

La Red Social, una herramienta para construir comunidad en la Corporación Femenina

Acción Social

Presentado por:

Tatiana Ahumada

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

Ceade Neiva, diciembre de 2020

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras Clave.....	3
La Red Social una herramienta para construir comunidad en la Corporación	
Femenina Acción Social.....	4
Conclusiones.....	12
Referencias.....	13

Resumen

Este documento recoge los hallazgos evidenciados en la Corporación Femenina Acción Social de la ciudad de Neiva, durante el diplomado de Construcción de Redes Sociales en comunicación. Es necesario que las comunidades participen en los procesos sociales y comunicativos, como estrategia de transformación y desarrollo social. Es aquí donde las redes sociales se vuelven aliados e impulsores de esta estrategia, así como una herramienta que llegó a modificar espacios, costumbres, culturas. De aquí surge la necesidad para que la Corporación Femenina Acción Social, genere modos de comunicación participativa que involucren a todos los actores inherentes a la PSO; internos y externos, permitiendo esto el logro de los objetivos y metas, el alcance de los objetivos, de la misión y la visión de la corporación, a través la difusión masiva de eventos y aportes de la organización en la resolución de problemas en pro del desarrollo de la sociedad neivana.

Palabras Claves: Redes Sociales, Comunicación Participativa, Comunidad, - Practica Social Organizada - (PSO).

La Red Social, una herramienta para construir comunidad en la Corporación Femenina

Acción Social

Las redes sociales han traído muchos y diversos cambios para la sociedad, entre esos, la forma de comunicarse, se han convertido en una herramienta para los seres humanos, quienes a través de ella han creado espacios de interacción y de participación ciudadana, tendencia que cada día crece más y más. Tan grande e impresionante ha sido el auge en las redes sociales, que tanto las empresas públicas como las privadas han optado por hacer parte de una comunidad, que llevó la comunicación a otro nivel, rompiendo fronteras, pues su alcance se da a nivel global. Ya no se necesita estar cerca de nadie para hablar, expresarse, o para dar una opinión frente a cualquier tema, ahora gracias a las redes sociales podemos llegar a cualquier rincón.

Es evidente que las Redes Sociales han revolucionado en mundo y cambiado las formas de comunicarnos, de expresar nuestros pensamientos y sentimientos. Han permitido generar cercanía y empatía, incluso con personas que no conocemos.

Las diferentes relaciones que se establecen en la sociedad posibilitan todo tipo de lazo en el entramado social, de manera que es importante considerar, cómo cada sujeto se encuentra inmerso en diferentes relaciones entabladas con terceros. Es por esto que es importante discurrir entorno al planteamiento que considera que toda compañía aborda de manera implícita distintas formas de vinculación, estableciendo los procesos comunicacionales que se desarrollan al interior de esta como uno de los aspectos más relevantes al interior de la misma, pues representa un papel importante en cada una de las dinámicas que le son propias, en los diferentes niveles organizacionales.

Es así como se buscó consolidar las redes de apoyo de la PSO Corporación Femenina Acción Social, a través de actividades productivas, lúdicas, recreativas y el aprovechamiento de

las redes sociales, como medio estratégico para dar a conocer la PSO y lograr una mayor competitividad de la organización y con ello ampliar la cobertura de la misma.

La comunicación participativa se puede ver como un instrumento que permite a las comunidades femeninas visibilizar e integrarse en la toma de decisiones de forma organizada, la búsqueda de soluciones y las reivindicaciones por sus derechos como miembros activos de la sociedad Colombiana.

La comunicación participativa implica pasar de: "...lógica vertical a horizontal, productos a procesos, propuestas de corto plazo a largo plazo, dinámicas individuales a colectivas, condiciones de las entidades que financian a las necesidades de las comunidades, acceso a apropiación, y instrucción difusional a educación comunicacional" (Del Valle, 2007, p. 123).

Durante estos últimos 10 años podemos ver referentes de estos procesos que han sido posibles gracias al uso de comunicación y la visión sociológica del significado de comunidad. La entendemos como un tipo de relación social basado en nexos subjetivos fuertes como los sentimientos, la proximidad territorial, las creencias y las tradiciones comunes.

El presente trabajo, es la recopilación de una investigación de campo en la fundación sin ánimo de lucro La Corporación Femenina Acción Social, durante el proceso de involucramiento con la PSO, se logró observar que la entidad se basa en un principio de igualdad, donde existe un organigrama, una estructura, pero tal como lo menciona la presidente, las decisiones son tomadas de la opinión de los colaboradores en general y en conjunto. La fuerza de las redes, físicas o virtuales, reside en su capacidad de mover y mezclar personas y organizaciones de diferentes intereses o círculos, con compromisos flexibles según objetivos y afinidades, desde lo territorial a lo sectorial.

Hablar de red social implica varios criterios asociados, entre los que se reconocen: estructuras de intercambio de carácter social, acción y interacción social, conformación de sujetos y objetos para alcanzar ciertos resultados, dependiendo de las formas de interrelación e interacción entre estos.

La Corporación Femenina Acción Social, presenta las lógicas de la horizontalidad, a partir de la realización de cada una de las actividades desde el compañerismo y las buenas relaciones entre el equipo de trabajo. La corporación ha sido una red que no solo ha participado activamente con la comunidad, también se ha especializado en llegarle a mujeres, ancianos y jóvenes, involucrándolos a través de actividades productivas, lúdicas y recreativas, haciendo del tiempo de estas personas tiempo de calidad y de provecho. Es por esto que la corporación en aras de ir al alcance de sus metas, ha generado vínculos estratégicos, alianzas que han sido favorable, entre ellas se encuentra el ICBF, Fundaciones, organizaciones de Neiva, y en articulación con el Gobierno, han fortalecido el trabajo voluntariado en diferentes frentes y problemas sociales. Uno de sus pilares ha sido preparar a la población objetivo para que enfrenten la vida en muchos casos difíciles que han vivido (violencia, desplazamiento, violación, maltrato, pobreza). Han preparado mujeres lideresas, han vinculado a jóvenes laboralmente, han motivado a muchos niños para que estudien. Han realizado talleres que han permitido recuperar y restaurar lazos en hogares disfuncionales.

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).

Su relación se da en el Concejo Municipal de Voluntariados, y con la dirección de la Comisión Coordinadora, salones comunales, parques, las instalaciones de las fundaciones es donde se desarrolla actividades que ayudan a enfrentar las problemáticas metas por atender. En el proceso de involucramiento con la PSO, la investigación de la misma por medio de buscadores en internet, se evidencia la falta de estrategias comunicativas enfocadas a la red social, con relaciones transparentes, con objetivos comunes y por lo tanto el logro de los mismos, gracias a los esfuerzos, las estrategias de solución sumadas. Si bien durante mas de 30 años no han necesitado redes y su Organización ha venido funcionando y ayudando a cientos de personas, deben empezar a ver los cambios y la agilidad con la que el mundo evoluciona, es importante crecer e ir avanzando de la mano de las nuevas tecnologías y herramientas, que seguramente aportarán de manera positiva a cualquier Organización existente, es claro que este cambio no se dará facilmente ni de la noche a la mañana, pero con organización, estudio, dedicación y empeño se podrá conseguir.

Sin embargo las ganas no son el único pilar es importante que todo el equipo de trabajo este encaminado y mirando hacia un mismo punto y objetivo en común, para que ese objetivo final y meta se convierta en una realidad, y a través del trabajo fijado en equipo la Corporación pueda crecer y generar mas ingresos y alianzas estratégicas que sin duda les permitira ayudar a mas personas vulnerables de la ciudad de Neiva.

Las redes sociales juegan un gran papel en la comunidad, en el tejido social, son la plataforma básica donde se sostienen todas las interacciones individuales y colectivas de nuestras sociedades, edificadas por los seres humanos, y donde realmente existimos, coexistimos y funcionamos de una manera libre y autónoma.

Lo que genera una comunicación más fácil e incluyente con ejercicios de buenas prácticas de comunicación interna y externa. la forma de interactuar y relacionarse con otros usuarios, y compartir opiniones, pensamientos, vivencias e inquietudes.

Es por esto que la Corporación Femenina Acción Social en aras de lograr su misión y su objetivo de ayudar a la población vulnerable de la ciudad, requiere fortalecer vínculos con entidades públicas (alcaldía, ICBF, etc.) y privadas, que proporcionen una interacción que logre una participación y apoyo social en su labor mucho más amplia y directamente hacia una comunidad con necesidades para satisfacer, atención, enseñanzas, necesidades básicas, desarrollo y cultura, herramientas que se utilizan para mejorar la calidad de vida de sus integrantes y también para buscar y mantener el vínculo social.

La Corporación Femenina Acción Social, pretendiendo ser una red abierta (conjunto de actores no determinados), debe proyectar su reconocimiento no solo a nivel local, sino también regional y nacional, yendo en la búsqueda de fortalecer la red de apoyo, y de lograr de ayudas tanto monetarias como en especie, y también capital humano especializado. Es importante mencionar que la organización, cuenta con falencias en las formas de comunicación, de participación con la comunidad y los lazos formados a partir de estas dos. Parafraseando a Villasante & Gutiérrez (2007), lo crecidamente significativo para la metamorfosis de una corporación, es la conducción importante de las relaciones, analizar los esfuerzos en las relaciones y no en los sujetos, no en el conjunto de actores de la corporación. Lo trascendental son los vínculos, la familiaridad existente entre la población que interactúa.

El análisis realizado a la PSO Corporación Femenina Acción Social, refleja la debilidad de la intensidad de las relaciones entre los actores sociales. Lógicamente las relaciones vinculan a individuos, grupos y organizaciones y es necesario darles la importancia a las relaciones

débiles, y fortalecer las mediaciones de los actores que ayudan a mantener la cohesión entre todos. En este sentido, la participación de la PSO, debe enfocarse a la mejora de las relaciones que esta forma en su micro y su macro entorno, a través de estímulos, del trabajo en equipo, llevando a una cohesión de los actores que intervienen en el desarrollo de la PSO.

Es por esto que el análisis realizado a la PSO Corporación Femenina Acción Social, permitió la profundización de ejes temáticos y conceptuales como lo son la comunicación participativa, la construcción de comunidad y la red social, esta última, definida por López (2018) como:

Una metáfora que alude a un objeto compuesto por hilos entrecruzados, que se anudan y que crean una malla, conceptualmente, como organización de elementos que se conectan entre sí para intercambiar flujos, la red social está integrada por individuos que mantienen vínculos e interacciones que propician horizontalidad y es 5 potente para analizar y proponer acciones de cambio social en vidas concretas de colectivos territorializados. (p. 2)

Con fundamento, en todo lo narrado anteriormente, se encuentra que el uso de las redes sociales se vuelve una estrategia aliada para la PSO, siendo estas la clave para fortalecer la organización, a nivel comunicacional, administrativo y funcional. Generar espacios para la mejora de la comunicación asertiva, el trabajo en equipo, gestión de conocimiento de los usos adecuados de las redes sociales. La corporación debe manejar sus relaciones entre cada uno de los interesados en cada uno de los proyectos, bajo estímulos, vínculos de solidaridad y de confianza. La comunicación se debe dar también por medio de herramientas tecnológicas que hacen y permiten fluidez de la misma, y más en este momento de pandemia que atravesamos, donde las redes sociales permitirán mantenerse en contacto, y continuar trabajando por la misión

final que es ayudar a mejorar las condiciones y la calidad de vida de la comunidad vulnerable de Neiva. La pandemia es solo la excusa pues una vez adoptado el nuevo sistema de interacción a través de las redes es indispensable que esta herramienta siga siendo utilizada por las damas voluntarias de ahora en adelante, para comunicarse, interactuar y seguir realizando sus actividades.

Uno de los factores a mejorar es el uso de la TICs dentro de la organización, como menciona González (2005) “La virtualidad es sin duda una de las principales nociones utilizadas para describir el desarrollo tecnológico de las redes sociotécnicas y especialmente los colectivos que se forman a partir de ellas” (p. 59).

Teniendo en cuenta estos conceptos PSO Corporación Femenina Acción Social; pretende y debe robustecer la RED social de comunicación, no solo en el trabajo comunitario y conexión social física, sino de igual forma apostarle a la utilización de las redes sociales como una herramienta fundamental en el proceso comunicacional, hasta el momento la fundación no cuenta con ninguna red social, ni página web, ni canales de whatsapp que permitan la difusión tanto de mensajes de interés como de actividades a realizar. Su única fuente de comunicación con el exterior es a través de correo, llamadas o whatsapp a cada uno de los celulares de las damas voluntarias. Según su la presidenta de la fundación nunca, hasta este momento habían visto la necesidad de tener redes sociales, pues las ven como para jóvenes, por moda y además piensan que es difícil su manejo o que deben contratar personal especializado para manejarlas y esto, les incrementaría un valor mensual. Cabe anotar que todas las damas voluntarias que hacen parte de la Corporación son mujeres por encima de los 60 años de edad, alejadas de las redes, y sin conocimiento de ellas. Después de hablar con ellas sobre la necesidad y su utilidad, empezaron a abrir la mente y ahora son conscientes de lo que las redes sociales y la

comunicación puede llegar a aportar en su Corporación interna como externamente y como las relaciones pueden mejorar y crecer.

En cuanto a la comunicación interna de la PSO Corporación Femenina Acción Social, se da también por medios tecnológicos, debido a la situación que vivimos actualmente donde el Covid les impide desplazarse o salir, antes todo tipo de actividades se hacía de manera presencial. Las actividades que realizan entre el equipo interno de trabajo son reuniones donde discuten y hacen la planeación de las actividades mensuales y se distribuyen tareas, talleres donde el personal de trabajo teje y forma relaciones asertivas.

También se reúnen para estrechar lazos internos a través de celebraciones de fechas especiales como cumpleaños, navidad, entre otros. Como propuesta final se tiene la necesidad de dar orientación a los colaboradores del reconocimiento como agentes de transformación social, logrando tomar acciones efectivas y con responsabilidad hacia los objetivos personales y comunes. Cabe anotar que si cualquier organización o fundación esta bien, estable y con buen entendimiento internamente esto se verá reflejado externamente y todo avanzará de la mejor manera para cumplir los objetivos y metas trazadas.

Lo importante entonces es la organización de los actores y con ello los métodos para resolver las problemáticas sociales. Los métodos deben abordarse desde las mediaciones de la comunicación, las acciones para desarrollo y cambio social, deben ser complementados para impulsarlos y ayudarlos a gestionarse. Si retomamos lo anterior puede ser verificado en el libro de Comunicación, desarrollo y cambio social, donde nos expresan lo siguiente. Estos modelos promueven cambios sociales colectivos antes que individuales, y acciones de comunicación desde las comunidades y no para las comunidades. Por eso la importancia del planteamiento de

avanzar hacia el desarrollo social configurando las redes sociales como alternativa de apoyo para las comunidades cualquiera que sea.

Conclusiones

La comunicación participativa es un eje esencial de toda practica social organizada, a partir de líderes y voluntarios con gran sentido de responsabilidad y tejido social, a lo largo del Diplomado se logra identificar algunos problemas comunicacionales y de participación de la PSO con su entorno y su funcionamiento interno, se encuentra la necesidad de que la organización se apoye en el uso de las redes sociales como estrategia de toda practica social organizada. “Se han encargado durante todos estos siglos de preservar el valor comunitario, además de ser facilitadoras de interacción social en los procesos de desarrollo humano, gracias a la comunicación y relación entre individuos” (Gallego, 2011, p.113), es decir pues, que estas son facilitadoras de la comunicación participativa y de la construcción de comunidades funcionales.

Referencias

- Del Valle, C. (2007). Comunicación participativa: aproximaciones desde América Latina. *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, 4, 113-130.
Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671395>
- 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>
- González, I. S. (2005). Internet, virtualidad y comunidad. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 2(108), 55-69. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/153/15310805.pdf>
- López, J. (2018). *Nociones de Comunidad*. UNAD. Bogotá. Recuperado de:
<http://hdl.handle.net/10596/22771>
- Servaes, J y Malikhao, P. (2018). Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?.
Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671275>
- 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>