

Fortalecimiento de la Red Social de Comunicación de la Fundación Juan Feliz, Como
Medio para Visibilizar y Potencializar su Trabajo Social Ante la Comunidad

Ensayo

Realizado por

Edwin Albeiro Monguí Rivera

Tutor

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional, Abierta y a Distancia. - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades -ECSAH

Programa de Comunicación Social

CEAD Yopal

2020

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras Clave.....	3
Fortalecimiento de la red social de comunicación de la Fundación Juan Feliz, como medio para visibilizar y potencializar su trabajo social ante la comunidad.....	4
Conclusiones.....	11
Referencias.....	12

Resumen

Este ensayo es de tipo argumentativo, el cual recoge los resultados de la investigación acción de la Organización Social Participativa Fundación Juan Feliz. Una importante forma de fortalecer organizaciones sociales es aplicar contenidos de la organización para ser difundidos a través de los canales de comunicación masiva que permitan a la ciudadanía conocer, interactuar, formar empatía y proponer a la vez para enriquecimiento de la Organización. En ese sentido es indispensable que se adentren en la participación dentro de las redes sociales y creen contenidos que busquen no solo dar a conocer su labor si no su apoyo en la misma tarea, que con calma, persistencia y oportunidad en la divulgación constante, logrará posicionar la Organización no solo dentro de sus propios propósitos como Fundación si no fortalecerla decididamente en temas comunicativos de distinto orden jerárquico partiendo del interior de la misma organización. Las redes sociales son nuestro aliado estratégico en la consolidación de un proyecto encaminado a su uso y a sacar el máximo de provecho en beneficio de todos.

Palabras clave: Red social, comunidad, comunicación participativa, fundación, empatía, herramientas comunicativas.

Fortalecimiento de la red social de comunicación de la Fundación Juan Feliz, como medio para visibilizar y potencializar su trabajo social ante la comunidad

El presente documento es un ensayo que evidencia la investigación realizada dentro de las tareas exigidas en el marco del Diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación y como parte del último tramo de sustentación y puesta en práctica de los conocimientos adquiridos. Mediante el pretendemos exponer nuestro punto de vista respecto al por qué luego de analizar y discutir el funcionamiento de la Fundación Juan Feliz, ubicada en el municipio de Yopal, más exactamente en la vía que de Yopal conduce a Aguazul, es necesario plantear un enfoque comunicativo y redefinir el existente junto con unas herramientas absolutamente indispensables para tratar de lograr el objetivo que está encaminado a que la Fundación que trabaja con una población discriminada y olvidada en buena parte de los distintos sectores del país, entre a abarcar un espacio más amplio y de empatía con su comunidad, de participación de ella. La tesis que defiende este ensayo consiste en que es fundamental fortalecer los lazos de comunicación participativa entre la Fundación y la comunidad a partir de la generación de contenidos y la apertura de canales como las redes sociales y el empoderamiento en ellos por parte de los integrantes de la Fundación, para lograr el desarrollo participativo e integral tanto de la organización como de la comunidad con la cual trabaja.

Dentro del proceso de comunicación que planteamos sabemos de antemano que genera ciertos ruidos, ciertos problemas que debemos afrontar desde la misma organización en su interior tal como es el hecho de capacitar a los integrantes de la organización en su concientización de la necesidad del adiestramiento de ellos en la aparición en redes sociales, el manejo de lenguajes apropiados, en la selección y elaboración de contenidos para publicar en ellas y en la forma en que estos mismos deberán dar respuestas y manejos a situaciones

generadas por el tráfico de este producto como organización, de este producto como Fundación Juan Feliz en su aparición en las redes sociales con su trabajo social entendido por algunos, pero también rechazado por otros dentro de la comunidad. Un hecho algo complejo si se trata de arrancar de ceros pero nosotros asumimos desde un comienzo la necesidad de cambio planteada en la ayuda que solicitó el interés inicial del manejador de la Fundación, Juan Feliz, y que nosotros estuvimos prestos a tomar la ocasión para servir desde la carrera de comunicación que estudiamos.

En este aspecto fue necesario que se realizaran algunos formatos de comunicación tales como cartas tipo, notas escritas tipo, videos tipo, y audios clips con voces de personas tratadas en la Fundación a nivel de testimonios e invitaciones a apoyar la Organización.

En consecuencia con esto queda demostrado que si la Fundación pretende abarcar mayores estructuras dentro de la comunidad, avanzar más al profundo de esta, causar más y mejor impacto en ella, lograr mayor empatía y participación efectiva y que la comunidad conozca un trabajo social muy difícil y hasta rechazado por la misma comunidad para aceptarlo y hasta hacer parte de la solución no solo desde su apoyo financiero o logístico si no de la apertura de oportunidades de estudio, capacitación y empleo para los recuperados, entonces es indispensable que cada integrante de la Organización Social, entre en la dinámica de aprender, romper esquemas, participar aportando y colaborando desde las redes en las respuestas y contenidos que se manejan dentro de los temas que se van a publicar de esta manera.

A pesar de la diligencia de su director en la Fundación Juan Feliz, será necesario hacer una reingeniería de la comunicación ya que el manejo actual de comunicación personalizada pero no masiva y muy corta en estructuras categoriales, está quedando sin alcance medido desde los resultados alcanzados por la Fundación en la consecución de los recursos de sostenimiento y

oportunidades de empleo y educación, por ende, de personas tratadas, y que la comunidad conozca, apoye e interactúe directamente y más de cerca con esta organización. En este sentido daremos nuestras razones para demostrar la poca operancia de los canales de comunicación existentes y el casi nulo manejo y participación en las redes sociales entendidas estas desde los productos de comunicación y el manejo del internet principalmente como nicho de varios canales de comunicación para aprovechar; y que hoy los integrantes de la Fundación están desperdiciando.

Entender las redes sociales y las comunidades virtuales es vital en el mundo actual. Sin embargo, la gran cantidad de información disponible hoy día en Internet hace a menudo imposible poner las cosas en contexto. Sin embargo, debemos contarnos de manera directa y sencilla, en primera persona, y a través de la experiencia de la Fundación, cómo entender este mundo y su potencial para los profesionales, las empresas que se asocian con la Fundación Juan Feliz, la comunidad en general y los entes del Estado que regulan este tipo de prácticas de la Fundación, lo anterior corrobora la definición de Gallego (2011) “Para entender la naturaleza de las redes sociales, es necesario comenzar por el estudio de los grupos y su evolución ” (p.4).

Es interesante salir de las dicotomías simplificadoras y plantearse la inter-acción entre elementos básicos de la estructura, de los proyectos, y su concreción en redes cotidianas de comunicación. Hay aplicaciones que entran en la formación de "cuasi-grupos" y sus dinámicas, y sobre todo el concepto de "conjunto de acción" en los distintos niveles de comunicación. Así la Fundación Juan Feliz tiene de entrada ya un manejo de comunicación en pequeños grupos como los pacientes, los que hacen parte de la Fundación y otros también pequeños de interacción con la comunidad entendida esta como los entes de salud desde el estado que intervienen en este tipo de procesos de tratamiento, las empresas que patrocinan la Fundación, algunos de la sociedad

civil en el barrio donde está ubicada esta organización y otros aún más escasos con medios de comunicación y comunidad en general. Encontramos así que está muy atomizada la manera de afrontar los procesos distintos de comunicación y que ellos en sí, deben ser replanteados, tecnificados y ampliados si pretendemos alcanzar objetivos más generales y de amplia estructura que generen mayor dinámica a la vez de personal tratado dentro de la Fundación y por ende, de logros para la misma comunidad.

Es notorio que debemos fortalecer los procesos comunicativos desde la estructura, pero apuntando en este mundo moderno y de sofisticación tecnológica a que los integrantes de la Fundación sean los primeros que se empoderen de ellos, generen los objetos comunicativos y las piezas que se usarán para subir a redes e interactuar con la comunidad, a fin que la organización como tal, no solo tenga el conocimiento de sus funciones al interior de la Fundación si no las de impactar de forma decidida su entorno a través de las redes de comunicación desde las mismas redes sociales e internet. Es pues la Fundación con estos procesos comunicativos, la encargada y obligada a que la comunidad pueda tener participación. Es el elemento fundamental donde todos se sientan empoderados del proceso y vivan responsablemente también para su construcción y no tener el peligro amenazante de no contar todos los miembros de la Fundación con el acceso a esas redes y que, en cualquier momento de ser excluyente, la persona que maneja las redes no se encuentre disponible y todo el proceso caiga, como lo señala Piñeiro Otero, y Costa Sánchez, C. (2014) "...El desarrollo de la web social o participativa ha puesto a disposición de los usuarios herramientas de fácil acceso para la creación y difusión de sus propios contenidos" (p.31).

Dentro de la Fundación Juan Feliz en Yopal, Casanare, encontramos misivas que son enviadas a los entes de salud, a los posibles padrinos y a algunos medios de comunicación para que divulguen su tarea y presten apoyo. Esto es en sí es muy corto y deficiente si se trata de

impactar la comunidad, que esta participe y que se genere un gran número de actores alrededor de este proyecto social. Es necesario entonces para ello que quienes reciben el mensaje tengan una carga emocional que impacte, que genere resultados positivos en favor de la Fundación y de empatía con el proceso que se adelanta en la organización y para ello tuvimos que analizar las distintas esferas en que se produce la comunicación y qué tipo de mensaje y herramientas usa, encontrando que solo acuden a indicar qué hacen, de manera muy escueta, y que pretenden con la carta. Ello causa frío en quien la recibe y no alcanza a percibir la gran importancia que implica poder dar un apoyo decidido a este tipo de Organización Social.

Para tratar de resolver esta problemática acudimos a incluir pequeños trozos de textos de testimonios de personas recuperadas que, en primera persona, cuentan su historia y hacen un llamado a la vez, para que se apoye, divulgue y participe directamente con la tarea de la Fundación logrando un retorno más significativo de la comunicación. En este mismo sentido se incluyeron fragmentos de testimonios en las redes sociales como la página web que creamos para la Organización y audios para ser reproducidos en ella tanto como en el fan page de Facebook. Herramientas que aprovecharemos para dimensionar el alcance y participación de la comunidad y hacia ella.

También analizamos que el director de la Organización es quien de manera personalizada acude ante los entes de control, los posibles aportantes en empresas y sus representantes y mediante su diálogo intenta lograr los objetivos que se plantean como organización pero que realmente hoy están muy cortos y desfasados de la realidad de no asumir nuestro trabajo y conocimiento a fin de proporcionar las herramientas necesarias para intentar cambiar esa realidad y en un corto tiempo haber impreso una dinámica totalmente distinta.

Nuestra propuesta de mayor jerarquización de nuestros canales de comunicación, se encaminó con fuerza a llevar nuestros mensajes más allá del simple entorno de una pequeña comunidad de vecindario hasta hacerla de límites casi universales con énfasis en la ciudad, el departamento, el país y el mismo mundo. También evidenciamos que se pecaba por no dar participación más empática con la información de los integrantes administrativos y de funcionamiento de la Fundación y se encontraban excluidos de ese tipo de tareas y relacionamientos en su gran mayoría. Así tenemos ahora la inclusión de ellos en el manejo aportante de contenidos y respuestas a la comunidad en nuestra página web y fan page de Facebook para que luego sea retroalimentada esta comunicación en reuniones de la asociación que les permitirán tomar decisiones y apreciaciones de las respuestas encontradas en la comunidad para ajustar, cambiar o fortalecer las herramientas y objetos que usamos en nuestro proceso comunicativo.

De la misma manera las redes son ahora nuestros vehículos indispensables para alcanzar metas y propósitos y para ello las capacitaciones al personal de la Fundación necesarias para buscar un mismo idioma en la forma de publicar y el formato de contenidos mejorando las relaciones internas y externas de la Organización Social y la comunidad. Ahora es primordial que sea la comunicación participativa eje fundamental para el fortalecimiento de una organización social OSP participativa como la Fundación Juan Feliz. Ahora es claro que dependemos de seguir una senda amplia en el conocimiento de las redes sociales, del contenido en video, audio y texto con fragmentos y testimonios completos para que la comunidad tenga acceso en cualquier momento a ellos y pueda interactuar y retroalimentar a nuestra organización, como lo infiere Villalobos, (2012) “La ciudadanía en la era de las redes sociales se expresa en la búsqueda de inclusión y en la posibilidad de ejercer derechos” (p.5).

La inclusión de todas las personas de la Organización en nuestros procesos comunicativos fortalece la identidad y alimenta los vínculos al interior y con el exterior en toda su dimensión. Es así como se replanteó la toma de educación virtual para sus integrantes y que estos participen abierta y decididamente en la formulación de mensajes, propuestas y respuestas a inquietudes de la comunidad. Que interactúen con ellos y se vayan resolviendo problemas o inquietudes que se tejen las relaciones, desde la armonía o el conflicto como lo amplia Balcázar en sus contenidos.

Un manejo consecuente con la realidad mundial en la forma en que se comunica el mundo y sus estructuras es urgente en el propósito de la Organización Social, Fundación Juan Feliz, para que salga de su entorno primario y corto y llegue a instancias que solo habían soñado hace mucho tiempo sin lograr acercarse a un nivel siquiera modesto de ello por falta de conocimiento, por falta de una oportunidad como la que, a través de nosotros, se le ha brindado ahora y que intenta abrir horizontes y a partir de mentalidades y sus cambios, a través de la comunicación sus productos y canales.

Para lograr nuestro propósito de construir un mundo inexplorado en las comunicaciones de la Organización Social, Fundación Juan Feliz, y tener grandes dividendos de ello, está claro que se debe incluir a toda la organización, aún los pacientes tratados y sus familias, los posibles padrinos, la comunidad cercana a la Fundación, los entes gubernamentales que tienen que ver con estos temas, con la misma Policía Nacional, con las empresas organizaciones y personas que nos brindarán una oportunidad de capacitación, una oportunidad laboral de inclusión para la resocialización de nuestros pacientes de la Organización Social, Fundación Juan Feliz y a los ciudadanos que a través de la participación, escucha, vista y lectura de nuestros contenidos en las redes, van a llenarnos de sus inquietudes, sugerencias y o diferencias con el proceso que se asume con al tratamiento de los pacientes y tendremos que entregarles con claridad respuestas,

propuestas y asimilar, analizar e incorporar, si es del caso, sugerencias y propuestas para implementar y mejorar nuestros procesos.

La implementación de nuestra organización social en el manejo de redes y los productos para esta sumados a las misivas con empatía y sensibilización, nos darán una mano enorme en el fin de lograr incluir un mejor mundo partiendo desde nuestro pequeño entorno comunicativo.

Conclusiones

- La comunicación es vehículo fundamental para conseguir objetivos masivos para una organización
- Apuntar a desarrollar estrategias de comunicación más incluyentes y persuasivas hacia la comunidad
- Partir y permitir la participación decidida de la Organización y sus componentes en el manejo de las redes sociales para la organización misma
- Tuvimos que afrontar el reto de ir más allá de lo establecido como política de comunicación para esta Fundación y rediseñar formatos, herramientas, canales y educación para participar en sus desarrollos
- La comunicación masiva trae consigo la demanda de lenguajes apropiados para ella en el manejo de las redes sociales y parte de desarrollarlas fue aprender de ello.
- Es indispensable el manejo de las redes en la manera de concebir la realidad de un mundo conectado a través de la internet y para la Fundación, centro de su desarrollo potencializado hacia toda la comunidad.
- La ciudadanía en sus distintas esferas y estructuras tiene manejo de las redes sociales hoy. No podíamos ser indiferentes a la participación nuestra si pretendemos abarcar gran parte de ella.

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. Toledo, España. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Piñeiro Otero, T. y Costa Sánchez, C. (2014). Estrategias de comunicación multimedia. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/57637>.
- Villalobos, O. (2012). Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales. Quórum Académico, Vol. 9, No. 1, 2012. Zulia, Argentina: Red Universidad del Zulia. Recuperado de: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>