

Fortalecimiento de las redes sociales de comunicación de la OSP MK Colombia

Ensayo

José Jesús Mejía Gil

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 Medellín, mayo de 2022

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Fortalecimiento de las redes sociales de comunicación de la OSP MK Colombia	4
Conclusiones	12
Referencias.....	13

Resumen

La organización Marika (MK) Colombia es una Organización Social Participativa (OSP) que a través de las redes sociales y otros medios de comunicación, se dedica a la divulgación y creación de contenidos, relacionados con el tema de la defensa de los derechos de la población LGBTIQ, sobre la diversidad sexual y de género; con ellos se realizó una investigación acción participativa con el fin de encontrar aspectos a mejorar y proponer una estrategia de comunicación que pueda servir como solución a las problemáticas encontradas. A lo largo de esta investigación se realizaron entrevistas presenciales a diferentes miembros, para tener información de su funcionamiento y se llevó a cabo un trabajo de campo en donde se acompañó con cubrimiento audiovisual, una charla sobre el trabajo sexual y también se habló con miembros de otras organizaciones cercanas, encontrando que, el mayor problema de MK Colombia, es la falta de financiación para sus proyectos de promoción y divulgación, así que desde la perspectiva de redes sociales se realizó una propuesta de como la organización social podía hacer uso de los vínculos que ya se tienen para así, poder lograr su objetivo de tener una financiación que permita continuar su labor, en aras de darle cumplimiento a los objetivos trazados.

Palabras claves: Medio informativo, organización social, redes sociales, alianzas, comunidad, LGBTIQ+

Fortalecimiento de las redes sociales de comunicación de la OSP

MK Colombia

El presente documento, es un ensayo presentado como evaluación final del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación, opción de trabajo de grado, la tesis que propone es: que el fortalecimiento de las redes sociales de comunicación de la OSP MK Colombia, puede aportar elementos que ayuden a solucionar otras necesidades además de las específicamente comunicativas, como lo son en parte las financieras, gracias a que, las redes sociales de comunicación, permiten capitalizar nuevas alianzas para su desarrollo.

Para la realización del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación se escogió trabajar con la organización social Marika (MK) Colombia, medio de organización cuyo trabajo se lleva a cabo principalmente en la ciudad de Bogotá, pero que también ha desarrollado proyectos en otras ciudades como: Cali y Medellín, esta organización fue fundada en el mes de noviembre del año 2021 con el fin de crear un medio informativo digital basado en el alto nivel estético, en la calidad y profundidad del contenido escrito, en conjunto con una línea editorial encargada de darle difusión y seguimiento a las luchas por la defensa de los derechos de la población LGBTIQ en Colombia.

Hubo varias razones por las cuales se escogió esta organización por encima de otras, la primera es que, es una organización social participativa OSP que se dedica al trabajo con una población vulnerable, esto es importante ya que el trabajo que desarrollan tiene un impacto real en la sociedad, prestando su ayuda a una comunidad que lo necesita, la segunda es que, es un medio de comunicación joven, por lo tanto aún tiene varias oportunidades de crecimiento y la tercera, son las dinámicas horizontales que se manejan dentro de esta, que permiten una comunicación fácil y abierta desde el inicio, hasta el final del trabajo, en donde muchos de los miembros de la OSP MK Colombia pudieron colaborar.

La organización MK Colombia propende por la defensa de los derechos de la población LGBTIQ a través de contenidos para las redes sociales, principalmente de Instagram, entre estos contenidos, se pueden encontrar audiovisuales, fotografías y escritos, siempre alrededor del tema de la diversidad sexual y de género. Durante sus casi ocho meses de trabajo la organización social ha logrado construir varias alianzas, siendo la más importante Pilas Colombia, medio de comunicación digital feminista, pro LGBTIQ+ y antirracista, que fue creado a comienzos de la pandemia y se enfoca en la difusión de noticias con énfasis en la protección de los derechos humanos. Marika Colombia surgió gracias a que los miembros de Pilas querían crear un nuevo medio de comunicación que se dedicara especialmente al cubrimiento de noticias relacionadas con la diversidad sexual y de género. Además de esto MK Colombia también ha logrado alianzas con otras organizaciones LGBTIQ+ como la Red comunitaria Trans y la Fundación Sergio Urrego, esto ha permitido a la OSP crecer rápidamente en muy poco tiempo.

Algo positivo que se encontró en el trabajo de MK Colombia es que, ellos trabajan desde la comunidad LGBTIQ para la comunidad LGBTIQ, no son entes externos ni simples observadores, como lo suelen ser otros medios de comunicación, en MK Colombia hablan de las problemáticas propias que les afectan, hablan de lo que conocen y viven, esto es lo que los hace un grupo de trabajo efectivo y les permite hacer una reflexión profunda sobre los temas que tratan.

La investigación acción participativa que se realizó a lo largo del semestre permitió un acercamiento profundo, con trabajo de campo y entrevistas, logrando conocer cuáles han sido los logros y las oportunidades de mejora en Marika Colombia. Se encontró que el principal problema que existe en este momento es la falta de financiación para desarrollar su objetivo que, es algo importante ya que es necesario contar con un presupuesto, no solo para compensar

económicamente a los participantes creadores de contenido sino para la realización de proyectos y así, aumentar la calidad del contenido.

Para solucionar esta problemática se creó una estrategia desde la perspectiva de redes sociales en donde se busca mejorar esta situación teniendo en cuenta la importancia de los vínculos que tiene la organización, siendo así, la tesis de este trabajo se centra en la importancia que tiene el fortalecimiento de las redes sociales de comunicación de MK Colombia y en como esto puede aportar elementos que ayuden a solucionar otros aspectos, además del comunicativo, como lo es el financiero, gracias a que las redes sociales de comunicación permiten capitalizar nuevas alianzas y convenios interinstitucionales que puedan fortalecer su accionar positivo.

Antes de realizar la estrategia, era necesario hacer una inmersión en la organización social, para comprender mejor su funcionamiento y sus necesidades y así, poder suplirlas de la manera más adecuada. se comenzó con una entrevista rápida y sencilla a un miembro de la organización con el objetivo de saber datos generales de esta, tales como su misión, visión, a qué se dedican, quiénes componen la organización, etc. Luego se hizo un acompañamiento y trabajo de observación para poder presenciar de primera mano cuáles son las actividades de la organización social, esta primera salida de campo se realizó en la ciudad de Bogotá, se llevó a cabo un conversatorio acerca del trabajo sexual y la importancia de que este sea reconocido por el estado, MK Colombia se encargó del cubrimiento en vídeo y fotografías del evento.

En el desarrollo de este trabajo de campo se encontró un concepto que sería importante para el trabajo que se estaba realizando de la mano con la OSP, la sociopraxis, que, se refiere a la propuesta técnica de intervención social, la cual propone que la praxis comienza con una dosis vivencial, que primero es necesario vivir lo que se va a estudiar para así poder aprender por medio de la experiencia, solo entonces es posible pasar a un análisis y a una introspección, al respecto de este tema Villasante (s.f) menciona que “La praxis no acaba en un diagnóstico sino

en propuestas para la acción y en la acción misma y en las constantes reformulaciones que exige.

Las cosas y las ideas cambian cuando se cambian las condiciones de vida” (p. 3).

El texto de La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías propone que hay cuatro saltos importantes que hay que dar para cambiar la forma en la que nos acercamos a una investigación: Salto de la solidaridad a los estilos de creatividad social, salto de sujetos- sujetos a conjuntos de acción, salto de sujetos-praxis a reflexividades de 2º grado y salto de la sostenibilidad a las programaciones integrales.

Para llevar a cabo esta investigación-acción fue necesario analizar la manera en la que la OSP MK Colombia está dando esos saltos a la hora de acercarse a la comunidad, así como se están dando esos mismos saltos a la hora del acercamiento a la organización social. Para poder poner en práctica esta sociopraxis fue necesario no solo acercarse a la OSP sino también a quienes conformaban su red social de comunicación, como un acercamiento a la teoría de gallego (2011) quien señala que:

Desde el comienzo de la humanidad el hombre ha necesitado un orden social (...) este orden le ha proporcionado diferentes canales para el intercambio de información y de ahí la aparición de las redes sociales con el resultado principal: la continuidad de los grupos humanos (p. 114).

Este término de redes sociales es de suma importancia para esta investigación ya que, para la realización de la estrategia de comunicación, fue necesario entender a MK Colombia no como una sola entidad aislada, sino como parte de un sistema en el que, interactúa con otras entidades y donde el funcionamiento de estos vínculos, se entrelazan como un todo y determinan las condiciones bajo las que opera la organización social. Jorge López (2017) menciona en el vídeo acerca del concepto sociológico de red que este se refiere a una metáfora en donde se alude a un objeto compuesto con hilos entrecruzados, los cuales se anudan entre sí para mantenerse

firmes, en forma de una malla, estas permiten agrupar y recoger, estas redes, funcionan como sistemas que tienen diferentes elementos, los cuales tienen varios propósitos e interactúan entre sí, a través de intercambios, aportes y contribuciones en una relación de horizontalidad.

Algunas características de estas redes son: la autogestión, ya que los integrantes de estas, suman a través de sus acciones; la autonomía ya que quienes pertenecen a la red toman la decisión de pertenecer y de mantener o no los vínculos que se formen, y la auto organización, ya que los mismos miembros toman la decisión de cómo van a manejar estos vínculos.

Durante el proceso de la investigación acción participativa, se acudió además a un sociograma que fue determinante a la hora de crear la estrategia, con base en estos vínculos se buscaron las posibles fuentes de financiación que permitirían a Marika Colombia continuar con sus proyectos de promoción y divulgación de sus actividades. Por un lado se encontró que hay cuatro entidades que tienen poder sobre este medio de comunicación, las cuales serían: Pilas Colombia y las alcaldías de las tres ciudades en las cuales MK Colombia ha desarrollado sus procesos, Bogotá, Cali y Medellín; por otro lado se encontraron cinco organizaciones que tienen una relación horizontal con la OSP, siendo estas la Red comunitaria Trans, la Fundación Sergio Urrego, la Corporación Arte Para Todos, la Sociedad Inventada y Pilitos, organización que está también afiliada a Pilas Colombia; en cuanto a las entidades de base social, serían el público receptor de su contenido, es decir, la comunidad LGBTIQ+, la comunidad de Ballroom colombiana y la comunidad drag local.

Estas entidades conforman una malla simbólica que representa los vínculos de la OSP; con respecto al término de redes sociales, Santos Requena (1989) menciona que “La idea de red, tal y como se quiere usar aquí, está tomada en gran parte de la teoría matemática de los grafos. En esta teoría se llama red a un seriado de puntos, vinculados por una serie de relaciones”(p. 139).

Para comenzar a planear la estrategia fue necesario primero hacer un acercamiento a estas

redes con las que Marika Colombia está vinculada. Se buscó hacer entrevistas con miembros de otras organizaciones sociales, la primera de estas fue con Daniela Jiménez, directora de Pilas quién dió la recomendación de consultar las diferentes convocatorias del estado para ayudar a proyectos artísticos, ya que, fue gracias a una de estas convocatorias que Pilas logró impulsarse y comenzar a trabajar como medio informativo digital.

También se habló con Yoko Ruíz y Alexandra Colmenares, miembros fundadores de la Red comunitaria Trans, quienes compartieron como la cercanía con los espectadores y el público objetivo, les permitió obtener alguna financiación, gracias a las donaciones de varias personas y a diferentes eventos de caridad realizados en los últimos dos años, lograron recolectar el dinero necesario para tener una nueva sede en el barrio Santa Fe, ya que la anterior casa Trans que habían tenido por 10 años se había perdido.

Por último, se hicieron encuestas a través de redes sociales para así, realizar estadísticas sobre la cercanía que tienen los seguidores con el proyecto MK Colombia y se encontró que de los más de 10 mil usuarios que siguen la cuenta en Instagram, un gran número de ellos interactúa constantemente con la OSP ya sea compartiendo posts, dando like, comentando o respondiendo historias. Se encontró que los vínculos que tiene la OSP con su público son bastante sólidos en términos generales.

Se comenzó a hacer un listado de estas fuentes de financiación y se dio con la creación de una estrategia que, está compuesta por cuatro ítems diferentes, dos de estos consisten en un único ingreso grande de dinero mientras los otros dos se basan en un ingreso constante, las cuatro propuestas se pensaron teniendo en cuenta las relaciones que tienen Marika Colombia con otras entidades, en sus redes sociales.

Primero, se consideraron aquellas entidades que están por encima del medio de comunicación, es decir las alcaldías de las ciudades en donde opera, como fuentes de

financiación estatal, los estímulos dados por Idartes, entre los que se encuentran algunas becas que podrían funcionar para este caso específico, ya que son dedicadas, para proyectos relacionados con la diversidad sexual y de género.

En el portafolio de esta entidad se encontraron dos becas pertinentes, estas son: la beca Bogotá diversa dirigida a sectores sociales y que entrega un premio de 168'000.000 COP y la beca de creación y circulación en arte y diversidad sexual – Expresarte que entrega un premio de 48'000.000 COP. Ambas convocatorias cerraron el 30 de marzo del 2022, lo que significa que de aplicar a las becas se hace necesario hacerlo el próximo año.

La segunda propuesta que también se relaciona con la financiación estatal es el estímulo para la realización de largometrajes, documentales del fondo cinematográfico de Colombia, este fondo sería para un proyecto específico que se quiere desarrollar actualmente y que se encuentra en la fase de pre producción, un documental acerca de la cultura del Vogue y el Ballroom en Bogotá, este documental no solo permitiría a MK seguir creciendo, sino que afianzaría la alianza con la Sociedad Inventada, colectivo junto al cual se realizará el documental, y también con los miembros de la comunidad Ballroom de la ciudad, generando vínculos nuevos que a futuro podrían permitir el crecimiento de la OSP y la generación de nuevos proyectos, Vélez (2011) señala al respecto de las relaciones sociales que “La relación social vista como intercambio o flujo ha diferido de la relación social como construcción de sentido” (p. 1).

Los dos concursos del fondo cinematográfico que aplican para el proyecto que se está llevando a cabo son: Realización de largometrajes en formato documental, por el cual es posible obtener 2'100'000.000 COP, y desarrollo de proyecto documental, que tiene un premio de 200'000.000 COP, ambas convocatorias ya se cerraron, por lo que también sería necesario aplicar para el próximo año.

La tercera propuesta tiene que ver con aquellas entidades con las que Marika Colombia tiene una relación horizontal, es decir, las otras organizaciones sociales similares, aliadas con el medio de comunicación. Es recurrente que algunas de estas otras organizaciones lleven a cabo eventos, los cuales necesitan de un cubrimiento fotográfico y audiovisual, cubrimiento que Marika podría prestar a cambio de una compensación económica, algo que una vez propuesto a la organización se comenzó a implementar, en el mes mayo de 2022, MK Colombia realizó el cubrimiento del estreno de un fashion film de la Sociedad Inventada, después se realizó un vídeo acerca del Antifashion, fiesta organizada mensualmente en el bar Kaputt y actualmente se encuentra haciendo el cubrimiento de un concurso de drag organizado por la Corporación arte para todos, todos estos proyectos fotográficos y audiovisuales pueden ser encontrados en el Instagram de Marika Colombia.

La última propuesta se relaciona con el vínculo más importante que tiene el medio de comunicación Marika Colombia, sus consumidores, se inició el recaudo de donaciones para que los seguidores de la organización puedan apoyar y de esta manera la OSP continúe realizando sus múltiples proyectos, de la misma forma como lo hicieron en la Red comunitaria Trans y la Fundación Sergio Urrego, a quienes les ha dado un excelente resultado.

Esta estrategia fue presentada a través de una web conferencia a Juan Camilo Herrera, fotógrafo y miembro fundador de MK Colombia, quién la recibió con entusiasmo y se comprometió a compartirla con los otros miembros de la organización de tal manera que estos cambios puedan comenzar a implementarse y comience la preparación para las convocatorias del próximo año.

Conclusiones

A través de la investigación acción participativa realizada con el medio informativo digital y organización social Marika (MK) Colombia, se pudo evidenciar la importancia de las redes sociales y como los vínculos que la OSP pueda generar son algo primordial para su funcionamiento, ya que no es posible pensar una entidad como una unidad aislada, sino que esta hace parte de un sistema, estas alianzas permiten que organizaciones sociales como MK Colombia puedan seguir expandiéndose para promover su accionar en procura del cumplimiento de sus objetivos, siendo el principal, hacer que, los derechos de esta población, sean tenidos en cuenta, pero lo más importante, sean respetados en una sociedad que, como la nuestra, aún es tan cultivadora de tradiciones conservadoras.

Estos vínculos tan fuertes que tiene el medio de comunicación permiten el acercamiento a otras organizaciones sociales, quienes colaboraron para que la realización de la estrategia fuera posible, así como también permitieron que esta estrategia pudiera comenzar a implementarse, específicamente el tercer ítem, el cual consiste en realizarcubrimientos audiovisuales y fotográficos de eventos y certámenes en todo el país.

Al finalizar este diplomado se logró un aprendizaje mutuo junto a los miembros de la organización social. La estrategia de comunicación propuesta comenzó a dar frutos y se demostró como las redes sociales de comunicación, son sumamente importantes para el funcionamiento óptimo de una organización social como lo es MK Colombia y como la financiación permitirá al medio de comunicación continuar realizando proyectos de largo alcancen solo en Colombia, también en el exterior, como el fortalecimiento de sus vínculos con otras entidades.

Referencias

- 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>
- López, J. (2017). Concepto Sociológico de Red Social. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. <http://hdl.handle.net/10596/10864>
- 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>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y Palabra (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas. Recuperado el 14 de mayo del 2022 <http://ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf>