

**Construcción de comunidad a partir del diseño de una estrategia de fortalecimiento
organizativo y comunicacional para la UPLA e. V.**

Cristian Fabian Ramírez Buenaventura

Asesor

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH

Comunicación Social

2023

Resumen

El conjunto de metodologías encaminadas a abordar de la manera más efectiva posible la esencia de un grupo humano o de una sociedad determinada, es lo que se conoce como socio praxis. Al investigador social le corresponde acercarse a las comunidades de tal manera que al finalizar su labor haya sido capaz de comprender, no solo en la teoría, sino en también en la práctica, los criterios a los que responden las actuaciones y las redes de relaciones existentes en el contexto de dichas comunidades. Ese tipo de enfoque sociopraxico fue precisamente el adoptado para trabajar durante 16 semanas en el análisis de las dinámicas comunicacionales de la Organización Social Participativa (OSP) seleccionada como objeto de estudio de la investigación, enmarcada en el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, la UPLA e. V. que inició con la realización de una entrevista de tipo cualitativo y de un ejercicio de observación participante llevado a cabo durante la Asamblea Anual de Socios de la organización. La estrategia comunicacional resultante (GEMA) recalca, entre otros aspectos, la importancia de que UPLA e. V. actualice la información que publica en su página web y redes sociales, así como que defina la Misión, Visión y Objetivos del colectivo.

Palabras clave: Acción social, Comunicación, Participación, Redes sociales, Sociopraxis.

Abstract

The set of methodologies aimed at addressing in the most effective way possible the essence of a human group or a given society, is what is known as socio praxis. It is up to the social researcher to approach the communities in such a way that at the end of his work he has been able to understand, not only in theory, but also in practice, the criteria to which the actions and the existing relationship networks respond in the context of these communities. This type of sociopraxic approach was precisely the one adopted to work for 16 weeks in the analysis of the communication dynamics of the Participatory Social Organization (OSP) selected as the object of study of the research derived from the Diploma in Construction of Social Communication Networks, the UPLA e. V., which began with the realization of a qualitative interview and a participant observation exercise carried out during the Annual Assembly of Members of the organization. The resulting communication strategy (GEMA) emphasizes, among other things, the importance of UPLA e. V. update the information published on its website and social networks, as well as define the Mission, Vision and Objectives of the group.

Keywords: Social action, Communication, Participation, Social networks, Sociopraxis.

Tabla de contenido

Introducción	5
Construcción de Comunidad a partir del diseño de una Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional para la UPLA e. V.....	6
Conclusión	14
Referencias bibliográficas.....	16

Introducción

La UPLA e. V. es la Organización Social Participativa (OSP) escogida para la puesta en práctica de la estrategia pedagógica basada en la Investigación-Acción, con base en la cual se desarrolla el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación (DCRSC), y cuyo foco está en la comunicación participativa, comunidad y redes sociales.

La estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional diseñada para la OSP, ha sido el resultado de aplicar la técnica Investigación-Acción, que fundamenta la sociopraxis del curso, la cual a su vez está directamente vinculada con la tesis desarrollada en el presente ensayo, según la cual al investigador social le corresponde acercarse a las comunidades de tal manera que al finalizar su labor haya sido capaz de comprender, no solo en la teoría, sino en también en la práctica, los criterios a los que responden las actuaciones y las redes de relaciones existentes en el contexto de dichas comunidades. La Investigación-Acción involucró además una inmersión activa en las dinámicas comunicacionales de la UPLA e. V., mediante contacto directo con algunos de sus integrantes para conversar sobre sus roles y experiencias particulares, además de contrastar lo observado con lo expuesto por diferentes teorías sobre gestión comunicacional en organizaciones con un enfoque social, todo esto con el propósito de aportar a la consecución del objetivo general de la OSP. Las acciones específicas incluidas en la estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional son el resultado de un análisis académico de las amenazas y oportunidades identificadas a lo largo de la investigación.

Los elementos de dicha estrategia están detallados en este ensayo presentado como evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, Opción de Trabajo de Grado, y fueron puestos a consideración de la Junta Directiva de la UPLA e. V. el 08 de mayo de 2023.

Construcción de Comunidad a partir del diseño de una Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional para la UPLA e. V.

La UPLA e. V. es una asociación cuya finalidad es la de tejer redes sociales y propiciar un intercambio germano-latinoamericano en materia cultural, en la ciudad de Münster (Alemania) y sus alrededores. Entre las intervenciones que gestiona el colectivo se incluyen muestras artísticas, talleres y tertulias, todas abiertas al público en general. La mayoría de las actividades son gratuitas, pero en algunos casos se solicita a los asistentes el pago de un aporte voluntario.

El órgano encargado de la dirección de la OSP es una Junta Directiva conformada por un/a presidente/a, un/a vicepresidente/a, un/a tesorero/a, un/a secretario/a y un/a vocal. En la Asamblea Anual de Socios llevada a cabo el 03 de abril de 2023 se eligió la Junta Directiva para el periodo 2023 – 2024.

La UPLA e. V. es una Entidad Sin Ánimo de Lucro (ESAL) legalmente constituida, autónoma en el manejo de sus finanzas, que se rige con base en unos estatutos, y cuyas lógicas de horizontalidad hacen que todos y cada uno de los miembros que la conforman, desde sus diferentes roles, sean co-responsables en la toma y ejecución de las decisiones sobre el manejo de la organización.

Los criterios para la escogencia de la OSP guardan relación con el propósito de la Estrategia Pedagógica basada en la Investigación-Acción, con base en la cual se desarrolla el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación (DCRSC), y su análisis hizo posible identificar seis conceptos fundamentales asociados a las prácticas participativas de la UPLA e. V.: *grupos primarios, grupos secundarios, integración social, participación popular, redes sociales y sociedad civil.*

En primer lugar, Los *grupos primarios* son pequeños grupos sociales al interior de los cuales, según Gallego (2011), las relaciones se caracterizan por ser cercanas y duraderas, y en donde el factor emocional es de gran importancia, a diferencia, por ejemplo, de lo que sucede en los *grupos secundarios* (asociaciones, comunidades, movimientos, etc.). No obstante, ambos grupos son adoptados como referentes comportamentales por sus miembros.

Por su parte, la *integración social* guarda una estrecha relación con las *redes sociales*, ya que es considerada uno de sus efectos directos. Así mismo, las *redes sociales* impulsan el compromiso social de las personas, y se constituyen en recursos fundamentales para las asociaciones, comunidades, movimientos, etc. y las relaciones entre ellas, es decir, para la *sociedad civil*. Esta última representa a su vez en un escenario favorable para la *participación* (Requena, 1989, citado por Gallego, 2011).

Por su parte, López (2012) señala la existencia de dos maneras de entender y practicar la comunicación, que a su vez tienen que ver con una perspectiva transmisiva y otra participativa. En ese sentido, el autor recurre a Alejandro (2004) para explicar la noción de *participación* desde un punto de vista ético-político (el sujeto como precursor de cambios sociales), económico (las instituciones como promotoras del desarrollo) y social (la *participación* como instrumento de mediación).

El enfoque sociopráxico aplicado a la Fase de Recolección de Información sobre la UPLA e. V., durante la cual se consultaron de fuentes primarias y se realizó un ejercicio de Observación Participante, hizo posible identificar algunos aspectos que dificultan y otros que favorecen la construcción de redes sociales de comunicación, en el contexto de la organización, y que inciden en el impacto que esta puede llegar a tener en la comunidad a la que dirige sus acciones.

En ese sentido, el concepto de redes sociales ha venido siendo abordado en esta investigación desde un enfoque estructuralista, haciendo énfasis en el análisis de la estructura y los vínculos sociales al interior de la Organización Social Participativa (OSP), considerando para ello los planteamientos de Leydesdorff (2003, citado por Vélez 2008) sobre la relación entre conocimiento y orden social, así como los postulados de Law (1999, citado por Vélez 2008) en materia de conocimiento y redes sociales.

De manera particular, el ejercicio de observación participante permitió ahondar en las características de la UPLA e. V. en relación con las nociones de *comunicación participativa*, *comunidad* y *red social*, lo que a su vez sirvió para valorar a la organización a partir de tres de las cuatro propuestas teóricas identificadas por Vélez (2008) para el análisis de las estructuras sociales: una perspectiva sistémica, una de estructuración, y una vinculada a la sociopraxis.

La perspectiva sistémica aborda las redes sociales a partir de la relación “sistema-entorno”, dándole preponderancia al conocimiento y al sentido de lo social, haciéndola pertinente para el abordaje del análisis de las dinámicas comunicacionales al interior de la UPLA e. V. como un colectivo reconocido por su rol como generador de tejido social, pero que ocupa uno de múltiples lugares entre diversos actores al interior de un complejo entramado de relaciones sociales.

Así mismo, cobra importancia el hecho de que las organizaciones no son entidades estáticas sino que se adaptan o evolucionan con el tiempo según las condiciones de su entorno, o un sinnúmero adicional de variables. Los cambios adoptados en determinados periodos de la historia de la OSP escogida para esta investigación, se convierten así en elementos clave para definir su carácter y comprender mejor sus motivaciones.

La sociopraxis en el contexto de la presente investigación ha sido entendida además como un instrumento para la promoción de la inclusión social, en el sentido expuesto por Vélez (2008):

La sociopraxis en este sentido plantea un marco metodológico para generar fortalecimiento en las relaciones de distintos actores sociales excluidos. De esta forma, las estructuras de explotación podrían ser revertidas a través de la participación política y económica a partir del fortalecimiento de relaciones un escalamiento en las posiciones estructurales para influir sobre la toma de decisiones.

La fase de procesamiento y análisis de datos estuvo dedicada a evaluar el contexto de la Organización Social Participativa escogida como objeto de estudio, en el sentido de las relaciones que mantiene con el universo de actores con los cuales interactúa para la consecución de sus objetivos. En ese sentido cabe destacar que no todas las relaciones tienen el mismo peso, o inciden de la misma manera, o son relevantes para la organización. Aquí corresponde entonces hacer referencia a las relaciones de poder y las relaciones de afinidad que mantiene la UPLA e. V. con otras asociaciones, colectivos, instituciones, etc. con las cuales comparte cuanto menos un espacio en común, que es la ciudad de Münster.

Münster es una ciudad que por su tamaño (alrededor de 320 mil habitantes) alberga un cierto número de organizaciones que gozan entre sí de cierto reconocimiento. Son claras las *imágenes de poder* en el entorno de la UPLA e. V., según la caracterización que de ellas hace Noguera (2011), entre las cuales destacan las empresas privadas, los medios públicos de comunicación, la Municipalidad y la Universidad de Münster. Más adelante profundizaremos en el tipo de relación que la UPLA e. V. sostiene con dichas entidades. A manera de contextualización, cabe mencionar que la Universidad de Münster es la única universidad de la ciudad, pero al mismo tiempo es una de las más antiguas, grandes y prestigiosas de toda la región. Por tal razón la ubicamos como una de las figuras de poder en el marco de las dinámicas

sociales de la UPLA e. V. Así mismo, ubicamos a este nivel a los medios de públicos de comunicación, por estar arraigados en la cultura alemana como una de las fuentes predilectas de información y entretenimiento.

El poder al que hacemos referencia tiene que ver con un poder real o simplemente asumido por los demás actores, dependiendo de factores tales como la naturaleza y la trayectoria de la entidad a la cual se le imputa dicho atributo.

Los actores identificados como aquellos a cargo de la generación de tejido asociativo son las instituciones religiosas, los medios independientes de comunicación y las Organizaciones de la Sociedad Civil. En este punto, destacamos la labor de los medios de comunicación en la construcción de comunidad, un rol que afortunadamente siguen asumiendo los medios de comunicación independientes, y en este caso los establecidos en la ciudad de Münster. Finalmente, la población en general se ubica en la base social en el sociograma diseñado para medir precisamente el nivel de participación de los diferentes involucrados.

En razón de lo anterior, cabe resaltar lo que el Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible (2010) denomina agentes “comunicadores”:

Al hacer estos mapas también es muy interesante intentar definir aquellos elementos “comunicadores” (personas, grupos, etc.) que adquieren un peso importante en la conexión de unos niveles con otros: por ejemplo, los “puentes” entre lo asociativo, o con sectores de la población, o con algunas Instituciones, etc.

Por su parte, la población en general involucra a diferentes otros grupos, que para el presente estudio hemos segmentado como *población alemana*, *población latinoamericana* y *población de otras nacionalidades*.

Las dinámicas comunicativas entre los actores anteriormente señalados, deben interpretarse a partir de la debida caracterización de los flujos comunicacionales (Cueto, 2019),

en este caso, al interior de la UPLA e. V., en donde los *equipos temáticos*, la *Junta Directiva* y los *socios* de la organización han sido identificado como figuras clave. Las relaciones más cercanas de la UPLA e. V son con la comunidad latinoamericana y con otras organizaciones civiles. Esto último, si bien era de esperarse antes de hacerse el análisis relacional correspondiente, cobra valor visto a la luz de las relaciones de poder en el cuadro general de actores.

En el extremo opuesto se identificó una muy baja afinidad con la población de otras comunidades y con los medios privados de comunicación. Por otra parte, las instituciones religiosas aparecen como una figura destacada en el sentido de las múltiples relaciones que sostiene a la vez con diferentes actores, la mayoría de ellas de tipo puntual u ocasional.

A partir de los hallazgos anteriormente mencionados, se realizó el diseño de una Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional para la UPLA e. V., la cual fue puesta a consideración de la Junta Directiva de la UPLA e. V. el 08 de mayo de 2023.

El planteamiento de la estrategia ha tenido en cuenta, entre otros aspectos, la trayectoria de la organización y su orientación comunitaria.

En primer lugar y a manera de contextualización cabe recordar que la UPLA e. V. es una Entidad sin Ánimo de Lucro (ESAL) cuyo objetivo es el de generar tejido social, así como el de propiciar un intercambio cultural entre las comunidades alemana y latinoamericana en la ciudad de Münster, en Alemania, y sus alrededores, cuyas actuaciones son pertinentes de ser abordadas la luz de las metodologías participativas a las que hace alusión el Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible (2010). Las actividades que gestiona la OSP incluyen funciones de cine, muestras artísticas y tertulias.

El ejercicio sociopráxico adelantado durante la Fase de Recolección de Información sirvió para apreciar la manera en que al interior de la UPLA e. V. se experimentan las nociones de *comunicación participativa, comunidad y red social*.

Por otra parte, en el Mapeo Inicial destaca la Junta Directiva de la UPLA e. V., conformada por un/a presidente/a, un/a vice-presidente/a, un/a tesorero/a, un/a secretario/a y un/a vocal. También hacen parte de la estructura de la organización los socios y socias, y los grupos temáticos. La estructura la complementan dos auditores/as.

Así mismo, se han identificado como actores claves de la organización a los líderes e integrantes de los equipos temáticos, los demás socios en general, y las diferentes asociaciones, clubes, instituciones, etc., que eventualmente apoyan la labor de la UPLA e. V. En razón de lo anterior, fueron también tenidos en cuenta los planteamientos de Villalobos (2012) en materia de las dinámicas comunicacionales en la era digital.

Algunos de los hallazgos más significativos en materia de las dinámicas comunicacionales de la OSP, tienen que ver con el hecho de que la información de la UPLA e. V. en su sitio web y redes sociales no está actualizada, al tiempo que los datos de contacto de la UPLA e. V. no están disponibles en su sitio web o redes sociales. No obstante, hay que destacar de forma positiva que la UPLA e. V. cuenta con grupos de trabajo que abordan diferentes enfoques temáticos.

La estrategia puesta a consideración de la OSP ha sido nombrada GEMA (Gestionar + Establecer + Motivar + Actualizar), en relación con las acciones centrales que deberían abordarse para alcanzar el objetivo fundamental de la misma (Kamlongera&Mafalopulos, 2008).

El objetivo fundamental de la estrategia es el de impulsar el involucramiento de los miembros de la UPLA e. V. en la gestión de las actividades de la organización, así como motivar

el ingreso de nuevos socios, a partir de la administración estratégica de canales y mensajes que hagan visibles la estructura, objetivos y proyectos del colectivo, con el propósito final de asegurar la continuidad en el mediano plazo de la labor que este ha venido adelantando desde su fundación en 2008, orientada a la generación de tejido social en la ciudad de Münster.

Las acciones clave identificadas para alcanzar el objetivo anteriormente mencionado, son: 1) Gestionar actividades que involucren a la comunidad española en Münster, 2) Definir un mecanismo para la convocatoria de personal de apoyo en eventos que lo requieran, 3) Definir un mecanismo para la socialización interna de próximos/últimos eventos, 4) Establecer una Misión, Visión y Objetivos institucionales, 5) Invitar a medios de comunicación locales a participar en las actividades, 6) Actualizar constantemente los contenidos publicados en la página web y las redes sociales, y 7) Calendarizar las acciones contempladas en la propuesta.

Conclusión

Las *imágenes de poder* marcan un punto de referencia a tenerse en cuenta, en relación con figuras clave que pueden llegar a ser determinantes para el éxito de las actuaciones de los diferentes actores al interior de una comunidad. Específicamente, en el sociograma elaborado en torno a la UPLA e. V. destacan en esas posiciones de poder las *empresas privadas*, los *medios públicos de comunicación*, la *Municipalidad* y la *Universidad de Münster*. Es importante notar cómo las relaciones en estos contextos pueden ser bidireccionales, multidireccionales, o de tipo “puente”, que conectan sin necesariamente incidir de manera directa. Completan el cuadro los actores a cargo de la generación de *tejido asociativo* y la denominada *base social*.

El análisis de los flujos comunicacionales de la UPLA e. V. estaría incompleto si no se hubiesen considerado en una primera instancia a las figuras determinantes al interior del colectivo: los *equipos temáticos*, la *Junta Directiva* y los *socios* de la organización.

El plan de acción de la Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional propuesta para la UPLA e. V., es la culminación de un ejercicio académico de análisis, observación y reflexión sobre las prácticas de la OSP en materia comunicacional, y la incidencia de estas en la consecución de sus propósitos como colectivo. El estudio de dichas prácticas requirió además la identificación de los roles de los diferentes actores involucrados en el quehacer de la organización.

Las acciones propuestas en dicho plan de acción se considera que reúnen las condiciones para complementar efectivamente los esfuerzos de la OSP encaminados a asegurar la continuidad en el mediano plazo de la labor que este ha venido adelantando desde su fundación en 2008, orientada a la generación de tejido social en la ciudad de Münster, en Alemania. Destacan en ese sentido la necesidad de mantener actualizadas la página web y las redes sociales de la OSP, así

como definir un mecanismo para socializar internamente el detalle de los eventos gestionados por la UPLA e. V.

Referencias bibliográficas

- 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. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- 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://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/desbordes/article/view/1192/1555>
- Noguera Vivo, J. 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>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. *En Razón y Palabra*. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- Villalobos, O. (2012). Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales. *Quórum Académico*, Vol. 9, No. 1, 2012. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>