

Club Generación del Relevo, del Voz a Voz a las Redes Sociales

Ensayo

Realizado por:

Laura Andrea Lizcano Quintero

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 Palmira, febrero de 2022

Tabla de Contenido

Resumen	3
Palabras clave	3
Club Generación del Relevo, del Voz a Voz a las Redes Sociales	4
Conclusiones	15
Referencias	17

Resumen

En el presente trabajo, se presenta un acercamiento al grupo social, Club Generación del Relevó, a través de un Ensayo para el cumplimiento de la Fase Final del Diplomado En Construcción De Redes Sociales De Comunicación de la Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD, se profundiza, en el discurso de los movimientos populares, las prácticas comunicacionales en los entornos participativos de los individuos integrados a una comunidad, y se exponen contribuciones de metodologías que estos grupos participativos, e iniciativas de líderes sociales de los barrios de una ciudad, aportan para integrar y consolidar comunidades con grandes brechas de diversidad sociocultural y participativa en el entorno, fomentando así, una red social de integración. El líder social Jorge Agudelo es un ejemplo de crear formas de integración y un proceso de análisis donde ha identificado los desafíos que enfrentan estos jóvenes en sus escenarios, logrando crear un espacio participativo donde se comunican las vivencias, reflexionan, analizan y se promueven cambios prosociales.

Palabras clave: Comunidad, redes sociales, comunicación participativa, construcción de comunidad, grupo social.

Club Generación del Relevo, del Voz a Voz a las Redes Sociales

Lo primero que se debe mencionar es que “Generación del Relevo” es una iniciativa propiciada por el Líder Social Jorge Agudelo, quien es proveniente del Barrio El Caney de Cali, Valle del Cauca, en este se realizan actividades sin ánimo de lucro con la finalidad de contribuir con la comunidad como servicio social; según Beltrán (1979) “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).

Es necesario recalcar que el presente ensayo se desarrolla con la finalidad de dar cumplimiento al momento final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación para ejercicio de la opción de grado de la carrera de Comunicación Social. Por lo que se presenta la tesis crítica del trabajo de campo desarrollado en el “Club Generación del Relevo” donde se presentó una propuesta de comunicación participativa para el fortalecimiento de los procesos que se han desempeñado en esta red social. Además los comunicadores sociales deben incluir en sus funciones para desempeñar bien sus trabajos algunas actividades como análisis, observación, entrevista, diario de campo; con lo que fue posible conocer bien la organización donde fue realizada la investigación.

Así mismo, como comunicadores sociales, al introducirse al trabajo de análisis, observación, entrevista, diario de campo que dio pie para conocer la organización, la base teórica fue Beltrán (1979) cuando menciona “El libre e igualitario proceso de comunicación por acceso-diálogo-participación está basado sobre la estructura de derechos-necesidades-recursos y se dirige al cumplimiento de múltiples propósitos” (p. 19). De manera tal que el libre e igualitario proceso de comunicación, está basado en las necesidades y los relacionamientos de la organización Club Generación del Relevo, tanto al interior como hacia el exterior, la organización ha desempeñado

el trabajo con la comunidad del Barrio El Caney, de la ciudad Santiago de Cali, emprendiendo una labor de red social, creando un espacio de participación ciudadana, de comunidad de empoderamiento de cultura, entorno social, etnias, creencias religiosas, creencias políticas, y así asegurando un camino de democratización.

En el mismo orden de ideas, es conveniente mencionar lo que dice Villasante (2010) “Lo más importante son las relaciones, no los sujetos que soportan las relaciones, no el conjunto total de la comunidad o del campo considerado, si no cómo se mueven los vínculos, las confianzas entre unos y otros” (p. 115). Por lo tanto las relaciones en red se fundamentan según los conceptos de la unidad donde se comprende que, según Villasante (2010):

Si consigo captar la posición discursiva de los diferentes conjuntos de acción, a través de talleres o entrevistas grupales o grupos de discusión, etc., puedo saber cuál es la argumentación, la estrategia de cada uno de ellos. Y a partir de ahí podemos construir un cambio de relaciones. Y en la medida que cambien esas relaciones, cambiarán las personas, cambiará la sociedad, cambiará todo. (p. 115)

Entonces, en este ensayo se habla de una iniciativa totalmente social que busca crear redes sociales de participación colectiva horizontal y generar un impacto de cambio de hábitos y relaciones con el entorno.

Es importante agregar que, el Club Generación del Relevo, es una organización orientada para jóvenes entre 15 y 18 años que se encuentran en el descubrimiento de su identidad. Es un grupo de jóvenes que se dedica a fortalecer por medio de espacios comunicacionales como conferencias, charlas educativas, espacios recreativos, las identidades de género, habilidades y capacidades intelectuales, oportunidades para forjar proyecto de vida. Siendo estas actividades unas bases para la construcción, como lo expresa en uno de sus ejemplos Villasante (2010),

En el aula lo que tenemos que hacer es construir precisamente un conocimiento operativo, y en esa medida se transforma el conocimiento, no solamente del alumno, sino también del profesor que tiene que adecuar lo que ha leído y experimentado a un lenguaje comprensible, y esa también es una transformación. Y es en la medida en que el alumno lo está aplicando, mentalmente o en la práctica, está incorporando ese conocimiento. (p. 115).

Además, esta organización fue pertinente con las intencionalidades de la Investigación - Acción, que se adelantan en el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, ya que es un campo donde se tiene como oportunidad crear canales comunicacionales por medio de las redes sociales participativas en redes humanas y tecnológicas; y como lo expresa el autor Beltrán (1979). “Todos tienen el derecho a comunicarse con el fin de satisfacer sus necesidades de comunicación por medio del goce de los recursos de la comunicación” (p. 21). Por eso se evidenciaron oportunidades para trabajar con la mencionada organización.

Se puede señalar que se ha planteado una estrategia de comunicación para la OSP Club Generación del Relevo, con todo esto, es posible tener una percepción y tratamiento distinto de los problemas, será posible visibilizar las causas desde distintas perspectivas y de esa manera enfocarse en el establecimiento claro y preciso del alcance que se desea tener en el proyecto y los objetivos que se esperan lograr. Cabe destacar que, por lo general la comunidad no tiende a estar en disposición de aceptar abiertamente las propuestas de soluciones que se presentan y eso se debe a las diferencias en cuanto a la percepción, sin embargo se debe hacer lo posible por encontrar puntos de equilibrio entre los requerimientos de la población y la dirección que se le dará al proyecto para la solución del o de los problemas.

También se debe agregar que la organización Club Generación del Relevo es una entidad sin ánimo de lucro encabezada por el líder social Jorge Agudelo, quien tuvo la iniciativa de crear

este grupo para los jóvenes de su cuadra en el Barrio El Caney de la ciudad Santiago de Cali, al evidenciar necesidades de poco sentido de pertenencia, cuidado por el entorno y prosocialidad con los vecinos. En las actividades de integración que suceden los días sábados en el Club Generación del Relevo, se encuentra un espacio participativo donde se plantea una continua comunicación entre los jóvenes participantes y el líder social Jorge Agudelo.

Al mismo tiempo y a medida que se fueron conociendo todas las actividades que realiza esta organización, así como también sus cronogramas, las oportunidades y fortalezas que trabajan diariamente, surgió una estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional que permita mejoras para la entidad. Además esto contribuye a ampliar sus oportunidades de alcance como una red que trabaja en pro de la comunidad, los ciudadanos y el entorno de los jóvenes que integran la OSP Club Generación del Relevo.

Respecto del desarrollo de la estrategia Kamlongera y Mafalopulos (2008) dicen, “Se puede definir una estrategia como una serie sistemática y bien planificada de acciones que combinan diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto u objetivo, utilizando los recursos disponibles, en un tiempo determinado” (p. 8). Además, es evidente que una estrategia de comunicación se encuentra compuesta por una serie de acciones que están bien planificadas y que además se propone alcanzar los objetivos propuestos, para lo que se requiere la aplicación de diversas técnicas, métodos y/o herramientas comunicativas.

Ahora bien, con base en estos teóricos se precisó, el ¿Por qué?, se plantea la estrategia que se propone para la organización OSP, Club Generación del Relevo. Antes, se plantea, que mediante los procesos de investigación por medio de diario de campo, registrando las actividades que han programado la OSP, las entrevistas al líder social Jorge Agudelo, quien es el promotor de esta idea de contribución social e interactuar con los participantes, visitar su entorno, tomar fotos,

videos de los sucesos cotidianos. Obteniendo materiales, hallazgos, e identificado necesidades y problemáticas del entorno.

La visión de la organización Club Generación del Relevo busca apoyar y fortalecer a las juventudes que proyectarán sus vidas a ejercer roles procreativos, prosociales y espacios colectivos para la participación múltiples de cultura, ideología, religión y política, y su misión generar espacios de reconocimiento del ser humano, en búsqueda de la identidad. También busca generar espacios de tiempo libre creativos de aprendizajes de vida, fortalecer valores e impulsar nuevas generaciones al desarrollo de un proyecto de vida, y, se proyecta o perfila como una organización orientada para Jóvenes que se encuentran en el descubrimiento de su identidad.

Cabe destacar que es un grupo de jóvenes que se dedica a fortalecer la participación e interacción por medio de espacios comunicacionales como conferencias, charlas educativas, espacios recreativos, las identidades de género, habilidades y capacidades intelectuales, oportunidades para forjar proyecto de vida. En este orden de ideas, un proyecto de vida según D Angelo (citado por Velázquez, 2015) indica que “El proyecto o plan de vida representa, entonces, en su conjunto, “lo que el individuo quiere ser” y “lo que él va a hacer” en determinados momentos de su vida, así como las posibilidades de lograrlo” (p. 2). Para esto se requiere una integración valorativa y en reiteradas oportunidades, también se necesita la orientación apropiada para la realización concreta.

Por lo anterior, se debe precisar que esta organización, se eligió, porque se realizan actividades sin ánimo de lucro con el propósito de contribuir a la comunidad en un servicio mutuo. Una iniciativa, totalmente social, que busca crear redes sociales de participación colectiva y generar un impacto de cambio de hábitos y relaciones con el entorno. Así que, el primer acercamiento a la OPS fue el sábado 25 de septiembre del año 2021, esta reunión se programó a través del grupo de WhatsApp que los integrantes de la Organización Generación del

Relevo han creado, en este momento, se obtuvieron los primeros hallazgos a identificar las necesidades a ver las fortalezas y oportunidades que había en esta red de comunicación participativa Club Generación del Relevo.

De tal manera en las primeras instancias, se inició un trabajo de socio-análisis . Y nos encontramos con una comunicación horizontal, en ese espacio de una reunión pequeña, programada para once (11) personas se da el libre e igualitario proceso de comunicación por acceso, diálogo y participación.

Ahora bien, al indagar con los instrumentos de recolección de información: diario de campo, entrevistas, análisis investigativo y participación en las actividades, se identificó que los canales de comunicación, son la comunicación interna: Red social WhatsApp en la cual se cuenta con dos grupos, uno donde hay una interacción libre y horizontal entre administrador del grupo y participantes y otra donde solo se pública información de cronogramas, donde el administrador da todos los anuncios y los participantes no tienen la opción de responder. También se identificó una comunicación externa: Intercambio de Voz a voz, es decir los participantes de las actividades invitan a sus amigos y familiares a participar de las reuniones.

Es importante aclarar que la comunicación interna es la que se dirige al cliente interno, esto quiere decir a los trabajadores, en la actualidad el correo electrónico y el WhatsApp son herramientas fundamentales para mantener una constante comunicación interna. Por su parte, la comunicación externa se refiere a las actividades enfocadas en generar mensajes que van dirigidos a los clientes externos de la organización.

Las redes sociales en la actualidad son una alternativa amplia y de fácil acceso para la comunicación externa. Llegado a este punto y una vez obtenidos los hallazgos, se encontró que hay oportunidades de mejora para la OSP.

La estrategia diseñada para fortalecer comunicacionalmente a la organización se denominó Estrategia comunicativa Red - Comunidad y Visibilización: RECOVIS.

Objetivo: Crear una red social de comunicación por-con los integrantes de la OSP Club Generación del Relevó del Barrio el Caney de la ciudad Santiago de Cali, Colombia, a través de espacio de interacción físicos y virtuales, para el fortalecimiento de la comunicación externa y visibilizar las acciones de la OSP, Club Generación del Relevó.

Acciones:

- Presentar la propuesta a los jóvenes participantes de la organización Club Generación del Relevó.
- Socializar los datos de contacto de los jóvenes que participen en la creación de la red social de comunicación
- Diseñar con la participación de todos los integrantes de la OSP la imagen institucional de la red social de comunicación para la organización Generación del Relevó.
- Elaborar colaborativamente un plan de trabajo para la ejecución de la red social de comunicación en la OSP Club Generación del Relevó.

Por ende, se pretende a través de esta estrategia, visibilizar las acciones como lo son: forma de participación interna y externa horizontal, donde se prioriza escuchar, y saber las opiniones de cada participante, siendo un grupo social, aunque existe un líder a la cabeza, hay un comportamiento de estructura de inclusión y participación continua. También, visibilizar las comunicaciones y acciones internas que este Club Generación del Relevó promueven por medio del uso de la tecnología y medios comunicacionales de mayor alcance y colectivos.

Entonces se plantea la interrogante: ¿Cuáles canales de comunicación externa manejan?, después de realizar una investigación profunda, una de las más grandes limitaciones de la

Organización es el no tener una red de comunicación externa que permita visualizar más el trabajo interno, sino existe una comunicación externa efectiva, probablemente en algún momento esta organización tendrá que enfrentar una crisis y se habla de una crisis de redes humanas y tecnológicas que dan vida a este órgano social, ya que se depende de una visualización externa para potenciar el trabajo social con las comunidades, dar a conocer las iniciativas y abrir caminos para que otros se integren a una red social en pro de la comunidad..

Hoy en día las comunidades están construyendo conocimiento y vivencias más rápido de lo que lo hacía el mundo del siglo pasado, por medio de las redes sociales en comunicación, se abrió una posibilidad para fortalecer el mundo entero a través de estos medios ,y el mundo pequeño que lo componen las familias, amigos de las cuerdas, empleados de una empresa, construyen red participativa continuamente a través de los acercamientos y superando las brechas gigantes, de culturas, diferentes formas de hablar, acentos, color de la piel, diferentes barrios, estratos sociales, creencias socioculturales, carismas, personalidades, estos es todo lo operativo que converge en la construcción del conocimiento que quiere decir, crecimiento del ser.

Repensando en todo el contexto que se ha planteado en este ensayo, ¿se considera que la tecnología puede difundir información con mayor alcance participativo para la organización Club Generación del Relevo? Entonces se afirma en este ensayo, que se hace indispensable para la organización Generación del Relevo crear redes de comunicación social y participativas apoyadas fuertemente también en la digitalidad.

Así que, si la comunicación está ligada a las necesidades y derechos de los participantes dentro de la organización Club Generación del Relevo, se desarrolla la comunicación participativa, que alude a las necesidades de las comunidades contemporáneas con la creación y participación de las vidas en redes; en este tipo de formas de comunicación tienen un enfoque de mayor relevancia para garantizar la participación de la comunidad.

Además se tiene que las redes sociales forman parte de la estructura social, compuesta por un conjunto de actores, como lo son cada participante de esta organización que construyen comunidad. Así mismo, va profundizando desde su propia lógica, es decir que cuando se ve, la comunidad y sus necesidades, los comunicadores sociales analizan que hay unas necesidades que se priorizan más que otras y se deben intervenir.

Ahora en el caso del Club Generación del Relevo, conociendo esta comunidad, la necesidad que se priorizan para trabajar en la OSP, es la construcción de redes de prosocialidad, redes sociales de empatía, redes de respeto, sentido de pertenencia, redes sociales de igualdad, solidaridad y redes sociales de paz. Con esto se estudian y se demuestran los beneficios que pueden enfocarse en ayudar de manera solidaria y cooperativa para todos los miembros de la sociedad. Entonces, Generación del Relevo realiza actividades donde se logran captar dentro de la comunicación participativa, ejercicios que construyen cambios.

Ahora, esos cambios vienen de un camino largo donde el conocimiento de las ciencias sociales permiten comprender los discursos de cada individuo, no se dice que entender las comunidades, sea fácil, por el contrario, esto conlleva un trabajo arduo, que recorre un camino largo en búsqueda de obtener conocimiento del discurso completo que construye una comunidad, las características del trabajador social apelan a las actividades, de talleres, entrevistas, participación continua, una y otra vez, porque no se puede decir que hablamos de discursos comunicacionales que se evidencian a través de la comunicación participativa, en un solo estado, hay múltiples estados de la comunicación participativa.

Así mismo, la comunicación participativa es un modelo y una forma de “hacer comunicación” que facilita la recuperación de la vida cotidiana, las necesidades e intereses de los grupos socioculturales, así como a sus protagonistas, mediante la planificación de propuestas que contribuyan a mejorar su presencia e incidencia tanto en los procesos de desarrollo, y de toma de

decisión, como en los medios de comunicación. Este “modelo de comunicación” posibilita espacios y relaciones de poder más equitativos en donde las personas comparten experiencias, información, sentimientos y propuestas para crecer individual y colectivamente.

Por esto, se dice que hay múltiples estados de la comunicación participativa, pues finalmente la comunicación no depende del teórico, del profesor o del comunicador social; entonces se hace referencia a que depende de los patrones de respuesta de cada participante, ellos son los que crean comunicación, lo que abre brechas de necesidades, de comportamientos socioculturales que a los comunicadores sociales, les permite analizar, dichas respuestas socioculturales.

En toda comunicación hay figuras de poder, en el caso del Club Generación del Relevo, se evidenció la participación continua de estas figuras, como lo son la integración de los jóvenes, adolescentes, mujeres, minorías étnicas que son intervenidas, o están a responsabilidad de las Secretarías municipales de Bienestar Social, Secretaría de Cultura, Secretaria de Paz y Cultura Ciudadana y Secretaría de Deporte y Recreación. Todos estos entes gubernamentales, son los encargados de velar por las necesidades de la comunidad, a través de la comunicación participativa por medio de actividades, integraciones sociales, espacios libres de cultura, religión, políticas y otros.

Llegado a este punto se debe mencionar que hay un escenario muy amplio de comunicación participativa que, busca convertir a la población en un elemento indispensable del desarrollo, entregándoles una vía de comunicación para denunciar sus problemas y proporcionarles una solución. Este tipo de diálogo, resulta sumamente enriquecedor para una nación por enfocarse en reconocer las opiniones de sus habitantes en todos los niveles sociales.

Conviene mencionar que la estrategia de la voz a voz, es una herramienta de comunicación básica. También se puede agregar que este tipo de estrategias contribuye a la

comunicación con el público interno y externo de la organización y es de vital importancia para hacer llegar los mensajes de manera asertiva a todas las personas involucradas directa e/o indirectamente. Evidentemente este tipo de comunicación es muy común por lo que se deben crear contenidos que generen un apropiado posicionamiento de marca.

Es importante destacar que, en la actualidad, las redes sociales, se toman en consideración para la estructuración de distintos planes comunicacionales, tanto para clientes internos como externos en toda organización, además ha generado cambios estructurales en la comunidad, ha conllevado a cambios en modelos de negocios, así como también en la manera en que se gestiona la comunicación entre los miembros de todo tipo de organización.

Conclusiones

El libre e igualitario proceso de comunicación por acceso-diálogo-participación está basado sobre la estructura de derechos-necesidades-recursos y se dirige al cumplimiento de múltiples propósitos, según lo evidenciado en el Club Generación del Relevo y da pie a las redes de comunicación para la participación y la integración de los individuos a procesos de transformación de su entorno, su cultura, vivencias que diariamente practican en su entorno.

Así mismo, el acceso libre y democrático es la precondition para la comunicación horizontal que se planteó como uno de los hallazgos más importante en el Club Generación Relevo, como base de la red social de participación comunicacional, concluyendo entonces, que sin oportunidades similares para todas las personas de recibir mensajes y de tener la participación en las redes comunicacionales del Club Generación del Relevo, no puede haber interacción social democrática, esto lo afirma el diplomado, en sus teóricos, para la construcción del conocimiento y aporte a la organización social, ya que es indispensable la comunicación horizontal para asegurar la democratización en los grupos sociales.

También, la comunicación participativa a través del diálogo es el eje de la comunicación horizontal porque, si ha de tener lugar la genuina interacción democrática, toda persona debe contar con oportunidades similares para emitir y recibir mensajes, esto se evidencia en el análisis a la organización social, sin ánimo de lucro, Club Generación del Relevo, de manera que se evite la monopolización de la palabra mediante el monólogo que expresan los líderes de dichas organizaciones; estos ejes de acción, como lo son la organización como red social, comunicación participativa y la construcción de comunidad están proyectados en el ensayo, para la culminación del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación y ha permitido un enriquecimiento al conocimiento como futuro profesional en Comunicación Social.

Adicionalmente, la construcción de comunidad es el resultado del trabajo de campo ejecutado en la Organización Generación del Relevó ubicada en el Barrio el Caney de la ciudad Santiago de Cali; a través de las participaciones sociales y la creación de red social se genera como resultado la construcción de comunidad, acto que se da en conjunto, a las acciones a través del comunicador y la comunidad, siendo estos dos actores, indispensable para el resultado de construcción social.

Es pertinente destacar que todo lo mencionado hasta aquí forma parte de la construcción de una cultura organizacional integral, donde la comunicación y las estrategias utilizadas para estas, ayudan en la gestión institucional, así como también en la toma de decisiones, en el direccionamiento productivo y todas las gestiones de la organización, para beneficio propio y de todas las personas a quienes, esta, dirige sus esfuerzos. Así que, el paso del voz a voz a las redes sociales apoyadas también en la digitalidad es una oportunidad para fortalecer el proceso comunicativo, mejorar las relaciones interpersonales de los integrantes de la organización, la divulgación de información con las personas internas y externas que se relacionan con la misma, entre otras.

Finalmente se debe acotar que el uso de las redes sociales cada vez es más común en todas las sociedades, es por esa razón que se han ido convirtiendo en métodos convencionales de la comunicación. Evidentemente es necesario que los contenidos sean creados de manera clara, precisa y llamativa para que el mensaje llegue de manera adecuada a todas las personas relacionadas directa o indirectamente con la organización.

Referencias

- Beltrán, L. (1979). Adiós Aristóteles: La comunicación social horizontal. Rebelión. Obtenido de <https://www.rebelion.org/docs/54654.pdf>
- Kamlongera, C., y Mafalopulos, P. (2008). Manual: Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. doi:<https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- Velázquez, S. (2015). Proyecto de Vida. Sistema de Universidad Virtual. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/licenciatura/documentos/LECT105.pdf
- Villasante, T. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. Sociedad Hoy, 109-129. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/902/90223045008.pdf>