

Fortalecimiento de las Redes Digitales de Comunicación de la Fundación Amor a Madres y  
Adultos Mayores (FAMAM)

Ensayo

Presentado por:

Leonardo Parrado Vivas

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 José Acevedo y Gómez, febrero de 2021

## Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras clave .....	3
Fortalecimiento de las Redes Digitales de Comunicación de la Fundación	
Amor a Madres y Adultos Mayores ( FAMAM).....	4
Conclusiones.....	10
Referencias.....	11

## **Resumen**

El presente ensayo muestra la información recopilada durante el proceso de investigación-acción, desde la perspectiva de la comunicación participativa que se desarrolla al interior de la Fundación Amor a Madres y Adultos Mayores (FAMAM), presentando las diferentes teorías de la comunicación, la construcción de redes, la virtualidad y la democratización de las comunicaciones. Igualmente, muestra la necesidad urgente de implementar las redes digitales de comunicación, en un proceso de visibilización y movilización enfocado a la consecución de recursos en pro de la población más necesitada que habita el kilómetro 12 en la vía a la vereda Quiba en la localidad de Ciudad Bolívar, Bogotá.

**Palabras Claves:** Redes sociales, comunicación, participación, virtualidad, visibilizar.

## **Fortalecimiento de las Redes Digitales de Comunicación de la Fundación Amor a Madres y Adultos Mayores (FAMAM)**

El fortalecimiento de las Redes Digitales de Comunicación de la FAMAM es crucial para el reconocimiento y visibilización del trabajo realizado. Este ensayo es presentado como evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, como Opción de Trabajo de Grado, para optar por el título de Comunicador Social.

En este documento se muestran los argumentos llevados a cabo durante el proceso de investigación-acción realizado con la Fundación Amor a Madres y Adultos Mayores, (FAMAM) y cómo los hallazgos encontrados encaminan a la necesidad imprescindible del fortalecimiento de las Redes Digitales de Comunicación de la Fundación, para el reconocimiento y visibilización del trabajo que allí se realiza.

Así mismo, se incluyen aspectos que tienen que ver con los conceptos de red social y construcción de comunidad que fueron encontrados con la investigación realizada apuntando estrictamente a la realidad de la organización social participativa (OSP), a su trabajo y fortalecimiento a través del uso de las Redes Sociales tanto de la sociedad civil, las empresas y el Estado, con el ánimo de que estas centren sus miradas hacia las comunidades beneficiadas por la organización. Además, se pretende aportar una solución para incentivar las ayudas en beneficio de la población más vulnerable que habita este rincón geográfico de la Capital del país.

Lo aquí planteado servirá como base de una estrategia de comunicación para articular los objetivos de la FAMAM y será entregado a la organización como un componente adicional dentro del proceso de investigación realizado. Los autores citados, hacen parte del contexto general del trabajo llevado a cabo en el marco del diplomado y que brindan un soporte al ensayo planteado.

El conflicto armado en Colombia cuenta con más de 60 años de historia y barbarie, abriendo una grieta en la sociedad que sumado a los miles de muertos y desaparecidos que ha dejado la confrontación armada, sigue despertando odios y sentimientos encontrados en la ciudadanía. Con la reinserción a la vida civil de un grupo de combatientes, entre los años 2003-2006, se brindó una nueva opción de cambio y vida, así como la oportunidad de resarcir el daño causado, “motivando a un grupo de personas que se sienten identificadas en un mismo objetivo: reunirse y aunar esfuerzos como lo señala Madariaga et al. (citado en Gallego, 2016):

Las redes sociales son el tejido de relaciones entre un conjunto de personas que están unidas directa o indirectamente mediante varias comunicaciones y compromisos que pueden ser vistos como una apreciación voluntaria o espontánea, siendo heterogénea y a través de los cuales cada una de ellas está buscando dar y obtener recursos de. Ciertamente las redes sociales suelen aparecer de forma espontánea, sobre todo cuando el sistema empieza a quebrarse debido a las carencias y crisis económicas, políticas y sociales. En las redes sociales se dan relaciones de correlación que cubren necesidades. (p.153)

El 18 de junio de 2017 se creó la Fundación Amor a Madres Cabezas de Hogar, Adultos Mayores, Jóvenes y Discapacitados, en la ciudad de Bogotá. Su lugar de ubicación es la localidad 19 en Ciudad Bolívar, kilómetro 12 vía a la vereda Quiba. En la ciudad de Bogotá.

Desde ese entonces la FAMAM ha buscado beneficiar a la población residente del sector, llegando a más de 500 familias, en su mayoría mujeres madres cabezas de hogar, niñas menores de 16 años a su vez madres de 2 o 3 hijos, adultos mayores enfermos y sobre

todo, han buscado atender a personas que han sido desplazadas, víctimas o victimarios del conflicto armado colombiano, en su mayoría en condiciones de pobreza extrema.

Willinton Lázaro es el Presidente de la Fundación y es quien encabeza esta iniciativa la que se mantiene a pesar de las múltiples amenazas contra su vida y la de su familia, por ejercer un rol de líder social y por tener en su haber información de inteligencia que involucra a altos mandos militares y políticos de nuestro país, que estuvieron, aparentemente, implicados en casos de paramilitarismo. Él continúa al frente de la organización con un gran número de colaboradores, donde se encuentran presidentes de Juntas de Acción Comunal, líderes barriales, iglesia, policía, voluntarios y miembros de la misma comunidad que gestionan recursos y ayudas para una población que ha vivido la guerra y sus consecuencias en carne propia.

Las redes sociales engloban la heterogeneidad de individuos, grupos, organizaciones e instituciones, con intereses y objetivos comunes (en muchas ocasiones estos intereses pueden ser particulares, pero gracias al consenso y la negociación se busca lo mejor para todos) orientados hacia el bien común, lo que contribuye al desarrollo comunitario de la red, y ello a su vez incrementa el bienestar social y la calidad de vida. Donde se da una transparencia, visibilidad e intercambio de todos sus miembros en el manejo de la información, de ahí su dinamismo, retroalimentación y generación de conocimiento de forma colectiva. La red es la suma de la partes, todos los sujetos coparticipan y se involucran de la misma forma en la distribución, estructuración y organización flexible y consensuada, con el fin de lograr la meta común propuesta, ello genera ciertas responsabilidades y compromisos que se asumen por los involucrados. (Gallego, 2011, p.119)

Con la orden de cuarentena decretada por el Gobierno Nacional a causa de la pandemia mundial del Covid-19, se ha generado una nueva necesidad y un reto más que superar. Durante este tiempo se logró realizar un proceso de investigación- acción donde se hace evidente los logros alcanzados con la comunicación participativa por parte de los miembros y colaboradores de la Fundación. Al respecto Alejandro (2004) (citado en López, 2013) señala que:

Una perspectiva diferente de la comunicación la asocia al acto de “compartir”, a la “participación” y al intercambio, no solo de información sino también de significados y sentidos. La participación es entendida de muchas maneras, a: la ético-política que considera a las personas como sujetos protagonistas con capacidad y poder para procurar cambios sociales.

(p.46)

En el mismo texto López plantea en los enfoques asociados a la Comunicación Participativa “Estas prácticas de comunicación tienen como elemento común el asumir procesos intencionados en procura de mejorar condiciones de vida de poblaciones en situación de pobreza o malestar social” (p.43).

Lo anterior concluye que los directivos y colaboradores de la Fundación vienen realizando un trabajo mancomunado donde se han brindado posibilidades educativas y laborales a la población beneficiada y han logrado que ellos, a su vez, sean miembros activos de su comunidad empoderándose de los proyectos productivos que han sido presentados y llevados a feliz término.

Muchas veces se ha usado la imagen metafórica de red para referirse a una serie compleja de interrelaciones dentro de un sistema social. La figura de “red de relaciones sociales” en determinadas estructuras sociales, se ha

utilizado en multitud de escritos sociológicos y antropológicos a lo largo de la historia de estas disciplinas. Sin embargo, esta utilización tenía un sentido simplemente metafórico y muy diferente del concepto de red social como una serie de vínculos entre un conjunto definido de actores sociales. Las características de estos vínculos como un todo tienen la propiedad de proporcionar interpretaciones de la conducta social de los actores implicados en la red. (Santos Requena 1989, p.137)

Con la puesta en marcha de las medidas impuestas por el Gobierno Nacional y Distrital por causa de la pandemia, la población que habita los barrios altos de Ciudad Bolívar, se han visto limitados en la posibilidad de conseguir los recursos suficientes para sobrevivir y así lo aclara Willinton Lázaro, Presidente de la Fundación: “Si antes de la cuarentena ya era difícil conseguir para el sustento diario, ahora que nos obligan a estar encerrados es mucho peor, porque aquí no llegan las ayudas”. Se presenta entonces la necesidad de cambiar la forma de relacionarse de manera interna como externa y, así como lo han hecho muchas organizaciones en el mundo, las redes de comunicación digital se volvieron la herramienta óptima para complementar el ejercicio que se ha venido desarrollando. Para aclarar lo anterior mencionado se hace necesaria la explicación de Sara Gallego (2016) en donde se expone el concepto de la sociedad de la información:

Se analiza en profundidad la evolución de las TIC y su impacto en la sociedad de la información, la dimensión *online* que ha adquirido nuestra identidad gracias a la digitalización de la cultura, y el estudio de las características que posee la Web 2.0 y de los paradigmas de cambio que conlleva respecto a la interacción entre los individuos, el uso y apropiación



de las tecnologías por parte de usuarios y el desarrollo de aplicaciones o herramientas, en especial de las redes sociales digitales. (p. 42)

Y aunque las redes digitales de comunicación sirven para unir en una causa a un sinnúmero de personas, muchas organizaciones sociales públicas y privadas dentro de sus políticas tienen establecido realizar una verificación de la información, inspeccionando las redes sociales de las organizaciones solicitantes, como el Banco de Alimentos de Bogotá, que dentro de sus exigencias pone la inclusión de las redes sociales y la página web de la organización, esto como un requisito fundamental solo para incluir el nombre de la organización en un listado de postulantes.

En la actualidad la Fundación no cuenta con una estrategia de comunicación digital, y es donde se plantea el fortalecimiento de las Redes Digitales de Comunicación de la F.A.M.A.M porque se hace crucial para el reconocimiento y visibilización del trabajo realizado. Dicha estrategia comprende la creación de una página web que almacene los contenidos creados, adicionalmente abrir una página o usuario en las redes sociales Facebook e Instagram y un grupo de WhatsApp donde se vinculen a los actores directos y colaboradores de la Fundación.

Los contenidos creados estarán enfocados en dar a conocer historias de vida, situación de la población a causa del abandono estatal y visibilizar las condiciones económicas, políticas y sanitarias que deben afrontar, con el objetivo de dar a conocer el trabajo que realiza la Fundación y obtener el reconocimiento que hace falta y porque no, que se unan más benefactores públicos y privados, nacionales e internacionales.

Hasta el momento y unido a esta estrategia, se ha venido realizando con los niños, niñas y jóvenes beneficiarios de la Fundación, una serie de talleres de radio con la creación de micro-programas que sirven como motivadores a la comunidad en época de pandemia,

además sirven para crear conciencia social, la importancia de las normas de bioseguridad y la solidaridad con los más necesitados. Estos trabajos radiales son emitidos por perifoneo en las calles de los barrios.

### **Conclusiones**

Se ejerce una comunicación participativa por parte de los miembros de la FAMAM en la que son protagonistas fundamentales las víctimas del conflicto armado en Colombia. Es de resaltar que en los procesos comunicativos de la organización el concepto de Comunicación para el desarrollo es el eje principal de desarrollo y trabajo, donde la perspectiva social que ofrece la comunicación para el mejoramiento de la calidad de vida de la población que habita el sector y que están en condición de vulnerabilidad y miseria absoluta, utiliza los proyectos productivos y el acompañamiento para dar visibilización a sus habitantes.

Es crucial para la Fundación entender que las redes sociales son una herramienta para agrupar personas y organizaciones y que existe la posibilidad de sensibilizar a la sociedad, en la búsqueda de motivar la solidaridad y que puedan llegar más ayudas para la población beneficiada.

Es esencial que la Fundación se apropie de la estrategia de comunicación digital, la conozca, aplique, desarrolle y comunique al grupo poblacional o área de influencia y así dar a conocer su quehacer y optimizar los recursos necesarios para ayudar a sus asociados.

## Referencias

Banco de Alimentos de Bogotá (2020). ¿Qué hace el Banco de Alimentos? Recuperado de:

<https://www.bancodealimentos.org.co/>

Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), (p. 117 – 119) Asociación Castellano

Manchega de Sociología. Toledo, España. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>

Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. (2000-2010) (p. 42) Recuperado de:

<https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>

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/2011/003\\_Breve\\_recorrido\\_por\\_la\\_investigacion.pdf](https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf) (pp.46-47).

Santos Requena, F. (1989). El concepto de red social. Reis: Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 48, 1989, (págs. 137-152).

Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>