

Comunicación Participativa para el Fortalecimiento de las Comunicaciones Internas como
Externas y de Construcción de Redes Sociales en la OPS Junta de Acción Comunal del
Barrio Obrero de Apartadó

Ensayo

Realizado por:
Laurent Matute López

Tutora:
Mónica Andrea Lopeda Vargas

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH
Programa de Comunicación Social
CEAD Turbo, octubre de 2020

Tabla de Contenido

Resumen...	3
Palabras Clave.....	3
Comunicación participativa para el Fortalecimiento de las Comunicaciones internas como externas y de Construcción de Redes Sociales en la OPS Junta de Acción Comunal del barrio Obrero de Apartadó.....	4
Conclusiones.....	12
Referencias.....	14

Resumen

La organización social Junta de Acción Comunal Barrio Obrero, amparada por la ley 743 denominada ley comunal, ubicada en la comuna 2 del municipio de Apartadó, con una población aproximada de 40 mil personas, según datos del Sisbén, la gran mayoría de personas que residen en el sector su actividad laboral es la producción bananera. En la etapa final de Diplomado construcción en redes sociales de comunicación presentamos como proyecto de investigación comunicacional, un análisis exhaustivo sobre el impacto que tiene la OPS Junta de Acción Comunal en comunicación interna como externa, y el uso de redes sociales para los fines de comunicación participativa. Desde la experiencia del autor, como Presidente de la Junta de Acción Comunal del barrio La Esmeralda (2004 – 2007) y concejal del municipio de Apartadó (2008-2009) las OPS presentan este tipo de dificultades, y terminan generando crisis interna que a la postre terminan afectando la imagen de toda una organización y de quienes la integran.

Palabras clave: junta de acción comunal, participación, redes sociales, comunicación, estrategia de comunicaciones, sociopraxis.

**Comunicación participativa para el Fortalecimiento de las Comunicaciones internas
como externas y de Construcción de Redes Sociales en la OPS Junta de Acción
Comunal del barrio Obrero de Apartadó**

La comunicación de todo orden es fundamental en el fortalecimiento de los procesos sociales de comunidad aplicar métodos efectivos asociado a construir los nodos a favor de la razón de ser comunicativa, es por ello que Kamlongera y Mafalopulos (2008) señalan que:

El fin de diseñar una estrategia de comunicación es tratar de resolver los problemas a nivel de la comunidad, utilizando las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural, así como métodos, técnicas y medios de comunicación. Debe hacerse con la gente, no solo para la gente. (p.8)

La Junta de Acción Comunal del barrio Obrero de Apartadó, es una organización social, amparada por la ley 743 (Ley comunal) cuyo principal propósito es representar a las personas que residen en el barrio, además de liderar programas y proyectos con entidades públicas y privadas.

Este es el proyecto de investigación presentado como fase final del Diplomado Construcción en redes sociales de comunicación, como opción de grado, que busca entregarle herramientas al futuro profesional en comunicación social identificar problemas comunicacionales y soluciones al mismo, donde se analizaron los procesos de comunicación participativa de la OPS J.A.C del barrio Obrero y de sus dignatarios.

La dinámica para conocer la real situación de la Junta de Acción Comunal del Obrero en Apartadó, estuvo cimentada por actividades donde participó la comunidad, mediante el mecanismo de análisis DOFA, que arrojó como resultado la falta de un plan estratégico de acción, de igual forma una débil convocatoria a los coordinadores de trabajo, desinterés por la mejora continua y la conformación de islas al interior de la OPS es decir una Junta de

Acción comunal siniestrada y estaba ávida de una reingeniería desde lo comunicacional y lo participativo.

La esencia del trabajo social, está con las comunidades, se socializan iniciativas con efecto dominó, donde el actor se sienta importante en el proceso de comunicación participativa, queda como reflexión que al no tener un plan de comunicaciones establecido es difícil impactar con una opinión positiva donde se afiance la imagen favorable a través de una estrategia no impositiva sino participativa.

El resultado de este proyecto de investigación comunicacional desde el componente de la participación comunitaria, tiene como objetivo fortalecer el plan de medios y la estrategia comunicacional, en la construcción de redes sociales, de impacto para la comunidad, en el entendido que lo que se busca es comunicar, derecho constitucional que tenemos los ciudadanos colombianos a través de organizaciones sociales.

En el aspecto comunicativo dicho planteamiento concuerda con López (2013) que afirma: “La comunicación es un proceso humano y social de interrelaciones y de expresión que involucran momentos de producción, circulación intercambio – desigualdad de significaciones, enmarcados cultural e históricamente y que pueden ser, o no mediados por tecnología” (p. 45-46)

Cuando hablamos de trabajos con comunidades, conocer las características de quienes participan del entorno es determinante para tomar decisiones en la construcción de redes sociales de comunicación, que como su nombre lo indica no solo están asociadas a las redes que encontramos en internet, es toda una estrategia que debe estar liderada con principios de participación y de democracia.

Ante este panorama, los directivos de los órganos sociales deben hacer los esfuerzos pertinentes para que profesionales en el área del Trabajo Social o la Sociología de forma sistemática

entreguen esta herramienta que sea de fácil acceso para identificar y elaborar el análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas). En este sentido, un planteamiento acorde con la condición de trabajo social lo asocia Rúa, A. (2008) afirma que:

El análisis de redes sociales se ha aplicado específicamente en el campo del trabajo y la intervención social. Concretamente, esta aproximación ha dado sus frutos en el área del apoyo social, ya se trate de apoyo social informal, institucionalizado, o mixto, pero también al adaptarse las herramientas del ARS a la intervención social. (p.1)

Después de conocer en detalle el resultado de la investigación y sus pormenores de la OPS Junta de Acción Comunal del Barrio Obrero, en el aspecto comunicacional, de participación comunitaria y construcción de redes sociales, se evidencia que la organización comunal requiere de una reestructuración de quienes integran los comités de trabajo, una política de mejora continua en todos los procesos.

En el componente comunicacional, que no es solamente tener acceso a los medios de comunicación, sino la actualización de la imagen corporativa de la OPS J.A.C del barrio debido a que no existe, quizás por el desconocimiento y por la poca importancia que le han dado los dignatarios, sumado a ello está en promover un ciclo de capacitación permanente de las funciones de los comunales.

Desde lo profesional y haciendo un análisis exhaustivo de la Acción Comunal del Barrio Obrero, todo este conjunto de indicadores sin cumplir han dado origen a que la comunidad no tenga una percepción favorable de la organización, y a la vez no generar la sinergia de participación comunitaria en todos los espacios.

Como experiencia vivida está claro que las empresas y organizaciones buscan la dinámica del trabajo en equipo y que no existan islas, por lo tanto, la comunicación con los asociados no ha sido no ascendente ni mucho menos descendente, con todo esto, no se ha tenido el interés por mejorar las conductas comunicacionales.

En el apartado de construcción de redes sociales, la OPS no ha entendido que estamos en la era de la digitalización que estamos frente a grupos humanos conectados, que estamos en las redes, otra de las debilidades que se plantean como organización comunal, es decir no hacen presencia en el conjunto de redes sociales que nos comunican, y que decidimos por emociones.

Finalmente, ante una inadecuada política en comunicaciones internas y externas, no se cuenta con un plan de medios establecido, de estricto y fácil cumplimiento que a la vez sirve para la consolidación de la estrategia de participación comunitaria.

Las organizaciones sociales OPS como la Junta de Acción Comunal del barrio Obrero, se deben a la comunidad, al constituyente primario, sus fines específicos están asociados en velar por mejorar los índices de desarrollo humano colectivamente para las personas que residen en un sector específico. La implementación de un plan de medios y la construcción de una estrategia comunicacional es la base para ir mejorando hacia una percepción favorable que se requiere en el contexto organizacional.

El principio básico de la democracia está en la participación, en las organizaciones sociales no es la excepción, es por ello que se debe convocar a la concertación y promover participación en la toma de decisiones que buscan el beneficio de las comunidades, por tal razón, el CIMAS Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible (2010), plantea la siguiente reflexión "...para que un proceso de pueda mantener por sí mismo, se tiene

que basar en el protagonismo colectivo construido desde la base. Es decir, que la gente sienta y compruebe que sus iniciativas son tenidas en cuenta” (p.63).

Dicho pensamiento es acertado, por la necesidad que le urge a la Acción Comunal del barrio Obrero, mejorar la relación con las comunidades, y eso se hace efectivo mediante la selección de un grupo de personas, en este caso líderes sociales de buen nombre, con una percepción favorable de la gente, de igual forma, para que sean tenidos en cuenta en procesos de convocatoria y actividades de índole comunal.

Uno de los grandes hallazgos realizados fue la mala comunicación por falta de espacios de participación, la comunicación participativa, es un tipo de comunicación ligada a la comunidad, al cambio social, al desarrollo colectivo a la interacción. La creación de un plan estratégico permitirá solucionar los problemas de una forma más efectiva y no solo solucionarlos si no lograr proyectar la misma OSP.

El Mundo y las organizaciones han entendido que enfrenamos la era digital del sujeto conectado desde muy temprana edad es por ello que la relación mediante la construcción de redes sociales son una dinámica importante para conocer qué está pasando en mi entorno, hace algunos años el spot publicitario de la empresa de carga Servientrega se denominaba “El Mundo ya no se mueve como antes”

Desde la óptica administrativa, con la implementación del plan de medios y las estrategia comunicacional y sumado a ello la consolidación de la imagen corporativa de la organización social, los dignatarios de la OPS Junta de Acción Comunal del barrio Obrero tendrán un mayor compromiso con la mejora continua y escalar el proceso comunicativo de abajo hacia arriba.

Teniendo en cuenta lo anterior se planteó una estrategia de fortalecimiento comunicacional consistente en:

Objetivo General

Implementar un plan de medios y estrategia comunicacional, que permita impactar en las personas del barrio Obrero de Apartadó sobre las acciones organizativas que se desarrollan desde la organización social en la construcción de redes sociales.

Objetivos Específicos

- Realizar talleres de capacitación a los dignatarios de la Junta de Acción comunal como a los coordinadores de los distintos comités en la importancia del manejo y uso de las redes sociales.
- Propiciar mecanismos de participación entre la comunidad y la Junta de Acción Comunal.
- Poner en marcha el plan de medios para comunicar a la comunidad sobre las actividades que desarrollo la acción comunal de impacto en la comunidad.

En materia de lo que piensa y opinan los residentes en el barrio Obrero de Apartadó, la indagación y la pregunta personal fue efectiva, teniendo como resultado una percepción desfavorable de la Junta de Acción Comunal, debido a la poca participación de la comunidad en actividades donde se deben convocar al constituyente primario (al pueblo).

La comunidad es consciente de la labor que adelantan los dignatarios de la OPS Junta de Acción Comunal del barrio Obrero en su beneficio, por lo que cuentan con total apoyo desde diferentes sectores, en el caso de la PSO, se visualiza una participación masiva de los actores sociales, donde se involucran varias personas activamente con acciones encaminadas a un bien común.

Dentro de las recomendaciones para fortalecer la PSO, se propone a esta, que propicien espacios de interacción directa con los integrantes del comité, y la comunidad, con el fin de

socializar las decisiones que pueden afectar la población, o crear soluciones antes que se implementen los proyectos y actividades, así, evitar contratiempos y generar mayor participación en la red social.

Es importante que la PSO, fortalezca sus redes sociales en el diseño del perfil de Facebook, además de contar con otros medios de difusión de las actividades, como: Twitter, un blog, o página web, espacios en emisoras comunitarias e institucionales. No solamente las redes sociales están para el mercadeo digital, estamos frente a la era de la digitalización y se hace necesario hacer uso de ella donde lo que se busca fortalecer son las redes convencionales, las que se promueven a través de grupo de personas, sería erróneo no tener en cuenta esta herramienta digital como una estrategia de comunicación y de posicionamiento de una marca o producto en lo que conocemos como el mercadeo social.

En este sentido, y dando validez como hipótesis argumentativa, lo que plantea Gallego (2011) quien afirma: “las redes sociales digitales se tornan en una alternativa, la comunicación física que se expande mucho más y de forma más rápida, gracias al espacio social que ofrecen las redes digitales, ello genera un incremento del capital social de los usuarios ya que tienen la posibilidad de tener más contactos” (p. 22, 23)

En cuanto a la red, su fortaleza es evidente, cuentan con nuevos aliados, por ejemplo: Instituciones educativas, que generen espacios para jóvenes que deseen continuar, con el proceso de educación superior, aportando significativamente a su formación y participación comunitaria, a través de la corporación, logrando grandes beneficios para la comunidad. Así mismo, es recomendable una mejor difusión de los contenidos, para que la comunidad se apersona de la corporación, creando vínculos fuertes participando de los procesos sociales adelantados por la PSO .

En el contexto del tipo de metodología utilizada para el desarrollo de la investigación, se hizo uso del diagnóstico estratégico del sector, en este sentido OPS Junta de Acción Comunal del barrio Obrero, su componente directivo, representado en el Presidente de la organización social, vicepresidente, secretaria y 33 comités de trabajo que muy poco se reúnen de acuerdo a las actas solicitadas por el futuro profesional en Comunicación Social.

Otro de los elementos utilizados para tal fin, fue la auditoría de las redes sociales de la OPS J.A.C del Barrio Obrero, dicha organización no tiene presencia en redes sociales, de igual forma no cuentan con cartelera informativa, no general boletines de prensa y un aislamiento con los medios de comunicación con asentamiento en el municipio: Radio Prensa, medios alternativos, entre otros.

Cuando hablamos de comunidad, estamos en la obligación de darle una mirada a las formas de cómo la ciudadanía participa de las acciones de tipo comunicativa, es decir, seleccionar cuál de las formas y modos podemos consolidar una estrategia de consenso ajustado a la realidad de un determinado sector, promovido desde la Junta de Acción Comunal del Barrio Obrero. Para conocer los pormenores de un área de influencia la mejor manera de identificarlo es el trabajo de campo, convocar a la comunidad interesada y desarrollar talleres con valor agregado que permita construir desde la participación, para que la organización social mediante este método científico defina como sería la conformación de redes sociales de comunicación, articulado con la estrategia digital vinculada con las distintas plataformas. De acuerdo al pensamiento de Villasante, T. (2010) afirma sobre el concepto de la democracia participativa:

...escuchar a la gente para devolver la información, para que ellos hagan, no todo el análisis, pero una buena parte del análisis y sobre todo de las propuestas, elemento positivo al que no se puede renunciar en la parte científica También se habla sobre los sentidos de lo comunitario y la construcción de sujetos sociales.

(p.117)

Conclusiones

En las conclusiones de este documento el autor se toma la licencia de redactarlas en primera persona, dado que es su deseo expresar lo significativo de la experiencia para él.

Como estudiante de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD me satisface sobremanera el poder haber realizado este tipo de investigación en la OPS Junta de Acción Comunal del barrio Obrero, que no cuenta con los recursos suficientes para contratar un profesional en Comunicación Social, es por ello que existe la responsabilidad social profesional para asesorar sectores sociales y comunitarios que requieren de la implementación de un plan de medios y de la estrategia de comunicación que va a impactar en las comunidades.

Uno de los aspectos relevantes de este trabajo de grado es la necesidad que tiene la organización social de construir la imagen corporativa, de la Junta de Acción Comunal: Misión, Visión y valores corporativos, de igual forma, la estructuración del plan de medios y posteriormente la construcción de redes sociales: página de Facebook, Instagram, Twitter, páginas web, grupos de WhatsApp.

Otra de las conclusiones que arroja esta investigación es la pertinencia de mejorar la comunicación interna, que a la vez redundará en el contexto social, que lo que busca es incidir en lo que piensan de los dignatarios que integran la Junta de Acción comunal del Obrero, donde se involucre a la comunidad: jóvenes, adultos mayores, dirigentes sociales y políticos del sector.

La experiencia de este trabajo de investigación es fructífera en el entendido que podemos encontrar soluciones ante las inadecuadas condiciones que en materia de comunicación tiene la organización comunal que debe ser eje articulador de procesos con el colectivo social mediante

el mecanismo de la participación.

En el contexto personal, despejo algunas dudas frente al impacto que tienen las redes sociales, la característica de movilizar desde la conectividad, apropiarnos del plan de medios, reconocer que todo se debe a una estrategia a tener en cuenta los equipos interdisciplinarios.

Otro detalle para destacar de este proceso investigativo, es sobre la pertinencia que tiene el Diplomado en construcción de redes sociales para los profesionales en Comunicación Social, ya que cuenta con las bases para desarrollar cualquier proyecto de investigación en distintas áreas del saber.

Los comunicadores sociales debemos entender y poner en práctica que estamos frente a la era digital que la estrategia para llegar a más público y promover las acciones de las organizaciones sociales son de aire y tierra, es decir, un complemento a la comunicación tradicional de la radio y la prensa escrita, el Mundo de las comunicaciones es cambiante, creativo y que va en doble vía, que no solo se quedó en lo que se consume sino en que es participativo.

La experiencia personal en el desarrollo de esta investigación, sin duda me faculta por el conocimiento adquirido para poder desarrollar la actividad comunicacional, bajo los principios de la ética en busca de los resultados más favorable en el beneficio colectivo.

Referencias Bibliográficas

- CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. (2010).
Manual de Metodologías participativas. Recuperado de
http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf
- 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. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Kamlongera, C, y Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/5952>
- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD. Recuperado de: https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/0_03_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf
- (Ley 743 de 2002) diariooficial No 44826 del 7 de junio
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0743_2002.html
- Rúa, A. (2008). Análisis de redes sociales y trabajo social. En Portularia, vol. VIII, (1), pp. 9-21. Universidad de Huelva. Huelva, España. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=161017350001>
- Villasante, T. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy, (18), 2010, pp. 109-129. Universidad de Concepción. Concepción, Chile. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90223045008>