

Prácticas Comunicativas en Perspectiva de Red Social en la Fundación Carlos Portela para el  
Fortalecimiento de sus Relaciones Institucionales

Ensayo

Christian Pinzón Pinzón

Tutor

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD  
Escuelas de Ciencias Sociales y Humanidades ECSAH  
Programa de Comunicación Social

CEAD Cali, mayo de 2020

## **Tabla de Contenido**

Resumen... ..	3
Palabras Clave .....	3
Prácticas comunicativas en perspectiva de red social en la Fundación Carlos Portela para el fortalecimiento de sus relaciones institucional.....	4
Conclusiones... ..	10
Referencias .....	11

## Resumen

El presente ensayo es el resultado de la aplicación de una mirada crítica a la investigación acción en la Fundación Carlos Portela en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales en Comunicación. En este sentido, las actividades desarrolladas para mantener un acercamiento con los actores sociales de la Fundación Carlos Portela, consistieron inicialmente con una entrevista a María Fernanda Portela, representante legal, así como en la participación de la recolección de tapitas de plástico y recolección de fondos para la campaña “Quiero ser grande... Quiero ser como tú”. De allí, a que el empleo de la sociopraxis permitió determinar que las dinámicas comunicativas internas consistían en reuniones constantes entre el equipo de trabajo, mientras que las externas radicaban en diálogos con las comunidades, alianzas con los medios de comunicación y a través de las redes sociales digitales. Posterior a ello se elabora un sociograma que permitió determinar las relaciones de dependencia, colaboración y conflicto existentes entre la base social, el tejido asociativo y la imagen de poder, para posteriormente diseñar una estrategia de comunicación que optimice las relaciones institucionales de la Fundación Carlos Portela con los diferentes públicos y así alcanzar los objetivos organizacionales propuestos de manera satisfactoria, es por ello que, el aporte de esta estrategia radica en que fortalecerá los nexos con los pacientes y sus familiares, comunidades, instituciones, organismos públicos, sector empresarial, fundaciones similares, entre otros, para llevar a cabo el proyecto en común de la Fundación Carlos Portela de manera recíproca.

**Palabras Claves:** Red social, Sociopraxis, Estrategia comunicativa, Comunicación participativa.

## **Prácticas comunicativas en perspectiva de red social en la Fundación Carlos Portela para el fortalecimiento de sus relaciones institucionales**

El presente ensayo expone generalidades encontradas en el proceso de análisis de las Redes Sociales de Comunicación la Practica Social Organizada (PSO) de la Fundación Carlos Portela, ubicada en Cali, cuyo propósito es brindar apoyo integral a niños con cáncer y su familia, a través de asistencia económica, asesoría jurídica, necesidades básicas, acompañamiento emocional y actividades lúdicas, recreativas y culturales que contribuyan con su bienestar social. Cabe destacar que, para tal fin, se hizo necesario manejar como eje central la comunicación participativa, comunidad y red social, fundamentándose en el enfoque de la sociopraxis como una propuesta técnica de intervención social, enfocada a un dispositivo metodológico participativo.

Aunado e ello, se emplea la técnica del sociograma que sirvió para visualizar a los actores, grupos sociales y las relaciones en materia comunicacional sostenidas por la Fundación Carlos Portela, determinando principalmente las relaciones de dependencia, colaboración y conflictos sostenidas entre la imagen de poder, el tejido asociativo y la base social, finalmente se formula una estrategia comunicativa integral orientada en optimizar las relaciones institucionales con los diferentes públicos y así alcanzar los objetivos organizacionales propuestos de manera satisfactoria, promoviendo una la comunicación bidireccional.

La gestión de red representa una categoría de análisis relevante para aludir las relaciones existentes entre la Fundación Carlos Portela y su público rearticulando posiciones frente a los asuntos sociales. Las redes sociales tienen una característica peculiar que no responden a patrones formales y verticales de autoridad, sino a la combinación de relaciones

informales, es decir no jerárquicas que se estructuran entre los diversos actores con objetivos compartidos. Las redes sociales coadyuvan a identificar el comportamiento variado y complejo de las organizaciones sociales en la construcción de relaciones de cooperación, por lo que, representan una herramienta indispensable para la optimización de las relaciones institucionales de la Fundación Carlos Portela con su público, y así de manera conjunta abocarse al logro de los objetivos organizacionales pautados.

La comunicación contribuye a la reflexión sobre lo que es el desarrollo, por lo que, facilita entornos para que se determinen las metas y estrategias, permite analizar las realidades de los pueblos y establecer políticas a seguir, y se convierte en una herramienta clave para promover procesos de cambio a nivel político, social, comunitario e individual. Es por ello que, perspectivas más recientes sobre comunicación argumentan que este modelo de difusión es vertical o que es una perspectiva uni-direccional sobre comunicación y que el desarrollo será principalmente acelerado a través del involucramiento activo en el proceso mismo de comunicación. (Servaes y Malikhao, 2018, 46).

