

**Las redes sociales y su valor agregado para fortalecer los procesos de acción social,  
cultural y ambiental de la Fundación Ambientalistas de Corazón**

Ensayo

Realizado por:

Sandra Yaneth Porras Camacho

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 Ibagué, febrero de 2022

## Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras Claves .....	3
Las redes sociales y su valor agregado para fortalecer los procesos de acción social, cultural y ambiental de la Fundación Ambientalistas de Corazón. ....	4
Conclusiones.....	17
Referencias.....	18

## Resumen

Es común ver en nuestro país como el desarrollo económico atenta contra el patrimonio social, cultural y ambiental de una comunidad, realidad que hace que los miembros de la sociedad civil se organicen y tejan alianzas estratégicas para lograr actuar ante esta realidad. Para entender la acción de estas organizaciones sociales se presenta a continuación a la Fundación Ambientalistas de Corazón, que ha trabajado desde su misión por fomentar la restauración y conservación de los ecosistemas, desde el diseño de acciones y estrategias dirigidas por los ámbitos: ambiental, social y cultural, forjando redes de acción construyendo a una conciencia ambiental fundamentada en la responsabilidad e identidad, contribuyendo a la construcción de nuevas concepciones del sujeto como individuo social integral que reconozca la importancia del ambiente, desde una mirada ética. En consecuencia, es fundamental para la Fundación fortalecer las redes sociales asertivamente, en temas como la comunicación para el cambio social y la educomunicación, enmarcados en el trabajo y la sociopraxis participativa, empoderando a la comunidad como protagonista de su propia transformación.

**Palabras claves:** redes sociales, comunicación participativa, comunidad, comunicación para el cambio social.

## **Las redes sociales y su valor agregado para fortalecer los procesos de acción social, cultural y ambiental de la Fundación Ambientalistas de Corazón**

A continuación, se presenta la Investigación – Acción Participativa con perfil sociopráxico, en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación la cual se adelantó con la Organización Social Participativa (OSP) Fundación Ambientalistas de Corazón, organización ubicada en el municipio de Tocancipá, Cundinamarca. Para alcanzar este propósito fueron de gran aporte los abordajes temáticos sugeridos, además de la inclusión de otros autores que en el transcurso de la carrera enriquecieron esta experiencia académica, se realizó revisión de la información recolectada y durante el tiempo en curso de la investigación se estructuraron en informes; insumos valiosos para la elaboración de la síntesis lógica, la estrategia comunicativa y la definición de la tesis que se basa en la identificación del comportamiento del proceso de red social dentro y fuera de una organización social participativa, como lo es la Fundación Ambientalista de Corazón y como este conocimiento obtenido es fundamental para la incorporación de acciones comunicativas que le permitan su posicionamiento y empoderamiento de manera efectiva.

En concordancia con los resultados esperados es importante reiterar la importancia del trabajo recorrido, el cual permitió explorar la posición que ocupa la Fundación Ambientalistas de Corazón frente a otros entes del mismo nivel o nivel superior en los procesos de relacionamiento y como se logran alianzas en procura del cumplimiento de sus preceptos misionales, forjando redes de acción para la construcción de una conciencia ambiental fundamentada en la responsabilidad, reciprocidad e identidad, contribuyendo a la construcción de una nueva concepción del sujeto como individuo social desde una perspectiva integral que reconozca la importancia del medio ambiente.

Durante el proceso que se vivió con la OPS Fundación Ambientalista de Corazón se evidenció la importancia de los espacios de participación y más aún en el periodo donde se dio esta investigación, una época crítica donde se trataba de volver a la normalidad después de la llegada de la pandemia mundial del COVID 19 y que tenía a muchos adaptándose a los diferentes modos de vida, donde la presencialidad era asunto de posponer por el bien común. Lo anterior dificultó un tanto el trabajo, desafortunadamente los encuentros fueron escasos, sin embargo, los pocos que se efectuaron fueron enriquecedores para las partes y los cuales hacían verbalizar sobre la pertinencia de lograr reuniones regulares para seguir trabajando en la construcción colectiva de sus propósitos misionales.

Gracias a estos encuentros también fue evidente que a pesar de los esfuerzos y la disposición que se tiene por parte de los directivos de la Fundación, existen dificultades de comunicación, concertación y de participación conjunta en la toma de decisiones esto hace que la información sea centralizada y no fluya adecuadamente evitando que los procesos participativos se den efectivamente. Lo anterior se sustenta en la afirmación que hace Beltrán (1979) al indicar 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).

En consecuencia, urge la necesidad de realizar cambios al interior de la Fundación Ambientalistas de Corazón que permitan el proceso de transición de las comunicaciones verticales a las horizontales, que garantice una participación eficiente, donde exista voz y voto y las oportunidades de expresar ideas con total libertad; articulando conceptos y acuerdos que se construyan de manera conjunta. En este sentido se hace la propuesta de trabajar actividades en las que se evidencie el papel fundamental que tiene la comunicación de tipo asertiva, además de

retomar los respectivos encuentros que hagan énfasis en el valor que representa para un colectivo el trabajo en equipo y la toma de decisiones en consenso.

Otro aspecto de gran impacto se evidenció en el momento que se aplicó el sociograma, esquema que permite representar los niveles de poder y las relaciones sociales; para el caso específico de la Fundación Ambientalistas de Corazón, esta se mueve en escenarios de gran riqueza relacional en los tejidos asociativos, a pesar de no tener coincidencias en los diferentes puntos de vista, han buscado las formas de trabajar hacia un objetivo común, otro escenario que se evidencia es la percepción que desde la organización se tiene frente a algunos entes de poder y la sombra de corrupción que socialmente pesa sobre dichos ente, y es en este punto donde cobra trascendencia los colectivos organizados para poder exigir, y a su vez la participación ciudadana actuando como eje articulador de las relaciones que sean posibles entre esos dos espacios, como estrategias de interés e instrumento de acción de grupos organizados, es allí donde surgen redes, las cuales se unen en criterios logrando acuerdos y que toman fuerza gracias a la afirmación de autores como: Torres (2002) quien indica que una red social es : “La malla de relaciones, solidaridades y lealtades (tejido social) que se constituye en una fortaleza colectiva y en una defensa frente a las fuerzas centrífugas de la vida urbana...” (p.106).

La Fundación Ambientalistas de Corazón cuenta con fortalezas y reconocimiento en estos aspectos y se ha ganado un lugar en los escenarios que inciden en el sector ambiental de este municipio, trabajo que han venido efectuando de una manera diligente desde las veedurías y la estrategia de voz a voz, sin embargo, es muy poco para lo que en realidad se vive en las dinámicas del municipio por su gran connotación en el escenario de la economía de la región, por este motivo es necesario que se visibilice la obra de la Fundación utilizando la acción comunicativa .

Para continuar con este análisis de redes sociales dentro de la Fundación Ambientalistas de Corazón, es crucial la incorporación de conceptos como la comunicación y comunidad, estos dos términos son inseparables y se realimentan constantemente; la comunicación dinamiza la estructura para su posterior crecimiento y desarrollo y la comunidad es el propósito de todas las redes sociales. El objetivo que se propone la Fundación Ambientalista de Corazón les obliga a mantener una red de vínculos y relaciones excelentes, promoviendo comunicaciones fluidas tanto interna como externamente de su equipo de trabajo, necesarias para una Fundación que se encamina a aportar al bienestar de todos los ecosistemas desde las intervenciones al territorio que se realizan a partir de procesos ambientales, culturales y sociales que incentiven la identidad de orden colectivo que deben tener las comunidades en relación al ambiente.

La sociopraxis que se efectuó con la Fundación Ambientalistas de Corazón, brindó la posibilidad para adentrarse en la realidad que se vive internamente en la organización, conociendo específicamente sobre sus redes sociales, la forma en que las comunicaciones participativas se presentan al interior de la misma y sus relaciones con la comunidad, permitiendo analizar su dinámica para poder alcanzar los objetivos trazados y así lograr una influencia social positiva.

También se pudo evidenciar en las redes sociales de la Fundación Ambientalistas de Corazón expresiones ancestrales muy acentuadas y el esfuerzo por lograr una efectiva participación de la comunidad que pertenece al municipio de Tocancipá - Cundinamarca en el ámbito social, pues el enfoque de su gestión se encamina hacia la inclusión de todos los miembros de la comunidad, de tal manera que se puedan atender las respectivas necesidades de manera integral, utilizando una comunicación participativa como herramienta de inclusión de los colectivos sin ningún tipo de restricción.

