

Fortalecimiento de la Red Social de Comunicación de la Fundación Viva Feliz de la
Iglesia Filipenses 4.13, para el Empoderamiento Organizacional y el Mejoramiento del
Servicio a la Comunidad de Turbo

Ensayo

Presentado por:

Karlen Patricia Rentería Caicedo.

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 Turbo

2020

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras Clave.....	3
Fortalecimiento de la red social de comunicación de la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13, para el empoderamiento organizacional y el mejoramiento del servicio a la comunidad de Turbo.....	4
Conclusiones.....	11
Referencias.....	12

Resumen

Este documento recoge los principales aspectos de la Investigación Acción, realizada en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación para lo cual se escogió la OSP la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13. El presente ensayo busca dar a conocer en qué consiste una red social, defendiendo además la tesis de que el fortalecimiento de la red social de comunicación de la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13, es fundamental para el empoderamiento organizacional y el mejoramiento del servicio a la comunidad de Turbo por parte de la OSP.

Palabras clave: Red social de comunicación, sociedad, comunidad, comunicación participativa.

Fortalecimiento de la red social de comunicación de la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13, para el empoderamiento organizacional y el mejoramiento del servicio a la comunidad de Turbo

Para que exista una adecuada comunicación dentro de la sociedad, ya sea entre las diferentes organizaciones o entre los particulares (personas) se debe tener claro el concepto de red social. En el siguiente trabajo del Diplomado en Construcción de Redes Sociales, el cual se escogió como opción de grado del programa de Comunicación Social, de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, para el desarrollo del diplomado en Construcción de Redes Sociales para la Comunicación, se solicitó de que hiciéramos una breve investigación sobre tres organizaciones sin ánimo de lucro ósea tres PSO que fueron: Fundación Abuchar Para Atención A La Primera Infancia y Grupos Vulnerables, Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13 y Fundación Gota de Vida; esto con el fin de mirar su desarrollo y trabajo social en todo lo que tiene que ver con la comunicación participativa dentro de la comunidad de Turbo/Antioquia.

Se acogió para trabajar la PSO “Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipense 4.13”. El presente documento propone la tesis de que el fortalecimiento de la red social de comunicación de la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13, es fundamental para el empoderamiento organizacional y el mejoramiento del servicio a la comunidad de Turbo por parte de la OSP. La Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13, tiene sus inicios hace alrededor de 3 años, se trata de una organización sin ánimo de lucro, es una organización sin ánimo de lucro, conformada por un equipo interdisciplinario de profesionales encargados de brindar asistencia social a la población vulnerable del municipio de Turbo, su objeto social es el apoyo a poblaciones con alto grado de vulnerabilidad en Turbo Antioquia.

Es importante que dentro de una comunidad exista la debida comunicación participativa, ya que dentro de la comunidad existe gran cantidad de personas que deben participar activamente

dando su punto de vista sobre x o y problema; desafortunadamente en nuestra sociedad existe personas como son. Grupos en extrema pobreza, madres solteras, infantes y adultos mayores, estos grupos son los más vulnerables los cuales requieren una atención especial; mirando esto fue que un grupo de persona decidieron ayudar a esta clase de personas concentrándose básicamente en el hambre que padecían los niños, dando inicio a la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13.

Una vez realizada la investigación dentro de la Fundación Viva feliz de la Iglesia Filipenses 4.13 se puede establecer que existe una adecuada comunicación participativa entre los miembros de la OSP y sus beneficiarios, esta buena comunicación se debe a las buenas relaciones que se manejan dentro y fuera de la Fundación. Respaldando esto, Dabas (Citado en Villasante y Gutiérrez 2007) indica:

Dabas (1993) se ha desarrollado, con gran eficacia en los tratamientos grupales, estos enfoques que inciden en que los problemas no son tanto de las personas en sí sino de las redes que los habitan. Y, en consecuencia, que abordar las redes sociales que nos constituyen es la mejor forma de producir los cambios que en cada caso sean pertinentes. (p. 127)

Según Gallego (2011), para poder determinar el tipo de comunicación participativa, en este caso la comunicación horizontal se debe tener en cuenta que tipo de grupo de maneja dentro de la red social, se considera que existen dos grupos los primarios o redes primarias y las redes secundarias. Los grupos primarios son aquellos en los que el individuo no tiene la opción de escoger, sino que nace dentro de esta red social.

En los grupos secundarios el individuo tiene la oportunidad de escoger si quiere o no pertenecer y hacer parte de esta red social. En la fundación la forma de comunicación es de forma horizontal y manejan los grupos o redes secundarios, ya que sus participantes tienen libertad de

escoger si quieren o no pertenecer a la OSP, de esta forma todos sus pares interactúan entre sí para lograr un bien común.

De esta manera la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13 puede empoderarse para brindar un mejor servicio a la comunidad de Turbo que realmente la necesite.

Cabe anotar también que se debe tener claro que es una comunidad porque generalmente se confunde las palabras comunidad y sociedad. Según Álvaro (2010), "...la comunidad no solamente aparece primero que la sociedad, sino que ella es primera, no sólo más antigua que la sociedad, sino anterior a toda distinción entre formas de vida en común." (p. 12). Ósea que para conformar una sociedad se debe interactuar en una comunidad la cual se ha conformado manejando unas costumbres y cultura, los miembros que lleguen a esta tienen que adaptarse a la comunidad y no viceversa, de esta forma se lograra crear una verdadera red social en la cual unos interactúan con los otros.

Nos podemos dar cuenta que la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13, ha tomado estos conceptos y de esta manera se ha proyectado a la comunidad la cual ha recibido plácidamente la gran colaboración que esta OSP brinda, respaldando de esta forma sus acciones su función y objetivos; de igual forma la fundación también cuenta con el apoyo que le brindan otras entidades, sobre todo la Iglesia Cristiana Filipenses 4.13 quien ha sido la gestora e impulsora de la idea de formar la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13.

Hablemos también de lo que significa una red social, las redes sociales no son únicamente las redes sociales digitales que comúnmente se conoce; las redes sociales de comunicación existen desde tiempo atrás, para ser más exactos se está hablando de redes sociales de comunicación desde el siglo XIX como lo afirma Vélez (2011):

Si se quiere abordar el problema de definir el concepto de redes sociales, habría que hacer un breve recorrido histórico para entender su relevancia. De redes

sociales se habla desde el siglo XIX a manera de metáfora para describir una especie de sociedad orgánica. (p.2).

Se puede dar a conocer algunos conceptos para tener más claridad sobre el tema que a continuación se presentan: Santos Requena (1989) “Una red social se encuentra formada por una serie de puntos vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades” (p.139). En esta definición se puede decir que los puntos son las personas que componen la OSP quienes cumplen una función específica para que exista un mejor funcionamiento dentro de las organizaciones, otorgando de esta manera la debida participación a las personas. Otro concepto de red social sería: Gallego (2011) “Los seres humanos se sienten influenciados y afectados por los hechos y las acciones ya sean de carácter individual, o colectivo del grupo de personas más cercano a ellos, es decir, el grupo primario”. (p. 114).

Bajo este concepto también se puede aclarar más lo concerniente a los que es una comunidad, la fundación tiene muy claro esto ya que ellos siempre velan por el bien de la comunidad sin ver beneficios de índole personal, su propósito es colaborar con la comunidad más necesitada ya que ellos son quienes urgen de beneficios para de esta forma mejorar su estilo de vida que se ha visto afectada por estar privados de las necesidades básicas que tienen todas las personas para sobrevivir dentro de una comunidad

Teniendo claro estos conceptos sobre red social de comunicación, se puede establecer que en la comunicación estas son claves, de este modo la comunicación que se genera es óptima ya sea que se esté informando o que la comunicación sea de carácter conversacional. No importa el carácter sino la forma como se desarrolla la comunicación se debe tener presente que esta sea clara y asertiva, y todas las personas que participan sin importar el grado de educación y conocimientos entienda el mensaje dado sin que haya lugar a malos entendidos por nadie. Generalmente toda comunicación brinda o da conocer un mensaje y que mejor es que dicho

mensaje llegue de manera clara a quien tiene que llegar.

Se pudo ver que la fundación tiene claros estos conceptos los cuales aplica en su labor con la comunidad brindando la ayuda espiritual, física, cognitiva, sociocultural, económica etc... a las personas que lo requieren con el único placer que sienten los miembros de la fundación de deber cumplido.

Hasta el momento se ha hablado sobre comunicación participativa, comunidad y red social pero también es importante resaltar las buenas relaciones que tiene la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13. Las relaciones pueden ser muchas veces de conflicto entre las organizaciones, generando así controversia y discusión terminando muchas veces en peleas. La comunicación esta precisamente para fortalecer los lasos de unión, se debe tener muy claro que no es lo mismo informar que disociar sobre algo o alguien, todas las personas ya sean naturales o jurídicas deben contar con unas adecuadas relaciones ya que de ahí depende mucho el éxito que se tiene ya sea en la vida cotidiana o si hablamos de una organización es clave para que pueda alcanzar con efectividad su objetivos y metas trazadas.

Afortunadamente la fundación cuenta con unos buenos aliados donde sus relaciones son de cordialidad, tomemos por ejemplo la relación que tiene con la Iglesia Cristiana Filipenses 4.13, la iglesia es una imagen de poder cuan la cual la fundación tiene una relación de dependencia, es decir la fundación depende directamente de la iglesia. También está la alcaldía de Turbo que también es una imagen de poder, pero casi no interactúan la una con la otra establecido una relación de débil. No ocurre lo mismo con el ICBF de donde si reciben colaboración como es alimentación para los niños.

También maneja buenas relaciones con la UNAD que es la intuición que acude a la fundación para que los estudiantes de psicología realicen sus prácticas estudiantiles. Dentro de la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipense 4.13, la comunicación que se genera es de carácter

claro y asertivo, no existido de esta manera malos entendido; de esta forma los trabajos que cada uno realiza son entendidos fácilmente, esta misma actitud es reflejada a los beneficiarios de la fundación que en su conjunto son personas pobres y desafortunadamente no cuentan con una buena educación, no obstante los miembros que trabajan en la fundación han sabido sopesar esto y el mensaje que transmiten es claro y asertivo hacia la comunidad.

Se hace este breve recuento es para insistir que la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13, siga manejando las relaciones de cordialidad que tiene con sus aliados con el fin de que tenga un buen impacto y perdure brindándole sus servicios a la comunidad. En las redes sociales se puede identificar cual es el comportamiento de sus miembros y de esta forma se da las relaciones, herramienta que es importante para identificar de que tipo son estas, para de esta forma generar las relaciones adecuadas las cuales brinden una conveniente prosperidad a la fundación. De esta forma la OSP podrá perdurar a través del tiempo dándole a la comunidad de Turbo la satisfacción de poder contar con ellos cuando lo requieran.

Por medio de la investigación acción (IA) en donde se aplicaron instrumentos como las entrevistas que muy amablemente nos brido la directora de la fundación, la observación que por motivos de la pandemia no se pudo realizar directamente, se pudo conocer en cierta medida cuales eran sus fortalezas y debilidades concernientes a la comunicación para de esta manera poder realizar y proponer una estrategia la cual se dio a conocer dentro de una jornada de devolución que se programó previamente con los miembros de la fundación.

Citando a Kamlongera y Mafalopulos (2008) “...una estrategia de comunicación es una serie de acciones bien planificadas que se propone lograr ciertos objetivos a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación” (p 8). Dicho esto, para formular una estrategia correctamente se debe conocer plenamente en donde requiere mayor refuerzo la organización, de esta forma poder planear la estrategia con el fin de poder incrementar o mejorar sus servicios y de

esta forma puedan conseguir más fácilmente los objetivos que desde un comienzo se han trazado.

La propuesta comunicacional que se le realizó a la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13 consistió en: una charla taller sobre la buena utilización de la Redes Sociales Digitales. El objetivo de esta propuesta es realizar una charla taller sobre el correcto uso de las Redes Sociales Digitales con el fin de que mejore la comunicación entre la fundación y sus beneficiarios.

La mirada y la experiencia de estas personas junto al gran impacto que han generado las TICs en la actualidad, permitirán dar una voz sólida y real de nuestra realidad. Según Siles (2005) “La virtualidad es sin duda una de las principales nociones utilizadas para describir el desarrollo tecnológico de las redes socio-técnicas y especialmente los colectivos que se forman a partir de ellas.” (p. 59). Es así como aprovechando el gran impacto con que tienen las redes sociales se podrá establecer una adecuada difusión sobre la charla taller sobre Redes Sociales Digitales. Esto permitirá a que exista una mayor comunicación participativa en la comunidad, aprovechando espacios que dan las nuevas tecnologías y ponerlas al servicio de la comunidad.

Siles (2005) señala que “la virtualidad es sin duda una de las principales nociones utilizadas para describir el desarrollo tecnológico de las redes socio-técnicas y especialmente los colectivos que se forman a partir de ellas.” (p 59). Aprovechando las oportunidades que de una u otra forma deja la pandemia al hacer la anterior propuesta, se está pensado también en aprovechar todos los medios tecnológicos virtuales y así llegar a una cantidad significativa de gente y de esta forma también la fundación tendrá más reconocimiento. Es así como la fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13 ha tenido la necesidad a lo largo de la pandemia de reinventarse haciendo uso de algunas plataformas virtuales, pero hace falta impulsar este uso hacia los beneficiarios y es por esto que se plateo la propuesta.

Las personas bajo la propuesta que se plantea tiene la oportunidad de aprender mucho más sobre el manejo de las redes sociales, sin embargo, también se debe tener en cuenta que como la fundación trabaja con población muy pobre, muchas veces los beneficiarios no cuentan con los medios necesarios básicos como lo es un celular, pero nos dimos cuenta de que la fundación a impulsado el trabajo en equipo dando así la oportunidad a las personas que no tienen los elementos necesarios que se puedan apoyar en otras personas. De esta forma también se está generando una buena empatía y se mejora la comunicación entre los pares.

Conclusiones

A través de la investigación acción (IA) que se realizó al interior de la fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13 y con el estudio de los documentos que se brindó en el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación se logró determinar que es una red social, en que consiste la comunicación participativa y la diferencia entre sociedad y comunidad; una vez teniendo claros estos conceptos se pudo defender la siguiente tesis: : siendo que la comunicación es importante en la comunidad, teniendo en cuenta a partir del concepto de red social de comunicación, busca empoderar a la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13 y de allí pueda brindar un mejor servicio a la comunidad de Turbo. A lo largo del desarrollo del diplomado mediante la investigación PSO se pudo conocer cómo y para quien trabajaba la Fundación Viva Feliz de la Iglesia Filipenses 4.13.

Referencias

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies. En: Papeles del CEIC, (1), pp. 1-24. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Vizcaya, España. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76512779009>
- 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://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- Santos Requena, F. (1989). El concepto de red social. Reis: Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, Nº 48, 1989, págs. 137-152. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>
- Siles, Ignacio. (2005). Internet, virtualidad y comunidad. En: Revista de Ciencias Sociales (Cr), vol. II, (108), P. 59. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15310805>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y Palabra (61). Recuperado de:
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- Villasante, T., y Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. En: Política y Sociedad, (44), pp 125-140. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>