En virtud de ello, puede afirmarse que, la comunicación dentro de la Fundación Carlos Portela permite a su equipo de trabajo sostener diálogos con su público, para tener en cuenta sus necesidades y requerimientos en pro de orientarse al enfoque de la misma que es; como entidad sin ánimos de lucro, brindar apoyo integral a los niños con cáncer y sus familiar, otorgando asistencia económica, asesoría jurídicas, necesidades básicas, así como facilitar un acompañamiento emocional en medio de la enfermedad.

No obstante, la comunicación participativa como nuevo paradigma apunta a transformar sectores y niveles de la sociedad que permanecieron distantes, cuyo punto de partida es la comunidad, al respecto, Servaes y Malikhao (2018) sostienen que: “Las políticas de comunicación son básicamente derivadas de las condiciones e instituciones políticas,

culturales y económicas dentro de las cuales operan” (p.49). De allí, a que su empleo en las organizaciones sociales facilita la recuperación de la vida cotidiana, las necesidades e intereses de los grupos socioculturales, así como a sus protagonistas, mediante la planificación de propuestas que contribuyan a mejorar su presencia e incidencia tanto en los procesos de desarrollo, toma de decisiones y medios de comunicación.

Entre tanto, al promoverse este nuevo paradigma dentro de la Fundación Carlos Portela se hace posible reconocer los problemas de las comunidades, priorizarlos, encontrar un terreno de acción común, crear un clima de identificación y participación para poner en práctica sus decisiones, aunado a ello, permite incluso que personas pertenecientes a distintos grupos sociales dentro de las comunidades intercambien información e ideas de un modo positivo y productivo, logrando que entre ellos se informen sobre gestiones y actividades desarrolladas.

He aquí, la relevancia de la sociopraxis como una propuesta técnica de intervención social, lo cual a juicio de Villasante (2018) “se enfoca a un dispositivo metodológico participativo, que nace como una forma de intervención a lo social, cuya aplicación trata de analizar las situaciones más allá de los dilemas, ampliando posibilidades para introducir creatividad a los procesos sociales” (p. 2), de igual manera, permite construir prioridades de acción en forma colectiva más allá de lo causa-efecto lineal y aportar la construcción recursiva de los procesos, es decir; aportar en primer lugar que bloqueos, nudos críticos son los que obstaculizan las relaciones complejas entre las variadas causas y los diferentes efectos en un proceso.

Cabe destacar que, el estudio sociopraxico en la Fundación Carlos Portela permitió al investigador ser analítico de un hecho social que provoco una acción y reflexión en las comunidades, siendo capaz de comprender el impacto positivo y negativo de las redes sociales

en la difusión de información para alcanzar los objetivos pautados. Posterior a ello, fue necesario emplear un sociograma, lo cual a juicio de Cimas (2008) “Es un instrumento que nos permite visualizar a los actores y grupos sociales presentes en el territorio y trazar las conexiones existentes entre ellos” (p.27), de esta manera, el empleo de esta técnica, permite identificar a todas las personas y organizaciones que son importantes para la planeación, diseño, implementación o evaluación del proyecto, permitiendo definir estrategias específicas que ayuden a garantizar el mayor y mejor apoyo para la propuesta.

En virtud de ello, el empleo de la técnica del sociograma permitió al investigador visualizar a los actores y grupos sociales relacionados con la Fundación Carlos Portela y trazar las conexiones existentes entre ellos, pudiéndose determinar las relaciones mantenidas entre la imagen de poder, el tejido asociativo y la base social. Por lo que, pudo constatarse múltiples relaciones de colaboración, ya que como se precisa esta es una organización social que opera mayormente con fondos obtenidos por la autogestión, y es necesario que todo los públicos coadyuven para ello. De igual manera, esta herramienta permitió determinar que la Fundación Carlos Portela carecía de un personal especializado en el área de relaciones públicas e institucionales, ya que la comunicación externa era ejecutada únicamente por María Fernanda Portela, su representante legal.

En este contexto, se hizo evidente que las dinámicas comunicativas internas desarrolladas por la Fundación Carlos Pórtela radicaban en reuniones internas diariamente entre su equipo de trabajo, así como en conversaciones en grupos de Whatsapp, mientras que, las dinámicas comunicativas externas se realizaban a través de diálogos con las comunidades adyacentes y el voluntariado, quienes se hacían partícipes en las actividades convocadas para la recolección de fondos, ya que esta fundación opera sin ánimos de lucro, precisándose una masiva participación.

De igual manera se mantenían alianzas con los medios de comunicación regionales y nacionales, principalmente la radio, quienes se encargan de difundir cualquier información necesaria en cuanto al tratamiento de los pacientes o simplemente informar sobre las actividades de recolección de fondos ejecutadas, así como mayormente, se hacían los llamamientos a través de las redes sociales digitales, donde principalmente personas de escasos recursos que habitan en zonas campesinas del Valle del Cauca solicitaban apoyo económico.

