

**La red social como estrategia comunicacional para el fortalecimiento y permanencia
de la OSP CAJU Casa de la Juventud de Rionegro**

Ensayo

Realizado por:

Andrés David Betancur Chica

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuelas de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Medellín, febrero de 2023

Resumen

La construcción de la estrategia propuesta dentro del Diplomado de Construcción de Redes Sociales partió de un acercamiento y acompañamiento a las dinámicas actuales de la organización, permitiéndome como investigador y futuro comunicador social, analizar qué hacía falta dentro de CAJU para que logren dar un paso más y continúen impactando con sus programas y objetivos a la comunidad de jóvenes rionegreros. La estrategia se basa en la consolidación de la red social desde el interior de la organización y también con un componente externo importante, que es el de lograr generar tejido con otras organizaciones, instituciones y poblaciones que deseen trabajar por intereses en común.

Palabras clave: red social, organización social, comunicación, tejido social.

Tabla de contenido

La red social como estrategia comunicacional para el fortalecimiento y permanencia de la OSP CAJU Casa de la Juventud de Rionegro.....	4
Conclusiones.....	12
Referencias.....	14

La red social como estrategia comunicacional para el fortalecimiento y permanencia de la OSP CAJU Casa de la Juventud de Rionegro

La construcción y desarrollo del ensayo crítico se realiza en el marco de las dinámicas propuestas por el curso Diplomado en Construcción de Redes Sociales de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, en él se sustentará el porqué de la elección de la estrategia que pretende entre otras cosas mejorar la red social de la OSP CAJU Casa de la Juventud, una iniciativa que nace en el municipio de Rionegro con la finalidad de apostarle a las dinámicas juveniles por medio de un acompañamiento social basado en estrategias de comunicación, liderazgo, participación y sana recreación.

La red social como estrategia comunicacional para el fortalecimiento y permanencia de la OSP, se crea a partir de varios indicadores que se deben empezar a implementar desde la comunicación interna de quienes en la actualidad hacen parte de este destacado proyecto. Es importante señalar que la comunicación se ha convertido en un aspecto fundamental de cualquier empresa u organización, de allí radica la pertinencia de la propuesta realizada, donde uno de los objetivos es brindarle a la OSP unas bases comunicacionales, que ellos puedan empezar a implementar a corto plazo y mediano plazo con mayor rigurosidad.

Una buena red social le garantizará a la organización mayor dinamismo, interacción, relacionamiento e impacto de cada una de las estrategias que decidan implementar. Los planes comunicacionales son el punto de inicio de la consolidación de grandes estrategias que pueden impactar en ámbitos sociales, culturales y políticos, temas que son de interés dentro de la OSP seleccionada.

Tesis: Para la OSP CAJU Casa de la Juventud es indispensable la implementación de estrategias comunicativas, que permitan el fortalecimiento de la red social para que así aumente

el reconocimiento, impacto y apropiación de los servicios que ofrece la organización en el municipio de Rionegro.

La propuesta realizada fue planteada con base a las necesidades actuales identificadas en el proceso de investigación realizado a la OSP CAJU Casa de la Juventud de Rionegro, donde fue claro el impacto que sugiere la comunicación para la construcción de una red social.

Para comenzar es importante hacer un acercamiento al concepto de red social, Gemar (2017) define que “la red social se centra en uno mismo, es el “YO” relacionado con los demás, ya sean familiares, amigos, etc. creando una red” (p.1).

En este orden de ideas la red social parte de como el “Yo” -para este caso la OSP- se relaciona con los demás individuos, organizaciones e instituciones que pueden estar sujetas a determinada interacción dependiendo de la jerarquización dentro de las dinámicas sociales del municipio de Rionegro.

Esta aproximación al concepto de red social es muy importante para el planteamiento de la estrategia, dado que es necesario analizar como la OSP se está relacionando con su entorno, para esto se evaluó el relacionamiento por medio de un sociograma que se convierte en una especie de radiografía de la comunidad, tal y como lo señala Villasante (2010):

Esta es la radiografía, un análisis de sangre es normalmente unas entrevistas, grupos de discusión, talleres, etc, Una radiografía que construimos con la propia gente, con informantes locales. Partimos de un pequeño “grupo motor” al inicio del proceso. Las redes sociales al principio se ven confusas, pero eso pasa también con las radiografías del cuerpo humano. (p.114).

De allí se logró determinar que la OSP necesita del fortalecimiento de las redes sociales con algunos grupo de interés a los cuales aún no llega, como es el caso de los cientos de jóvenes

venezolanos que no tienen conocimiento de la existencia de CAJU Casa de la Juventud, asimismo, hace falta la implementación de estrategias que permitan la articulación de la organización con la institucionalidad como es el caso de la Universidad Católica de Oriente y de la misma administración municipal de Rionegro.

Esta estrategia de red social permitiría además generar mayor contenido para los jóvenes rionegreros, dado que dentro del proceso de investigación se identificó que la OSP tiene durante el año algunas actividades centrales, por lo que pasa algunos periodos sin ejecutar proyectos, lo que hace que vaya perdiendo impacto y alcance; por ende, el fortalecimiento del tejido social garantizaría una conexión con otras organizaciones con las que se puedan generar más actividades en espacios como foros, conversatorios, entre otros.

El objetivo adicional de la red social será pasar de una simple interacción a una relación más densa y estable para lo cual es importante conocer los grupos sociales que son definidos por Uña y Martín (citado en Gallego, 2011) 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” (p.115).

Acciones propuestas dentro de la estrategia: La organización elegida no cuenta en este momento con un grupo o con un comunicador oficial que se encargue de crear relacionamiento constante con las instituciones y organizaciones del territorio, este tipo de labores suelen realizarse por un profesional que en la mayoría de casos cobraría por su funciones, ante este panorama se crearon algunas estrategias que los integrantes de la organización podrían realizar para cubrir estas funciones y hacer de CAJU una organización con bases comunicacionales que permitan a su vez mejorar su identidad corporativa.

Entre las estrategias sugeridas se encuentran la creación de comités que se encarguen de crear, manejar y ejecutar el plan de comunicaciones, para que así estas funciones no recaigan en una sola persona. Los comités permiten que haya trabajo en equipo y se haga un mejor manejo de los tiempos y actividades que se deben realizar para beneficio de la organización y de quienes se nutren de esta.

Participar en escenarios de interacción como foros, conversatorios y ferias: Los escenarios de interacción como foros, conversatorios y ferias permiten que los integrantes de la organización hagan contactos con posibles aliados, estos espacios por lo general son gratuitos y están al alcance de las organizaciones con previa inscripción, son además una excelente oportunidad para captar nuevos integrantes que les interesen los objetivos misionales de la OSP. Este tipo de estrategias generan gran recordación, porque la OSP está realizando una descentralización de sus servicios para ser llevados a un lugar donde estarán en contacto con nuevas personas.

Por otra parte, este tipo de espacios también se pueden encontrar y ejecutar de manera virtual, dadas las condiciones tecnológicas que en la actualidad hacen que todos podamos tener acercamientos sincrónicos de donde pueden salir incluso grandes negocios o acuerdos.

Contar con una base de datos de posibles aliados: Una de las recomendaciones realizadas dentro de esta estrategia de red social, es que exista tiempo para realizar cada cierto tiempo un sociograma donde se identifiquen las instituciones, organizaciones y poblaciones que están cerca del tejido social de la organización. Una vez ejecutada esta tarea se puede ir consolidando una base de datos donde se tengan los contactos de todos aquellos posibles aliados a los que se acudiría en caso de ser necesario o cuando se esté trabajando en la realización de un evento o actividad relevante. Una de las actividades centrales de CAJU Casa de la Juventud es la

realización del Boom Fest o día de la juventud, un evento que se realiza anualmente y para el cual se requiere la colaboración de muchos aliados, en este tipo de casos es importante apoyarse de una base de datos para saber con quienes se puede ir contando.

Ofrecer a los distintos aliados los servicios de la organización: Dentro de las estrategias se pidió implementar espacios para la construcción de aspectos internos de la organización como la misión, visión y valores corporativos, con la finalidad de que la OSP disponga de un material consolidado que pueda ser compartido junto a sus servicios a los distintos aliados. Una buena presentación será la carta de estrada a muchos de los procesos que la organización realice en un futuro y que permitirán, entre otras cosas, fortalecer las redes sociales con su entorno. En este aspecto también se hizo hincapié en la importancia de tener un acercamiento con los medios de comunicación del municipio de Rionegro, quienes pueden catapultar y contar los procesos que realice la organización para beneficio de la población joven.

Tener encuentros para dialogar sobre los logros: Para la organización debe ser importante evaluar cuales fueron esos principales alcances obtenidos durante el año que ya transcurrió para evaluar en que pueden mejorar, pero también para exaltar todas aquellas iniciativas de éxito que no deben dejar de lado para seguir fortaleciéndose, asimismo, se recomendó tener encuentros con los colaboradores y aliados para proponer nuevos retos y trazar una agenda de actividades, donde se incluyan prioridades y retos para alcanzar durante el año siguiente.

La propuesta de construcción en red es de gran pertinencia dentro de los procesos de la organización, y además es acorde a las estrategias que normalmente se usarían para el fortalecimiento de una entidad o empresa.

Para este caso la organización podría compararse con un individuo que necesita relacionarse para sentirse en comunidad y mantenerse en el tiempo, así como lo menciona

Gallego (2011) al indicar que por naturaleza el individuo necesita estar ligado a la humanidad y gracias a este tipo de vinculaciones es que las personas logran continuar su vida y poder sobrevivir a diferentes inconvenientes.

Así, la organización se convierte en una pequeña parte de la sociedad, la cual necesita de otros para poder relacionarse e ir creciendo. Este tejido social comenzó a consolidarse el día de su fundación, en el año 2018, cuando un grupo de jóvenes se interesó por crear un espacio alternativo, único y que ofreciera una alternativa diferente para los jóvenes del municipio de Rionegro. Posteriormente, fue necesaria la articulación con algunos aliados de valor que le dieran más fuerza a cada uno de los procesos, ahí fue cuando comenzaron a llegar profesionales y empíricos de diferentes ramas del saber, ellos se encargaron de impartir conocimiento en las actividades de música, danza, baile y teatro que día a día llegaban a la organización para ir consolidando una agenda de servicios.

En la actualidad, la organización se ha ido abriendo paso dentro de las organizaciones juveniles; sin embargo aún hace falta muchas estrategias que permitan alcanzar las metas que tiene CAJU en el territorio, uno de esos retos es poder tener impacto en otros municipios como Marinilla, La Ceja, El Carmen, y Guarne.

Otras recomendaciones realizadas dentro de la propuesta de valor: Como investigador y comunicador le compartí a algunos de los integrantes de la organización, lo oportuno que es crear los beses comunicacionales de CAJU, para esto les remendé sacar espacios en los que de manera concertada logran construir algunos aspectos como la misión, visión y los valores corporativos de la organización. Además, como organización es importante que construyan un manual de identidad y también un manual en el que estipulen como actuar frente a alguna problemática que llegasen a tener.

Es de resaltar que esta es una organización con un componente participativo muy valioso, que podría aprovechar para fortalecer su tejido social para esto dentro de la estrategia propuesta se resaltó la importancia de crear un manual de comunicaciones. Para Kamlongera, y Mafalopulos (2008):

...el manual se enfoca sobre el proceso para el diseño de una estrategia de comunicación. Considera la creación del mensaje y los temas de discusión como también los principios de los medios de comunicación, el desarrollo de materiales y actividades y la producción. (p.12).

Este tipo de manuales es usado por los mismos colaboradores y permite tener una guía para ir alimentando la organización cada día de más estrategias comunicativas, además es de importancia en ciertos momentos donde llegan nuevos integrantes a la organización y el modelo deba seguirse manteniendo intacto, para eso se debe seguirse el manual de comunicaciones. Cueto (2019) manifiesta que “...dentro del marco de la actual visión de conversación que se ha venido desarrollando en el mundo, se ha dado especial importancia a la “comunicación para el desarrollo” dentro de los procesos de educación” (p.5).

Esta última referencia permite tener un acercamiento a cómo en el desarrollo del mundo se ha dado especial atención al papel protagónico de la comunicación dentro de los procesos de educación. Para el caso de la OSP la educación y la comunicación se convierten en aliados de la transformación de quienes se ven beneficiados de los diferentes procesos de la organización.

De esta manera, dentro de la organización se resaltaron las iniciativas educomunicativas que se convierten a su vez en creadoras de tejido social. Al inicio de la investigación, varios de los integrantes de CAJU manifestaron de manera entusiasta y con orgullo como el papel de la

educación les había permitido impactar a más jóvenes, hasta tal punto de querer crear y trabajar por una organización que más que dar una clase impartiera conocimientos para la vida.

Como investigador también logré hablar con algunos de los jóvenes beneficiarios quienes me contaron sobre sus experiencias y como la organización había impactado sus vidas, algunos de ellos son jóvenes emprendedores, que aprendieron a hacer negocios y proponer sus ideas con apoyo de las dinámicas aprendidas en CAJU.

Este tipo de experiencias dan cuenta de como la organización realmente está impactando la vida de quienes llegan a ella, por ende, crece el interés de que se amplíe su cobertura y portafolio de servicios a otras municipalidades del oriente antioqueño, donde se trabajen en temas de interés como el deporte, la cultura, y uno que se considera principal, y es el reconocimiento de la historia del conflicto armado, tema que hoy en día a cobrado gran relevancia y que ha servido para enseñar e inspirar a otros a trabajar por su territorio de una manera más sana, consciente y comprometida.

Conclusiones

El papel de las comunicaciones en la actualidad ha cobrado gran relevancia, es de resaltar que la palabra comunicación a pasado a convertirse en pieza fundamental de los distintos procesos que a diario se llevan a cabo al interior de una organización, entidad o empresa.

La comunicación se puede evidenciar no solo en los medios tradicionales como la radio, televisión y la prensa, sino también en todos los procesos que a diario se construyen; de allí parte la relevancia de implementar en organizaciones como la seleccionada modelos comunicativos que permitan poco a poco ir dinamizando y fortaleciendo los procesos al interior de las instituciones.

Por otra parte, es de resaltar que el concepto de construcción de red social permitió durante el desarrollo de esta fase del curso Diplomado en Construcción de Redes Sociales, proponer un modelo comunicacional que se adecua perfectamente a las necesidades de la Organización Social Participativa CAJU Casa de la Juventud de Rionegro. La red social permite la consolidación del tejido por medio de la caracterización e identificación de todos aquellos posibles aliados que de manera articulada pueden trabajar en pro de lo servicios prestados por CAJU.

Asimismo, es importante señalar el papel que la organización viene teniendo dentro del tejido social del municipio de Rionegro. CAJU nace en el año 2018 en Rionegro, y desde entonces se ha encargado de brindar un acompañamiento educativo, social y cultural a la población joven del municipio.

La OSP se ha convertido en un escenario grato y de valor para todos aquellos jóvenes que han pasado por esta organización, Es de resaltar que la mayoría de los integrantes llevan varios

meses e incluso años haciendo parte de este proceso, lo que refleja el compromiso y el entusiasmo que a diario se vive dentro de CAJU Casa de la Juventud de Rionegro.

Por otra parte, dentro del acompañamiento realizado como investigador también se logró evidenciar el componente participativo de la organización y cómo quienes la integran mantiene gran entusiasmo, comunicación y respeto por cada uno de los procesos a realizar. La estrategia propuesta busca ser implementada a mediano o corto plazo, y que así esta pueda transformar los procesos de la organización en la subregión del Oriente Antioqueño.

Como futuro comunicador social esta fue una de las experiencias más significativas dentro de mi proceso como estudiante, dado que es la primera vez que lograba acercarme de una manera más profunda a una comunidad o organización que fuese de mi propio municipio. También fue gratificante trabajar con jóvenes, ya que pese a que también soy uno de ellos, a veces el día a día no te permite disfrutar de otras actividades con más calma.

Referencias

- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Gemar, S. (2017). Diferencias entre comunidades virtuales y redes sociales. <https://leadtowin.pro/2017/02/diferencias-entre-comunidades-virtuales-y-redessociales>
- Kamlongera, C. y. Mafalopulos. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- Villasante, T. R.. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. Sociedad Hoy, (18), 109-129. <https://www.redalyc.org/pdf/902/90223045008.pdf>