

**Fortalecimiento de la comunicación participativa del Colectivo Itagüí Ambiental para  
mejorar la relación entre sus integrantes y el empoderamiento de los proyectos del  
colectivo con impacto en la comunidad**

Ensayo

Marcela González Pérez

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades -ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Medellín, mayo de 2022

## Resumen

Este ensayo crítico es el producto de la búsqueda por fortalecer la comunicación participativa del Colectivo Itagüí Ambiental, no sólo para ayudar a los integrantes, sino para el buen vivir de este municipio del Sur del Valle de Aburrá. Esta entidad con cinco años de creada ha velado para que sus pobladores respiren un aire puro, mejoren las condiciones de salud y el trato hacia los animales. Sin embargo, no se cuenta con una imagen institucional, ni con las herramientas estratégicas que guían la organización como una misión, una visión, valores y unos objetivos bien definidos. Aquí se destaca la idea de llevar a cabo una estrategia de comunicación. Con el desarrollo de las acciones que integrarán a más ciudadanos en el proyecto, será referente en otros municipios. Cuando se fortalece el posicionamiento y la imagen de un grupo como este, es más fácil que nuevas comunidades entiendan su razón de ser, que pretende proteger lo que más se quiere: el medio ambiente.

***Palabras clave:*** comunicación participativa, redes sociales, colectivo Itagüí Ambiental, medioambiente.

## Tabla de contenido

Fortalecimiento de la comunicación participativa del Colectivo Itagüí Ambiental para mejorar la relación entre sus integrantes y el empoderamiento de los proyectos del Colectivo con impacto en la comunidad .....	4
Conclusiones.....	14
Referencias.....	15

**Fortalecimiento de la comunicación participativa del Colectivo Itagüí Ambiental para mejorar la relación entre sus integrantes y el empoderamiento de los proyectos del colectivo con impacto en la comunidad**

El siguiente trabajo busca sustentar la tesis, fortalecimiento de la comunicación del Colectivo Itagüí Ambiental para mejorar la relación entre sus integrantes y el empoderamiento de los proyectos con impacto en la comunidad. El colectivo es una organización que por más de cinco años ha trabajado fuertemente en la construcción de un mejor municipio para ello, ha hecho uso de la comunicación participativa para impactar a públicos específicos que quieren generar cambio. Luego de un estudio para realizar el diagnóstico comunicacional se aprueba la tesis de la estrategia de comunicación “Todos somos Itagüí Ambiental” como la más adecuada y necesaria, porque permitirá el fortalecimiento de su imagen institucional y serán más las personas que se sumarán a este proyecto y tendrán conciencia social sobre el mismo.

La comunicación participativa juega un papel esencial en el planteamiento de una estrategia comunicacional para este colectivo, porque así se tiene la posibilidad de mejorar el manejo de las redes sociales y la definición de su misión, visión, valores, objetivos, metas y un buen organigrama. De esta manera, se hace más fácil que los entes locales, organismos nacionales e internacionales se interesen en sus actividades y quieran aportar económicamente. Los profesionales de la comunicación se encuentran con un verdadero reto y es el de apoyar a esta entidad para que optimice su manera de llegar masivamente a los públicos, en el desarrollo de talleres lúdico-educativos para mejorar en educación a sus integrantes.

De acuerdo con Cueto (2019) “... La planificación de técnicas de comunicación, de actividades y de los medios, ofrece a la gente poderosas herramientas tanto para experimentar como para guiar el cambio”. (p.33). En es sentido y mediados por la comunicación, cuando la gente se comunica, busca participar y ese es un proceso de intercambio de conocimientos,

logrando que se formen debates educativos en los que todos somos ganadores y se respetan las diferencias. Son un grupo que ha trabajado para mantener una comunicación asertiva, directa e incluyente con la comunidad, pero la falta de una estructura más sólida al interior de su organización hace que los terrenos y espacios donde las personas están prestas a escuchar se pierdan. El tipo de comunicación que maneja esta agremiación es sin duda horizontal y participativa, los integrantes que la conforman aportan constantemente sus conocimientos en la construcción de la transformación social. Hay un líder, pero todos son igual de importantes y están prestos para desempeñar cualquier tipo de actividad, actúan guiados por la decisión colectiva y ninguno, de manera individual.

Las actividades se organizan por medio de las redes sociales para la intervención de basuras y desechos, se pactan horarios y pasos a seguir. Gracias al uso de la comunicación horizontal para impactar ambientalmente a Itagüí, hay un aporte directo a las otras comunidades, quienes también son escuchados y gozan de la comunicación participativa.

En este ciclo, nadie es más importante que otros. Ya que se mantienen las buenas relaciones sociales lo que dinamiza un ambiente propicio para el cumplimiento de los objetivos misionales del colectivo. Sin lugar a dudas, hay diferencias en edades y conocimientos, pero todos son piezas clave. La comunicación no solo es a través de las redes sociales, es constante, cada miembro es valorado de igual forma y por eso, la deserción de integrantes es mínima. Sus actividades logran impactar nuevos públicos que incluso, quieren replicar esta iniciativa en otros municipios del departamento de Antioquia. Todas las personas del Colectivo Itagüí Ambiental se encuentran en el mismo nivel de la estructura organizacional.

La Secretaría de Salud del municipio los regula en su visión de trabajo y son apoyados para hablar de comunicación participativa y eventualmente se ejecutan estrategias comunicacionales para incentivar la articulación entre los agentes promotores de nuevas ideas y conocimientos.

El colectivo fundamenta su accionar en la protección del medio ambiente, para ellos es un objetivo muy importante porque cuidarlo y preservarlo permite el buen vivir y la transformación social de su comunidad

Al interior del grupo, la comunicación es clara y está presente la armonía en todos los espacios. Su líder y fundador es una persona con amplio conocimiento, con grandes ideas, es incansable su labor, es quien puede aportar, orientar y ejecutar de manera constante todas las actividades.

La idea con el desarrollo de la estrategia de comunicación es que se consolide su imagen institucional para lograr que se vinculen más participantes, caso medios de comunicación, y que sus actividades misionales alrededor de acciones ambientales como: la recolección de basuras, el aprovechamiento de los residuos orgánicos, la educación ambiental en niños y adultos mayores; las eco huertas urbanas y el rescate de los animales en condición de calle, tomen fuerza, se haga de manera frecuente y así poder tener una representación masiva con una cobertura no solo local sino regional y nacional. Cueto (2019) afirma que “La educación ambiental apoyada en diversas acciones de comunicación es estratégica como elemento de participación efectiva y afectiva de las comunidades en su vinculación a las acciones de conservación” (p.39).

Las redes sociales del colectivo han sido muy importantes para lograr lo que hasta ahora se tiene, pero cuando no se cuenta con una imagen institucional el tema de posicionamiento se quebranta. Se debe nutrir más estas herramientas, no solo para dar a conocer el proyecto, sino para que este modelo sea replicado en otros lugares. El trabajo de inmersión es el eje transversal en la conformación de ese nuevo colectivo que no solo contará con una misión, visión, objetivos, valores, organigrama, sino que tendrá unos integrantes que comprenden sus funciones y la relevancia de cada uno. Educar frente al tema del ambiente es interesante y necesario, porque a

raíz de esto, se generan discusiones, debates en la salud pública y en el relacionamiento comunitario.

El Colectivo Itagüí Ambiental, tiene una forma de trabajo muy interesante, porque se ha motivado en mejorar las relaciones de los pobladores del sur del Valle de Aburrá, lo que deja notar que la comunicación es necesaria para que las prácticas de las personas, sin importar el estrato, la formación o la ubicación, estén enfocadas al buen vivir, al respeto, a la escucha y a la convivencia sana. Como plantea Gallego (2011):

Para entender la naturaleza de las redes sociales, es necesario comenzar por el estudio de los grupos y su evolución. Podemos definir 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. (p.115).

En este colectivo hay diversas dificultades que han retrasado el impacto masivo en diversos lugares o municipios de Valle de Aburrá y que, a su vez, han impactado directamente la comunicación participativa. Son pocas las personas que logran enterarse de lo que aquí se hace, porque no se conocen portales o páginas web puntuales para encontrar información. Ese punto se debe atender y prestarle atención porque de nada sirven los resultados, sino hay un público que los pueda ver y que pueda sumarse a la iniciativa propuesta por Bernal, Navarro y Santoveña (2018) al afirmar que “Con relación a los procesos de comunicación y de interacción, conviene recordar que son una constante social y que se van transformando con el tiempo a medida que la sociedad avanza cultural y tecnológicamente” (p.16).

Para lograr el fortalecimiento de la comunicación participativa del colectivo Itagüí Ambiental y mejorar la relación entre sus integrantes, así como el empoderamiento de los

proyectos con impacto en la comunidad se necesita establecer, después de un trabajo de investigación riguroso, qué labores cumple cada quién, es decir, por qué responde, qué se puede mejorar y cuáles son esas debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas con las cuales cuenta la organización.

Como profesionales se debe cumplir con la función de propiciar espacios de comunicación virtuales y presenciales para que se lleguen a acuerdos y que cada persona sienta que es útil en la iniciativa. Es ahí donde se generará la comunicación participativa y, por ende, el cambio social a niveles más grandes de los que ya se ha llegado. Tal como lo postula Santos (1989)

El concepto de red social también tiene un pleno sentido en su utilización como medio de integración social y de implicación de sujetos en el interior de un sistema social determinado favoreciendo así un sistema social particular, ocupacional, político, etc.” (p.147).

Construir comunidad indica que se va a formar y se generarán cambios. Los municipios del Sur del Valle de Aburrá se han visto golpeados por años, por la problemática que hay en el manejo de los desechos, incluso, esto ha propiciado conflictos con las entidades públicas. Pero ya no se puede mirar atrás, sino más bien, a través de esta estrategia, desplegar unas acciones que cambiarán la ruta de trabajo que se tiene hasta el momento, pero todo esto, en positivo.

Lo que se mejore en la comunicación interna del proyecto, se reflejará externamente. En este caso, los resultados externos serán el apoyo económico de otras entidades, el interés de medios de comunicación y la llegada de más interesados a la iniciativa.

En este colectivo se debe resaltar que predomina el bien común sobre el bien particular. A pesar de las dificultades y las diferencias, existen cimientos emocionales que crean relaciones que

buscan soluciones para afrontar la realidad del día a día. Los integrantes trabajan con entrega y honestidad, están uniendo esfuerzos y están movilizandocomunidades, así sea, solo con el argumento de la palabra. Torres (2002) afirma que:

Otros tipos de acción e identificación comunitaria va más allá del marco de lo tradicional, de local y de lo inmediato; se trata de las asociaciones y movimientos constituidos intencionalmente como defensa y alternativa a la dominación del capital y del Estado; allí no sólo convocan las necesidades o adversidades comunes, sino el propósito explícito de superarlas con la acción organizada y en función de unos valores compartidos. (p.18).

Las actividades como las eco huertas, uno de los proyectos más importantes del colectivo, permiten la constante integración de la comunidad, logrando que sus habitantes tengan conocimiento ambiental, son eventos que fortalecen la organización y superan un problema ambiental latente en el sector. El buen manejo de residuos orgánicos nace con un propósito social que es el aprovechamiento de estos desechos para bien de los seres humanos, mediante su consumo.

Otro punto importante para resaltar es la conciencia que han creado entre sus habitantes con el manejo de basuras, el aprovechamiento de las zonas olvidadas y lo más importante han educado a la comunidad en la importancia de plantar nuevas especies de árboles y plantas. No es tarea fácil todo lo que han logrado, pero día a día ganan terreno y están avanzando en su objetivo como colectivo ambiental.

En la participación al interior de sus actividades se recolectó información para poder diagnosticar una estrategia contundente, llamativa para que sea aceptada entre sus integrantes como en la comunidad. “Yo soy Itagüí Ambiental” es una propuesta que permitirá que ellos se consoliden, avancen, se integren para generar un cambio y credibilidad ante el mundo. Las

actividades para que se fortalezcan son los siguientes y se presentan en la estrategia para el crecimiento del colectivo:

- Capacitar a los miembros de la organización en lo que consiste la creación de la imagen institucional
- Realizar talleres participativos con los miembros de la institución para crear los elementos misionales de la organización
- Elaborar la página web y los medios de comunicación virtuales a través de profesionales que apoyen de manera voluntaria la realización de estos elementos comunicacionales
- Promover los contactos con los medios de comunicación como radio, prensa, televisión, para la difusión de sus actividades
- Generar contactos con las instituciones gubernamentales y ONGS para buscar apoyo de carácter técnico y económico
- Desarrollar talleres lúdicos educativos para la formación de los miembros y voluntarios de la organización.

Todo esto permite que se genere un vínculo y permita reconocer las dificultades que tienen en su interior

Finalmente, la estrategia “Todos somos Itagüí ambiental” después de ser entregada y ejecutada logrará formalizar los procesos de la imagen institucional para dejar atrás la informalidad, permitirá identificar otras necesidades que inciden de manera negativa en la organización y se formularan más estrategias de acercamiento con otros colectivos para fortalecer el tejido asociativo.

El colectivo requiere más estrategias de comunicación que los posicionen en la comunidad. Se conoció al interior de su estructura después de un detallado análisis y del acompañamiento en sus actividades, que éste no cuenta con el apoyo de los entes gubernamentales y eso hace que ellos trabajen de manera artesanal, básica y peligrosa por no contar con las herramientas necesarias de protección, esto genera problemas como organización porque no toman fuerza y al no tener una imagen institucional consolidada, los deja estar siempre en la informalidad y no son reconocidos con seriedad en su comunidad. Frente a este panorama las debilidades encontradas más fuertes son el desconocimiento en temas de comunicaciones y el delegar funciones entre sus integrantes por no tener un organigrama que los posicione a cada uno en su cargo.

El colectivo Itagüí Ambiental tiene problemáticas con la Alcaldía municipal, no reciben el apoyo suficiente para ejecutar sus trabajos, ni para comercializar los productos que siembran en sus huertas ecológicas, es una dificultad que lleva mucho tiempo porque las administraciones no se han interesado en estas iniciativas, sino que han buscado sus propios beneficios y solo proyectos grandes que los visibilicen. Otra problemática fuerte es que las personas de la comunidad no quieren hacer parte del colectivo, siguen en las malas costumbres ambientales. Esta entidad, no solo se ha preocupado por las causas ambientales, viene fortaleciendo un objetivo que es el del cuidado de los animales abandonados, proporcionando alimento, pero personas del sector se aprovechan y se lo roban, demostrando que no hay conciencia social ni respeto por la iniciativa. Sin embargo, los participantes del colectivo continúan con su labor social, si no fuera por las buenas relaciones sociales que hay entre los vecinos de la comunidad de Itagüí, no sería posible el desempeño que ha tenido este colectivo que en tan poco tiempo ha impactado la forma de vivir de estas personas. Ahora, las calles son más limpias, los animales son menos maltratados y se realizan reuniones mancomunadas para resolver problemas de interés general.

Este proyecto da cuenta de que el trabajo en equipo es fundamental para buscar soluciones y crear iniciativas. Aunque la mayoría son personas de bajos recursos, están demostrando a todo Antioquia que cuidar el aire que respiramos es necesario para vivir bien y no afectar a los demás. El sentido de pertenencia y la conciencia social han sido pieza clave en los resultados de esta organización. Aquí se hace uso constante de la comunicación y la socialización. Sin importar las diferencias, todos los integrantes del colectivo son escuchados y tenidos en cuenta para las intervenciones sociales que se ejecutan. No hay problema de egos o jerarquías, más bien, todos se convierten en líderes de este trabajo social. Este proyecto tiene lugar porque el sentido de comunidad no se ha perdido y las personas, no sienten que deben actuar individualmente, sino que sus actos pueden afectar a los demás y por eso, los tienen en cuenta en cada decisión. Cada vez que tienen la oportunidad, comparten espacios en que se desahogan de sus dificultades privadas y hasta reciben apoyo de los integrantes del colectivo.

Hay organización en el colectivo y hace que la sociabilidad, ocupe un lugar primordial. Se relacionan unos a otros, sin ningún inconveniente y esto ha permitido que se sostenga. Sin sociabilidad, el sentido de comunidad estaría totalmente perdido, no se presentan actos de discriminación.

Líderes del sector e integrantes del colectivo manejan una armonía y ambos se destacan por ser personas empoderadas y responsables. El diálogo para resolver conflictos prevalece. Esta agrupación maneja una premisa que es “ser más útiles que importantes” una frase que muestra la calidad de personas que son y lo mucho que trabajan en cada labor.

Los lazos de amistad entre los integrantes son fuertes y se nombran como una familia. En los jóvenes con discapacidad se busca interactuar con amor y paciencia sin embargo no es tarea fácil porque no todos entienden su condición. Una de las ideas principales es que se aumente el número de participantes a sus actividades e iniciativas y que las personas se concienticen sobre

el cuidado del medio ambiente. Se reconoce que no tienen muchos recursos, pero ellos han creado un cambio físico y mental del Barrio San Francisco. Gracias a su dedicación y entrega estas personas le dan un panorama diferente a su comunidad, demostrando que la unión hace la fuerza.

El colectivo Itagüí Ambiental, para fortalecer el flujo de comunicación, debe tener unas líneas de acción como las siguientes:

- Reuniones destinadas a intervenciones sociales, retroalimentación de los posibles errores y el fortalecimiento de los objetivos logrados en cada actividad.
- Capacitación a los integrantes adultos mayores para que adquieran el conocimiento de manejo de redes sociales, para participar en estos espacios.
- Realizar un cronograma de actividades de integración y entretenimiento para los integrantes del colectivo
- Incentivar a los integrantes con actividades donde se premie su buena actitud y reconozca su buena labor

El municipio de Itagüí en el sur de la ciudad de Medellín se ha caracterizado por tener problemas ambientales graves en sus barrios y sus alrededores, demostrando que los colectivos como el mencionado en este ensayo se hacen fundamentales para terminar con una problemática de interés local y nacional. La estrategia comunicacional “Todos somos Itagüí Ambiental” es el referente para que estas prácticas se visibilicen y permitan que la población se interese por aportar al cambio en su localidad. Los temas ambientales son de interés mundial y se debe reflexionar en lo que se puede aportar para solucionar una problemática ambiental que no solo afecta a una comunidad si no al mundo entero

## Conclusiones

El Colectivo Itagüí Ambiental es una organización que por más de cinco años ha trabajado fuertemente en la construcción de un mejor municipio y para ello, ha hecho uso de la comunicación participativa para impactar a públicos específicos que quieren generar cambio. Se cuentan con grandes avances y reconocimiento, si fortalecemos la imagen institucional, serán más las personas que se sumarán a este proyecto y tendrán conciencia social sobre el mismo.

El objetivo no es otro que fortalecer el buen vivir, la comunicación interna y externa de la organización y generar un precedente para aquellas zonas, departamentos o municipios del país que estén pasando por una situación parecida. La comunicación horizontal es el aspecto transversal en todos los sentidos. Además, se cabe destacar que si bien, la organización tiene debilidades, son más las fortalezas y los puntos para destacar, pues siendo personas de bajos recursos y sin financiación, han sacado adelante esta idea.

Las redes sociales son un punto que se va a mejorar y gracias a ello, la difusión de información será más efectiva y eficaz. A la comunicación cara a cara también hay que trabajarle, pero sin lugar a duda, la participación será ese aspecto que vamos a tener como precedente, para lograr todas las metas propuestas.

## Referencias

- Bernal, C; Navarro, C y Santoveña, S. (2018). Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación. Ediciones Octaedro.  
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820>
- Cueto, I. (2019). *Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>
- 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>
- 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>
- Torres, A. (2002). *Nuevos Sentidos de lo Comunitario y Construcción de Sujetos Sociales*. En: *Reconstruyendo el vínculo social: Movimientos sociales, organizaciones populares y constitución de sujetos colectivos*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, Bogotá, 2002. <http://hdl.handle.net/10596/8037>