En este orden de ideas, una debilidad evidenciada en la Fundación Carlos Portela fue la carencia de relaciones institucionales que establecieran, mantuvieran y consolidaran los vínculos con sus públicos, impidiendo de este modo la cooperación y por ende al alcance de los objetivos organizacionales pautados, es por ello que a través de diversos diálogos y reuniones sostenidas por el investigador con su equipo de trabajo se acordó que la estrategia comunicativa propuesta se orientara en optimizar las relaciones publicas existentes entre el tejido asociativo y la base social, promoviéndose así, una comunicación bidireccional y mejorando la identidad institucional.

Entre tanto, al optimizarse las relaciones institucionales en la Fundación Carlos Portela, a juicio de Sánchez (2016) “se fortalecería los vínculos con sus distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en las mismas acciones presentes y futuras” (p. 17), todo ello conllevaría a mejorar los vínculos entre la organización, la comunicación y los públicos relacionados, además de que los convencería e integraría de manera positiva.

En relación a la estrategia propuesta, su objetivo radicara en optimizar las relaciones institucionales de la Fundación Carlos Portela con los diferentes públicos y así alcanzar los objetivos organizacionales propuestos de manera satisfactoria, para ello, se requirió

socializar la estrategia con el equipo de trabajo de esta organización social a través de una reunión sostenida con María Fernanda Portela, su representante legal para discutir el contenido propuesto y posterior aceptación, aunado a ello, se formula una capacitación a todo el equipo de trabajo mediante una charla sobre comunicación organizacional y así estos contarán con herramientas necesarias para la transmisión de mensajes de manera efectiva, tanto interna como externamente.

Posteriormente, el investigador dicta un taller sobre relaciones institucionales al equipo de trabajo de la Fundación Carlos Portela otorgando nociones necesarias para mejorar los nexos sostenidos con sus públicos bajo diferentes modalidades de cooperación, una vez finalizada esta actividad, se formula una lluvia de ideas que permitiera la formulación de un plan de comunicación interna orientada a la transmisión de información entre ellos de manera efectiva, promoviendo la proactividad, competitividad y eficiencia. Por otra parte, se capacita al equipo de trabajo de la Fundación Carlos Portela sobre el uso y manejo de tecnologías de la información y comunicación (TIC's), otorgando técnicas para la ejecución del plan de social media a través de las diversas redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube) que les permitirá mantener una comunicación más directa y rápida con su público.

En síntesis, la estrategia propuesta estimulara una comunicación activa, asertiva y proactiva en la Fundación Carlos Portela, debido a que posterior a su ejecución los cinco miembros que forman parte del equipo de trabajo tendrán los conocimientos y herramientas necesarias para comprender los problemas relacionados con la comunicación interna y externa, teniendo la capacidad de manejar distintas formas de comunicación, conocer las claves para construir una buena reputación institucional adecuándose a los requerimientos de sus públicos, conocer las nuevas formas y estrategias de comunicación proporcionadas por

el internet y los distintos medios existentes en la actualidad, así como ser capaces de establecer una sincronía entre la comunicación institucional y la integridad corporativa.

### **Conclusiones**

A través de la sociopraxis se pudo emplear métodos y técnicas capaces de abordar una realidad social, por lo que, el rol del entrevistador en la Fundación Carlos Portela sirvió para que se aportaran constructos y cuestionamientos en base las debilidades encontradas, pudiendo participar activamente en la transformación para la optimización de la comunicación organizacional interna y externa, manejar de manera más acertada las redes sociales corporativas de la fundación, para priorizar los casos y otorgarles respuestas satisfactorias a los requerimientos y necesidades de los pacientes y familiares, así como mejorar los nexos y las relaciones institucionales con sus públicos que fueron determinados mediante un sociograma.

Indudablemente, la estrategia de comunicación que optimice las relaciones institucionales de la Fundación Carlos Portela permitirá mantener una buena imagen corporativa de esta institución y comunicar de manera efectiva mensajes de gran interés y relevancia con su público, mejorara los nexos con los diferentes medios de comunicación social regionales y nacionales, contribuirá a dar respuestas rápidas y satisfactorias a los requerimientos de los pacientes, así como fomentar la participación de las comunidades y colectivos en las actividades convocadas para la recolección de fondos fundamentándose en la comunicación para el cambio.

### Referencias

- Cimas (2009). Manual de Metodologías Participativas. Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. Recuperado de: [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)
- Sánchez, D. (2016). Protocolo y Relaciones Institucionales: Recuperado de: [https://extension.uned.es/archivos\\_publicos/webex\\_actividades/11870/protocoloyrrii.pdf](https://extension.uned.es/archivos_publicos/webex_actividades/11870/protocoloyrrii.pdf)
- Servaes, J y Malikhao, P. (2018). Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671275>
- Villasante, T. (2008). LA SOCIO-PRAXIS: un acoplamiento de metodologías implicativas. Recuperado de: <http://ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf>