

**Práctica Social Organizada con la Colectividad “Riders MotoClub Boyacá”, en el Desarrollo del
Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación**

Ensayo crítico

Realizado por:

Albeiro Camargo León

Director de curso:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH

Programa de Comunicación Social

CEAD Duitama, febrero 2020

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Práctica social organizada con la colectividad “Riders MotoClub Boyacá”, en el desarrollo del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación	4
Conclusiones	9
Referencias Bibliográficas	10

Resumen

Este ensayo hace parte del diplomado de profundización en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, como opción de trabajo de grado del programa de Comunicación Social de la Universidad Abierta y a Distancia UNAD. A manera de ensayo crítico es expuesto el conocimiento adquirido por el estudiante, resultado de contenidos suministrados por la universidad y la experiencia propia del educando en la participación de experiencias sociales inmediatas al contexto regional, donde surgieron acercamientos, entrevistas y diarios de campo que permitieron identificar las necesidades de orden comunicacional en una de las prácticas sociales organizadas existentes en la región. El artículo comparte una mirada reflexiva y el criterio del estudiante para la intervención en las necesidades sociales y organizacionales a partir de una estrategia de comunicación.

Palabras clave: Sociedad, comunicación, comunidad, dialogo, participación.

**Práctica social organizada con la colectividad “Riders MotoClub Boyacá”, en el desarrollo del
Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación**

Gestionar conocimiento es fundamental para conocer las características y acciones participativas de las organizaciones sociales de nuestros contextos y de esta manera abrir camino para avanzar en el ejercicio sociopraxico con la práctica social de la organización “Riders MotoClub Boyacá”, que continúa siendo el insumo para la investigación académica como propuesta de desarrollo comunicacional en el trabajo de grado del estudiante de Comunicación Social.

La comunicación es un aspecto fundamental para encontrar las mejoras y los cambios que deberán asumir las organizaciones y las prácticas sociales desarrolladas. Para que la comunicación sea asertiva, debe ser diseñada estratégicamente con la comunidad y así detectar directamente las situaciones que requieren intervención comunicacional.

Las características académicas del diplomado están enfocadas en generar conocimiento a partir de la acción y participación de comunicador social en las prácticas sociales del contexto inmediato. Este documento permite conocer la opinión del futuro comunicador social, entorno al aprendizaje obtenido a partir de los contenidos del diplomado y la experiencia propia al involucrarse directamente con la ya mencionada práctica social organizada de la región, dónde fueron halladas necesidades comunicacionales que dificultan el desarrollo de la práctica social y que han de intervenir para restablecer las relaciones sociales y aumentar el espectro de la práctica social organizada.

Actualmente la organización social “Riders MotoClub Boyacá”, emplea las redes digitales para hallar un mecanismo de acción comunicativa y una herramienta idónea para divulgar las actividades que complementan su componente social en el departamento de Boyacá. Al igual que esta PSO, muchas colectividades consolidadas y organizaciones sociales intentan generar tráfico digital, sin embargo, no todas logran construir redes sociales de apoyo y participación con la

comunidad. Esto obedece a que la divulgación de contenidos está apuntando a un público indefinido y la comunidad local ignora la práctica social inmediata de la organización social “Riders MotoClub Boyacá”. La comunicación ha de ser estratégica y a través de esta expresar intenciones claras, llegar al público deseado y transformar la comunicación digital en interacciones personales y cercanas, construyendo redes sociales en comunidad.

Se plantea que cada vez más organizaciones de todos los sectores consideran las redes digitales como canales de comunicación valiosos ya que a través de estos pueden socializar sus intenciones comunitarias y/o comerciales, obteniendo importantes beneficios como alianzas estratégicas y crecimiento sectorial, es por ello que se debe apuntar al uso apropiado de estas herramientas digitales, dónde sea posible optimizar la comunicación y fomentar la participación comunitaria para lograr acercamientos que permitan identificar las necesidades de los contextos sociales.

Cuando se habla del desarrollo de una práctica social organizada en un territorio determinado, las redes sociales son imprescindibles para mantener un contacto comunicacional cercano con la comunidad, quienes encontrarán un espacio de dialogo para exponer las situaciones que requieren intervención, denunciar las prácticas inadecuadas, expresar su voz de protesta o control político y veeduría ciudadana. Por su parte, la práctica social, requiere la voz de los habitantes para conocer de primera mano las necesidades, las intenciones de apoyo, la trazabilidad del camino de acción y el fortalecimiento con comunidad y organizaciones aliadas para mitigar la dificultad social en los territorios.

Para el crecimiento exponencial de la PSO de “Riders MotoClub Boyacá”, es pertinente insistir en la necesidad de generar un acercamiento de lo digital a lo físico para que el desarrollo del trabajo social no quede en el anonimato. Este modelo comunicacional se requiere máxime cuando la organización tiene un enfoque social, por consiguiente, es imprescindible hacerse visible en su

región, esta es una necesidad primaria que le permitirá trazar las líneas para futuras estrategias sociales y comunitarias. Pero aquí, debe tenerse en cuenta que lo digital es solamente una herramienta de apoyo, el contacto, en gran medida, debe ser directo con la comunidad, a través del ejercicio sociopráxico y participativo que facilite la evaluación y acercamiento a las causas que generan las intenciones de acción desde una práctica social. Este argumento es complementado con el aporte que hace Villasante, T. (2006) en su texto *La sociopraxis como un acoplamiento de metodologías implicativas*, quién enfatiza en que: “Son los vínculos relacionales y sus dinámicas las que van construyendo a los sujetos y los procesos, desde su capacidad de acoplamientos o de juegos, ante los condicionantes externos e internos”.(p.7). En ese sentido es posible comprender que el acercamiento directo a las acciones y prácticas sociales permitirá la comprensión de las subjetividades, valores identitarios y la intención humana y social. Así mismo, que los métodos sociopráxicos se caracterizan por generar propuesta de intervención social que da respuesta a metodologías participativas e incluyentes y a partir de la intervención, se pueden conocer acciones propias de diversos sectores, colectivos y sus contextos inmediatos. Es justamente aquí cuando la PSO de la organización “Riders MotoClub Boyacá” se permite conocer las acciones sociales ya existentes, las necesidades y realidades en el departamento de Boyacá para actuar solidariamente en consecuencia.

El acercamiento de “Riders MotoClub Boyacá” hacia la comunidad ha de gestarse también con el apoyo de las herramientas digitales, solo así se lograrán construir bases sólidas para las redes sociales que la organización construya con los actores sociales y las entidades formales e informales cercanas al campo de acción de la práctica social organizada. Es decir, se concretan redes sociales a partir de vínculos afectuosos y de reconocimiento social, como menciona Villasante, T. (2010), en su texto exploratorio de las redes sociales para la investigación participativa menciona que “...las redes sociales, aunque estén poco formalizadas, pero cuando son profundas en sus

vinculaciones generan movimientos colectivos con grandes cambios sociales” (p.127). Recordemos que las redes sociales no son nuevas y no obedecen a un lenguaje digital, sino que estas han trascendido en la historia de las organizaciones desde mucho tiempo atrás. Según Vélez (2011), las redes sociales han existido desde el siglo XIX y se empezaron a definir como conceptos o teorías desde mediados del siglo XX y en el siglo XXI se digitalizaron (p.5). Sobre estas redes personales, se complementa diciendo que es posible que la PSO las identifique en la interacción y socialización comunitaria, no necesariamente tienen que estar soportadas por lenguajes digitales y tecnológicos, sin embargo, estos últimos las han fortalecido y han ampliado sus horizontes comunicacionales con la participación social.

Se ha expuesto la importancia de la comunicación participativa entre la PSO y la comunidad para tejer redes sociales de gran impacto, sin embargo, es necesario también aclarar que las organizaciones requieren de buenas relaciones sociales con los medios de comunicación cercanos ya que estos son canales directos con las comunidades, y es conveniente que la práctica social de la organización “Riders MotoClub Boyacá”, haga parte de la agenda mediática del departamento. Por cierto, este es un objetivo que se proponen muchas organizaciones en el país porque un acercamiento positivo de las prácticas sociales con los medios de comunicación abre camino para la oportunidad de encontrar alianzas poderosas en la consolidación del ambiente digno en comunidad. En ocasiones ese acercamiento comunicacional es nulo por la falta de una estrategia organizacional que permita identificar cuales son las alianzas mediáticas inmediatas que pueden generarse. Para ello se proponen dos alternativas estratégicas que fortalecerán el acercamiento mediático con la PSO “Riders MotoClub Boyacá”:

1. La creación de un sociograma como técnica gráfica que permita observar y contextualizar las distintas relaciones entre los actores sociales y los medios de comunicación inmediatos a la práctica social organizada.
2. Construir una base de datos con números telefónicos y correos electrónicos de las figuras comunicativas de la región y ejercer la comunicación horizontal para compartir boletines, informes, convocatorias y demás eventos que se generen desde la práctica social y la organización.

Estas acciones son pertinentes para mantener óptimas relaciones y fortalecer las redes sociales y de apoyo con la comunidad desde los medios de comunicación del departamento de Boyacá.

Finalmente, hay que mencionar que la estrategia comunicacional de la PSO para la comunidad debe caracterizarse por tener bien definido su público y ser cercano a este, utilizar un lenguaje persuasivo para conectar, mensajes concretos y su naturaleza es comunicar con y para la gente. Al hallar una necesidad organizacional que puede ser mitigada desde el ámbito comunicacional, la acción y participación del comunicador con la práctica social ha de responder e impactar en el espectro regional de la PSO. Para intervenir esa necesidad comunicacional, el referente teórico puede ser el aporte de Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008) para el diseño participativo para una estrategia de comunicación, quienes han enfatizado en que:

Los problemas relacionados con la comunicación son aquellos que tratan temas relacionados con la participación de la población, sus percepciones, la adopción de la innovación y el cambio de conducta. Esta clase de problemas generalmente corresponden al cambio de conciencia, en el conocimiento, en las actitudes y las prácticas. (Kamlongera, C., y Mafalopulos, 2008, p.14)

Este aporte complementa el propósito de la estrategia que se vaya a implementar, poniendo como base la dificultad encontrada y reconociendo que sí es un tema que se puede resolver desde el campo de acción de la comunicación. Para hacerlo posible será indispensable que el comunicador social encargado de establecer la estrategia para la organización se involucre en un ejercicio práctico con comunidad a través de la acción-participación ciudadana y construcción de redes sociales para la práctica social en desarrollo de la organización “Riders MotoClub Boyacá”.

Conclusiones

Teniendo en cuenta los diversos referentes teóricos es preciso afirmar que una estrategia de comunicación es una necesidad para la organización social objeto de estudio, es el medio preciso para divulgar la identidad, la misión y el aporte social de la organización. El método permite a la práctica social organizada ser más activa y el acercamiento con la comunidad permite crear lazos de participación para el fortalecimiento del trabajo con la comunidad.

La divulgación de contenidos digitales de la PSO de la organización “Riders MotoClub Boyacá”, debe ir más allá de crear plataformas digitales y logos; éste es un procedimiento que debe ser diseñado y planeado a partir de las condiciones sociales identificadas en el departamento. Las necesidades las conocen los habitantes cercanos; la comunicación ha de pensarse con la comunidad, definirse con lenguaje sencillo y con facilidad de comprensión. En oportunidades una necesidad social es el distanciamiento y la carencia de redes sociales dentro del mismo barrio o comunidad, por lo anterior, una estrategia comunicacional exitosa tiene el gran reto de disipar los sesgos sociales y fortalecer los temas relacionados con participación de los habitantes, permitirle expresar sus percepciones, la adopción de innovación y la modificación de conductas, conocimiento, actitudes y prácticas. Esta clase de problemas generalmente intervienen en el desarrollo social, generan conflicto y desinterés por las prácticas sociales que se desarrollan en comunidad.

Referencias bibliográficas

- Kamlongera, C., 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. Recuperado de: <http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y Palabra (61). Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- Villasante, T. (2010) Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy, (18), 2010, pp. 109-129. Universidad de Concepción. Concepción, Chile. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90223045008>
- Villasante, T. (2006). La socio-praxis: un acoplamiento de metodologías implicativas. Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios, 379-405. Recuperado de: <http://ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf>