

Acueducto Veredal San José, de las redes hidráulicas a las redes sociales

Ensayo

Realizado por:

Jorge Alfonso Caicedo Toscano

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 Bucaramanga, diciembre de 2020

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Acueducto Veredal San José, de las redes hidráulicas a las redes sociales.	4
Conclusiones.	15
Referencias.....	16

Resumen

Las redes sociales de comunicación son la estructura sobre la que crecen las organizaciones. A través de ellas se genera el relacionamiento de los individuos para el diseño de estrategias, gestionar acciones y proyectos que repercuten en el crecimiento y desarrollo de las comunidades. El Acueducto Veredal San José es una organización social participativa con 40 años de servicio suministrando agua a familias campesinas de Bucaramanga. La vecindad y confianza entre sus integrantes ya no son suficientes para impulsar su crecimiento corporativo por lo que debe dinamizar sus redes sociales internas para fortalecerse administrativamente. Así mismo, optimizar sus redes sociales externas para volverse visible y buscar alianzas que le permita seguir creciendo, aprovechando las redes sociales digitales, como nuevo escenario para las relaciones públicas. Este artículo es el resultado de la investigación y el diseño de una estrategia que permitirá a la Corporación de Servicio de Acueducto Veredal (CSAV) San José, mejorar sus redes sociales de comunicación para consolidarse en el sector, mejorar su funcionamiento y proyectarse como organización hacia el futuro.

Palabras clave: Comunidad, organización, relacionamiento corporativo, relacionamiento horizontal, comunitaria, comunicación, redes sociales, integración, estrategia, asociación participativa.

Acueducto Veredal San José, de las redes hidráulicas a las redes sociales

Sin lugar a dudas, la importancia del trabajo comunitario radica en la necesidad de consolidar propósitos que beneficien a todos por igual. Este esfuerzo en equipo está presente en asociaciones de voluntades que se constituyen como una organización horizontal donde la delegación de la toma de decisiones y la autoridad queda en manos de unos pocos a los que se les considera como mejores representantes y custodios de los intereses comunes.

Y aunque parezca difícil de comprender, la fortaleza de las organizaciones no depende por completo de su músculo financiero. También es necesaria la construcción de una red social de comunicación que contribuya al debido funcionamiento de la asociación.

Es por ello que al interior de las organizaciones se debe estructurar una red de hilos comunicantes que permitan el relacionamiento de todos sus integrantes, generando diálogos administrativos y funcionales en favor de la asociación. Estas comunicaciones internas deben tener como objetivo y de manera casi que exclusiva, el fortalecimiento institucional, sin dar cabida a beneficios personales que rompan con el trato equitativo que merecen sus integrantes.

De eso trata el siguiente ensayo en el que se describen los aspectos más sobresalientes de la gestión emprendida por la CSAV San José, una entidad sin ánimo de lucro que se gestó como la solución para que un grupo de comunidades rurales pudieran disfrutar del servicio de agua en sus viviendas ubicadas en los cerros orientales de Bucaramanga y Floridablanca, en Santander.

Conocer el interior de esta organización comunitaria fue la base para realizar este trabajo de Investigación Acción (IA) que culminó con el diseño de una estrategia comunicacional que busca el fortalecimiento institucional a través de sus redes sociales de comunicación.

Inicialmente, en la comunicación interna para generar procedimientos administrativos que faciliten la gestión, la funcionalidad, el respeto y apropiamiento corporativo. Después, en la

comunicación externa para llegar a ser visible ante otras entidades públicas y privadas de la región a fin de buscar entre ellas posibles alianzas estratégicas para la consecución de apoyos y recursos que le permitan hacer realidad futuros proyectos de desarrollo.

Es importante acotar que los resultados de esta investigación se derivan del proceso académico surgido en el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, que como opción de grado ofrece la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD para ser evaluados como propósito del autor a convertirse en profesional de la Comunicación Social.

De modo que, adicional al sentido social que contiene este documento, también está la realización de un sueño que comenzó muchos años atrás, en un recorrido colmado de obstáculos que hábilmente fueron sorteados y que hoy se apresta a convertirse en un objetivo alcanzado.

Por lo tanto, la invitación es a conocer el interior de la CSAV San José, su historia, sus gestiones, sus falencias administrativas y comunicacionales, sus logros más destacados y sus metas hacia el futuro y con la propuesta de fortalecimiento de sus redes sociales comunicaciones se fortalezca como organización comunitaria y no se detenga ante las talanqueras políticas que ocasionalmente suelen presentarse por cuenta de la burocracia oficial.

Para conocer los antecedentes de esta investigación se debe llegar a la vereda San José, en el Corregimiento 3 de Bucaramanga y enfrentarse al encanto que provoca un paisaje de montañas adornadas por cultivos de café, cacao y cítricos que le aportan diversas tonalidades a sus laderas, un clima de seda y la amabilidad desbordada de sus residentes, características que convierten al lugar en lo más parecido al paraíso terrenal. Esta comunidad está ubicada en los denominados cerros orientales de la capital santandereana, exactamente en el punto conocido como el Alto de los Padres, localizado en el kilómetro 12 de la vía que conduce hacia Cúcuta.

Fue allí donde se estableció el domicilio de la CSAV San José, una entidad sin ánimo de lucro que hoy surte de agua a las comunidades rurales de Retiro Grande, Retiro Chiquito, Güalilo

y San José en Bucaramanga y a las veredas Rosa Blanca, Agua Blanca y Vericute, en Floridablanca. Todas estas localidades se hallan muy cercanas a las áreas urbanas de estas dos ciudades del área metropolitana, por lo que no es extraño que se hayan convertido en lugares predilectos para el descanso de los ciudadanos. Sin embargo, la mayoría de sus pobladores son personas de extracción campesina que se dedican a la producción de los cultivos mencionados y otros más de pancoger.

Esta Corporación es una iniciativa comunitaria que nació hace cuatro décadas, en el momento en que un grupo de líderes sociales decidieron unir esfuerzos para la construcción de un sistema de distribución de agua que les permitiera llevar el preciado líquido hasta cada una de sus parcelas debido a que no contaban con este servicio, pese a estar muy cerca del área urbana de Bucaramanga. En la actualidad, esta organización presta servicio a 193 familias afiliadas que encuentran en ella un espacio de integración social e interacciones políticas, características suficientes para un estudio en concordancia con Villasante (s.f.), al decir:

No vamos a participar con los sectores más de base porque estos vayan a aportar mejores razones lógicas o científicas, sino precisamente por lo contrario, porque lo que suelen aportar es un complejo caos de síntomas del momento con saberes tradicionales. (p. 17)

Hasta aquí, la CSAV San José parece una entidad merecedora de todos los reconocimientos que puedan existir para una Organización Social Participativa (OSP) con espíritu comunitario que promueve la equidad entre sus abonados a través de la prestación eficiente de un servicio esencial como es la distribución de agua. También, por el logro de algunas obras de infraestructura que han mejorado las condiciones del servicio y que están representadas en acciones de esfuerzo comunitario como el mejoramiento estructural de la bocatoma para la captación en la fuente, la construcción de un viaducto metálico de 180 metros

de longitud para el cruce de tubería de 4 pulgadas, el cambio de varios metros de redes de distribución en diferentes sectores, la adecuación de los tanques de almacenamiento del líquido y la consecución de un terreno donado por el Instituto Nacional de Vías (Invías) destinado para una futura una Planta de Tratamiento de Agua Potable (PTAP).

Sin embargo, esta asociación comunal que con empeño sostiene el funcionamiento de una red hidráulica de distribución de casi 30 kilómetros de extensión deriva actualmente sus ingresos, de manera exclusiva, del pago mensual que por la prestación del servicio hacen sus usuarios, condición que genera una fragilidad financiera, haciendo complejo su crecimiento como organización o para el desarrollo de nuevos proyectos.

Pese a su buen manejo que le permite estar al día con sus obligaciones, es una entidad prácticamente desconocida ante las autoridades administrativas territoriales con las que debería tener relacionamiento estrecho dada su naturaleza.

Estas fueron razones suficientes para motivar la realización de una IA que, siguiendo los lineamientos del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, permitiera hacer un diagnóstico de las comunicaciones internas y externas de la CSAV San José cuyos resultados permitieran el diseño e implementación de procedimientos administrativos que la fortalecieran en su funcionamiento y relacionamiento organizacional, promoviendo el sentido de pertenencia entre sus integrantes, creando puentes de comunicación con sus delegados, permitiendo encauzarla por la ruta del crecimiento social y corporativo para dar paso a la preparación y puesta en marcha de una estrategia comunicacional externa orientada a lograr una mayor visibilidad institucional ante las autoridades políticas y administrativas de la región, fortaleciendo su valor corporativo a través de las redes sociales digitales con la intención de gestionar alianzas y apalancar nuevos proyectos con el apoyo estatal y, de esta manera, encontrar

así una ruta que le permita seguir creciendo y consolidarse como organización social y participativa, teniendo en cuenta a López, J. (2013):

La comunicación entendida como participación cobra una dimensión social y política que propone a los sujetos la exigencia del derecho a participar, a ser interlocutores y a superar la actitud de mera recepción a la que los medios masivos y las actitudes autoritarias y verticales les han acostumbrado. (p .46)

El diagnóstico de la CSAV San José, indicó que por su naturaleza comunitaria, propende por la prestación de un servicio público en igualdad de condiciones para todos sus usuarios, tiene una jerarquía administrativa delegada a una reducida Junta Directiva compuesta por un Presidente, que es el representante legal de la OSP; un Vicepresidente; un Tesorero; un Secretario y un Vocal.

También cuenta con un Fiscal que actúa con voz pero sin voto dentro de las decisiones que se toman. Esto se entiende como una corta cadena de mando y un amplio abanico de control de gestión que permite una cultura corporativa basada en el proceso de trabajo y no en un mando de poder piramidal, dando posibilidad a la formación de un equipo autorresponsable.

Todos ellos son democráticamente elegidos por la asamblea general de afiliados. Estas personas no reciben ningún tipo de retribución salarial, honorarios o tratamiento especial por la labor que desempeñan en favor de la OSP, lo que la convierte en una organización de tipo horizontal.

Llama la atención que los integrantes de la actual junta directiva superan los 60 años de edad y que no cuentan con formación académica más allá de la media vocacional, con excepción de la Tesorera, única mujer en el grupo, con 40 años de edad y que además es abogada con dos especializaciones.

Se podría decir que la asamblea general le apostó a la veteranía para delegar los designios de la corporación. También, que la participación de las nuevas generaciones no es muy activa dentro de los procesos participativos de la OSP.

Se destaca que en la organización no existen los mandos medios y que quienes integran su dirección están en contacto directo con todos los demás usuarios. Esto contribuye a que el relacionamiento sea armónico y de camaradería por motivos de vecindad, donde son pocos los formalismos al momento tratar asuntos con respecto al acueducto veredal, imperando siempre la amistad y buen trato entre todos los actores. Estas consideraciones hacen una aproximación a lo que refiere Cueto (2019), “El fin o propósito de la comunicación participativa no es simplemente transmitir información de un punto a otro, sino compartir experiencias y percepciones entre todos los que hacen parte del proceso de desarrollo” (p. 6).

Con base a la información suministrada por Johana Valderrama Centeno, actual tesorera de la CSAV San José y delegada por la Junta Directiva como enlace para el desarrollo de esta IA, desde que iniciaron labores, los afiliados han sido conscientes que el pago de una mensualidad por la prestación del servicio es fundamental para el sostenimiento del acueducto. Sin embargo, durante un tiempo en el pasado no hubo un control efectivo sobre las actuaciones de sus directivos, lo que afectó de manera considerable el soporte financiero de la organización, provocando un estancamiento en el desempeño y obligando a hacer cambios de las figuras que en ese momento tomaban las decisiones del acueducto.

Esta acción llevó a atender otras prioridades de la entidad como el pago de deudas acumuladas para hacer “borrón y cuenta nueva” frente al manejo de la misma, lo que permitió dar paso a un periodo de recuperación de la confianza de la comunidad y que la organización soñara en la posible ejecución de nuevos proyectos.

En la actualidad, la OSP cuenta con un único empleado que hace labores de fontanero y, ocasionalmente, se contrata por jornales a otras personas que hacen parte de la misma comunidad para la realización de trabajos de mantenimiento o mejoramiento de las redes hidráulicas.

La cuota mensual por el servicio de suministro de agua es de \$10.000 o \$13.000, de acuerdo con el consumo que se establece a criterio consensuado entre el usuario y la organización. No hay micromedición aún.

Durante el proceso de inmersión de la IA, se conoció sobre algunas deficiencias sociales relacionadas con personas vecinas al sector con pretensiones de obtener el suministro de agua por medio de acometidas ilegales que afectan la prestación de un buen servicio. Por este motivo, dentro de las tareas del fontanero y de algunos colaboradores están los controles permanentes al estado de las redes de conducción y cuando son descubiertas las anomalías, se invita a los ilegales a que formalicen su matrícula ante la CSAV. Así mismo, en los últimos años, se ha presentado un incremento en el número de abonados, debido al arribo de migrantes venezolanos que a su paso por la vereda San José deciden establecerse allí en busca de mejor fortuna.

A través de la IA también fue posible identificar algunas falencias comunicacionales como la de no contar con un línea telefónica propia del acueducto ni redes sociales digitales bajo el argumento que el servicio se presta a comunidades rurales donde el acceso a la internet era algo que no se consideraba imprescindible. Sin embargo hoy, se hace necesario acudir a la digitalización de los canales de comunicación entre la organización y sus abonados aprovechando que la comunicación inalámbrica de internet tiene cobertura en toda la región que tampoco ha sido ajena a los efectos de la pandemia en lo que respecta a las restricciones en la interacción social.

En materia de educomunicación, no existen medios para que las personas se enteren sobre las acciones de la organización, su estructura organizacional u otros servicios que presta. Estas

condiciones adversas para la comunidad están previstas en la misiva de Hein, et al., (2013) al señalar que:

La aplicación digital es muy práctica, pero requiere un medio y personas afines a la tecnología. De este modo no siempre es posible utilizar este tipo de herramientas en contextos de investigación rurales o con personas mayores y de bajo nivel de educación. (p. 73)

Otro problema al que se enfrenta esta organización en sus redes sociales de comunicación es el poco o nulo manejo de relaciones públicas con las autoridades político-administrativas de la región. Estas solo se limitan a la solicitud de concesión de aguas que deben diligenciar cada cinco años ante la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) que es la autoridad ambiental. Así mismo, para validar los cambios que se produzcan en la conformación de la junta directiva, la reforma de estatutos o la expedición de la Personería Jurídica, se remiten a la Secretaría del Interior de la Gobernación de Santander y a la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Por lo demás, no existe un solo hilo comunicacional con alguna otra entidad regional, nacional o internacional ante las que bien podrían llegar a gestionar apoyos para sacar adelante sus proyectos, algunos tan prioritarios para la calidad de vida de sus usuarios como la potabilización del agua.

Estas falencias identificadas en la primera exploración convierten a la OSP Acueducto San José en el escenario perfecto para poner en práctica lo dispuesto por Peyró (2015), al afirmar que “Los procesos de transmisión de la información, la creación y transferencia del conocimiento juegan un papel determinante en nuestra sociedad actual, y tienen efectos importantes en el comportamiento de los individuos” (p.240).

Sin embargo, al explorar la proyección de las acciones del Acueducto San José, la fuente de información afirmó que la construcción de una PTAP es la mayor de sus aspiraciones por lo que desde hace seis años presentaron un proyecto ante la Secretaría de Planeación del Departamento de Santander del que existió una promesa para acompañarlos en el proceso de consolidación de la iniciativa. Sin embargo, hasta el momento no se tienen noticias sobre su avance en el Banco de Proyectos.

Con los resultados obtenidos a través de las acciones de SocioPráctica realizadas, se dio paso al diseño de una estrategia comunicacional que permita a la CSAV San José corregir los procedimientos de sus redes sociales internas y externas con propósito de consolidarse y mejorar su funcionamiento para proyectarse corporativamente.

Para comenzar, la estrategia se fundamenta en la necesidad de fortalecer el sentido de pertenencia de los usuarios hacia el acueducto. Para ello se propone el diseño de un logotipo o identidad de marca que le permita identificarse como una organización. Aunque desde hace un tiempo en las facturas de cobro del servicio aparecen las siglas de la corporación, este es un aporte del diseño gráfico de la empresa contratada para la impresión de los recibos.

Estos detalles que podrían parecer irrelevantes en realidad generan un efecto negativo al interior de la OSP porque no permite fortalecer el sentido de pertenencia entre sus integrantes, además de hacer que la entidad sea invisible ante sus posibles aliados.

Los símbolos corporativos son tan importantes como el escudo, la bandera y el himno de una nación, porque representan los valores más preciados de un ciudadano ante el resto del mundo. Por este motivo, la propuesta comunicacional incluye la elaboración de un manual básico de identidad corporativa que contenga un organigrama para la entidad y la redacción de una Misión y una Visión que identifique sus objetivos.

La IA también permitió percibir que existe mucha informalidad en el diligenciamiento de peticiones, quejas y recursos (PQR) y por eso la atención de estas expresiones de los usuarios están sujetas casi que a la disposición de ánimo y voluntad de los directivos. Además, no existe un control sobre las labores a ejecutar y los materiales a emplear por el único trabajador con el que cuenta el acueducto. Para ello la estrategia también incluye el diseño de manuales de procedimientos que permitan una información actualizada de las diferentes acciones que se realicen de manera formal a nombre de la entidad.

En lo que respecta a las comunicaciones externas, la CSAV San José no cuenta con un correo electrónico por lo que todas sus actuaciones se despachan desde las cuentas personales de los miembros de la Junta Directiva, lo que en tiempos modernos representa una autentica amenaza para el debido diligenciamiento de solicitudes o reportes ante las entidades que ejerzan control sobre la asociación. Tampoco ha incursionado en redes sociales digitales, algo que ha resultado necesarios en tiempos de pandemia para tener una comunicación directa, no solo con sus usuarios, sino también con otras entidades y posibles aliados. Dicho con palabras de Vélez (2011):

Las redes observan relaciones y las estructuras emergentes a partir de estas. La comunicación se dedica a observar formas de construcción de sentido, lo que se demuestra en el estudio de efectos, de contenidos y de interacciones. Por extraño que pueda parecer, la coincidencia entre ambos campos es reciente. (p. 14)

La estrategia comunicacional también propone la apertura de un perfil o fan page en la red social de Facebook para vincular a los usuarios del CSAV San José en una comunidad digital en la que podrán recibir información sobre las actividades y actuaciones que se desarrollan dentro de la OSP, además de interactuar entre todos ellos.

La propuesta incluye además la capacitación a las directivas en el manejo de la cuenta digital y el diseño de “post” para publicar en ella, de tal manera que genere una sinergia de apropiación y sentido de pertenencia con la organización.

De esta manera se busca acabar con la invisibilidad de la CSAV San José frente a otras entidades similares a ella o las consideradas como autoridades administrativas, incluso las que podrían llegar a convertirse en aliados corporativos, acción que podría complementarse con el manejo de relaciones públicas para las diferentes diligencias y proyectos que requiera la organización.

Por supuesto, todo este ejercicio de investigación, diagnóstico y diseño de la estrategia comunicacional para la CSAV San José, está sujeto al interés y disposición que demuestren sus integrantes, quienes a través de la junta directiva de la OSP recibirán lo aquí consignado para llevarlo ante la asamblea general de usuarios y someterla a su consideración.

Conclusiones

A manera de conclusiones de esta investigación, queda claro que las organizaciones sociales también requieren de estrategias que permitan la consolidación de sus redes sociales de comunicación que permita su crecimiento como OSP y su adaptación a las nuevas condiciones de la aldea global de las comunicaciones. Así mismo, que las organizaciones comunitarias deben acudir a las relaciones públicas como mecanismo de “lobby” para la gestión de sus proyectos sociales prioritarios.

De este modo, se debe hablar de estrategias comunicacionales a la medida de las condiciones que presenta cualquiera que sea la organización para que sus relaciones sociales y corporativas sean posibles, otorgando a cada individuo un rol sujeto a las normas y valores culturales de su comunidad, impulsando la visibilidad a través de plataformas digitales que ya se han consolidado como el nuevo escenarios del relacionamiento institucional y comunitario.

Queda así demostrada la importancia de las redes sociales de comunicación en los procesos de participación, evolución y desarrollo de las organizaciones y sus comunidades debido a que fomentan el sentido de pertenencia y robustecen de legalidad las acciones que se ejecuten dentro de ellas.

Finalmente, las organizaciones requieren de simbolismos que la distingan de las demás y fortalecer así el sentido de pertenencia entre sus integrantes. Para el caso de la CSAV San José, la posibilidad de definir un manual de identificación corporativa ha despertado su interés y confianza hacia esta estrategia comunicacional que traza su recorrido de las redes hidráulicas a las redes sociales.

Referencias

- Cueto Gómez, I. (2019). Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental. Recuperado de: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/57637>
- Hein, K., Cárdenas, A., Henríquez, K., y Valenzuela, S. (2013). Aproximación al análisis cualitativo de redes sociales. Experiencias en el estudio de redes personales mediante Ego.Net.QF. Revista hispana para el análisis de redes sociales. (24). <http://revistes.uab.cat/redes/article/view/v24-n2-hein-tomazic-henriquez-et-al>
- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD. https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf
- Peyró Outeiriño, M. B. (2015). Conectados por redes sociales : Introducción al Análisis de redes sociales y casos prácticos. Redes: Revista Hispana Para El Análisis de Redes Sociales, 26(2), 236–241. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y Palabra (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas. Recuperado de: <http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf>