

**El fortalecimiento de las redes sociales digitales y no digitales como instrumento de acción para la labor social de la fundación Funjecla**

Realizado por:

Sylvia Bibiana Zárate Lugo

Tutora:

María del Pilar Cortés

Universidad Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Programa Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Bogotá, agosto 2021

## Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
El fortalecimiento de las redes sociales digitales y no digitales como instrumento de acción para la labor social de la fundación Funjecla.....	4
Conclusiones... ..	12
Referencias... ..	14

## Resumen

Son muchas las personas o grupos de personas en Colombia que tienen la intención de ayudar a la población más vulnerable con diferentes de iniciativas artísticas, deportivas o de educación que desafortunadamente terminan muy pronto o se estancan debido a la falta de recursos económicos y humanos necesarios para mantener vivo el proyecto.

Este ensayo que se escribe en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación como opción de trabajo de grado, tiene como objetivo compartir la práctica hecha durante el curso con la Fundación Jesucristo es la Clave (FUNJECLA) dedicada a la enseñanza de música a niños, jóvenes y adultos de forma gratuita en las comunidades más vulnerables de la capital colombiana y evidenciar la necesidad de reforzar el conocimiento y el uso adecuado de las redes sociales (no sólo digitales) para continuar con su labor de una forma sostenible y duradera.

**Palabras clave:** Comunicación, música, educación, redes sociales.

## **El fortalecimiento de las redes sociales digitales y no digitales como instrumento de acción para la labor social de la fundación Funjecla**

El presente ensayo desarrollado en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación como opción de grado tiene como objetivo principal evidenciar la necesidad de que más organizaciones sociales participativas (OSP) en Bogotá, revisen juiciosamente sus redes de comunicación internas, externas, digitales y no digitales para fortalecerlas y a través de ellas abrir puertas para recibir beneficios que les permitirán mantenerse activas en el tiempo, evolucionar para llegar más lejos en su labor social y contribuir a la construcción de un mejor país. Así mismo, busca resaltar el valor de la cooperación que resulta del buen uso de las redes sociales en el crecimiento de las iniciativas sociales que surgen cada día en Colombia, país en el que la desigualdad es un factor generador de violencia y de pobreza.

Esto después del proceso adelantado en 2021 con la Fundación Jesucristo es la Clave (FUNJECLA), ubicada en la ciudad de Bogotá, que nació hace 8 años de la idea de su fundador de transformar vidas en las poblaciones más vulnerables a través de la música en comunidades parroquiales de los barrios de Bogotá. Este proceso de acercamiento puso en relieve la necesidad de explorar nuevas relaciones con grupos y personas que no se habían tenido en cuenta y que pueden ser fundamentales para el mantenimiento y crecimiento de la fundación. Cada vez más conocemos personas y nuevas organizaciones sin ánimo de lucro en Colombia y en el mundo que buscan adelantar una labor social valiosa como promover la adopción de perros y gatos abandonados, contribuir con el cuidado del medio ambiente, llevar arte a los niños o ancianos de una comunidad vulnerable, construir viviendas en los barrios más pobres, etc. Así como vemos que nacen, vemos cómo se van desgastando, cómo muchas veces los recursos para sostenerse se terminan, cómo algunos fundadores terminan aportando parte de su patrimonio para no dejar morir el proyecto y cómo muchas de esas

organizaciones se acaban al no tener el dinero y el personal para continuar ofreciendo sus servicios.

Luego de realizar el trabajo participativo con la Fundación FUNJECLA dedicada a la enseñanza gratuita de música en niños, jóvenes y adultos de las comunidades parroquiales más vulnerables de Bogotá, se identificaron varios aspectos que pueden ser comunes en la evolución de las OPS como FUNJECLA que nació de un proyecto universitario pero que con los años fue creciendo, haciéndose fuerte y que hoy en día se mantiene en pie a pesar del fuerte impacto de la pandemia por COVID-19 que obligó a suspender varios programas y a cambiar por completo las estrategias de aprendizaje de sus alumnos. La emergencia sanitaria por la pandemia hizo que se tuvieron que suspender las clases presenciales y que se apostara a la tecnología, cuando los alumnos cuentan con la conexión a Internet y con los dispositivos necesarios, pero también a la alternancia y al aforo controlado para quienes no cuentan con estos recursos, pero no quieren dejar de recibir las clases.

Uno de los aspectos encontrados durante el proceso de exploración a nivel de comunicación dentro de esta fundación es la familiaridad y el respeto con los que los miembros al interior de la organización se tratan. La informalidad que se mantiene en la fundación aporta relajamiento y autenticidad a las comunicaciones, a las relaciones y al trabajo que cada maestro, cada alumno o cada coordinador entabla en la OPS sin perder la seriedad y el profundo compromiso que cada uno tiene por su labor. En materia de red social interna de comunicación esta OPS es un ejemplo de las buenas prácticas que permiten que la fundación se mantenga a pesar de los bajos recursos con los que trabaja actualmente.

El capital humano que posee FUNJECLA es tan valioso que prácticamente los maestros y coordinadores regalan su tiempo por amor a la causa. Sin embargo, aunque esa red interna es fuerte y eficiente, las redes sociales externas no lo son. Eso pudo evidenciarse a través de la elaboración de un sociograma en el cual quedó en evidencia que algunas

relaciones con grupos de poder o con tejido asociativo que podrían alimentar la labor de la OSP son débiles o inexistentes. Según Martín (1999) el sociograma "...se muestra como un elemento de trabajo en las intervenciones e investigaciones participantes, siendo a su vez un cauce por el que los actores intervinientes visualizan su propia situación compleja" (p.121).

La elaboración del sociograma de la mano de la organización fue un ejercicio fundamental para establecer exactamente qué vínculos se han formado, cuáles se han descuidado, qué relaciones son conflictivas, cuáles han sido desaprovechadas y cuáles han sido ignoradas tal vez por el desconocimiento de su importancia o, por ejemplo, en el caso de organizaciones internacionales porque existe una limitación para relacionarse en otro idioma.

Muchas OPS crean cuentas de redes sociales digitales como Facebook e Instagram que sirven para mantener fuertes los vínculos con los miembros de la base social especialmente y con parte del tejido asociativo pero que con el tiempo se convierten en una responsabilidad que requiere tiempo, energía y que debería ser asumida por alguien que tenga el tiempo y la disposición para actualizarlas de forma periódica.

Se debe tener en cuenta que una red social digital desactualizada no es una buena carta de presentación para una OPS ni para ninguna organización. Sucede que con el tiempo las fundaciones demandan más tiempo y a medida que crece, los fundadores tienen más compromisos por lo que puede dejar un poco de lado este trabajo que hoy en día es fundamental para evidenciar la labor de la fundación entre la comunidad y entre sus pares. De ese hallazgo surgió el planteamiento de que es necesario que el líder de una OPS sepa reconocer en qué momento debe empezar a delegar funciones comunicativas como por ejemplo la construcción y actualización del directorio de la fundación, la actualización de las redes sociales digitales y de la página web, si se tiene, que antes realizaba muy bien pero que ahora podría estar descuidando por otras funciones igualmente importantes.

En cualquier caso, la elaboración del sociograma cumplió el objetivo de mostrar el mapa actual de las relaciones de esta organización, reconocer las fortalezas a nivel interno y en la parte esencial de la fundación, pero también de reconocer todo el potencial que tiene este proyecto de crecer todavía más y de convocar a muchas más personas a participar de su misión, no sólo en Colombia sino en el mundo.

Realizando el sociograma se logró incluso plantear el establecimiento de relaciones estratégicas de poder y de colaboración que no se habían pensado anteriormente y que podrían ser muy beneficiosas para el desarrollo de FUNJECLA.

No es el objetivo identificar las posibles debilidades de la organización para criticarlas. Los hallazgos en el proceso de investigación participativa son muy importantes, pero no se pueden quedar en un diagnóstico de papel que no aporte nada a la comunidad y que no sirvan para hacerla mejor, como se señala en Cimas (2010) “No se trata de hacer auto-diagnósticos tan solo para saber más, sino para construir conjuntamente acciones de mejora de la calidad de vida. Así pasaremos desde la planificación y programación de actividades a la ejecución participada de las propuestas” (p.91).

El objetivo del ejercicio es identificar entre todos los miembros de la fundación las fortalezas y las debilidades para basados en eso, diseñar una estrategia efectiva de comunicación interna y externa, que permita a la organización destrabarse en sus dificultades con la ayuda de todos y seguir creciendo de forma sostenible usando todas sus fortalezas.

En el caso de FUNJECLA consideramos que una persona dedicada a las comunicaciones de la OPS es clave en la difusión de su labor, de sus objetivos, de sus inquietudes y también de sus necesidades. Si uno de los objetivos es crear una red latinoamericana de enseñanza musical y de intercambio cultural a nivel regional es indispensable lanzar redes más allá de las parroquias en donde se dictan las clases y esto se logra a través de la comunicación, que según lo planteado por Cueto (2019) “...es el

elemento con mayores posibilidades para influir en el cambio social y económico. Una estrategia de desarrollo que aplica enfoques de comunicación puede revelar las actitudes silenciosas de la gente y su sabiduría tradicional” (p.5).

El fortalecimiento de la red social digital de FUNJECLA ayudaría a dar visibilidad a su trabajo no solo entre las comunidades parroquiales sino entre empresas nacionales e internacionales que pueden aportar y apoyar su misión con dinero, instrumentos, uniformes, etc., entre los medios de comunicación que tienen el gran poder para amplificar la información y así conseguir recursos para crecer, herramientas de trabajo, instrumentos y voluntarios que quieran sumar con su trabajo.

Para emprender ese proceso de fortalecimiento de las redes es imprescindible contar con las opiniones y los aportes de los miembros de la comunidad que con su experiencia sabrán plantear de la mejor manera el lenguaje y el enfoque de las estrategias de comunicación ya que como lo explicaban Kamlongera y Mafalopulos (2008) “Para asegurar que la estrategia es pertinente y efectiva, debe ser diseñada con la comunidad para tener en cuenta sus prioridades y sus aspiraciones. Este enfoque reduce la posibilidad de usar enfoques, idiomas, medios, canales o materiales de comunicación inadecuados” (p.15).

Al trabajar con una OPS en un proceso de construcción participativa para diseñar una estrategia de comunicación es importante abordar desde el principio el tema de las redes sociales digitales y no digitales como la columna de la organización, pero también es preciso determinar desde el principio qué cambios son permitidos o no dentro de esta comunidad teniendo en cuenta sus principios y su dinámica en el sistema de relaciones para que la implementación de esta estrategia no surta un efecto indeseado.

En el caso de FUNJECLA se pudo determinar que es una organización abierta a la posible transformación de las estrategias comunicativas para fomentar su desarrollo. A pesar de ser una fundación que se desarrolla alrededor de las parroquias de barrios vulnerables de

Bogotá, no limita el acceso de personas que quieran ser beneficiarios o voluntarios de su proyecto por sus creencias religiosas o su ideología. Esto hace más fácil iniciar ese proceso de transformación en sus redes internas y externas con objetividad y con la posibilidad de llegar a muchos más espacios desde los que se pueda apoyar.

La estrategia comunicativa que se planteó para FUNJECLA tiene objetivos claros que fueron bien recibidos por parte del director y de los maestros con los que se tuvo la socialización y se espera que no se quede en solo un planteamiento o en una propuesta, sino que este acercamiento sirva para materializar la estrategia pues los recursos para hacerlo ya existen y sería interesante apostar a este cambio que contribuya al fortalecimiento de la organización en los momentos que más lo necesita.

Algunos de esos objetivos fueron abrir espacios de participación de la OPS en eventos locales, nacionales e internacionales a través de las redes sociales digitales, buscar el apoyo de voluntarios en todas las áreas del conocimiento que apoyen el crecimiento de FUNJECLA a través de unas convocatorias atractivas, construir una página web con contenido de calidad que funcione como carta de presentación de la organización, elaborar una campaña atractiva y permanente para la donación de recursos que sea difundida a través de los canales de la fundación y de los medios de comunicación contactados y mantener un directorio digital de contactos que servirá para facilitar el proceso e comunicación con los diferentes grupos de interés para la OPS.

Dentro de FUNJECLA no encontramos la estructura piramidal de poder que con frecuencia se establece en las organizaciones, sino que se encontró un grupo de personas positivas lideradas por un director, pero con la libertad de opinar, de participar activamente en las propuestas de enseñanza y en las reuniones para plantearse nuevas rutas de comunicación que se adapten a los cambios que impone el mundo. Este hecho suma mucho a la posibilidad de crecer y fortalecerse ya que involucra a todas las partes, se crece en

conjunto y no individualmente, lo que también ha permitido que en los momentos desafiantes la organización tambalee, pero no se caiga pues su base social es muy fuerte y todos sus miembros están firmes sosteniéndola. Asimismo, le aporta fortalezas muy importantes como la capacidad de adaptación a los cambios inesperados y la certeza de que todos los miembros estarán ahí en medio de las dificultades que surjan en el futuro para sostenerla.

Pero una vez pase el desafío que puede ser como en este caso, una pandemia, u otro tipo de inconveniente económico que desequilibre el proceso de crecimiento que se llevaba, se debe iniciar, entre todos, un camino de reactivación y de renovación que implica una revisión de lo que se era como fundación antes de ese desafío, cómo se enfrentó la prueba, qué se aprendió y cuáles estrategias implementadas en medio de este desafío pueden seguir siendo utilizadas para fortalecer la red social de la organización.

En el caso de FUNJECLA, aunque no ha pasado el desafío ya salieron a flote algunos aprendizajes como, por ejemplo, la posibilidad de enseñar música en línea. Aunque según los profesores de la fundación esta no es la mejor forma de enseñar a tocar un instrumento o de realizar un ensamble, sí se pudo intentar con buenos resultados y en el futuro no descartan que esta modalidad se utilice para llegar a las personas que, por alguna razón de fuerza mayor, como una discapacidad, no puedan desplazarse hasta el lugar de las clases pero que puedan ser beneficiadas con algún programa de los que ofrece la organización a través de sus clases en línea.

Esta posibilidad por supuesto va ligada a la esperanza de que los nuevos gobernantes de Colombia y de Bogotá, comprendan la urgencia de la conectividad gratuita y de calidad para los habitantes de los barrios más vulnerables del país ya que uno de los grandes obstáculos de la fundación en medio de la pandemia por COVID-19 fue precisamente la falta de conectividad de los alumnos para poder recibir sus clases.

Otro ejercicio valioso en medio del Diplomado fue la elaboración de la matriz comparativa de la OPS que funcionó no solo para visualizar las diferencias con otras organizaciones similares sino

para pensar en las posibles conexiones con ellas y la posibilidad de trabajar con algunas que coincidan en su misión y en su visión, en proyectos conjuntos que puedan ayudar en el crecimiento mutuo pues la red social no solo se trata de conectarse sino de aprender del otro y de crecer juntos aprendiendo que la cooperación es una de las mejores estrategias para desarrollarse y alcanzar los objetivos propuestos. Si dejamos de competir y nos concentramos en cooperar las redes sociales de comunicación tendrían un sentido más amplio y mayor utilidad a la hora de servir a la comunidad.

La tarea de hacer comprender esto a las organizaciones y a los individuos es en gran parte de los nuevos comunicadores sociales, que con su trabajo tienen una gran responsabilidad no solo informando acontecimientos sino convirtiéndose en puentes que sirvan a los demás para tejer relaciones fuertes y duraderas que ayuden a construir un mundo más equilibrado en donde la cooperación y la unión sean pilares para vivir mejor.

Especialmente en Colombia este trabajo es muy necesario ya que son muchas las organizaciones que tienen la misión de ayudar a poblaciones vulnerables a salir adelante, pero pocas se unen en ese objetivo. Colombia vive uno de los momentos más complicados como sociedad a pesar del Acuerdo de Paz firmado hace cinco años. La violencia, la pobreza y el desplazamiento de comunidades enteras a las grandes ciudades es un fenómeno que continúa ocurriendo, la migración de ciudadanos venezolanos en condiciones desfavorables al país también es un hecho y fundaciones como FUNJECLA existen para mitigar los efectos de esta realidad. Por eso se necesitan estrategias efectivas para sostenerlas y para hacerlas crecer. La promoción del fortalecimiento de las redes sociales de comunicación internas y externas, digitales y no digitales, así como la promoción de la cooperación como forma de crecimiento pueden ayudar a sostener estas organizaciones en el país y contribuir indirectamente en la construcción de la paz que sin igualdad y sin oportunidades siempre será incompleta.

## Conclusiones

El ejercicio práctico desarrollado en el marco del Diplomado de Construcción en Redes Sociales de Comunicación nos deja algunas conclusiones como por ejemplo que las OPS requieren actualizar periódicamente sus redes sociales y elaborar al menos una vez al año un sociograma para evidenciar con más facilidad en donde deben reforzar las relaciones estratégicas para avanzar en la misión que se ha propuesto.

Las revisiones periódicas del estado de las redes sociales de las OPS son más efectivas si se realizan teniendo en cuenta la opinión de varios miembros de la organización, que ayuden a identificar mejor las debilidades y el contexto para las posibles soluciones de refuerzo que se necesiten, pero también a reconocer las fortalezas que se han mantenido o desarrollado a lo largo del tiempo que haya existido la organización.

Uno de los objetivos de las OPS con enfoque artístico debería ser el de ampliar la cooperación con organizaciones con labor social similar a través de eventos sociales o presentaciones en donde se puede compartir y mostrar los avances de cada organización. También se puede concluir que el voluntariado es una de las mejores opciones de crecimiento las fundaciones y puede fortalecerse a través de las redes sociales digitales con campañas masivas llamativas que reflejen el valor de pertenecer a la OPS.

Por otro lado, la construcción de una página web llamativa y de un directorio de contactos es fundamental hoy en día para presentar las OPS y abrir la primera gran puerta al mundo y sus posibilidades. Hoy en día existen varias opciones para construir páginas web de forma sencilla y gratuita que vale la pena explorar si no se tienen los recursos para contratar a un especialista. También es importante que los líderes de las OPS aprendan a delegar ciertos

trabajos de comunicación cuando la OPS comienza a crecer para que no se estanque por exceso de trabajo y falta de personas que ejecuten las tareas necesarias para seguir creciendo.

Podemos también concluir que las redes sociales de comunicación internas y externas de una OPS actúan en conjunto como la columna vertebral de la organización que si se logra mantener fuerte permite que el proyecto se sostenga y que además crezca a través de nuevas relaciones estratégicas en el tiempo.

Por último, se concluye que la cooperación es una práctica efectiva para fortalecer las redes sociales de comunicación de organizaciones con misiones similares y para promover su crecimiento mutuo, así como el aporte de estas a la sociedad en donde se desarrollan.

## Referencias

CIMAS. (2010). Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible.

Manual de Metodologías participativas.

[http://www.redcimas.org/wordpress/wpcontent/uploads/2012/09/manual\\_2010.pdf](http://www.redcimas.org/wordpress/wpcontent/uploads/2012/09/manual_2010.pdf)

Cueto Gómez, I. (2019). Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>

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.

<http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>

Martín Gutiérrez, Pedro. (1999). El sociograma como instrumento que desvela la complejidad.<http://revistas.uned.es/index.php/empiria/article/view/713>