Una vez realizada la sociopraxis y hecho el análisis de los hallazgos, se evidenciaron ciertas consideraciones que se tuvieron en cuenta y permitieron el planteamiento de una propuesta de mejora comunicacional, en la cual se puedan definir claramente las redes sociales de la organización y potencializarlas desde su función para aumentar su efectividad, estas consideraciones impulsaron la estrategia la cual se articula con la premisa de que se observa que a los integrantes de la Fundación Ambientalistas de Corazón los mueve el amor por sus raíces ancestrales.

Desde la Junta Directiva se ha realizado un gran esfuerzo por mantener una comunicación horizontal, que ha permitido una retroalimentación que se hace de manera continua de las acciones y decisiones, pero existe la conciencia de que aún falta más. Debido a la situación de emergencia sanitaria que ha sido causada por la pandemia del Covid 19 no han podido lograr reunirse con la Asamblea General y esto ha atrasado algunos procesos de tipo económico.

Existe la necesidad de intervenir el aspecto comunicacional con el fin de poder brindarles herramientas para poder dinamizar la Fundación y que se pueda mejorar de una manera óptima las comunicaciones internas y lo más crucial es por medio del proceso de trabajo en equipo lograr crear conciencia del papel fundamental que cumple en todos los procesos propuestos para su consecuente accionar.

Urge el respectivo conocimiento y sus posibles implicaciones pues existen relaciones que son marcadas y se encuentran influenciadas entre el poder y las comunicaciones, es un hecho que cuando se realizan mayores controles en la comunicación esta tiende a adquirir ventajas como la autonomía, la seguridad y el aumento del desarrollo, lo que mejora considerablemente las posibilidades de crecimiento personal y profesional de la comunidad en general.

En la Fundación se deben fortalecer las redes sociales de la información, pues son una estrategia efectiva de mercadeo, todo con el fin de lograr un posicionamiento y sustento

económico efectivo, sin embargo, han logrado ser reconocidas en los medios de comunicación digitales e impresos de este país; actualmente cuentan con las redes de Facebook e Instagram, esto permiten que puedan mantener una comunicación que se basa en el intercambio de mensajes que son informativos utilizando de igual manera grupos de Whatsapp y correos electrónicos.

Los anteriores hallazgos permitieron el diseño de Alas para mí: una estrategia de comunicación con la que se puede lograr visibilizar la acción cultural, social y ambiental de la Fundación Ambientalistas de Corazón, también busca el fortalecimiento, el relacionamiento y las respectivas alianzas con las redes sociales y sus ejes de trabajo y que se pueden articular como instrumentos de acción o como planes de interés de la comunidad de la Fundación.

Para esta fase en la que se realiza la creación de la estrategia de comunicación, ha sido fundamental reconocer la posición que ocupan las agrupaciones, organizaciones y entes, dentro de los procesos de relacionamiento de la Fundación, así como las relaciones que ha establecido internamente del colectivo, las dinámicas que permiten trabajar fuertemente en la conservación, recuperación, restauración y el fomento, de los ecosistemas de todo el territorio nacional; proceso que incluye el diseño e implementación de estrategias y acciones que están dirigidas desde los ámbitos: cultural, social y ambiental, forjando finalmente redes de acción con las que se puede construir una conciencia ambiental que se encuentre fundamentada en la identidad, reciprocidad y responsabilidad, contribuyendo a la construcción de nuevas concepciones del sujeto que actúa como individuo social desde una perspectiva integral que pueda reconocer el valor que tiene el medio ambiente.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, el contexto y el concepto de la estrategia de tipo comunicativa, es fundamental traer a colación lo que significa el término de redes sociales, comprendida como una estructura en la que pueden interactuar actores que se relacionan debido a los vínculos que los unen por el tipo de características que presentan propias,

como es el caso de la Fundación Ambientalistas de Corazón, quienes han logrado la unión por medio de la conservación del entorno, el espíritu de amor, convocando a un colectivo cuyo trabajo y organización se encuentra orientada por las directrices que propone la junta directiva, unas áreas de acción ( cultural, social y ambiental), miembros que se encuentran asociados y la comunidad que pertenece al municipio de Tocancipá - Cundinamarca, que han logrado ser reconocidos en los ámbitos industriales, ambientales y en el colectivo indígena, quienes reconocen claramente en ellos la influencia y liderazgo en los contextos comunitarios. Lo anterior ha sido analizado desde el punto de vista conceptual que es reafirmado por el autor Santos Requena (1989) cuando señala “El concepto de red social como una serie de vínculos entre un conjunto definido de actores sociales” (p.1).

Respecto de las relaciones que construye la Fundación Ambientalista de Corazón se establecen las que están vinculadas con intereses comunes, iniciativas que son tratadas directamente con la Junta Directiva de esta institución de manera armoniosa y tranquila con lo que se busca principalmente encontrar posibles soluciones, sin ningún tipo de imposiciones, lo que se quiere es concientizar sobre el compromiso que se requiere al realizar el trabajo conjuntamente con los veedores y que incluyen actividades propias del municipio como la explotación y conservación de los recursos colectivos, teniendo siempre como premisa la ética, en relación con lo anterior Villasante (2010) señala que “Lo más importante son las relaciones, no los sujetos que soportan las relaciones, no el conjunto total de la comunidad, sino cómo se mueven los vínculos, las confianzas entre unos y otros” (p.8).

Se puede observar en las redes sociales con las que cuenta la Fundación Ambientalista de Corazón, la existencia de actitudes positivas como lo es el sentido de pertenencia con el que cuenta el recurso humano y el valor que tiene la tierra para todas las personas, también se analiza que existen expresiones culturales y simbólicas muy marcadas que delimitan de cierta manera sus

acciones y la idea de manera insistente de poder restaurar la respectiva participación de las comunidades del Municipio de Tocancipá y el Departamento de Cundinamarca, teniendo en cuenta los contextos ambientales, culturales y sociales, haciendo énfasis en las gestiones que están encaminadas a lograr la inclusión de todas las comunidades, entre las cuales se pueden destacar los indígenas que tendrían una prioridad especial , así como lo indica Gallego (2016) “...la ciudadanía en la era de las redes sociales se expresa en la búsqueda de inclusión y en la posibilidad de ejercer derechos” (p.5).

De igual manera se puede fortalecer la comunicación externa de la de la Fundación Ambientalista de Corazón, actividades que abren paso a las herramientas virtuales que se utilizan regularmente como las páginas web, en las que se realizan publicaciones importantes acerca de la Fundación. Se efectúa también una propuesta sobre la creación de un Blog en el cual se presente información importante, atractiva y que recopile de una forma cronológica los contenidos multimedia y que constituyen en una muestra de las acciones y proyectos en los cuales desarrolla actividades la Fundación. Este blog cuenta con el logo distintivo del proyecto, las fotografías de los participantes, audios, videos y los enlaces de internet con los cuales se accede a las redes sociales que son creadas de manera complementaria a la estrategia propuesta. Adicionalmente se efectuará la apertura y posicionamiento de las redes sociales como el YouTube, Instagram y Facebook.

La utilización de las redes sociales juega un papel fundamental en la propuesta de esta estrategia pues permite entre otros aspectos la creación de conexiones directas con los posibles usuarios lo que posibilita el proceso de feedback, el cual genera datos sobre los gustos y preferencias de estos. A partir de esta información se podrá realizar contenido pertinente, Gallego (2016) indica al respecto que: “...las redes sociales digitales reproducen y son una amplificación

de las redes sociales análogas, en las que los actores participan y socializan de forma paralela tanto en lo virtual como en lo físico”. (p.167)

Es fundamental aclarar que para poder efectuar el diseño de la estrategia se tuvieron presentes los perfiles de los correspondientes miembros y grupos que son prioritarios e interactivos, entre los que se puede mencionar el fundador y representante legal de la Fundación Ambientalista de Corazón y la junta directiva, esto teniendo en cuenta a Kamlongera y Mafalopulos (2008):

Entre más detallado y completo sea el perfil, serán más efectivos el diseño de los mensajes y de los temas de discusión. Se deberá conocer, por ejemplo, el nivel de educación, su religión, a qué hora escuchan la radio, qué color está asociado con el duelo, cuál es el nivel de alfabetismo, cual es el estatus socio-económico, donde y cuando se reúnen, de que hablen, cuáles consideran las fuentes que influyen en su información, etc. (p.18).

Ahora bien, según la información que fue recibida por los Fundadores de la OSP se establece la existencia de un alto nivel de deserción, por este motivo se realiza la propuesta sobre la creación de un programa radial institucional, el cual permita llegar a toda la comunidad con información importante, reflexiones y mensajes constituyéndose en un mecanismo de interacción y un instrumento de educomunicación, además de un medio para fortalecer la Red Social de las comunicaciones de la Fundación Ambientalista de Corazón, en la que se potencien las fortalezas de la fundación para poder atraer a posibles nuevos miembros que quieran aportar a esta noble causa.

Con la puesta en marcha de la estrategia de comunicación se abre el espacio para que la Fundación Ambientalista de Corazón fortalezca los canales de comunicación, además de que se puedan desarrollar proyectos encaminados a empoderar a todas las comunidades y asegurar que

los públicos indirectos y directos, modifiquen en el imaginario el concepto que se tienen acerca de la participación de toda la ciudadanía en los proyectos culturales, sociales y ambientales. Para lograr este objetivo se realizarán acciones como:

- **Conversaciones Cara a Cara:** Estas conversaciones mejoran considerablemente las oportunidades sociales para poder lograr las vinculaciones con los actores con los que realizan interacciones los miembros de la Fundación Ambientalistas de Corazón, que establecen los principios misionales que se enfocan en mejorar las condiciones de consenso, responsabilidad, persuasión, compromiso, liderazgo, inspiración, toma de decisiones, el enfoque y la franqueza.
- **Las Reuniones:** Son un recurso eficaz para los avances que se proyectan a futuro por la Fundación Ambientalista de Corazón, teniendo presente sus tres ejes temáticos.
- **Los Reportes:** Actualmente hacen parte fundamental de los materiales de comunicación y se utiliza para poder soportar los logros y avances obtenidos.
- **La Creación de piezas de comunicación:** Permite fortalecer y visibilizar a una OSP, estas contarán con las piezas que sirven de respaldo a las imágenes institucionales e identidades comunicativas.
- **El posicionamiento de la imagen corporativa:** Como la fundación ya contaba con el respectivo logo se brindará un mayor énfasis a los escenarios que requieran procesos de institucionalidad por medio de redes sociales, pendones, publicidad gráfica etc.
- **La creación de un jingle:** Con este tipo de productos se busca crear y fortalecer la institucionalidad y sentido de pertenencia de todos los oyentes.

De igual manera se hace necesario en la estrategia propuesta de comunicación para la Fundación Ambientalistas de Corazón, realizar las acciones que se exponen a continuación en un proceso donde se ejecuten en tiempos demarcados por: el antes, durante y después.

Antes: Se realizará una reunión con la Junta Directiva de la Fundación Ambientalistas de Corazón con la que se pueda establecer las intervenciones, los apoyos de comunicación y el plan estratégico de trabajo.

Efectuar un encuentro entre el personal que hace parte de los ejes social, cultura y ambiental y el equipo de líderes de comunicaciones. Se llevará a cabo en el lugar que se acuerde con el fin de poder socializar sobre las diferentes acciones que pueden integrar la respectiva estrategia.

El trabajo que se hace de manera programada entre los líderes de los ejes estratégicos y el equipo de las comunicaciones con el objetivo de poder ajustar la estrategia a la realidad y las necesidades que presenta la Fundación, además de efectuar las posibles asignaciones de los facilitadores y responsables que posibilite el engranaje de las estrategias dinámicas que se viven al exterior e interior de esta Fundación.

Durante: La respectiva producción del programa radial presenta las acciones, logros y desacuerdos de la Fundación y de acuerdo a las necesidades y fechas que se desarrollarán teniendo en cuenta temáticas que se manejan de forma específica.

La Diagramación del Material Informativo que se presentara en el entorno on line, tiene como fin vincular e informar a aquellas organizaciones, entidades y profesionales de todas las comunidades de Tocancipá.

Implementar un taller de educomunicación. Busca sensibilizar e informar a estas comunidades sobre el papel fundamental que desempeña el trabajo misional que viene efectuando la Fundación Ambientalista de Corazón, el cual consiste en conservar, recuperar y restaurar los

ecosistemas que hacen parte del territorio, además de poder construir una conciencia ambiental en todos los ciudadanos que se fundamente en la identidad, reciprocidad y responsabilidad lo que puede contribuir a construir una nueva perspectiva de los sujetos como individuos sociales.

Implementar malocas educomunicativas. Con esta estrategia se busca crear espacios de manera colectiva para poder construir, formar e informar sobre nuevos conceptos que se tienen sobre el tejido social que se encamina al mejoramiento y desarrollo de la calidad de vida con la que deben contar las comunidades que se encuentran con asentamientos en los territorios de Tocancipá.

El Apoyo interinstitucional se realizará al equipo interdisciplinario de los profesionales en el área de las comunicaciones, a fin de entregar y divulgar la información que sea confiable de cara a la ciudadanía, como un aporte a los lineamientos que se tienen de transparencia y que se han establecido por esta institución.

Después: Producción documento escrito. Redacción y producción de un documento académico donde se muestre la evolución del proyecto, especialmente el empoderamiento de la población intervenida.

Las Evidencias de tipo radial. Se hace entrega de los track que se efectúan de los programas radiales en los que se hizo la emisión.

Las Evidencias fotográficas. Se hace entrega de los archivos fotográficos que hacen parte del proceso.

La Exposición en la galería. La realización de una exposición al parque por medio de fotografías en el que se destaque las transformaciones para el cambio social de todas las comunidades y el poder que tiene la comunicación en el desarrollo de las sociedades y las comunidades.

También se propone consolidar los hallazgos realizados por medio de la investigación participativa, que incluye el análisis sobre los comportamientos de los procesos de la red social tanto dentro como fuera de una organización social que opera de forma participativa, como lo es la Fundación Ambientalista de Corazón y cómo los tipos de conocimiento que se han obtenido son fundamentales en la debida incorporación de las acciones comunicativas que generen su empoderamiento y posicionamiento efectivo, y que han hecho parte de los pasos que permitieron generar la entrega de esta propuesta comunicativa que busca visibilizar el trabajo que se efectúa en la Fundación, en una estrategia comunicativa en la cual se integran elementos de la comunicación para el cambio educomunicacional y social, con el objetivo de fortalecer las alianzas y el relacionamiento con las redes sociales y con toda la comunidad.

## Conclusiones

Se logró crear una estrategia comunicativa para la Fundación Ambientalista de Corazón, cumpliendo de manera efectiva con el objetivo de crear puentes para el acompañamiento y visibilizar las acciones que contemple la Fundación en sus diferentes áreas de trabajo, a fin de crear sinergia entre las partes involucradas y garantizar el derecho que tienen los ciudadanos a organizarse y a trabajar por la conservación de su entorno ambiental.

La estrategia que se ha propuesto para la Fundación Ambientalistas de Corazón requiere sostener una red de vínculos y relaciones óptimas, manteniendo de esta forma una comunicación fluida que se pueda aplicar tanto externa como internamente.

La investigación participativa, permite efectuar una aproximación sobre las situaciones reales que vive la organización teniendo en cuenta la perspectiva de redes sociales, la comunidad y la comunicación, logrando así aterrizar de forma más efectiva, los mecanismos y medios para lograr una propuesta más relacionada a dicha realidad social, además de facilitar la participación de todos los actores involucrados de manera más consciente frente al cambio social deseado.

La comunicación dentro de una organización es fundamental, sin este elemento no es posible que se puedan construir y crear espacios que emerjan las ideas, es necesario que esta se haga de una forma fluida y asertiva.

Teniendo en cuenta el sentido conceptual la Fundación Ambientalista de Corazón, su quehacer, sus objetivos, su engranaje organizacional, manera de llevar sus correlaciones, se evidencia que es un grupo de gran aporte social, que interactúa comunicacionalmente promoviendo la participación de las comunidades.

## Referencias

- 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>
- Gallego, S. (2016). *Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI*.  
<https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- 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). <http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- Santos Requena, F. (1989). El concepto de red social. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, ISSN 0210-5233, N° 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*. En: *Reconstruyendo el vínculo social: Movimientos sociales, organizaciones populares y constitución de sujetos colectivos*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, Bogotá, 2002.  
<http://hdl.handle.net/10596/8037>
- Villasante, T. R. (2010). *Redes sociales para la investigación participativa*. En: *Sociedad Hoy*, núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción.  
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>