayores retos encontrados a la hora de intentar realizar e implementar la estrategia, “husmiemos”.

Durante el transcurso de la actividad, se pudo ver cómo los primeros en llegar son los participantes usuales de las actividades rutinarias que la OSP lleva a cabo semana tras semana, no obstante las personas invitadas gracias al voz a voz se comienzan a sumar de a poco.

Esta campaña de integración, quizá no logra convocar tanta gente como en principio se hubiera querido pero, si logra atraer a algunas personas y núcleos familiares externos que gracias a una cuota de curiosidad, sumada a la congregación de los demás participantes, logran un primer acercamiento a la fundación.

El transcurso de la actividad, así como su finalización acontecen de forma normal, se puede observar cómo esta acción ha logrado fortalecer lazos y redes de comunicación los cuales no estaban totalmente afianzados antes de esta. Además, ha logrado generar un vínculo con

algunos asistentes que antes no creían en el accionar de la fundación y que estaban totalmente desligados de esta.

Si bien el impacto inmediato, podría no ser el máximo esperado, si hay que mencionar que la estrategia tuvo éxito en términos de fidelización y en la generación de mayor confianza con la OSP así como con las actividades futuras que esta haga.

Es decir, que en términos de fortalecimiento de las redes sociales que ya existían, la estrategia sí funcionó según lo planeado. Además, tiene el valor agregado de generar un precedente el cual será tomado como punto de referencia a la hora de congregar a personas externas o con muy poco contacto con la fundación.

Esta campaña, estrategia o ejercicio, ciertamente resultó ser beneficioso para ambas partes (OSP e investigador), no solo por la experiencia adquirida, sino también, al comprobar que una estrategia de comunicación participativa es en realidad muy acertada en términos de cambio y empoderamiento en pro de una mejor calidad de vida.

Esto anteriormente mencionado, alineándose a la misión, visión y objetivos de la Organización Social Participativa, puede llegar a ser considerada como un punto de partida no solo para la población vulnerable de Usme, sino también, para otras fundaciones sin ánimo de lucro que quieran empoderar a sus comunidades y generar una sensación de bienestar dentro de sus participantes. Cueto Gómez (2019) menciona que: “Vincular a la sociedad civil en la tarea de la conservación es un proceso a largo plazo y permanente en el tiempo ya que necesita irse construyendo y renovando de acuerdo con los contextos y con las transformaciones culturales...” (p. 8).

Por tal motivo, es pertinente mirar hacia atrás y entender que si bien esta actividad a corto y mediano plazo no generará un cambio superlativo a la hora de generar un bienestar dentro de la comunidad de la localidad de Usme, sí se puede entender que mediante la estrategia husmiemos,

se sembró la semilla, se cimentaron las primeras vigas o simplemente se pavimentó el primer tramo de camino de esa larga vía que significa el coloquial “salir adelante”.

Por tal, solo queda esperar y confiar en el buen trabajo que se hizo con la OSP Fundarced, para ayudar a que todos los niños, niñas y jóvenes adultos de la localidad puedan el día de mañana, romper con esa herencia tan desfavorable, y encontrar una vida llena de oportunidades y de tranquilidad.

Conclusiones

A la hora de ver en retrospectiva el proceso realizado a lo largo de las 16 semanas de trabajo, se puede sustraer un número considerable de enseñanzas que deja no solo el curso de diplomado en construcción de redes sociales de comunicación, sino también la Organización Social Participativa Fundarced y todas y cada una de las personas que acompañaron e impulsaron el proceso desde un primer momento.

Cabe resaltar, dentro de lo realizado durante todo el tiempo de trabajo, además de considerarse por el investigador una de las enseñanzas más valiosas, está el poder de la gente. Pues sin lugar a dudas, poder ver desde una posición privilegiada cómo una comunidad humilde ha logrado basándose en esfuerzo, amor, perseverancia y disciplina una pequeña burbuja de igualdad, en donde el respeto, la armonía, la paz y el compañerismo son los pilares fundamentales de convivencia.

Asimismo, se puede ver y vivir en carne propia el valor teórico que el diplomado brinda a la hora de poner en práctica lo aprendido en el “aula de clases”, pues aún cuando no se creía posible en la práctica, este conocimiento adquirido de forma racional no contrasta, sino por el contrario, se alinea con el conocimiento empírico aprendido en el trabajo de campo.

También, es de enmarcar y/o de suma importancia, mencionar que es gracias a esta combinación teórico-práctica, que los argumentos encajan cual engranajes en un reloj a la hora de validar la tesis de este documento pues, es solo mediante todo este conjunto de saberes que se puede proponer, aplicar y evaluar la estrategia comunicativa escogida en este mismo diplomado.

Referencias

- Cueto Gómez, I. (2019). Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>
- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Kamlongera, C.y Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed.
<http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD.
https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf
- Martín Gutiérrez, P. (2002). El sociograma como instrumento que desvela la complejidad. Empiria. Revista De metodología De Ciencias Sociales, (2), 129–152.
<https://doi.org/10.5944/empiria.2.1999.713>