

# **El sociograma como instrumento para el análisis de las redes sociales de comunicación**

Ensayo

Melissa Jaramillo Navia

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

CERES Santander de Quilichao, Noviembre de 2022

## Resumen

El presente documento da cuenta del abordaje crítico realizado a uno de los instrumentos fundamentales para el análisis de redes sociales de comunicación, en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. El sociograma es un esquema que representa de manera gráfica las relaciones de una organización con otras organizaciones, colectivos o sectores poblacionales. En el sociograma se distinguen diferentes categorías de influencia-poder y de afinidad respecto de una organización, que, para efectos de este trabajo, será una organización social participativa. Para la realización del abordaje crítico se tuvieron como referentes varios trabajos presentados por estudiantes del Diplomado en el primer y segundo periodo académico del 2021. Dentro de las categorías de análisis se consideró fundamental considerar tanto los niveles de influencia-poder y afinidad, así como la tipología de relaciones.

***Palabras clave:*** Comunidad, Esquema, Influencia, Redes, Relaciones.

## **Tabla de Contenido**

El sociograma como instrumento para el análisis de las redes sociales de comunicación .....	4
Conclusiones... ..	11
Referencias... ..	12

## **El sociograma como instrumento para el análisis de las redes sociales de comunicación**

El Diplomado en Redes Sociales de Comunicación es una de las opciones de trabajo de grado que ofrece el programa de Comunicación social para optar al respectivo título de pregrado. El Diplomado plantea un proceso de Investigación Acción desde una postura sociopráctica, entendiendo la sociopraxis desde la concepción de Tomás Villasante.

La Investigación Acción es una metodología muy propia de las ciencias sociales en la cual el “objeto de estudio” que normalmente es una comunidad, participa como “sujeto” de su propia transformación, es decir que no es algo “inerte” que se presenta ante el investigador, para que este determine una serie de características y aspectos que le permitirán formular una serie de alternativas ante las problemáticas o posibilidades que revele la praxis investigativa; si no que la comunidad se proyecta de manera dinámica y propositiva, participa en el proceso investigativo, enriqueciendo el quehacer metodológico disciplinar por medio de contribuciones permanentes desde la reflexión enmarcada en la cotidianidad comunitaria y social.

Dado que se está hablando de comunidad, es preciso indicar desde que premisas teóricas se concibe la comunidad en este trabajo, la siguiente es una de las conceptualizaciones que aporta el Diplomado desde el entorno de conocimiento, es decir desde su corpus teórico:

...la “esencia de la comunidad” es el fundamento de la vida en común, al menos de la vida “real y orgánica”. La sociedad, en cambio, no posee ninguna esencia. Para Tönnies, sociedad es el “concepto” que designa la vida en común entendida como “formación ideal y mecánica”, o bien, como “agregado y artefacto mecánico”. Vista desde esta perspectiva, la sociedad no es precisamente “natural”, sino que es, por el contrario, “una cosa siempre en formación [...]. Y al propio tiempo (como sabemos) una cosa ficticia y nominal”. (Tönnies, citado en Álvaro, 2010, p.21).

Claro está que, al señalar las diferencias entre comunidad y sociedad, también se está indicando que comparten características que las hacen similares en ciertos aspectos, similitudes tan marcadas que generan muchas veces una dicotomía, especialmente entre abordajes provenientes del exterior de las ciencias sociales.

Comenzamos por constatar que a pesar de las diferencias que se establecen entre “comunidad” y “sociedad”, éstas coinciden en un punto: ambas nociones expresan relaciones recíprocas que tienden a la unidad, o más precisamente a la unión. Sin relación, y en consecuencia sin unión, no se concibe ninguna clase de vida en común. Esta sería, pues, una primera condición para hablar de “comunidad y sociedad” al mismo tiempo que un paso importante hacia la formalización científica del problema. (Álvaro, 2010, p. 13).

Dentro de la Investigación Acción que se propone desde el Diplomado, el objeto de estudio son las dinámicas comunicativas (especialmente redes sociales) de una organización social participativa, esta organización social participativa debe corresponder al espectro organizacional que López y Salgado (2012) recomiendan, para efectos del trabajo específico del Diplomado y en el cual tienen en consideración 5 criterios de selección:

Debe realizar un acercamiento con interés de conocimiento mutuo. El estudiante investigador gestiona conocimiento que es útil también para la PSO a la cual busca a) conocer y b) fortalecer en aspectos comunicacionales, lo cual implica un compromiso mutuo entre la colectividad o comunidad que le aportará conocimiento en cumplimiento de sus actividades de investigación y cualificación. Es muy importante que se logre ese nivel de compromiso porque luego de iniciar actividades no es recomendable cambiar en medio del proceso del curso

La comunidad y/o sociedad elegida no necesariamente debe estar legalmente constituida, pero si debe ser una organización, o una práctica social tendiente a generar, constituir y hacer sostenible algún tipo organización social. Puede que no se autodenomine como red, sociedad, asociación o corporación, puede no tener nombre lo que se trata es de ver la existencia de problemas del campo de la comunicación susceptibles de investigar como red.

Para dicha organización, experiencia o práctica social su auto reconocimiento y autoreflexión debe ser sustancial pensando que la comunidad y/o sociedad quiere generar algún tipo de cambio educativo, cultural y/o político desde la comunicación.

Si el estudiante no forma parte de dicha comunidad y/o sociedad, debe garantizarse de antemano que la misma está dispuesta a participar, abriendo los espacios y tiempos requeridos para la investigación, de ser posible es preciso generar una carta en la que se expresan las intenciones de las partes, investigador – actores sociales comunitarios.

Por lo anterior, se recomienda no sean organizaciones ni iniciativas de carácter privado, religioso, ni de militancia política. Se recomiendan en cambio organizaciones comunitarias u Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESAL), donde sean observables relaciones de horizontalidad. No se excluyen las empresas pequeñas de comunicación, ni los grupos o redes organizados virtualmente a través de la web, siempre y cuando respondan a los criterios antes mencionados.

A partir de los anteriores criterios de selección se encuentra que el perfil de las Organizaciones Sociales Participativas, corresponde a la siguiente tipología, que por supuesto puede ampliar su rango, dada la multiplicidad de labores misionales de las OSP, las siguientes denominaciones son las recomendadas en los documentos- guías del Diplomado.

Casas de la Cultura

Asociaciones Campesinas

Fundaciones de protección a la tercera edad.

Organizaciones animalistas.

Colectivos artísticos

Grupos Juveniles

Canales comunitarios

Asociaciones gremiales

Colectivos LGTBI

Clubes deportivos

Comunidades educativas

Organizaciones para la defensa y promoción de los derechos de la mujer

Organizaciones indígenas

Emisoras locales-comunitarias

Veedurías ciudadanas

Fundaciones medioambientales

Cooperativas

Fundaciones para la protección de la niñez.

Cada una de estos tipos de organización tiene unos relacionamientos sociales tanto al interior, es decir entre los miembros “orgánicos” como hacia el exterior, o sea relacionamientos con entes, colectivos, instituciones, comunidades u organizaciones que de una u otra manera influyen, apoyan, obstaculizan o determinan su labor misional.

Para analizar las redes sociales de comunicación existen diferentes herramientas-instrumentos, este trabajo se centra en la contribución que uno de esos instrumentos hace a la comprensión de la “urdimbre” que se genera hacia adentro y hacia afuera de una OSP.

Es un instrumento que nos va a permitir visualizar a los actores y grupos sociales presentes en el territorio y trazar las conexiones existentes entre ellos. Sirve para darnos cuenta de lo aislados o no que podemos estar en las tareas que nos proponemos, y de las alianzas que precisamos y debemos hacer; y en este sentido a qué elementos o grupos “puente” debemos entrevistar para poder saber cómo colaborar en tareas comunes. También visualizaremos qué antagonismos son previsibles que nos aparezcan y cómo contrarrestarlos. Todo ello ponderando no sólo los números de personas que puedan estar en cada situación, sino cuáles son sus pesos y fuerzas reales de tipo socio-político y su capacidad de ayuda en nuestras estrategias. (CIMAS, 2010, p.27).

En un sociograma se utilizan una serie de convenciones que permiten manejar un lenguaje gráfico común, a partir del cual el investigador expresa de manera gráfica, el tipo de relaciones que tiene una organización. El sociograma se representa sobre un plano cartesiano, la razón por la cual se hace de esta manera es para situar o indicar una categoría de análisis en el eje de las abscisas y otra categoría de análisis en el eje de las ordenadas.

Normalmente en el sociograma se representa el “nivel de poder” es decir la capacidad que tienen unas organizaciones de influir, determinar o reglamentar la labor misional de la OSP objeto de estudio, utilizando el eje “y”.

El grado de afinidad, o sea que tan cerca están los objetivos de la organización respecto de sus ecosistema social-organizativo y que tanto se relaciona colaborativamente o antagónicamente con otras organizaciones, se representa sobre el eje de las abscisas, o eje “x”.

Los tipos de organizaciones se representan por medio de figuras geométricas, a saber:

**Triángulos:** Representan las figuras de poder, a manera de ejemplo se puede decir que para una organización social participativa que tenga por misión la conservación de una cuenca hídrica y de los recursos naturales que en ella existen, tendría como figuras de poder al Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, a la Corporación Autónoma encargada de su respectiva región, a la alcaldía municipal, a Parques Nacionales, a la Comisión de Regulación de Agua Potable y Saneamiento Básico, entre otras.

**Rectángulos:** Representan el tejido asociativo, esto quiere decir, las otras organizaciones, comunidades, entes o colectivos con los cuales se relaciona la OSP. Para el caso del ejemplo en cuestión, el tejido asociativo podría estar representado por la Junta de Acción Comunal del corregimiento o corregimientos en donde se encuentra ubicada la cuenca hidrográfica, asociaciones agrícolas o pecuarias de la región, las instituciones educativas situadas en el área de influencia ambiental de la cuenca. Caben en esta categoría otras organizaciones medioambientales, empresas del sector ecoturístico, viveros, entre otros.

**Óvalos:** Representan la base social, o sea, los sectores poblacionales a los cuales va directamente enfocado el trabajo de la OSP, o la población que se va a ver impactada; para el caso que se está utilizando como ejemplo, la población serían las familias campesinas de la región, niños y niñas en edad escolar.

Cada una de las figuras geométricas que se sitúan en el plano cartesiano, estarán vinculadas-conectadas gráficamente a la OSP por medio de flechas, entre las organizaciones se dan diversos tipos de relación, entre los que encontramos relaciones de dependencia, de colaboración, de conflicto, puntuales, relaciones fuertes, débiles y relaciones indirectas que

implican que un tercero sirva de puente; respondiendo a estos diversos tipos de relación se utilizan diferentes tipos de flechas que son de fácil interpretación para cualquier persona que esté observando el sociograma; esta es una ventaja para la socialización del trabajo realizado por el investigador a través de este instrumento, ya que lo que se busca es que la organización se empodere de los resultados del análisis realizado y que lo utilice como insumo, para construir estrategias de fortalecimiento comunicacional, vale decir que precisamente es lo que propone el Diplomado en su fase final.

Se puede definir una estrategia como una serie sistemática y bien planificada de acciones que combinan diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto u objetivo, utilizando los recursos disponibles, en un tiempo determinado. Igualmente, una estrategia de comunicación es una serie de acciones bien planificadas que se propone lograr ciertos objetivos a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación. De esta definición se puede deducir que antes de empezar a pensar en la estrategia de comunicación se deben tener en cuenta objetivos muy claros. Estos objetivos ayudan a determinar el cómo enfrentar la solución de los problemas. Los objetivos son la base de la estrategia. Una vez que los objetivos están definidos, es necesario evaluar los recursos disponibles para perfeccionar la estrategia de comunicación. (Kamlongera y Mefalopulos, 2008, p.7).

De la anterior definición se desprende que dentro de esa "...serie sistemática y bien planificada de acciones que combinan diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto u objetivo..." (Kamlongera y Mefalopulos, 2008, p.7) es totalmente pertinente la utilización del sociograma para mapear y analizar las relaciones en red de la OSP, pues este es un insumo fundamental para determinar qué necesita la organización y con qué recursos cuenta.

## Conclusiones

El análisis de las Redes Sociales de Comunicación no debe reducirse al análisis de las plataformas digitales a través que actualmente sirven como ecosistema digital para los relacionamientos que antes estaban circunscritos a la presencialidad. Lo anterior no desconoce la preponderancia de la digitalidad en todos los aspectos sociales actuales, pero sí busca poner de presente que las Redes Sociales de Comunicación, existen desde que el ser humano convive en sociedad, es decir desde que existe el ser humano, pues la vida en sociedad es característica determinante para afirmar que el Homo sapiens entró en escena.

El sociograma como instrumento para analizar las redes sociales de una organización o colectivo, presenta la gran ventaja de que por ser una representación gráfica con convenciones bastante “intuitivas” y construido sobre un plano cartesiano, puede ser interpretado sin ser un experto en dicho esquema, además permite que se utilice para empoderar a los miembros de la organización sobre las características, necesidades y posibilidades de esta, desde un escenario en el que se pone en evidencia y se hacen explícitos procesos comunicativos que se desarrollaban y se percibían sin que mediara un análisis comunicativo que los fortaleciera y por tanto fortalezca a la OSP.

El investigador social debe trabajar con la comunidad, siempre abriendo el espacio para que dicha comunidad sea sujeto de su propia transformación, para ello metodologías como la Investigación Acción desde una perspectiva sociopráctica, permite la inclusión de diferentes técnicas e instrumentos que la misma investigación, la misma realidad y las mismas necesidades metodológicas exigen.

### Referencias

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies. En: Papeles del CEIC, (1), pp. 1-24. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Vizcaya, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76512779009>
- CIMAS. (2010). Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. Manual de Metodologías participativas (p.27). [http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual\\_2010.pdf](http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf)
- López, J. y Salgado, D. (2012). Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/10861>
- Kamlongera, C., y Mefalopulos, 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>