

Implementación de una red social de comunicación para la OSP Nuestra Gente Films

Ensayo

Ludy Coraima Villamizar Díaz

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 Bucaramanga, mayo de 2022

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Implementación de una red social de comunicación para la OSP Nuestra Gente Films.....	4
Conclusiones.....	13
Referencias.....	14

Resumen

El presente ensayo se ha elaborado como opción de grado del programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD, en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, a partir de los hallazgos en la Investigación - Acción realizada con la Organización Social Participativa Nuestra Gente Films, una organización integrada principalmente por jóvenes del municipio de Cubará que buscan promover la producción audiovisual, impactando a su vez, el desarrollo turístico y el reconocimiento a los saberes de su comunidad. La información obtenida para el posterior diseño de la estrategia comunicativa “En-Red”, se logró gracias a la disposición de los miembros, la observación participante, diversas entrevistas y a la apropiación de los conceptos de los autores del curso. Proponiendo la implementación de una red social, que permita una comunicación participativa y el reconocimiento a la labor de la organización, dentro de su comunidad.

Palabras clave: red social, comunicación participativa, estrategia comunicativa, comunidad.

Implementación de una red social de comunicación para la OSP Nuestra Gente Films

Los seres humanos no han sido diseñados para estar solos, tampoco las entidades o empresas y en este caso, las organizaciones sociales participativas. Así como el hombre aprende y crece dentro de una sociedad y obtiene conocimientos y experiencias a medida que avanzan sus interacciones, de la misma forma una organización social se enriquece con experiencias de su entorno, con trabajo en equipo y comunicación participativa con organizaciones y entidades afines. De ahí la importancia de consolidar una red social e implementar estrategias que faciliten la comunicación y el desarrollo de los objetivos de forma colectiva.

Con base en los hallazgos obtenidos en la investigación realizada, la tesis que desarrolla el presente ensayo es la necesidad de implementar una red social de comunicación para la OSP Nuestra Gente Films, enriquecida con actores afines a los objetivos sociales de la organización, con el fin una comunicación participativa que aporta al desarrollo audiovisual de la región Cubareense, al tiempo que fortalece los lazos comunicativos y la credibilidad de la organización dentro de la comunidad.

Nuestra Gente Films, es una organización social participativa que nació a partir de la necesidad de crear espacios audiovisuales para los jóvenes del municipio de Cubará, Boyacá, interesados en llevar la idiosincrasia, cultura, historias a una pantalla chica o grande, para darlas a conocer a otras regiones. Su objetivo es propiciar y motivar la producción audiovisual en una región escasa de oferta artística y con ello contribuir al desarrollo turístico y al dialogo de saberes dentro de la comunidad.

Se decidió llevar a cabo la Investigación -Acción con la OSP Nuestra Gente Films luego de identificar diversas organizaciones presentes en la región y en base a los criterios ofrecidos por el curso, identificar la que sería precisa para el desarrollo de las actividades. Algunos de los

criterios hallados inicialmente fueron: la gestión del conocimiento, el interés mutuo y el compromiso que mostraron sus miembros. Ser una organización sin ánimo de lucro que, aunque no está constituida legalmente, trabaja por un bien común y unos objetivos sociales que aportan al desarrollo de su comunidad. A raíz de esto, surgieron algunas oportunidades que impulsaron la elección y la identificación de posibles dificultades que se lograron resolver a lo largo del desarrollo de la investigación.

La comunicación transformadora es parte importante del desarrollo de una comunidad, pues esto permite que los individuos se empoderen y gestionen su propio crecimiento y transformación para alcanzar objetivos que impacten en el bienestar de una comunidad. En este sentido, y teniendo en cuenta que crecer también significa fortalecer las raíces se ha elegido la Organización Social Participativa denominada Nuestra Gente Films, una asociación cultural compuesta principalmente por jóvenes de la región que han salido a ciudades principales persiguiendo sus pasiones y ahora trabajan mancomunadamente por aportar desde sus profesiones y talentos al desarrollo de su comunidad. Como indica López (2013): “La comunicación participativa, como práctica social y como objeto de estudio, tiene como aspecto particular el ser dinamizada por grupos sociales con propósitos de movilización de sus integrantes que, de manera organizada, gestionan mejores condiciones de vida” (p.43).

En este sentido, Nuestra Gente Films cumple con este criterio ya que sus integrantes se han venido organizando para gestionar mejores condiciones de vida, no solo para ellos sino para la comunidad en general. Derribando la creencia de que solo las instituciones gubernamentales pueden ejecutar planes de acción que resalten la cultura y empoderando a líderes y lideresas sociales, así como a la comunidad en general de contar sus historias, establecer un diálogo de saberes y hacer que las voces sean escuchadas.

Teniendo en cuenta estos elementos y las posibilidades de contacto, se procede a enviar una carta solicitando aceptación para la investigación Acción como objetivo del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de la Comunicación, obteniendo una respuesta positiva de la organización para iniciar con las actividades propuestas. Esto brinda herramientas para diseñar estrategias que permitan fortalecer las redes sociales de comunicación de Nuestra Gente Films, lo que traduce un crecimiento de su organización y un aporte a sus objetivos sociales en el corto y mediano plazo.

Poder llevar a cabo procesos de comunicación transformadora en una región tan apartada como Cubará, Boyacá donde desarrolla sus proyectos la OSP seleccionada, significa un logro a nivel comunicacional, es derribar las barreras impuestas por la creencia de que solo los medios masivos tienen voz, o de que solo los profesionales, o las autoridades de una comunidad son las que deben expresar los anhelos, las inconformidades y las necesidades de un colectivo. Este inicio, es un importante paso para avanzar en un desarrollo social y participativo donde las voces sean escuchadas y tenidas en cuenta y sobre todo, donde sean los mismos individuos de la comunidad los agentes de su propio cambio, evolución y transformación.

Como lo menciona López (2013) la comunicación participativa "...cobra una dimensión social y política que propone a los sujetos la exigencia del derecho a participar, a ser interlocutores y a superar la actitud de mera recepción a la que los medios masivos les han acostumbrado" (p.4) esta es una de las buenas prácticas que tiene la organización a nivel comunicativo, para escuchar las voces de la comunidad, dando prioridad a los saberes ancestrales, las historias de los adultos mayores y las anécdotas de los niños de la región, resaltando los valores culturales del municipio y siendo autosuficientes, al utilizar sus propios recursos y talentos para gestionar procesos de comunicación y difusión.

Como el objetivo principal del desarrollo del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, es la Investigación -Acción de tipo Socio práctico, se empieza a recolectar información muy valiosa con la OSP Nuestra Gente Films y que se abordó haciendo énfasis en el papel que juegan las redes sociales de comunicación en el desarrollo y fortalecimiento de dicha organización social, al realizar este trabajo con una organización de la región, se busca impactar a toda la comunidad, como una semilla de comunicación transformadora donde todos pueden tener un espacio para ser escuchados y para mostrar sus ideas al mundo. Esta viene siendo la gran razón por la que se elige esta organización pues sus objetivos sociales y su razón van enfocados al empoderamiento de los individuos de la comunidad.

Como primer paso se lleva a cabo una entrevista cualitativa, indagando en aspectos como la comunicación interna y externa de la organización, las practicas comunicativas, la frecuencia de los encuentros con miembros, las debilidades, los retos y fortalezas a nivel comunicacional y la visión a futuro y sus planes para la consecución de las metas.

También se obtiene información a través de la observación participante, el diario de campo y la atención a las prácticas de la organización en una jornada de trabajo, esto permite un panorama más claro y reflexivo y se labran las primeras soluciones para las debilidades encontradas y las estrategias para seguir fortaleciendo los aspectos positivos.

Se realiza un sociograma inicial teniendo en cuenta las imágenes de poder, el tejido asociativo y la base social, esto da como resultado una gama de instituciones, asociaciones y grupos que inciden en la OSP. Posteriormente, se identifican las relaciones que posee la OSP, identificando así puntos de mejora en las redes sociales. La construcción del mapeo de identificación y el sociograma permite de manera gráfica identificar las relaciones que existen entre los distintos actores. Esto da como resultado diferentes relaciones que se tejen con organizaciones afines, con objetivos en común como el desarrollo de actividades culturales, la

creación de espacios artísticos para niños y jóvenes y la preservación de los saberes ancestrales de la región.

Sin embargo, estas relaciones se han tejido casi de manera instintiva y sin estrategias o proyecciones por lo que carecen de vínculos fuertes, entre las organizaciones; este es el caso de la relación con la Asociación de Músicos de Cubará o con el grupo Pro-Acto, donde hay un vínculo por objetivos en común pero no planes a desarrollar en conjunto. Esto se debe, a uno de los principales hallazgos que se han tenido, y es que los miembros de Nuestra Gente Films han querido mantener su trabajo de forma independiente, ya que consideran que al ser jóvenes su trabajo no es tomado en serio o tenido en cuenta para los diferentes proyectos municipales, por lo que han adoptado una posición independiente frente a su entorno. Esto supone un reto para la autora, al orientar a la OSP con aportes constructivos sobre esta oportunidad de cambio y crecimiento.

Otros datos relevantes dentro de este análisis de comunicación interna y externa, fue la comunicación asertiva puesto que la organización posee una comunicación interna eficiente y sus miembros están siempre en disposición de dar lo mejor, para sus compañeros y para los objetivos de la organización. Así mismo, al contar con una mayoría de miembros jóvenes tienen ideas nuevas y efectivas para la consecución de objetivos y buscan romper con los paradigmas actuales frente a las organizaciones juveniles, debido a que se han encontrado en repetidas ocasiones con descalificativos u opiniones negativas a causa del desconocimiento a fondo del trabajo de la organización. Sin embargo, la organización tiene un fuerte compromiso con la región de aportar positivamente a su desarrollo gracias a la producción audiovisual, este ha sido uno de los pilares de edificación de Nuestra Gente Films, pues sus miembros afirman que ha sido una lucha constante, pero con satisfacción, por el aporte realizado a la comunidad.

Por otro lado, se hallan también algunos aspectos que significan oportunidades de cambio, evolución y mejora para la organización, el primero de ellos es la imagen corporativa, pues la organización no ha dedicado una amplia atención a la consolidación de su imagen corporativa, así como la creación consiente de la misión o la visión. Para la OSP es de gran necesidad implementar la identidad corporativa, con el fin de generar mayor reconocimiento y credibilidad.

Por otra parte, hay una oportunidad de mejora en la forma de comunicarse con las demás entidades, organizaciones y comunidad en general, ya que la divulgación de eventos, el intercambio de ideas o la interacción con las demás organizaciones es casi nula, lo que genera una contradicción con los objetivos de la organización pues, por una parte trabajan arduamente por abrir espacios de escucha para todas las voces de la comunidad, permitir un diálogo de saberes, pero por otra parte hay una mirada negativa hacia las relaciones con las demás entidades afines. En este punto, se realiza la recomendación a los integrantes, la cual es aceptada positivamente y se abre la puerta para el diseño de una estrategia comunicativa. Como lo afirman Kamlongera y Mafalopulos (2008):

Es necesario anotar que tan pronto comienza el diseño de la estrategia, el proceso cambia de un análisis de problema a la solución del problema. La estrategia de comunicación es diseñada para lograr los objetivos de comunicación. Para determinar la relevancia de estos objetivos es necesario considerar un número de factores, tales como la información de fuentes secundarias, los objetivos del proyecto, las necesidades de la comunidad, las oportunidades, los problemas y las posibles soluciones (p.15).

Una vez identificada las fortalezas y las oportunidades de mejora se propone una estrategia de comunicación para la Organización Social Participativa Nuestra Gente Films, denominada En-Red que propone la implementación de una red social de comunicación

compuesta por entidades locales, organizaciones sociales, artistas y comunidad en general, a través de la circulación de contenidos e intercambio de ideas por medio de contacto directo y divulgación por correo electrónico y redes digitales con el fin de fortalecer la credibilidad de la organización e impulsar posibles alianzas y desarrollo de proyectos en conjunto que permitan el crecimiento audiovisual de la región y el reconocimiento a la organización.

Esta estrategia se puede llevar a cabo a través de diversas acciones que en conjunto lograrán el objetivo planteado, como primera acción es necesaria la creación de una base de datos con correos electrónicos, datos de contacto y direcciones de instituciones locales, artistas, organizaciones con objetivos afines y demás actores que tengan interés en el rescate cultural, la producción audiovisual, la promoción del turismo regional, etc. Seguidamente, se propone la realización de visitas presenciales de presentación ante las demás organizaciones y entidades y posterior contacto a través de medios digitales, esta acción permitirá la presencia y el reconocimiento de la OSP para los diferentes actores afines con sus objetivos sociales y culturales.

La tercera acción se trata de el desarrollo de contenidos atractivos y la emisión de ellos; Nuestra Gente Films tiene una fortaleza en la creación de productos audiovisuales y piezas llamativas, pero no usa esa fortaleza como herramienta de comunicación de la organización, lo que permitirá llamar la atención de la comunidad en general y finalmente, la cuarta acción que se plantea es fortalecer las relaciones con otras organizaciones a través de contenidos y proyectos en conjunto.

El diseño de esta estrategia se propone a raíz de que la OSP no cuenta con una red social de comunicación fortalecida y a su vez carece de credibilidad ante las instituciones por ser una organización de jóvenes. Con esta implementación la red social de comunicación se creará y

fortalecerá para permitir un crecimiento y reconocimiento de la OSP. Pues, como lo menciona Gallego (2016):

Gracias a las tecnologías sociales, y entre ellas resaltaremos las redes sociales como centro de esta investigación, poseemos más información, empleados y explotamos el conocimiento que divulgan nuestros contactos, tomamos mejores decisiones y disponemos de aplicaciones que mejoran nuestra calidad de vida y la forma de relacionarnos (p.37).

En el caso de Nuestra Gente Films, es una organización social relativamente nueva y además creada por jóvenes por lo que las instituciones suelen no confiar o creer plenamente en las capacidades del equipo. Esto genera algunos quiebres en la comunicación y en las relaciones que se tejen. La recomendación es seguir insistiendo y fortaleciendo esas redes a través del trabajo, y la demostración de resultados. Esto hará que como proyección se logre consolidar como una organización respetable y destacada, que además nutra cada día sus redes sociales de comunicación.

Así mismo, se requiere aprovechar de medios alternativos de comunicación donde la comunidad conozca de primera mano las actividades que se llevan a cabo en la organización y su importancia para el contexto comunitario. Ya que usualmente la comunidad conoce los resultados, pero no el proceso de los proyectos, hacerla participe en el antes, durante y después también fortalecería sus redes. La red social de una organización genera un aporte invaluable, Mony Elkai'm (citado en Chadi de Yorío 2007) menciona que "Red Social es un grupo de personas, miembros de una familia, vecinos, amigos y otras personas, capaces de aportar una ayuda y un apoyo tan reales como duraderos a un individuo o una familia" (p.27). En este sentido, la red social de Nuestra Gente Films, es un apoyo real y necesario que puede ir fortaleciéndose cada vez más y generar relaciones de apoyo mutuo y trabajo en equipo.

Tejer, consolidar y cuidar la red social de comunicación de la organización social permite aportar a otros y recibir, a su vez, recibir los aportes y retroalimentación de las demás organizaciones, logrando la consecución de objetivos en común y promoviendo una comunicación participativa donde sean escuchadas las diferentes voces y opiniones.

La estrategia de comunicación planteada se enfoca en la consolidación de una red social de comunicación para la organización social participativa Nuestra Gente Films, toda vez que se ha indagado en sus fortalezas y debilidades comunicativas y se ha propuesto una solución que de llevarse a cabo impactaría positivamente el crecimiento de la OSP, dando paso a espacios para la comunicación participativa para los diversos gestores culturales de la región, las organizaciones sociales con inclinaciones sociales, artísticas y culturales y la comunidad en general; y de esta manera construir comunidad, partiendo desde la comunicación, herramienta vital para el desarrollo social de una región.

En-Red, nombre asignado a la estrategia comunicativa, se asemeja a una semilla sembrada en un terreno fértil, pues de materializarse, implicaría una transformación en la manera de tejer las relaciones para los temas artísticos y culturales de la región, fortaleciendo la red social de la organización pero que supone importantes aportes a la construcción de una comunidad unida, participativa y proactiva.

Conclusiones

El desarrollo de todas las actividades presentes en el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, permite una mirada clara a la relevancia que tiene la red social para una organización social participativa, así como la comunicación participativa es un puente para la transformación social y la construcción de comunidad.

La estrategia diseñada para Nuestra Gente Films, organización escogida para la Investigación – Acción, pretende consolidar y fortalecer los vínculos con actores afines a sus objetivos y pone en manifiesto la necesidad de la comunicación transformadora y participativa en los procesos de desarrollo social, donde no solo la OSP ganará reconocimiento y credibilidad entre la comunidad y las instituciones culturales presentes en la región, sino que además, significa el primer paso para seguir trazando espacios de diálogo, escucha y participación.

Todo el camino recorrido en la realización de las actividades del diplomado ha permitido un acercamiento a la práctica social, al trabajo con la comunidad y ha sido un aporte significativo al ejercicio como comunicador social, lo que representará en el futuro un mejor desempeño en el campo de la comunicación.

Referencias

Chadi de Yorio, M. R. (2007). Redes sociales en el trabajo social. Espacio Editorial.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>

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), 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.

https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_

[Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf](https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf)