

Estrategia desde la Comunicación Participativa en la Organización Social Participativa
“Asograng”

Daniel Fernando Hilarión Mayorga

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

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

Sociología

2024

Resumen

El interés por el análisis y fortalecimiento de las redes sociales de comunicación para la asociación Asograng, comienza por crear redes sociales comunicativas en los espacios sociales, culturales o económicos que hacen parte de la comunidad, pues existe debilitamiento en las redes sociales de comunicativas, correlacionados con los procesos históricos, participativos y de injerencia social de los actores miembros de la organización, los actos a realizar son la construcción de medios sociales de comunicación que lleven a efecto los hábitos alimenticios y nutricionales, la producción y comercialización de alimentos orgánicos garantizando su inocuidad, la defensa de la soberanía alimentaria y la conservación de las semillas nativas y ancestrales, que se propone la asociación en su misión y visión.

Por lo anterior dicho, la estrategia comunicacional proyecta la participación utilizando la comunicación comunitaria y comunicación popular, que tienen como fin el turismo agroecológico, sembrar alimentos sin químicos y su consumo, enseñar técnicas de cultivo limpias, además, ayudar a contribuir al cuidado del medio ambiente y la prevención del cambio climático.

Por consiguiente, para hacer el procedimiento de fortalecer las redes sociales de comunicación de la asociación, hubo de ser necesario distinguir entre las conexiones sociales internas de la huerta y las conexiones sociales externas halladas en la comunidad, de manera que utilizando derecho a participar, la localización de grupos, la accesibilidad de los agentes, como también, la comunicación comunitaria y la comunicación alternativa, se construyan relaciones sociales con base en vínculos primarios, participativos, e incluso, conectando vínculos secundarios, consiguiendo la concientización y la sensibilización e importancia del cuidado del

medio ambiente, el cambio climático, utilizando redes sociales, actores e instituciones como lo son colegios, universidades, organizaciones externas, públicas, privadas, etc.

La asociación tiene una estructura organizacional vertical, sin embargo, en la práctica, las redes sociales internas, del mismo modo que los vínculos externos se organizan de manera horizontal, centrados en las conversaciones de la comunicación alternativa, la comunicación popular y la comunicación para el desarrollo, en consecuencia, intenta crear uniones de las redessociales, más sostenibles y sustentables con el apoyo hecho por voluntarios, instituciones, pues, son los actores más participativos y los principales apoyos entre la asociación y los espacios políticos, sociales, culturales, económicos, etc., que lleguen a fortalecer las redes sociales de comunicación de la huerta.

Palabras clave: Comunicación, Participativos, Comunidad, Redes, Espacio.

Abstract

The interest in the analysis and strengthening of social communication networks for the Asograng association begins by creating communicative social networks in the social, cultural or economic spaces that are part of the community, since there is a weakening in the social communication networks, correlated With the historical, participatory and social interference processes of the actors who are members of the organization, the acts to be carried out are the construction of social media that carry out eating and nutritional habits, the production and marketing of organic foods, guaranteeing their safety, the defense of food sovereignty and the conservation of native and ancestral seeds, which the association proposes in its mission and vision.

For the above reasons, the communication strategy projects participation using community communication and popular communication, whose purpose is agroecological tourism, planting food without chemicals and its consumption, teaching clean cultivation techniques, and also helping to contribute to the care of the environment. environment and the prevention of climate change.

Consequently, to carry out the procedure of strengthening the social communication networks of the association, it was necessary to distinguish between the internal social connections of the garden and the external social connections found in the community, so that using the right to participate, the localization of groups, the accessibility of agents, as well as community communication and alternative communication, social relationships are built based on primary, participatory links, and even connecting secondary links, achieving awareness and sensitization and importance of care of the environment, climate change, using social networks, actors and institutions such as schools, universities, external organizations, public, private, etc.

The association has a vertical organizational structure, however, in practice, internal social networks, in the same way as external links, are organized horizontally, focused on conversations of alternative communication, popular communication and communication for the development, consequently, tries to create unions of social networks, more sustainable and sustainable with the support provided by volunteers, institutions, therefore, they are the most participatory actors and the main supports between the association and the political, social, cultural, economic spaces , etc., that strengthen the social communication networks of the garden.

Keywords: Communication, Participatory, Community, Networks, Space.

Tabla de contenido

Introducción	10
Aprestamiento	12
Conceptualización.....	15
Informe de Identificación y Conceptualización	18
Implicación.....	21
Informe Sociopráxico	21
Construcción	28
Informe de investigación.....	46
Proyección.....	52
Presentación de la Estrategia	52
Conclusiones	59
Referencias Bibliográficas	62

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de identificación general</i>	12
Tabla 2 <i>Ficha descriptiva</i>	15
Tabla 3 <i>Diario de campo</i>	23
Tabla 4 <i>Matriz de posicionamiento</i>	28
Tabla 5 <i>Matriz comparativa</i>	38
Tabla 6 <i>Fundamentos conceptuales y contextuales</i>	52

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Círculos Concéntricos, según Kahn y Antonucci (1980)</i>	54
Figura 2 <i>Inversiones del Componente Presupuestos Participativos</i>	54
Figura 3 <i>Sociograma Asograng</i>	58
Figura 4 <i>Conjuntos de Acción</i>	55

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	65
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	66
Apéndice C <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	67
Apéndice D <i>Enlace Entrevista Cualitativa</i>	68
Apéndice E <i>Preguntas Cualitativas</i>	69
Apéndice F <i>Registro Fotográfico</i>	71
Apéndice G <i>Link de la Devolución – Exposición</i>	74

Introducción

La estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional es un documento presentado como evaluación final del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación, opción de trabajo de grado del programa de sociología, el cual se realizó participando en la huerta Asograng con el propósito de iniciar el fortalecimiento de las redes sociales de comunicación, para lo cual se comenzó a realizar el ejercicio de exploración e investigación de las redes sociales comunitarias, los vínculos sociales, la comunicación popular, las relaciones de horizontalidad, agregado a lo anterior, hallar las redes sociales sostenibles y sustentables que existen en la huerta y la comunidad; de la anterior forma, encontrar los contenidos de la sociopraxis comunicativa, conllevando a reconocer la comunicación comunitaria, sus prácticas, estilos de vida, etc.

No obstante, el derecho a participar es un elemento fundamental para llegar a la participación comunitaria, asimismo, ayudar a encontrar cuáles son las redes sociales de comunicación que los actores utilizan más en la vida cotidiana, buscando las debilidades y problemáticas que podrían tener en la comunicación horizontal, la comunicación alternativa y la comunicación para el desarrollo.

Además, el concepto del derecho a participar analiza las debilidades, carencias o ausencias de las comunicaciones estables y sostenibles, insertas en el conjunto de comunicaciones populares, comunicaciones horizontales, como también, identifica las relaciones de tipo societal y comunitario, se localizan los vínculos sociales, culturales, educativos, participativos, primarios, secundarios, en la praxis comunicativa de los participantes.

La investigación de las redes sociales de comunicación, comenzará con los conceptos de red social, comunicación social y comunidad en relación con el entorno, fijadas en la densidad y

la accesibilidad de los espacios, en la jerarquía en las relaciones sociales comunitarias, los posibles conflictos con otros grupos o actores, para así lograr acuerdos, con base en la comunicación para el desarrollo, teniendo en cuenta la participación de la asociación en pro de la comunidad.

Es por lo anterior, que se hizo necesario aplicar el proyecto con base en un resultado fiable y que le fuera de utilidad a la asociación, teniendo en cuenta las alternativas o posibilidades actuales. La tesis que se explicita en este documento da a informar las prácticas, conceptos y los tipos de comunicaciones entre autores y actores de la asociación y la comunidad, que construyen el fortalecimiento de las redes sociales de comunicación como se presentará en este documento. El último resultado de la estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional es proponer la creación de un quiosco, una valla comunicativa y otra huerta comunitaria en un espacio cercano, que contribuyan a fortalecer los vínculos, redes sociales y la comunicación comunitaria y popular, por medio de la comunicación alternativa y horizontal.

Aprestamiento

Tabla 1

Ficha de Identificación General

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
OSP 1 Casa de la Igualdad de Oportunidades para las Mujeres. Ciudad Bolívar	Es una organización que presta orientación para el empoderamiento y bienestar, el fortalecimiento a grupos con el fin de mejorar la igualdad de oportunidades para las mujeres en Ciudad Bolívar.	Es una entidad que tiende a generar, construir, y hacer sostenible algún tipo de organización social. Tiene problemas susceptibles de investigar como red en la participación socio comunicativa en el sector, además, hace falta un refuerzo al respecto del uso de redes horizontales que puede afectar los factores comunicacionales y de redes en el sector. Teniendo en cuenta los conceptos de Ferdinand Tonnies, comunidad y sociedad (1887), es posible identificar en esta organización las relaciones de igualdad y concientización que han llegado a	Integrar mis conocimientos con la organización y la comunidad, con el contexto, las normativas y los lineamientos de la casa de la igualdad, para así encontrar como, desde la comunicación, se puedan realizar distintos enfoques con base en las redes sociales y, de esta manera, se pueda crear más conciencia ciudadana con respecto a la inclusión e igualdad de género	Al ser una organización en pro de la igualdad para la mujer, se tiene que tener en cuenta el género como el ser madre cabeza de familia, la edad, etc., la vulnerabilidad, las oportunidades, etc., para crear redes sociales de comunicación.

		lograr mediante el transcurso del tiempo. Lo anterior se puede ser identificado mediante el uso de la investigación – acción para explorar la casa para la igualdad de las mujeres es una que busca igualar las condiciones de género, dentro de comunidades complejas y muy variadas socialmente.		
OSP 2	Organización con enfoque social, que promueve valores, ayudas y apoyos a poblaciones vulnerables en la localidad de Ciudad Bolívar, destacando niños, niñas y mujeres.	Organización que, por su participación social, puede llegar a construir redes sociales de comunicación bastante amplias y, así, generar alto impacto dentro de la comunidad o comunidades cercanas, pues teniendo que en cuenta que esto implicaría “contar con un grupo cuya dinámica social busque mejorar las condiciones de vida colectiva desde ámbitos culturales, políticos, educativos, de bienestar social, entre otros” (López y Salgado,	Conocimiento de las redes sociales inmediatas de la organización con la comunidad, identificación de contextos y personas que hacen parte de la comunidad y la relación entre fundación y vida cotidiana para alcanzar los objetivos propuestos por la fundación.	Organización que tiene posibles dificultades con la implementación de nuevos procesos comunicacionales, dentro de marcos concretos como el arte y la comunidad, la creación de cultura y red social, además, la inclusión de nuevos escenarios que tiene la comunidad.
Fundación para la vida y la paz, Funvipaz				

OSP 3	Programa realizado con el fin de lograr la inclusión, el trabajo y la solidaridad de personas en condición de vulnerabilidad, realizando talleres, prácticas de estudiantes, profesores, vinculando personas a los programas que se ofrecen los sectores.	2012, p. 1) El programa tiene alternativas sociales y culturales, con las cuales se podrían crear redes sociales entre comunidades variadas, además, vincula la educación, el trabajo, llegando a temas como las vulnerabilidades, donde la comunicación tiene alto alcance en temáticas como crear comunidad, información, etc.; lo anterior, debería encausarse a “conocer y 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 (López y Salgado, 2012, p. 2), asignado nuevas definiciones de comunicación y alternativas de la comunicación.	El programa tiene oportunidades como fortalecer las redes de comunicación, en espacios realizados por personas que están vinculados a la academia, donde podrían encontrar distintas alternativas a las redes sociales verticales, también, la comunicación social puede ser solida por ser de una fuente fiable como lo son la teoría y la praxis respectivamente.	Las redes permanecen durante las sesiones o talleres, pero la praxis podría olvidarse en contextos cambiantes o muy diferentes de las temáticas propuestas, además, el uso de mecanismos alternativos como el arte, la pintura, etc., generan soluciones a corto plazo, pero no a largo plazo, lo que impide comunicaciones duraderas con el transcurso del tiempo.
-------	---	--	---	---

Nota. Información extraída de fuentes en internet y la visita a las organizaciones.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha descriptiva

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	La organización asograng tiene alternativas de desarrollo social, por cuanto representa una doble vía a los procesos verticales de algunas organizaciones y, de las cuales fomentar la participación de otros grupos o individuos, con base en la comunicación para el desarrollo, desde el derecho a participar, favoreciendo la práctica del trabajo, el involucramiento con otras universidades, añadiendo propuestas al apoyo por un desarrollo sostenible con el cambio climático, lo cual puede tener positivos efectos con respecto del cuidado del medio ambiente, al considerar que los "grupos sociales "como una pluralidad de individuos que se hallan en contacto los unos con los otros, que tienen en cuenta la existencia los unos de los otros y que tienen conciencia de cierto elemento común de importancia" (Gallego, 2011, p. 115)
Objetivos o intenciones de ayuda social.	Comunicación para el cambio social (CCS) y la comunicación comunitaria (CC) (López, 2012), basándose en el derecho a la participación social, desde significados propios elaborados en el diálogo, al servicio de la comunidad, por medio de incentivar el consumo de productos orgánicos sin químicos y el reconocimiento con otras entidades como promotoras del cambio.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	Identificación, reconocimiento de espacios Tiempo de duración tres semanas Indagación: reconocimiento de la granja, tiempo de producción de los productos, clasificación de productos y búsqueda de voluntarios. Para llegar a un fortalecimiento eficaz y efectivo de la organización, de deben conocer las condiciones presentes de la granja, sus cualidades, necesidades actuales e informar a posibles interesados en realizar práctica o visita al lugar y dar un taller introductorio para la concientización acerca de las granjas comunitarias, su compromiso con el cambio climático y la importancia de comprar alimentos orgánicos. Segundo momento Crear contenido que viaje por las redes sociales virtuales, favoreciendo la promoción de la cultura ambiental, llegar incluso a instancias como promover la visita de estudiantes o dar charlas para que las personas se den cuenta de la importancia del medio ambiente o la búsqueda de organizaciones que garanticen las actividades de la huerta, en participación materiales e insumos. Tercer momento Realizar una publicación, en un medio de comunicación masiva o local, las actividades que se están promocionando, además, realizar la publicación con el fin de que perdure con el tiempo y sea útil a la organización al mostrar sus productos, las prácticas, la comunicación

	<p>en red horizontal, la participación con el derecho a comunicar y la promoción de la cultura del cuidado del medio ambiente, responsabilidades con el cambio climático y el consumo de alimentos orgánicos sin químicos.</p>
<p>Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).</p>	<p>Personas voluntarias de la comunidad que participan con la venta de los productos, voluntarios de universidades nacionales e internacionales que han contribuido con tesis, además, entidades como el acueducto, estudiantes de la universidad nacional, el primer representante de la huerta es don Saulo Miguel Benavidez, director general.</p>
<p>Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)</p>	<p>El director informa que, actualmente están vinculadas poco más de diez personas, entre voluntarios de la comunidad, como también, voluntarios de otras universidades. La granja tiene una extensión de cuatro mil metros cuadrados,</p>
<p>Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.</p>	<p>Organización con redes horizontales, conformada con redes comunitarias y el director de la granja, coordina, juntos buscan incentivar a grupos internos y externos para la promoción de los productos y el apoyo de la granja como una organización</p>
<p>Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.</p>	<p>Los vínculos de la organización hacen parte de los grupos primarios, porque la comunidad inicio el proyecto Asograng, encontrando las necesidades que tienen con base en el consumo de alimentos orgánicos, la concientización del cuidado del medio ambiente, haciendo uso de redes sociales de comunicación con colegios, universidades nacionales y extranjeras y la búsqueda de apoyos con otras instituciones, como el acueducto.</p>
<p>Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.</p>	<p>La comunidad del barrio Arborizadora Baja, donde está ubicada la granja, participa con acciones como la producción de alimentos, la venta de estos, también, los integrantes interactúan con otras personas para dar a mostrar los productos, su calidad, en otras partes del país, mediante exposiciones en eventos, además, participan en convocatorias con entidades locales. La participación más extensa que tiene la organización son las universidades internacionales, donde se realizan trabajos de campo, se publican en tesis y se dan a informar cómo funciona la huerta asograng, sus redes sociales comunitarias, el tipo de comunidad en la que está ubicada el cómo se creó y como subsiste después de tanto tiempo.</p>
<p>Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.</p>	<p>El coloquio es el principal incentivo para llegar a acuerdos, entre estudiantes, partícipes de la comunidad y el director, que se dan entre vínculos primarios, donde se discuten temas principales como la búsqueda de nuevas técnicas de producción, como llegar a otros espacios donde puedan ser más tenidos en cuenta, junto con la búsqueda de posibles clientes potenciales para la compra de los productos de la granja y algunas implementaciones como la distribución del trabajo para la siembra y recolección de productos, como también, la participación para el mejoramiento o adecuamiento de la estructura interna de la asociación.</p>

Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	Las formas de comunicación social en la organización se asocian con vínculos primarios, pues, desde el comienzo de la organización, fue la comunidad quien tomó la iniciativa de crear la huerta, en las que no hubieron intervenciones con entidades con ánimo de lucro y se buscaron redes sociales de comunicación de tipo horizontal, buscando contribuir a la comunidad con un espacio que promueva una mejor percepción ciudadana de los riesgos como el cambio climático, el consumo de alimentos orgánicos y la importancia de cuidar el medio ambiente.
Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.	Identificación, reconocimiento de espacios Tiempo de duración 3 semanas Indagación: reconocimiento de la granja, tiempo de producción de los productos, clasificación de productos y búsqueda de voluntarios. Para llegar a un fortalecimiento eficaz y efectivo de la organización, de deben conocer las condiciones presentes de la granja, sus cualidades, necesidades actuales e informar a posibles interesados en realizar práctica o visita al lugar y dar un taller introductorio para la concientización acerca de las granjas comunitarias, su compromiso con el cambio climático y la importancia de comprar alimentos orgánicos.
Logros de proyectos exitosos.	Asograng ha sido participante de la creación de agricultura urbana y periurbana, agroecológica (AUPA), además, gestión para el reconocimiento en el plan de desarrollo. Integrante y cofundador de la red agroecológica del sur. Proyecto turístico agroecológico urbano ganador de la convocatoria. Fondetur, instituto distrital de turismo IDT (2021). Proyecto fondo Canoyote (2017). Exposición agroexpo (2011). Tercer puesto premio cívico por una Bogotá mejor (2011). Participación en el foro internacional sobre manejo de residuos sólidos (2009).
Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.	La organización tiene dificultades con base en la solidificación de redes de comunicación social duraderas, dentro de los componentes como lo son la comunidad, además, el director Saulo informó que la organización tiene problemas con la interrelación con participaciones formales o tecnificadas, en entidades locales o gubernamentales.
Otros aspectos para comentar.	La organización requiere la implementación de un plan de acción para encontrar las fallas comunicacionales a nivel comunal, también, a nivel distrital, porque la perspectiva de la granja es más como una organización que promueve prácticas alternativas, que como una organización que busca actuar localmente con base en los propósitos del plan de desarrollo local de Ciudad Bolívar, con premisas propias de la organización como el cambio climático, la importancia del cuidado del medio ambiente y el consumo de alimentos orgánicos.

Nota. Información elaborada con base en la recolección de antecedentes, comunicación con el director de la OSP y la información teórica de los artículos recomendados para la unidad.

Informe de Identificación y Conceptualización

La comunicación y horizontalidad que tiene la huerta asograng pertenece a la comunicación comunitaria, puesto que las redes primarias, conformadas con vínculos sociales cercanos, conllevan en el dos mil diez el inicio del proyecto de la huerta, con base en una comunicación alternativa, donde las redes de verticalidad no son tenidas en cuenta como un eje central, sino que proponen, sus integrantes, un cambio donde la experiencia, la práctica y el uso de alternativas como la información acerca del cambio climático o, además, tener cuidado del medio ambiente, signifiquen una oportunidad para encontrar otros estilos de vida, otras perspectivas, humanas, sociales y ambientales, con base en lo anterior, la comunicación que transforma se entiende desde “Este origen ha hecho que la se defina como el proceso de poner en común cierta información a través de medios por los cuales se traslada de un actor a otro de manera unidireccional” (López, 2012, p. 46), los medios hacen parte de las redes sociales digitales, parte de la comunidad o, además, de las redes de comunicación como, la comunicación cotidiana en carteles callejeros y la venta de los productos.

La huerta tiene diferentes dificultades para dar a conocer más sus productos, así como también, su misión y visión, porque es el núcleo que conforma la comunicación participativa que puede generar. Las redes sociales son débiles porque no hay una información clara acerca de conformar una red consistente que permita cohesionar a los individuos en lógicas de mirar a la huerta como proveedora de beneficios sociales como el consumo de alimentos orgánicos, por lo tanto “Desde el punto de vista sociológico, el aspecto más importante en la interacción es la calidad del vínculo que existe en la red de una persona, pues el contenido de un vínculo se refiere al contenido del flujo de comunicación a través de la red” (Requena, s.f., p. 143). La red social de la huerta comienza con la participación de los habitantes de la comunidad, quienes

están de acuerdo para comenzar el proyecto, unidos por valores como el compromiso, la responsabilidad o la solidaridad. Seguido del inicio del proyecto, es la búsqueda de apoyos, en los que universidades nacionales y, también, internacionales, participan para solucionar problemáticas de la granja.

La granja es un atractivo turístico para quien no la conoce, su más importante pilar es la comunicación horizontal, basada en el trabajo, el cuidado del medio ambiente, la unión, los saberes, creencias, con relaciones sociales primarias y sin ánimo de lucro, unificando las redes de solidaridad y apoyo en la comunidad y otras comunidades cercanas, teniendo en cuenta lo anterior dicho, la investigación acción de la huerta puede conllevar a “una red donde todos están vinculados con todos los demás, diremos que tiene densidad máxima” (Requena, s.f., p. 143).

La investigación acción que sería implementada con la huerta requiere de un análisis de la percepción social e incentivación a distinguir espacios que pueden transformar actitudes o pensamientos que podrían contribuir al cuidado del medio ambiente, a utilizar prácticas más sanas como visitar o apoyar lugares que promueven el cuidado de zonas verdes, humedales, etc., o apoyar a las personas que realizan este trabajo como don Saulo, el director de la huerta, en definitiva, la huerta necesita una incentivación para que los habitantes de la comunidad y otras comunidades cercanas promuevan una cultura más alternativa, mezclada con redes primarias, sostenibles y de gran facilidad para el alcance de muchos. Entonces, la reciprocidad encontrada como propicia para la organización es:

Grupo primario como un pequeño grupo social cuyos miembros comparten relaciones personales y duraderas Unidos por relaciones por relaciones primarias, por lo general, los individuos que pertenecen a un mismo grupo primario pasan juntos gran parte de su tiempo, ocupados en un conjunto amplio de actividades comunes y sienten que se

conocen entre sí bastante bien [...] A diferencia del grupo primario, el grupo secundario es un grupo social grande e impersonal cuyos miembros persiguen un interés o actividad específica (Gallego, 2011, p. 115).

Implicación

Informe Sociopráxico

La huerta tiene distintos medios de formulación de cambios sociales, culturales y comunicacionales, pues genera, en un primer momento, la idea de la ruralidad, donde se viven y se exploran procesos horizontales, intensificando iniciativas de promoción de prácticas acerca del cuidado del medio ambiente, entre las que se encuentran proteger la biodiversidad o crear un lugar de turismo agroecológico, comenzando con el derecho a participar. Estas iniciativas que se generan "desde abajo" llegan a dar a entender como una comunidad puede impulsar procesos de gestión de cambios totalmente sanos y positivos para la comunidad y otras agencias de alcance local o político que hacen parte de la conformación de red social comunicativa, en interacciones como lo llegan a ser “Este origen ha hecho que la comunicación se defina como el proceso de poner en cierta información a través de medios por los cuales se traslada de un actor a otro de manera unidireccional” (Zemelman, 1992, citado por Villasante, s.f., p. 2), que se pueden gestar en el día a día o en la participación social de la comunidad o la huerta.

Las redes sociales comunicativas que hacen parte de la comunidad, la huerta y los alcances políticos-ambientales, están directamente relacionados con el derecho a participar, con base en premisas como los progresos horizontales, buscando los objetivos de la misión y la visión de la asociación, que involucran acciones como la comunicación popular, comunicación alternativa y la comunicación para el desarrollo, las cuales intentan alcanzar mayor participación donde se tengan en cuenta más como ente comunitario, ya que “A continuación se inscriben las personas, grupos u organizaciones/instituciones seleccionados a menor o mayor distancia del centro según su cercanía o lejanía con respecto a ego” (Hein et. al, 2013, p. 62)”, previniendo o evitando la discriminación o la invisibilización hacia otros organismos.

La huerta utiliza la comunicación alternativa como manera de integrar a la comunidad en su participación comunicativa, más aún, la comunicación popular es producto de la interacción entre actores, uniendo redes de comunicación por medio del derecho a participar, en interacciones como la solidaridad, la cooperación, la comunicación horizontal.

La principal problemática de la huerta es encontrar comunicaciones estables y duraderas con el tiempo, además, los tópicos acerca de la conciencia ciudadana, el cuidado del medio ambiente y los medios sustentables de vida, tienen alta importancia al momento de crear las redes sociales de comunicación, porque son conceptos desconocidos por la comunidad y la huerta garantiza la participación libre y voluntaria en los escenarios y prácticas culturales, recreativos y ecológicos. Con relación a lo anterior, se llega a “Colocamos los grupos y sectores que son soportes de los vínculos, no en función de las relaciones sino en función de sus posiciones respecto a los condicionantes estructurales, y a sus condicionantes ideológicos”. (Martín, 2007, p. 130).

Los participantes de la huerta tienen muy variadas redes de comunicación, por lo tanto, es muy significativo, como la comunidad, desde su derecho a participar, puede transformar interacciones sociales de grupos secundarios, en relaciones sociales de grupos primarios, por medio de la comunicación alternativa, horizontal, a través del diálogo, con premisas como la sostenibilidad, el cambio climático, demostrando que la huerta genera comunicaciones más equitativas, dando oportunidad a espacios donde hay conversaciones más abiertas. Lo anteriormente expresado, correlaciona la interacción con base en: “El otro eje previo, pinza o enfoque, es desde las posiciones de cada agente o grupo, más estratégicas, programáticas, ideológicas, que se dan dentro de un tema y un territorio, en un momento dado (Martín, 2007, p. 129).

Tabla 3*Diario de Campo*

OSP: Asograng	Actividad: creación artística de anuncios	Fecha: 15/05/2023
Hora inicio: 2:25 PM	Hora finalización: 6:10 PM	Lugar: huerta Asograng
Participantes: director general de la huerta, subdirectora, personas que realizan voluntariado y yo.	Investigador: Daniel Fernando Hilarión Mayorga	
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo ¿Qué siente el investigador frente a lo observado?
<p>Red social</p> <p>La visita a la huerta se realiza el miércoles quince de mayo en horas de la tarde, en un clima frío, con probabilidad de lluvia. Soy bien recibido por don Saulo, el director de la huerta, el cual de buena disposición me hace seguir y me explica un poco del trabajo que se encuentra realizando con la siembra de los cultivos. Don Saulo me hace seguir a una sala de estar, donde me comenta que se llevan a cabo las reuniones que se realizarán en la asociación. Este es un lugar que tiene forma circular, hay varias sillas y está hecho con palos de caña, además, tiene algunas decoraciones artísticas como flamencos.</p> <p>La huerta es un lugar donde las redes sociales están conformadas con base en “El contraste lo constituye la representación de una red total, la cual es generada de manera descentralizada considerando la perspectiva de varios o todos los actores involucrados” (Díaz et. al,</p>	<p>La huerta está ubicada dentro de una urbanización y situada en una zona verde de gran extensión, está parcelada por lotes y cada lote tiene un tipo de producto. Al lado de la huerta se ubica un salón comunal donde se promueven gestiones comunitarias, entre estas, la promoción de la huerta como espacio comunitario, entendiendo que la huerta está inmersa en “un proceso de un primer reto en ver si es posible pasar a ámbitos de mayor envergadura, comunidades territoriales, estructuras de poder en la sociedad, etc.” (Martín, 2007, p. 127). Las personas que asisten a la huerta son personas que pertenecen a alguna organización como universidades, colegios, entre otros. El espacio promueve un ambiente cálido, silencioso, agradable e inmediatamente cambia la perspectiva de estar en la ciudad a estar en un espacio rural. La huerta es un lugar de mucho aprendizaje, tiene distintos tipos de plantas, productos, el domo simboliza el cultivo</p>	<p>Desahogo ¿Qué siente el investigador frente a lo observado?</p> <p>En la observación y participación realizada, encontré dos puntos de inicio clave y son las causas de las problemáticas de comunicación en red, en la comunidad y la comunicación social de la asociación, adentro y afuera de la huerta, las cuales son las oportunidades y las mejoras que la huerta necesita para fortalecer las redes sociales de comunicación. A continuación, explico cómo se hayan cada una y como interactúan.</p> <p>Oportunidades</p> <p>La huerta tiene varias oportunidades entre las que se encuentran, su localización y el apoyo comunitario, pues, al estar cerca de una urbanización, se generan vínculos de mayor confianza y credibilidad a la asociación el pro del cambio climático, la conservación del medio ambiente y la práctica agroecológica.</p> <p>La huerta es reconocida a nivel comunitario por promover un</p>

2007, p. 59).

En el lugar estuvieron los voluntarios que ayudan con la siembra y venta de los productos, son personas universitarias, tienen dos periodos académicos asistiendo a la huerta. Don Saulo me enseña una estufa artesanal, donde cocinan para los eventos, en el momento llega la persona que será entrevistada. La huerta se ubica junto a la junta de acción local, lo que le permite tener redes sociales más sostenibles y consistentes, dentro de la organización, esto se demuestra por la conformación de la jerarquía en la asociación, pues, los vínculos primarios tienen un nicho fundamental y es que reconocen como grupo su derecho a participar, con base en la misión y la visión de la asociación, creando vínculos externos por medio de la comunicación alternativa y sostenible, teniendo en cuenta la comunicación popular y la comunicación comunitaria que se interrelaciona en red social con base en “Es así como Olivier (2013) ha asignado a los círculos concéntricos atributos de cercanía o distancia geográfica con el fin de conocer, si las personas que conoce ego se encuentran en el mismo vecindario, en la misma localidad o ciudad, en otra ciudad del país o fuera del país” (Hein et. al, 2013, p. 62). Don Saulo me informa

tecnificado, es un lugar de constante aprendizaje, demuestra el grado de aculturación y dominio de las técnicas de cultivo. La huerta puede compararse con el estar en una red social comunal aparte, donde la comunicación alternativa está en todo momento, desde un saludo, hasta estar conversando durante el almuerzo, sin embargo, la huerta exteriormente es vista desde un punto aparte de los intereses más comunes de la urbanización, sin mucha importancia de parte de los intereses particulares, de esta manera se entiende que “Con un eje, pinza o foco, tratamos de capturar o iluminar una serie de situaciones estructurales, construidas, pero con profundidad heredadas, y que nos dan el contexto de los condicionantes macros (como la clase social, el marco, etc.)” (Martín, 2007, p. 128). Una de las debilidades en las redes sociales de comunicación de la asociación es crear conexiones cercanas, duraderas y sostenibles para crear más participación o vender los productos. La huerta se puede entender como un punto agroecológico, donde están mezclados los valores, las tradiciones y costumbres sociales, culturales o comunicativos de personas que buscan preservar medios alternativos, sustentables y sostenibles para

bien común como lo son la conservación del medio ambiente, la venta de productos agrícolas y un espacio para el aprendizaje y práctica agrícola.

La huerta se pensó como un lugar para transformar la conciencia social de manera positiva, haciendo uso del derecho a la participación, que con el uso de redes sociales horizontales se gestara la praxis comunicativa, desde la integración de la comunidad hacia la proyección del cuidado del medio ambiente.

Mejoras

La organización carece de una red social comunitaria y de participación consistente, que permita un buen uso de la comunicación popular y la comunicación para el desarrollo, además, existe poca participación social comunitaria, como efecto de una red social inconsistente de vínculos secundarios.

La huerta tiene otra opción de mejora en que sus productos son desconocidos para la mayoría de la comunidad y no hay una comunicación efectiva, promotora de la promoción de los productos y su producción, debido a que no hay suficiente conciencia comunitaria para crear una cultura de consumo de

que cuando al realizar los talleres para tomar decisiones acerca del futuro de la huerta, encuentra opiniones positivas de otros agentes o actores y, en consecuencia, las redes sociales se renuevan con la comunicación participativa y en comunidad, integrando en concepto de comunicación para el desarrollo, ampliando las redes y coberturas cuando llegan otros participantes a la asociación.

Comunidad

Don Saulo tiene cultivados distintos productos como el ají, lechuga, amaranto, entre otros, sin embargo, don Saulo quiere sembrar aguacate. La huerta tiene un domo que mantiene las condiciones climáticas del clima tropical. Don Saulo utiliza unas bolsas color negro para empacar el abono, que según me informa, es procesado con desechos orgánicos. Utiliza un sistema de riego con una manguera que suple agua a las siembras; la manguera al igual que el domo fueron donados y construidos con ayuda de entidades como universidades, algunas otras organizaciones, perviviendo así las relaciones de grupos primarios, con vínculos de comunicación para el desarrollo y la comunicación comunitaria, en correlación con los vínculos secundarios que están en organizaciones como el acueducto, como

la conservación del medio ambiente, intentado concientizar a la comunidad con respecto al cambio climático, el uso alternativo de alimentos sin químicos, además, de la búsqueda de redes horizontales teniendo en cuenta la pluralidad, la comunidad, las redes sociales cercanas y la comunicación para llegar a otros participantes desde el derecho a comunicar.

alimentos orgánicos y sin químicos.

La asociación no tiene una división del trabajo densa, lo cual complejiza la comunicación de la asociación con otras redes cercanas a la huerta, conllevando a redes sociales desequilibradas, donde hay participación, sin embargo, esta no es consistente y se encuentra reducida.

Comparación

La huerta produce distintos tipos de participaciones sociales comunitarias, comenzando con su fundación que nace del derecho a participar, sin embargo, las redes comunicativas que genera son poco visibilizadas por otros participantes, ya que la red social de la organización tiene vínculos primarios en su mayoría y los vínculos secundarios se encuentran en la comunidad, por lo tanto, es necesaria la intervención con prácticas con la comunicación comunitaria entre la comunidad y el intercambio de información de las redes sociales, de esta manera, lo anteriormente dicho significa que “Kesselring (2006) explora el potencial de movilidad de sus entrevistados por medio de la distribución de lugares en vez de personas a lo largo de los círculos concéntricos” (Hein et. al, 2013, 62).

ejemplo, teniendo en cuenta lo anterior, la comunicación social se debe entender en la lógica de “podría ser más justificable en psicología toda vez que las influencias para el cambio dependen de la conciencia que se tenga de los vínculos, pero en cuanto se llega a ámbitos mayores las cosas no dependen tan solo de lo que uno conoce” (Martín, 2007, p. 128)”. Seguido de lo anterior, don Saulo me informa que el tiempo estimado para la cosecha es entre seis y siete semanas para los productos sembrados en el domo, además, la siembra es realizada de manera manual, tarda aproximadamente quince minutos en colocar el abono en la canasta, acomodar la semilla y dejar que la planta crezca. Don Saulo dice que el regadío para las plantas lo abre cada dos días, esto para las plantas no tengan un exceso de agua y no afecte el crecimiento o la calidad del producto.

Añadiendo a lo anterior, Don Saulo explica que el domo produce un clima templado con el que se pueden sembrar otros productos como el ají, aguacate, entre otros. Don Saulo explica que el abono tiene que ser tratado antes de colocarlo en la matera e informa que los desechos orgánicos se dejan en un lugar donde, con mezcla de la tierra, se transformen en abono con

La gente más cercana a la huerta, reconoce a la asociación como ente participativo de la comunidad, sin embargo, los vínculos más cercanos se encuentran por medio de intermediarios como universidades, instituciones, entre otros, donde hay participaciones que perduran con el derecho a participar o promoviendo el espacio, o haciendo redes sociales más extensas con publicaciones en distintas plataformas sociales; por lo tanto, el derecho a participar existe con base en las relaciones de la huerta hacia la comunidad, pero poca participación voluntaria de la comunidad hacia la huerta, el concepto de red social se desarrolla, teniendo en cuenta que “Dabas (1993) se ha desarrollado, con gran eficacia en los tratamientos grupales, estos enfoques que inciden en que los problemas no son tanto de las personas en sí sino de las redes que los habitan” (Martín y Villasante, 2007, p. 127)

La huerta tiene distintas problemáticas comunicativas, entre las que se encuentran, una comunicación efectiva entre la comunidad y los participantes de la asociación y, básicamente, porque hay un debilitamiento de la comunicación comunitaria y

nutrientes y minerales naturales. Dice que este proceso puede durar hasta dos meses desde la mezcla entre desechos orgánicos y luego tener el abono fértil para la siembra.

Comunicación participativa

La persona, llamada doña Yolanda, que ayuda con algunas tareas de la huerta está sembrando lechugas no con tierra y abono como don Saulo, sino que los estudiantes implementaron un nuevo diseño que consiste en un sistema de siembra con base en un pequeño estanque donde la planta crece absorbiendo el agua del estanque. La señora dice que la lechuga está lista para consumir a los dos meses de haber colocado la semilla. Mientras tanto, los voluntarios están realizando unas pancartas para vender los productos de la huerta, para que sea más fácil la visibilización con otras redes, además, ayudan con temas logísticos de la huerta, como localización de eventos, búsqueda de recursos, participación comunitaria.

la comunicación popular, puesto que los contextos difieren con respecto a expectativas de los participantes, en el cómo se usa el derecho a participar y la manera como se entiende el concepto de alternativo, pues, las redes de comunicación implican tener más en cuenta las redes horizontales, el pensamiento u opiniones externas y cómo hacer que puedan llegar a aportar a la asociación. Con lo dicho anteriormente, se puede encontrar que “Podemos hacer una primera inicial, participadamente, por estas características, para luego verificar documentalmente donde sitúa cada cual, y que relaciones mantiene con los demás” (Martín, 2007, p. 128).

Nota. Elaboración con base en las visitas realizadas a la huerta y los referentes bibliográficos recomendados para esta unidad del curso.

Construcción

Tabla 4

Matriz de Posicionamiento

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Director de la huerta	Representante de los intereses de la huerta, genera vínculos con otros grupos en redes sociales primarias, comunicaciones horizontales, relacionando las redes comunitarias, de participación social, utilizando el derecho a participar como medio de expresión de otras realidades comunitarias, buscando alternativas para procurar el cambio social, el desarrollo, basando su trabajo en el cuidado del medio ambiente, la conservación de prácticas de cultivo manuales, es el primero en la línea de jerarquía dentro de la organización, las relaciones con sus subordinados	No aplica	No aplica	No aplica

	<p>son de confianza, cercanía y búsqueda de objetivos, encontrando así que “es además para los representantes políticos un sano ejercicio de democracia participativa, por ejemplo, cuando se incorporan de esta forma a la gestión municipal las necesidades y propuestas del resto de agentes sociales implicados” (Alberich et. al, 2009, p. 19).</p>			
Sub directora del huerto	<p>Representante encargada de ayudar con las decisiones para la huerta, es comunicadora social y entiende los procesos de comunicación horizontales y alternativos, para generar inclusión teniendo en cuenta el derecho a participar, con base en la comunicación comunitaria, rescatando creencias, actitudes y valores que</p>	No aplica	No aplica	No aplica

	<p>pueden ser tenidos en cuenta en espacios participativos, en localizaciones de alta densidad poblacional, con redes sociales primarias y utilizando estos insumos comunicativos para transformarlos en redes y fuentes de participación para la huerta y los actores.</p>			
Profesores y estudiantes de colegios	<p>Comunidad académica que hace uso del derecho a participar con base en las premisas de la comunicación popular, comunicación para el desarrollo y la comunicación alternativa, aportando ideas, saberes y conocimientos, con la premisa de “¿Quiénes serán los candidatos a quienes se dirigirán con mayor probabilidad los mensajes y los temas de</p>	No aplica	No aplica	No aplica

	<p>discusión?, ¿Por qué el grupo interactivo escuchará el mensaje o discutirá el tema seleccionado?, ¿Qué encontrarán los grupos interactivos de interesante y verdadero en los mensajes y los temas de discusión?” (FAO, 2008, p. 32).</p>			
Comunidad	<p>Personas cercanas a la huerta con premisas comunicativas, basadas en vínculos primarios, jerarquizadas por estratos y roles, con relaciones sociales cercanas, sin embargo, secundarias, utilizando la comunicación democrática y participativa, apropiando a la huerta como parte de la comunidad, en espacios alternativos y dinámicos de trabajo, lúdicos, recreativos, etc., reforzando los</p>	<p>Algunas personas de la comunidad, no tienen vínculos cercanos con la huerta, aunque saben que esta hace parte de la comunidad. Lo anterior, puede ser entendido, como unas redes sociales de tipo secundario, con las cuales hay otros tipos de interacción, que pueden hacer parte del tipo de comunicación dominadora, donde las instituciones son más cerradas, no hacen parte de la comunicación alternativa y los actores no tienen relaciones sociales cercanas o intereses en la participación</p>	No aplica	No aplica

	lazos de unión y sentido de propiedad de la concientización de la importancia de la huerta, en definitiva, realizando “En este punto del proceso se requiere una mezcla de análisis de datos, de experiencia y de creatividad para diseñar mensajes y temas de discusión efectivos” (FAO, 2008, p. 31).	en estos vínculos agroecológicos.		
Asociados comunitarios	Son agentes comunitarios que colaboran o hacen parte de la asociación, junto con las redes vecinales, formando vínculos primarios, haciendo uso de la implementación de costumbres, tradiciones, donde existen distintos tipos de comunicaciones, entre las que se destacan la horizontalidad de las redes, la creación de alternativas comunicativas en	No aplica	No aplica	No aplica

	<p>espacios como el comunitario, el popular, utilizando mecanismos y herramientas como “medios de comunicación locales, acudir a estructuras ya existentes tipo coordinadoras, Redes de entidades sociales, Plataformas, etc., captar información a través de los técnicos municipales, servicios de información, Consejos de participación, etc” (Alberich et. al, 2009, p. 13), buscando las alternativas que integren la misión y la visión propuestas por la asociación en espacios plurales y de mucho contenido informativo.</p>			
Voluntarios	<p>Son estudiantes universitarios que realizan prácticas académicas en la huerta en cuanto a la siembra, elaboración de procesos de</p>	No aplica	No aplica	No aplica

	<p>venta, entre otros. Sin embargo, también, realizan tesis, proyectos de grado etc., con los cuales construyen conciencia ciudadana de problemáticas como el cuidado del medio ambiente, la práctica agroecológica y conservación, buscando procesos de consensos con la participación agrícola, entre estos, utilizan “los medios de comunicación locales (radio, televisión y prensa) para la difusión” (Alberich et. al, 2009, p. 26).</p>			
Vendedores de productos al por menor	Vendedores de productos informales que podrían comprar productos sembrados en la huerta, para después, venderlos a la comunidad, además, podrían informar las preferencias y gustos de los	No aplica	No aplica	No aplica

cliente,
 dependiendo de
 la cantidad de los
 productos, así
 vinculando
 gustos,
 preferencias y
 conocer si a la
 comunidad le
 gusta participar
 con la asociación
 en la compra
 como en los
 procesos
 comunicativos y
 fines que se
 propone, los
 cuales llegarían a
 ser intereses de
 más redes
 sociales para que
 los alcances de la
 asociación, tanto
 así que “Un
 proceso
 participativo
 conlleva la
 devolución de la
 información a la
 misma población
 para que,
 debidamente
 apoyada por
 técnicas
 adecuadas, sea
 ésta la que
 profundice,
 priorice y
 planifique sus
 propias
 estrategias de
 superación”
 (Alberich et. al,
 2009, p. 35).

Vendedores de
 productos al por

No aplica

No aplica

Los
 vendedores

No aplica

mayor			de productos al por mayor no tienen intenciones de comprar los productos, además, no tienen vínculos cercanos con la huerta y genera relaciones verticales, lo cual no hace fácil la comunicación entre la huerta y estos grupos, donde no llegan a existir relaciones sociales de tipo primario, con redes de participación que no alcanzan a tener interacción con vínculos de la huerta.	
Otras entidades	No aplica	Iglesias: entidades parroquiales que pueden promover espacios para la venta de productos, la comunicación horizontal y la comunicación para el desarrollo que buscan los asociados de la huerta, sin embargo, participan	No aplica	No aplica

de manera externa, sus redes sociales de comunicación no llegan a ser parte de los vínculos primarios de la huerta, porque son entidades diferentes y la comunicación que tiene no genera los mismos fines u alcances sociales, comunicativos y de interacción social, porque son organizaciones que crean espacios sostenibles teniendo en cuenta elementos como lo son “Es necesario asegurar que toda la información pertinente sobre elementos demográficos y psicográficos de los grupos interactivos y sus percepciones de los problemas” (FAO, 2008, p. 31), buscando la unión de diferentes sectores con las iniciativas de promoción de la participación social externa.

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada de la asociación y los referentes bibliográficos recomendados para esta unidad del curso.

Tabla 5*Matriz Comparativa*

OSP	OSP Escogida para el ejercicio investigativo	OSP 1	OSP 2	OSP 3
Fines u objetivos (Misión y Visión)	Huerta Asograng	Hogar juvenil San Carlos	Asoprocampo	Aschircales
	Misión	Misión	Misión	Misión
	Misión	Ser el eje del mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad rural, mediante la orientación a los Hogares Juveniles Campesinos, a través de la formación integral apropiada de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes campesinos, para que sean líderes de sus comunidades y autores de su propio desarrollo y del cambio social que asegure una nueva Colombia en paz y sostenible.	Somos una Asociación que focaliza, estructura e implementa contextos de desarrollo en las áreas agrícola, pecuaria, piscícola, agroforestal, ecoturísticas y de formación, mediante las líneas de gestión, ejecución de proyectos y asistencia técnica. La organización trabaja de manera permanente con calidad para el desarrollo del campo colombiano mediante estrategias de competitividad, sostenibilidad ambiental y equidad social.	Somos una organización orientada a la prestación de servicios integrales Agrícolas de excelente calidad; ofreciendo productos orgánicos y saludables garantizados por la implementación de prácticas agrícolas tradicionales, fundamentándo se en valores éticos, comunitarios y sociales e impartiendo la solidaridad con el fin de minimizar el impacto y la degradación del medio ambiente.
	Contribuir al cuidado del medio ambiente, fomentando en la comunidad la separación en la fuente de los residuos orgánicos para posteriorment e ser transformado s en la huerta en abonos y sustratos, fomentar los buenos hábitos alimenticios y nutricionales, la producción y comercializac ión de alimentos orgánicos garantizando	Visión	Visión	Enfocados en la
		En el 2023 la Fundación HJC estará posicionada como una institución dinámica e incluyente, abierta a las alianzas estratégicas con entidades oficiales y particulares, con parámetros de excelencia para mejorar la calidad de vida de las familias y comunidades campesinas, mediante el	Asoprocampo en el	

<p>su inocuidad, la defensa de la soberanía alimentaria, la conservación de las semillas nativas y ancestrales, la realización de convenios con colegios, universidades sobre voluntariado, investigación, permitiéndole al estudiante realizar actividades y proyectos de grado y trabajo social, personas que quieran aprender y adquirir experiencia en procesos y técnicas de cultivo.</p>	<p>crecimiento personal, la formación empresarial, la producción rural limpia y con tecnología apropiada, a través de la orientación a los Hogares Juveniles Campesinos.</p>	<p>2020 será una organización reconocida a nivel regional y nacional en ejecución de proyectos productivos de gran impacto social y económico en el marco de las nuevas políticas públicas de posconflicto, nueva ley de tierras y demás normas que apuntan al desarrollo del campo colombiano con justicia social en un marco participativo de los principales actores del sector rural nacional. En el ejercicio antes expuesto impulsaremos el desarrollo del recurso humano como potencial desarrollador de estos nuevos marcos normativos.</p>	<p>inclusión social por medio de proyectos que buscan ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas mediante la educación y la alimentación agroecológica.</p>
<p>Visión</p>	<p>Visión</p>	<p>La asociación Aschircales para el año 2025 proyecta ser reconocida a nivel distrital como una organización posicionada en las buenas prácticas de agricultura y minimización del impacto ambiental ofreciendo un espacio atractivo e instructivo como punto turístico en la capital, además de ser Orientadora y generadora de convivencia por medio del desarrollo comunitario.</p>	
<p>Ser una organización sin ánimo de lucro que promueva la soberanía alimentaria e incentive procesos</p>			

	comunitarios en torno al aprendizaje de prácticas relacionadas a la agricultura agroecológica, resaltando la importancia del cuidado del medio ambiente para las futuras generaciones, que involucre personas interesadas en cultivar su propio alimento.			
Localización	Bogotá, Ciudad Bolívar	Urrao, Antioquia	Cartagena, Colombia	Bogotá, localidad Rafael Uribe Uribe
Miembros	Saulo Miguel Benavidez (director general), Doña Aura (subdirectora general), asociados.	La comunidad, la iglesia católica y profesionales.	Los Entes Nacionales en nuestras regiones mediante convenios, asociatividad empresarial, estructuración de proyectos de inversión, y asistencia en la socialización de estos mediante acciones transparentes, éticas y solidarias.	Representante legal, representante fiscal, gestora social, tesorera, gestora social y gestor de alianzas.
Proyectos desarrollados	Proyecto turístico agroecológico urbano, proyecto fondo	Libros físicos, electrónicos, en donde se recopila el trabajo y experiencia desde la creación de la fundación.	No aplica.	Servicios integrales agrícolas, agricultura Urbana, turismo

	Canoyote, exposición en agroexpo, participación en el Foro internacional sobre manejo de residuos sólidos, gestión para el reconocimiento en el plan local de desarrollo.			responsable
Aliados	Fondetur, red agroecológica del sur, red de agricultura urbana y periurbana agroecológica	La iglesia católica, donadores, Unad, Corferias.	Grupo de campesinos, técnicos y profesionales de ciencias agropecuarias	Estudiantes universidad minuto de Dios, la comunidad (padres, hijos).
Antigüedad	16 años	Cuarenta y un años	Fundada el día 19 de julio de 2012 (11 años)	Diez y seis años
Descripción de sus redes sociales	Las redes sociales de la asociación comienzan con la comunicación horizontal, aunque, desde su conformación se jerarquice como una comunicación vertical. Lo anterior dicho se lleva a cabo por la comunicación alternativa,	Las redes sociales están integradas de manera jerarquizada, donde reciben apoyos externos para fortalecer los vínculos de la organización, con base en la unión de la familia, que se conforma con vínculos primarios, seguido de la intervención de profesionales y la formación de la enseñanza de los valores de la iglesia, junto con el la educación de los estudiantes. Las anteriores redes conforman vínculos fuertes entre la	La asociación tiene vínculos sociales comunitarios, sus redes sociales están jerarquizadas y tienen una conformación, social y política; dentro de las redes sociales de comunicación se encuentran la comunicación participativa, la comunicación alternativa, puesta en práctica por redes sociales horizontales, que se comienzan a construir con los saberes y creencias	Las redes sociales de comunicación que la asociación contiene en su conformación interna, son iniciadas con la solidaridad y la esperanza, pues, sus integrantes son personas afectadas por la clausura de las ladrilleras, pero doña María, junto con sus cinco hijos,

<p>iniciada con la conformación de la huerta como espacio de la comunidad. La primera red social que encuentra la huerta es la comunidad, por lo que esta red comunitaria se desarrolla con base en la comunicación popular. La asociación hace uso del derecho a participar en otros espacios, en los que promueve la misión y la visión propuestas, los lugares de participación más característicos son los colegios, las asociaciones externas que permiten la participación, apoyos o integración de la huerta con otras redes locales o distritales.</p>	<p>comunidad y reconocimiento, hallados en la participación, el derecho a comunicar y expandir redes sociales en otros lugares, departamentos, utilizando para la comunicación, el desarrollo sostenible, la comunicación alternativa y la comunicación comunitaria.</p>	<p>de la comunidad, con base en expectativas como la esperanza, conllevando a que la comunicación para el desarrollo incentive los procesos de comunicación internos, pues, la densidad de los grupos corresponde a personas maduras, las cuales son más conscientes de la importancia de la asociación y, por lo tanto, las redes sociales comunicativas que pueden crear son más estable y duraderas.</p>	<p>mediante el derecho a participar, hacen uso del espacio, apropiando tipos de comunicaciones artísticas, solidarias, que garantice las redes sociales comunicativas que alcanzaron a formar, para mantener su unidad y, así, seguir conformando la comunidad. La comunicación social de la huerta es alternativa, participativa y busca lazos de horizontalidad, donde se tengan en cuenta problemáticas como la clausura y los efectos que pudo haber ocasionado como el desempleo, acceso a recursos, etc., por lo tanto, su principal objetivo se encuentra en la comunicación comunitaria, orientando los</p>
--	--	---	---

Entre las anteriores redes sociales se integran otras redes familiares y vecinales con el propósito de contribuir a la huerta. Los actores más representativos y que tienen una participación mayor para contribuir a los objetivos de la huerta, son los voluntarios de las universidades, pues, llegan a realizar comunicaciónes muy precisas y consistentes para la asociación, mediante tesis, audiovisuales, prácticas, etc. Las primeras redes mencionadas tienen relaciones sociales con base en vínculos primarios, las

vínculos con las relaciones sociales primarias, centradas en el amor, la dedicación, el optimismo, coadyuvando los vínculos de lazos fuertes anclados exteriormente, como la participación de los estudiantes de la universidad minuto de Dios.

	<p>redes secundarias existen, sin embargo, funcionan a nivel externo, en las redes locales o distritales de huerteros, los colegios y las universidades</p> <p>.</p>			
Tipo de comunidad ética	<p>La asociación tiene que llevar reportes de las actividades realizadas ante organismos del distrito, con la junta de acción local, promueven las actividades de la huerta dentro de un marco de respeto por las creencias de los demás. La participación en la huerta es voluntaria, no obliga a nadie a estar en la asociación y promueve algunos conceptos en</p>	<p>Asociación fundada en los valores, de la iglesia católica, con premisas hacia el desarrollo sustentable, la educación de la población campesina. El trabajo, la práctica rural orientada a preservar la juventud, la infancia, la familia, apoyados por redes externas como las donaciones, la intervención de vínculos sociales donde prima el diálogo, la intervención, teniendo en cuenta relaciones de horizontalidad, centrandose la intervención en la comunidad misma, en las oportunidades o debilidades y la densidad de las redes.</p>	<p>La densidad de los grupos conlleva a tipos de comunicaciones sociales con base en la solidaridad, el respeto, la colaboración, unidos por alcanzar la comunicación incluyente y la comunicación para el desarrollo, guiados por orientaciones conjuntas como el derecho a participar, la comunicación horizontal, el respeto de las creencias y sabidurías de cada miembro, hallando honestidad entre el que hacer y el saber hacer, correlacionando la ética con las prácticas de la asociación, contenidas en la comunicación participativa, haciendo uso del derecho a comunicar</p>	<p>La asociación Asochircales es una organización que centra sus objetivos en la comunicación para el desarrollo, con premisas alternativas y de horizontalidad, que lleguen a crear inclusión social, ayudando a que la comunidad cree espacios, escenarios que eviten o contrasten el conflicto con la igualdad y la justicia. Partiendo de lo anterior, la importancia ética de la organización se inicia con la comunicación para la</p>

<p>tela de juicio para el siglo veintiuno, como la conservación de semillas nativas y ancestrales, la comercialización de productos orgánicos y fomentar los buenos hábitos alimenticios. Las anteriores prácticas hacen posible una comunicación sana y positiva para la comunidad, teniendo en cuenta la conciencia social de la población y la sensibilización con respecto a temáticas globalizadas y que son foco de políticas públicas en Bogotá.</p>	<p>y, de esta manera, se reproduzcan en otros escenarios sociales o políticos como los espera la organización.</p>	<p>transformación social, a partir de valores como la transparencia, multiculturalidad, compromiso, tolerancia, integridad y trabajo en equipo. Lo anteriormente dicho, es producto de unas redes sociales de comunicación primarias que, desde sus experiencias y expectativas, crean accesibilidad para que otros actores participen aportando experiencias, aumentando la densidad de las redes y haciendo de la huerta un lugar recíproco para aplicar la práctica del trabajo y la conformación ética que se propone como organización.</p>		
<p>Fuentes (de dónde extrajo la información para</p>	<p>Visita presencial a la huerta asograng, estudio del</p>	<p>Informe-de-gestion-2022.pdf (hogaresjuvenilescampesinos.org)</p>	<p>ASOPROCAMPO - Asociación de Campesinos Productores y Comercializad</p>	<p>Nuestra Asociación asociacionaschircale</p>

esta matriz o tabla)	territorio y las redes sociales de comunicación que la componen.	Ores de Productos Agropecuarios de Colombia
----------------------------	---	---

Nota. Elaboración propia con base en la información recolectada en internet y la información recogida de la asociación en estudio.

Informe de Investigación

La OSP se integra en los distintos escenarios donde participa, compartiendo y haciendo uso de dos tipos de comunicación que son de especial importancia para la PSO, el primer tipo de interacción que genera es la comunicación popular, que se entiende como el sistema de relaciones sociales externo y que necesita tener en cuenta para crear más vínculos en comunidades distintas, además, llegar a la población objetivo para hacer efectiva la misión y la visión propuestas; el segundo de tipo de comunicación, muy importante es la comunitaria, donde encuentra las relaciones socio humanísticas, complejas, las relaciones del poder, de autoridad, etc., de esta manera, encontrar cuales nodos puede ayudar a la asociación fortalecer las redes sociales comunicativas. Dicho lo anterior, integrar a un individuo o grupos, implica "que involucran momentos de producción, circulación, intercambio —desigual— de significaciones, enmarcados cultural e históricamente, y que pueden ser, o no, mediados por tecnologías" (Lopez, 2012, p. 46).

La asociación tiene una cultura organizacional donde construye la armonía, con base en los vínculos primarios, con las relaciones de confianza, solidaridad, protección por el otro, la comprensión, dejando de lado, el autoritarismo, el egocentrismo, apoyando las comunicaciones horizontales y creando diálogos para la comunicación alternativa. No obstante, la primera necesidad de la asociación es encontrar la manera de cómo hacer uso del derecho a comunicar,

teniendo en cuenta los escenarios, las situaciones y los actores de un momento en específico y el cómo alcanzar la misión y la visión propuestas considerando los actores, recursos, etc.; por lo anterior, crear vínculos con base en los intereses de la asociación, comenzando con relaciones democráticas, justas y participativas, aumentan las posibilidades de que los grupos continúen siendo miembros de la asociación, ya que cada grupo, familia, entidad, debe ser reconocido “como una pluralidad de individuos que se hallan en contacto los unos con los otros, que tienen en cuenta la existencia los unos de los otros y que tienen conciencia de cierto elemento común de importancia” (Gallego, 2011, p. 115).

Existen elementos fundamentales para tener en cuenta al intentar fortalecer las redes sociales de comunicación de la OSP, la primera es la localización de los vínculos, pues, dentro de la organización se encuentran la comunicación alternativa, en tanto, son las redes más consistentes para la organización, el segundo componente es la accesibilidad de esos vínculos con la organización, es decir, en qué contribuirían o podrían contribuir para fortalecer las redes y el tercer punto fundamental es la densidad de las redes sociales, teniendo en cuenta en su grado de durabilidad, permanencia y adaptación al cambio, de esta forma, se llega a “El contraste lo constituye la representación de una red total, la cual es generada de manera descentralizada considerando la perspectiva de varios o todos los actores involucrados” (Díaz-Bone et. al, p. 62).

El primer espacio común para hallar la comunicación horizontal dentro de la huerta, es el lugar de encuentro, donde se conversa, se interactúa, se abren los espacios a la dimensión del saber, del conocer y del aprender, pues, este sitio rescata las costumbres y tradiciones rurales, además, genera ideas, motivaciones y aspiraciones de los integrantes en la asociación. La primera forma de manifestación de la comunicación participativa se encuentra en la información que los integrantes de la huerta pueden aportar para el momento, teniendo en cuenta que existe

pluralidad en saberes, conocimientos y destrezas. Sin embargo, no es el único componente que se llegan a tener en cuenta, porque es más importante para la organización conseguir alianzas, en otras instituciones, otras entidades, etc. De lo anterior dicho se destaca lo siguiente “conductas o para transferir tecnologías, y (c) concepción de lo comunicacional como un instrumento de solución de problemas sociales más amplios y no como un elemento de toda cultura humana” (López, 2012, p. 49).

Los hechos acerca de la comunicación participativa, tienen un punto de inicio muy característico y es la confianza, por lo tanto, las relaciones sociales internas, son representadas mediante los vínculos primarios, seguidamente del derecho a participar, el cual se da entre un rebatimiento entre quién tiene la razón y cuáles son las ventajas o desventajas de la población para llegar a acuerdos; los acuerdos son la terminación de toda sesión e incluyen tanto los objetivos a corto plazo pactados y la distribución de deberes y actividades a cada uno de los miembros participantes para cumplir estos. En resumen, Villasante y Gutiérrez (2007, p. 127) indican que la comunicación de los grupos se reduce a “con gran eficacia en los tratamientos grupales, estos enfoques que inciden en que los problemas no son tanto de las personas en sí sino de las redes que los habitan”.

La huerta es un espacio que no genera problemáticas a la población, como censuras, sesgos o alguna otra tipicidad de la cual pueda dudarse hacia esta, la armonía social es notable, siempre y cuando la asociación siga cumpliendo con los estándares de calidad y reglamentación que la conforman jurídicamente. El consenso se produce cuando la comunicación social de la organización llega a participar con temáticas relevantes de alguna comunidad y comienza a tener credibilidad, con el dar a conocer el trabajo que realizan, no obstante, la armonía social es producida por el grado de fiabilidad de parte de la asociación con los nuevos agentes que

distinguen la huerta; en la interacción social de agentes externos e internos coexiste reciprocidad y el conflicto, porque el disenso es el punto para unir o desunir las redes sociales de comunicación y los vínculos, por lo tanto, para fortalecer las redes sociales de comunicación. Con lo anterior dicho se da a entender a la comunicación social, las redes y los vínculos como un fenómeno que comienza con “Otra característica de una comunidad es su interacción fundada en valores, significados, fines y expectativas compartidas” (López, 2012, p. 53).

El conflicto comienza cuando hay desacuerdos, conflicto de intereses entre miembros internos o externos de la organización, sin embargo, este sucede, primeramente, de manera externa, en la manera de ingresar a el acceso a los recursos que oferta el distrito, la alcaldía local o algunos organismos que incentivan este tipo de asociaciones. El conflicto se produce por la exclusión de la asociación con incentivos que podría servir a la huerta, básicamente, los vínculos de la organización no tienen conexiones fuertes con grupos que puedan proveer de medios físicos, intelectuales, entre otros y, de esta manera, haciendo uso del derecho a participar, obtengan puntuaciones altas y lleguen a incrementar las redes sociales y a producir eco con base en la comunicación alternativa, sostenible y la comunicación horizontal. Por lo tanto, es de importancia considerar, características de las redes sociales, como las siguientes “un primer reto está en ver si es posible pasar a ámbitos de mayor envergadura, comunidades territoriales, estructuras de poder en la sociedad, etc.” (Villasante y Gutiérrez, 2007, p. 127).

La recomendación es incentivar más los diálogos internos con base en nociones propias de una industria agrícola moderna, tener las comunicaciones centradas únicamente en los objetivos que solicita para el momento y entender los vínculos como redes posibles de gestionar de manera escalonada, también, entender la comunicación horizontal y alternativa como dos fuentes reales y sostenibles de la organización. El uso de comunicaciones formales es un buen

elemento para hacer saber a la comunidad como la asociación tienen una conformación real, jurídica y que busca soluciones en pro de la comunidad. Lo anterior, exteriormente se entiende como las formas y contenidos de:

(temporal y local) que de «dato en sí» (a fotografiar); tienen también caracteres múltiples, al ser reflejo de estructuras económico-ecológicas tanto como de luchas de ideologías o como sentimientos emocionales; y además hay influencias de la vida cotidiana más local tanto como lo que le llega de la globalidad en la que vivimos (Villasante y Gutiérrez, 2007, p. 127).

La comunidad es la primera fuente de red, la comunicación popular es la identificación de la red y los vínculos son la manera como esa red social puede llegar a crear consensos, acuerdos y expandir los objetivos, la misión y la visión de la asociación. La red se fortalece con la localización en que se encuentran, entre contextos distintos, costumbres y comunicaciones. Hay que considerar hasta qué punto una red es útil, debido que hay redes que por la distancia o por la pérdida de comunicación no se convierten en muy útiles. También, los nodos son muy fundamentales porque identifican cuál de los actores es más representativo para usar en la red, desde un punto de vista sociológico y comunicacional. La integración de los vínculos primarios, no deben superar las expectativas, más que las impuestas por la asociación mismas; por el contrario, mantener vínculos secundarios, guiados o dirigidos por el canon de la normatividad para evitar posibles rupturas o deficiencias en la red. De lo anteriormente expuesto, se entiende que el fortalecimiento de la red implica un proceso conjunto con:

El grado de control que los individuos tienen sobre el proceso de investigación-acción; 2) el grado de colaboración en la toma de decisiones que existe entre los investigadores profesionales (externos) y los miembros de la comunidad; y (3) el nivel de compromiso

de los participantes de la comunidad y los investigadores externos, con el proceso de investigación y cambio social (Balcazar, 2003, p. 65).

Proyección

Tabla 6

Fundamentos Conceptuales y Contextuales

Fundamentos conceptuales	Fundamentos contextuales
Derecho a participar	Comunicación popular
Relaciones de horizontalidad	Comunicación comunitaria
Localización	Comunidad
Accesibilidad	Comunicación alternativa
Densidad	Vínculos (Confianza, temores, solidaridad, etc.)
Grupo primario	Red social
Grupo secundario	Jerarquía de las redes

Nota. Elaboración propia.

Presentación de la Estrategia Comunicativa

Lo primordial para comenzar a reconocer cuáles pueden ser las debilidades de la huerta son los vínculos cercanos a no mayor a cincuenta metros, porque en este punto están las relaciones de accesibilidad, donde se pueden encontrar los grupos primarios, además, las relaciones sociales fuertes, con comunicaciones propias de los grupos y su interacción, compartiendo mensajes por medio de expresiones kinésicas, orales, textuales, emocionales, morales, etc., por lo anterior, crear vínculos con base en las necesidades de la asociación, comenzando con relaciones democráticas, justas y participativas, en tanto que:

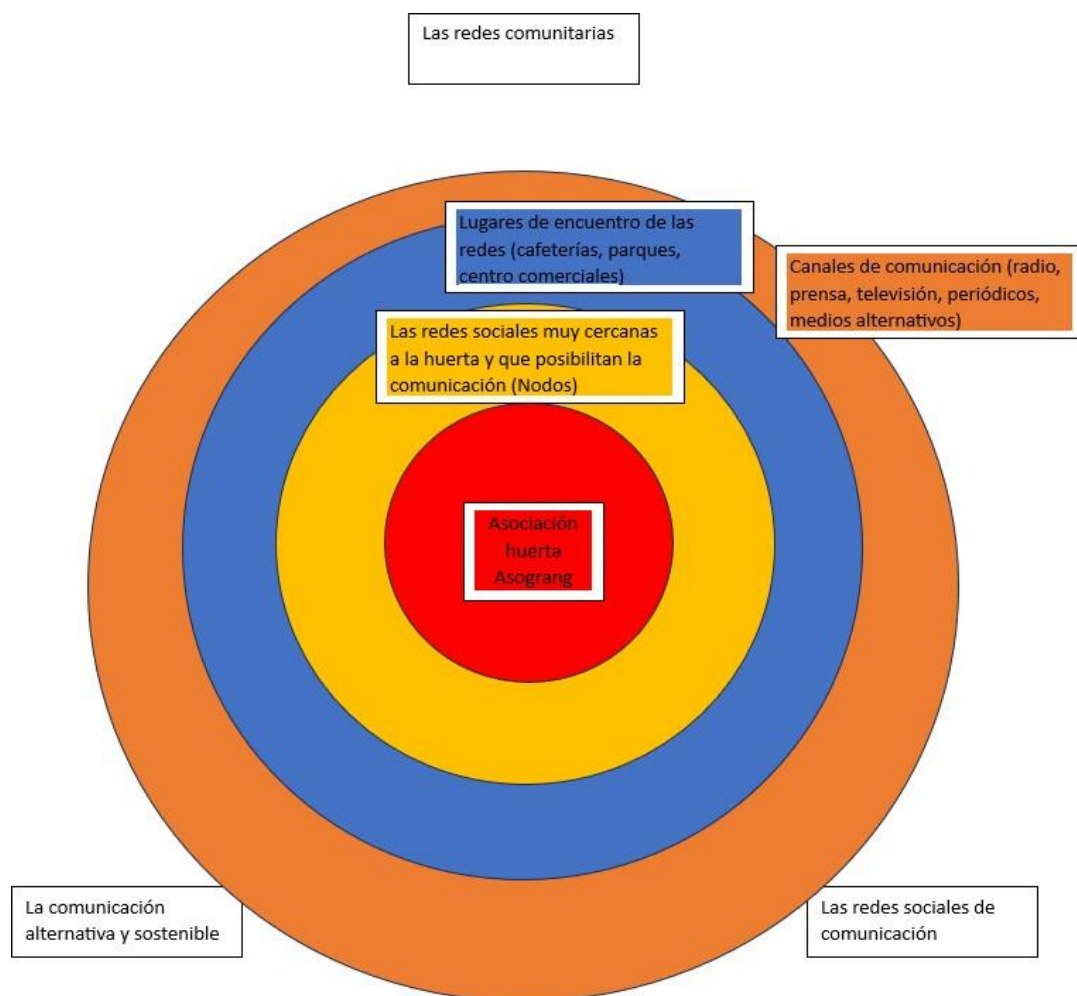
El grupo primario como un pequeño grupo social cuyos miembros comparten relaciones personales y duraderas Unidos por relaciones por relaciones primarias, por lo general, los individuos que pertenecen a un mismo grupo primario pasan juntos gran parte de su tiempo, ocupados en un conjunto amplio de actividades comunes y sienten que se conocen entre sí bastante bien (Macionis y Plummer, 2011, p. 149).

Con la anterior forma de comunicación en red, la comunidad entiende las comunicaciones desde la experiencia, sus vivencias y percepciones del exterior, por lo tanto, se puede deducir que para que haya una comunicación eficaz se necesita que la gente crea en los mensajes y, esto se logra teniendo en cuenta las posibilidades de los actores para informarse y continuar con las reproducciones de la comunicación comunitaria y comunicación participativa, porque tiene beneficios para la organización conseguir alianzas, en otras instituciones, otras entidades, etc. Sin embargo, la red puede crear comunicaciones alternativas, dependiendo si la información es bien comprendida por los actores y si los actores están dispuestos a transmitir la información. Con lo anterior se entiende “que involucran momentos de intercambio – desigual - de significaciones, enmarcados cultural y que pueden ser, o no, mediados por tecnologías” (López, 2012, p. 46).

En esto se define el fortalecimiento de las redes de comunicación de la huerta, pues, si los actores utilizan la comunicación comunitaria y alternativa, podrían promover más conexiones y con estos llegar reconocer conceptos e interactuar en otros espacios, como la localización, la densidad de las redes, etc., que converjan con la misión y la visión propuestas, en la participación de la conservación del medio ambiente, el cambio climático, las huertas urbanas, el ecoturismo, entre otras; promoviendo aprendizajes, nuevos saberes y nuevas perspectivas acerca de las proyecciones de una comunidad más sostenible y sustentable con respecto a los riesgos climáticos o el cuidado del medio ambiente, utilizando para eso la jerarquía de redes, apropiando lo dicho por Beltrán en que (2005) “genere transformaciones sustanciales en la economía, la ecología y la cultura de un país a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de la población del mismo en condiciones de dignidad, justicia y libertad” (p. 16), y que se explicita en la siguiente figura.

Figura 1

Círculos Concéntricos, según Kahn y Antonucci (1980)



Fuente. Elaboración propia.

La anterior planificación de la estrategia de fortalecimiento comunicativo y comunicacional es una sistematización acerca de los conceptos y el contexto actual en el que se halla la asociación, la cual motiva a integrar la comunicación participativa y la comunicación popular, como dos conceptos claves para iniciar con la estrategia.

Teniendo en cuenta que la estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional implica recursos, tiempo y dinero, la primera opción para llegar a la visibilización de la huerta es

la creación de un anuncio que se pueda ser visto por la mayoría de los transeúntes, vehículos, entre otros, y, puedan reconocer a la huerta como ente de la comunidad; es de consideración tener en cuenta la comunicación comunitaria como piñón que permite la movilización entre costumbres y la comunicación alternativa como equidad entre la cultura y comunicación popular.

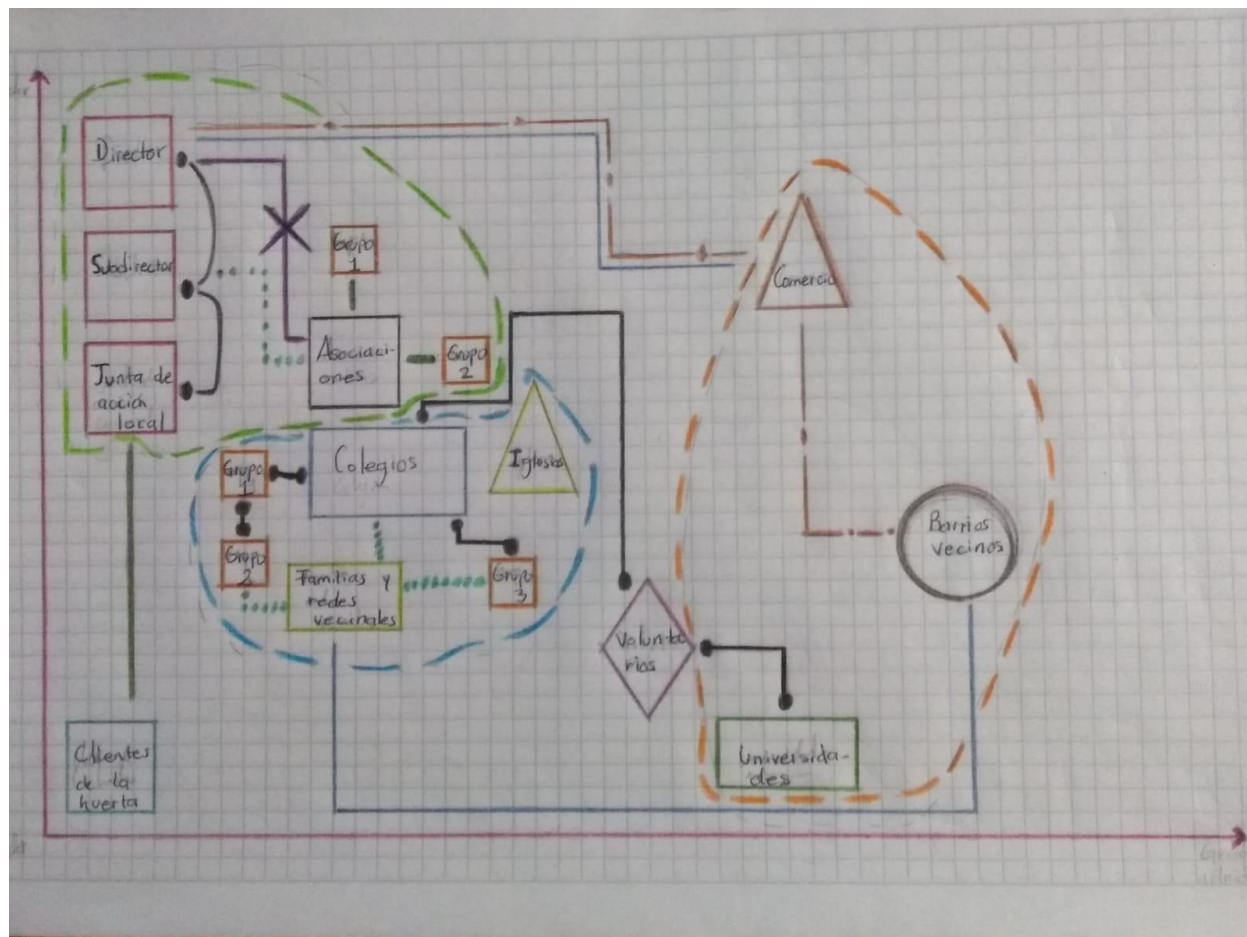
La segunda opción para fortalecer las redes sociales de comunicación de la asociación es la creación del auto sostenimiento mediante la venta de productos orgánicos, y, por lo anterior, se propuso la creación de un quiosco con el fin de conseguir recursos, introduciendo nuevas técnicas de cultivo, junto con los implementos que necesita la asociación, no obstante, esta estrategia debe utilizar la localización de vínculos, el fortalecimiento de las redes secundarias y utilizar la red social actual de la huerta para reconocer las relaciones sociales de jerarquía que pudieran hacer posible la creación del quiosco, con distintas entidades, como la alcaldía local, el salón comunal, las redes sociales comunicativas de otras huertas, etc.

La última propuesta que se realiza a los integrantes de la asociación es la construcción de una segunda huerta en un terreno cercano e incrementar la comunicación en red, para lo anteriormente dicho, es necesario iniciar con los fundamentos conceptuales de esta estrategia mencionados y aplicar utilizar la comunicación comunitaria, participativa y de desarrollo, continuando con los métodos participativos, comunitarios, en red social y que le sirvan a la asociación como producto para crear y lograr la misión y la visión propuestos, comenzando con desde el derecho participar, junto con el cuidado del cambio climático, la conservación del medio ambiente y el apoyo a los huerteros y sus productos orgánicos, pues, coinciden con las proyecciones realizas por la alcaldía local, como lo muestra la siguiente figura.

Figura 2*Inversiones del Componente Presupuestos Participativos*

LÍNEA	CONCEPTO DE GASTO
Inversiones ambientales sostenibles	Acuerdos con las redes locales de proteccionistas de animales para urgencias, brigadas médico veterinarias, acciones de esterilización, educación y adopción.
	Agricultura urbana.
	Arbolado urbano y/o rural.
	Cambios de hábitos de consumo, separación en la fuente y reciclaje.
	Eco-urbanismo.
	Educación ambiental.
	Manejo de emergencias y desastres.
	Mitigación del riesgo.
Restauración ecológica urbana y/o rural.	
Infraestructura	Construcción, mantenimiento y dotación de parques vecinales y/o de bolsillo.
Ruralidad	Asistencia técnica agropecuaria y ambiental y productividad rural.
	Acueductos veredales y saneamiento básico.

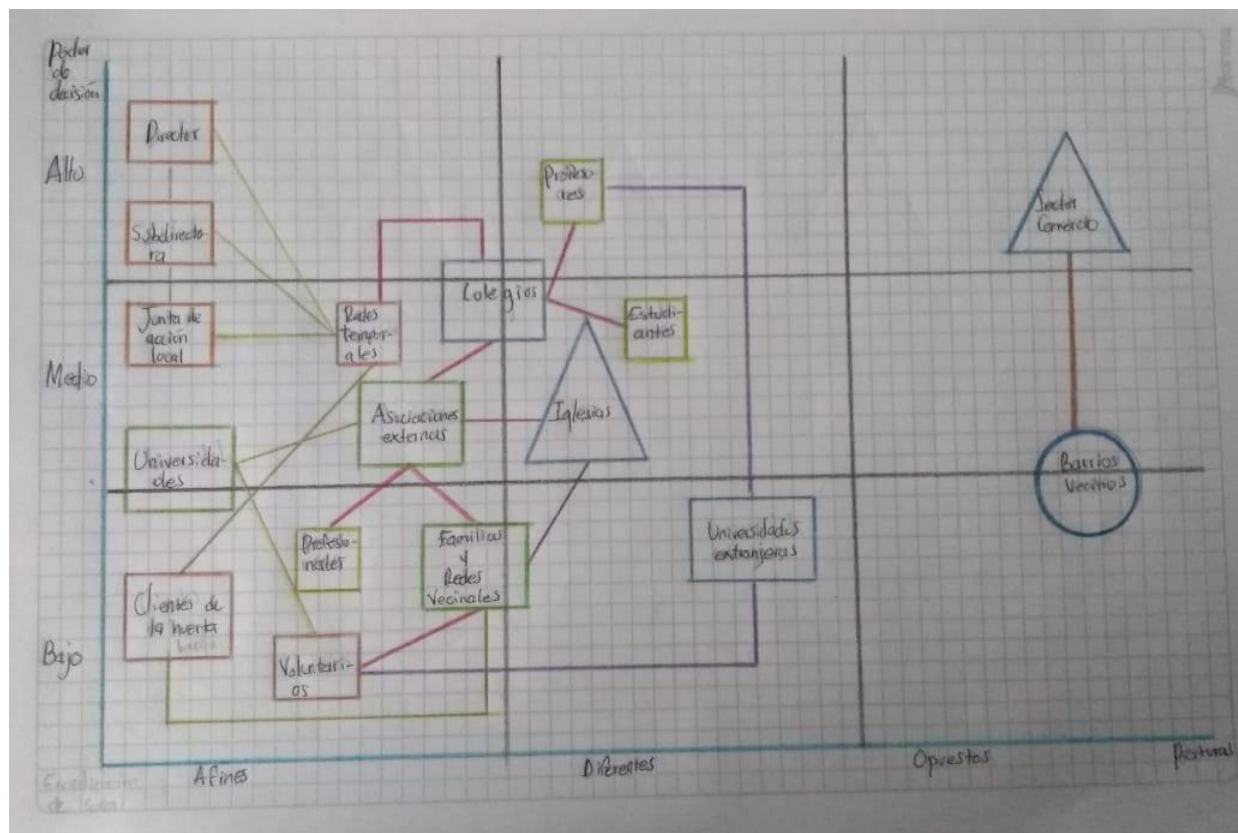
Fuente. Plan de desarrollo local de Ciudad Bolívar.

Figura 3*Sociograma Asograng*

Fuente. Elaboración propia.

Figura 4

Conjuntos de Acción



Fuente. Elaboración propia.

Conclusiones

La huerta Asograng tiene problemáticas asociadas con la vinculación de redes sociales externas, porque hay un desinterés de la comunidad acerca del conocimiento y participación en la huerta, sus actividades e, inclusive, a tenerla en cuenta como espacio propio de la comunidad. Las problemáticas son efecto de la falta de información de la comunidad hacia la asociación, sin embargo, la no hay una comunicación efectiva porque no se unen vínculos, redes o participaciones, comenzando con la comunicación popular y la comunicación comunitaria, que resulten en comunicaciones recíprocas, en el que integren las actividades de la huerta con la comunicación horizontal y la comunicación para el desarrollo.

El principal motivo de inclusión de la asociación con la comunidad esta basado en el derecho a participar, utilizando la comunicación alternativa y la comunicación horizontal como canales con los cuales pueden conectar la misión y la visión que se proponen como asociación, y los vínculos externos de la comunidad, basados en jerarquías, anclajes, localización, rangos y que se apoyen para que logren conjuntamente el cuidado del medio ambiente, el cambio climático y la huerta como un espacio agroecológico para visitar y aprender.

Con el derecho a participar, la huerta llega hasta instituciones como colegios y universidades, sin embargo, tienen dificultades con la expresión de contenido en lugares de aglutinación de masas como sectores de comercio, parques, universidades y que lleguen dar a conocer la comunicación para el desarrollo, además, las redes sociales de comunicación horizontal y comunitaria con base en el anclaje y localización de los vínculos sociales, culturales y económicos, por lo tanto, el diálogo es la premisa de la estrategia de fortalecimiento comunicativo y organizacional de la huerta hacia la comunidad y los modelos de comunicación popular y comunitaria.

La huerta Asograng necesita fortalecer la accesibilidad en las redes sociales de comunicación través de los vínculos primarios, implicando ampliar la comunicación popular, porque la densidad de los conjuntos de acción, puede llegar presentar conflictos comunicativos por el desconocimiento de la huerta hacia la comunidad. Por lo tanto, la comunicación horizontal y la comunicación alternativa permiten encontrar diferencias entre las relaciones de tipo societal y comunitario para la concientización y la sensibilización y, por consiguiente, se fortalezcan las redes sociales de comunicación de la asociación.

Para finalizar, la primera opción para el fortalecimiento organizativo y comunicacional es crear una valla publicitaria que muestre a la comunidad la ubicación, utilidad de los productos sembrados, entre otras alternativas como las técnicas de cultivo, el agroturismo y llegue a crear participación con entes internos y externos de la comunidad.

La segunda opción que se propone para aumentar las comunicación popular y la comunicación participativa entre los enlaces de la redes sociales de comunicación alternativas y horizontales, por medio de la creación de una segunda huerta, junto a la actual, para que apoye el fortalecimiento comunitario, entre vínculos sociales, expresivos y de interacción, promoviendo la expansión de redes sociales sostenibles y sustentables que construyan la comunicación para el desarrollo, teniendo en cuenta la cultura del cuidado del medio ambiente y el cambio climático.

La tercera opción que se propone, con base en la realización de la estrategia implementada en la asociación Asograng es la creación de un quiosco, gestionado por la junta de acción local, por la alcaldía local o distrital, que permita el vínculo e interacción de actores de diferentes espacios sociales, para que se integren con las huertas urbanas, su funcionamiento y fines, asimismo, se creen vínculos para ampliar las redes sociales de comunicación para el

desarrollo y una mayor densidad o anclaje, comunicando la información a mayor localización, fortaleciendo accesibilidades para las redes sociales comunicacionales de la asociación.

Referencias Bibliográficas

- 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>
- Asociación de campesinos productores y comercializadores de productos agropecuarios de
 Colombia (2020). [Inicio: Asociación de campesinos productores y comercializadores de
 productos agropecuarios de Colombia]. En línea. Consultado el 12 de junio de 2024.
<https://asoprocampo.org/#service>
- Asociación comunitaria para el desarrollo integral los chircales (s.f.). [Inicio: página oficial de la
 Asociación comunitaria para el desarrollo integral los chircales]. En línea. Consultado el
 12 de junio de 2024. <https://asociacionaschirca.wixsite.com/asoaschircales/inicio>
- CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. Abrir este
 documento utilizando ReadSpeaker docReader (2010), 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)
- Fundación Hogares Juveniles Campesinos de Colombia (s.f.). [Inicio: página oficial de la
 fundación Fundación Hogares Juveniles Campesinos de Colombia]. En línea. Consultado
 el 12 de junio de 2024. <https://hogaresjuvenilescampesinos.org/quienes-somos/>
- 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>
- Hein, K., Cárdenas, A., Henríquez, K., Valenzuela, S. (2013). Aproximación al análisis
 cualitativo de redes sociales. Experiencias en el estudio de redes personales mediante

Ego.Net.QF. Revista hispana para el análisis de redes sociales. (24).

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93129550003>

Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader 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., y Salgado, D. (2012). Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado. <http://hdl.handle.net/10596/10861>

López, J. (2012). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Open this document with ReadSpeaker docReader Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD.

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

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>

Uniminuto radio (14/06/2022) CED radio [podcast presentado por la fundadora de la organización Funvipaz y como ha sido el transcurso de esta fundación con el paso del tiempo] [Podcast] Conoce la fundación para la vida y la paz “Funvipaz” (uniminutoradio.com.co)

Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas. Open this document with ReadSpeaker docReader <http://www.ecosad.org/laboratorio->

virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-
acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf

Villasante, T., Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. En: *Política y Sociedad*, (44), pp 125-140. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención

Carta de solicitud

Bogotá, mayo 1 de 2023

Señores

Asograng y personal administrativo y representante de asograng

Cordial saludo,

Mi nombre es Daniel Fernando Hilarión Mayorga identificado(a) con C.C. 1024563505 del municipio de Bogotá, actualmente me encuentro cursando el programa de sociología en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad-pertas de recibir el título de sociólogo.

Escogí como trabajo de grado una opción muy interesante que es el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. El Diplomado busca posibilitar que, a través de un trabajo académico e investigativo, el estudiante proponga una acción o acciones de fortalecimiento comunicacional dirigidas a la organización con la cual se desarrolló la investigación. Estas acciones hacen parte de una estrategia que será formulada a partir de un juicioso proceso de contacto, indagación, y conocimiento de la organización, obviamente acogiéndose a los parámetros que las dinámicas propias de esta exijan.

La organización no se compromete a implementar la estrategia que el estudiante diseñe y proponga, pero si la organización lo considera adecuado y provechoso, sería muy importante realizar dicha implementación, lo cual además evidenciaría la pertinencia de la estrategia diseñada y posibilitaría alcanzar los objetivos propuestos en esta. Los resultados del trabajo realizado con la organización serán publicados en un documento académico en el cual quedará consignado todo el proceso.

Por lo anteriormente expuesto, solicito comedidamente que me permitan realizar con ustedes este trabajo durante los próximos cuatro (4) meses, en los cuales además de desarrollar el ejercicio investigativo, se buscará que los frutos de esta, sean acciones que fortalezcan y mejoren las dinámicas comunicativas dentro de su organización.

Mil gracias por su atención,

Atentamente.

Daniel Fernando Hilarión Mayorga
Cel. 1024563505
E-mail: dhilarion21@gmail.com

Daniel Fernando Hilarion

Apéndice B

Carta de Aprobación

Bogotá D.C. Mayo 2 de 2024

Estudiante

DANEIL FERNANDO HILARIÓN MAYORGA

Universidad Nacional Abierta y a Distancia
Programa de Sociología.
Ciudad

Respetado Estudiante.

La Asociación de Granjeros de Guatiquija ASOGRANG, Organización comunitaria sin ánimo de lucro, ubicada en la Localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá, que desarrolla actividades que contribuyen al cuidado de ambiente, por medio de la separación en la fuente de los residuos orgánicos y su aprovechamiento, de igual forma sobre el tema de soberanía alimentario, la agricultura urbana Agroecológica, el cambio de hábitos alimenticios y nutricionales de las comunidades, por medio de tecnologías limpias y sin químicos.

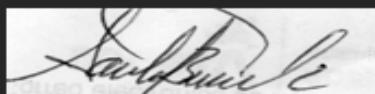
Para nuestra organización es un gusto poder contribuir para que el estudiante, realice su trabajo de grado, mediante el Diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación, que mediante acciones concretas se pueda dar a conocer las actividades, los productos, sus objetivos que se dan en Asograng; la difusión masiva en redes sociales, de igual forma se contribuya al fortalecimiento de la misma organización.

Es importante decir, que debemos de implementar un plan de trabajo que nos permita orientar todas las actividades que se van a realizar durante los 3 meses que dure el desarrollo del trabajo de grado aquí en la huerta.

Si de este trabajo se produce un documento académico es importante que el estudiante comparta a la asociación una copia para sus memorias y archivos propios.

Las actividades las podemos empezar a realizar a partir del día martes 7 de mayo a partir de las 9.00 am.

Atentamente,



SAULO MIGUEL BENAVIDES B.

Director General- ASOGRANG
Cel. 3144476754

Apéndice C

Enlace de la Entrevista Inicial

<https://drive.google.com/file/d/1YmrepfOmsbpBaNKSjS8k4chZS1Sp6Y2d/view?usp=sharing>

Apéndice D

Enlace de la Entrevista Cualitativa

<https://drive.google.com/file/d/12QACqs1Fj9xW5kq0BCbpXLU15KnjkaDW/view?usp=sharing>

Apéndice E

Preguntas Cualitativas

Red social

¿Cuáles son los principales motivos para participar en la huerta, por ejemplo, intereses económicos, políticos o, por el contrario, su función de participar en la huerta provino desde el derecho a conocer, a participar y a aportar lo que usted sabe a otros grupos, desde su campo socio humanístico, político o desde su interés personal de aprender?

¿Dónde encuentra usted la comunicación participativa dentro de los espacios de la huerta, encuentra reciprocidad entre lo que piensa o hace y la misión o visión de la organización, además, los vínculos que encuentra con otra gente le parecen familiares, cómo siente esos vínculos, ásperos, cercanos, amenos, confiables, siente que tiene una relación cercana entre su estilo de vida, comunidad y la huerta?

¿Cómo usted piensa que las redes sociales comunitarias de su entorno inmediato son afectadas o beneficiadas por redes sociales de la huerta, donde la jerarquía no se basa en relaciones de fuerza o condición, sino que nacen de los mismos participantes de estas buscando apoyos o ayudas mutuas y por qué consideraría que algunas de estas redes pueden beneficiar más que la otra?

Comunicación participativa

¿Usted opina que con base en los retos y expectativas en la organización se está generando conciencia crítica para asumir con compromiso y responsabilidad una comunicación participativa?

¿Cuándo se realizan comunicaciones internas o externas de la organización (huerta) se tiene en cuenta las comunicaciones alternativas, la pluralidad y las estrategias de desarrollo de la comunidad?

¿Cómo es pensada la comunicación participativa de la organización y que efectos produce en la comunidad con relación a la comunicación horizontal, alternativa y con base en los enfoques del tercer mundo, subdesarrollados o emergentes?

Comunidad

¿Cuáles cree que son los conflictos más vistos dentro de la organización y donde los puede percibir dentro de la comunidad?

¿La comunidad de la huerta hace uso del derecho a comunicar teniendo en cuenta relaciones sostenibles y sustentables?

¿Se considera parte de la comunidad como ente participativo y se piensa a sí mismo como alguien que está comprometido necesidades de la organización? ¿De qué manera y cómo?

Apéndice F

Registro Fotográfico







Apéndice G

Link de la Devolución – Exposición

<https://youtu.be/04PcQPJIszI>