

**Las Redes Sociales y su incidencia en la edificación del canal comunicacional externo
en la OSP Corazoncito Feliz**

Ensayo

Realizado por:

Damián Antonio Sánchez Medes

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

CVA Sahagún- Córdoba, diciembre del 2021

Contenido

Resumen	3
Palabras Claves	3
Las Redes Sociales y su incidencia en la edificación del canal comunicacional externo en la OSP Corazoncito Feliz	4
Conclusiones... ..	12
Referencias... ..	15

Resumen

Este artículo es elaborado de manera crítica y diseñado como consecuencia de la valoración final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación _ DCRSC, para optar por el título de sociólogo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia _ UNAD. En el cual se presenta la estructura del proyecto estrategia comunicativa para la Organización Social Participativa (OSP) Corazoncito Feliz, que consiste en analizar la “Importancia de la red social en la edificación del canal comunicacional externo organizacional”, una experiencia que esta direccionada en la ejecución de diversas metodologías de comunicación que permitan fortalecer el canal comunicacional externo de la organización, reconocer no solo la sostenibilidad social de la misma, sino que también se alcance el despliegue, el empoderamiento y la elaboración de nuevos escenarios de participación que faciliten entender la importancia que tiene la red social en la construcción de las comunidades, la estabilidad comunitaria y social del territorio. Además de eso que permitan el reconocimiento de los actores sociales internos y externos.

Palabras claves: Red Social, Comunicación Participativa, Comunidad, Organización Social Participativa.

Las Redes Sociales y su Incidencia en la Edificación del Canal Comunicacional Externo en la OSP Corazoncito Feliz

El presente ensayo de tipo argumentativo y crítico se refiere a la importancia de las redes sociales en el aspecto externo de la Fundación Corazoncito Feliz. Según López (2017), las redes sociales son un sistema que se encuentra integrado por individuos (sujetos) que mantienen relaciones y vínculos. Se encuentran en espacios definidos y contextualizados, sus motivaciones y objetivos son múltiples. Sus formas de interacción propician o establecen horizontalidad.

La característica principal de este tipo de contextualización o tema de estudio tiene que ver con la elaboración de una estrategia comunicacional a una institución social, con el propósito de fortalecer, establecer diversos contenidos y técnicas que faciliten mejorar los diferentes canales, metodologías, dinámicas y conductas de transferencia, circulación y uso de mensajes por fuera de la organización.

Esta indagación de esta problemática comunicacional social se realizó por el interés académico y social de conocer a gran escala ese proceso comunicativo que se lleva a cabo al interior y exterior de la organización, el cual ha permitido establecer la siguiente tesis que consiste en reconocer que las redes sociales son en esencia un factor y una estrategia importante en la edificación del canal comunicacional externo de la OSP Corazoncito Feliz, debido a que inciden en ese hilo de emisiones y recepciones de mensajes (publicidad) dentro y afuera de la organización, demostrando así una imagen favorable y un clima agradable ante los ojos de la comunidad o sociedad.

Para poder analizar esta estrategia se hace necesario mencionar que la investigación se ha venido realizando con la organización Corazoncito Feliz que es una OSP sin ánimo de lucro que trabaja con el propósito de prestar un servicio de apoyo y mejoramiento de las

condiciones de vidas de 200 niños, niñas y adolescentes en condiciones de discapacidad o vulnerabilidad del municipio de Caucaasia - Antioquia.

Esta institución se encuentra integrada por 6 mujeres cabezas de hogar con sentido comunitario y servicio por los demás, conscientes de las realidades sociales e integrales que requieren la población de estudio.

Su principal misión como fundación es promover acciones que permitan mejorar las condiciones de vida digna de los niños, niñas y jóvenes de la localidad, con el objeto de consolidar nuevos espacios que permitan intervenir en la superación de la pobreza y la vulnerabilidad social con las que normalmente conviven estas comunidades.

En cuanto a la visión esta organización tiene como propósito para el año 2030 ser líder a nivel nacional, departamental y regional en relación a vocación de servicio y en especial lograr ser un potencial para el progreso integral de la niñez en situación de fragilidad, de modo que se puedan ampliar las potencialidades personales y adquirir nuevas y mejores oportunidades para todos.

Esto se pudo observar y realizar gracias al acercamiento que se tiene con la fundación Corazoncito Feliz hace más de 6 años, lo que facilitó el acceso a diversas informaciones como su historia y horizonte institucional, logrando así aportar también un granito de arena en el desarrollo y progreso de la OSP, al igual que conocer a gran escala el esfuerzo y trabajo que han realizado esta organización para poder ayudar a mejorar las condiciones sociales de toda esta población infantil y juvenil.

Del mismo modo esta organización se escogió porque cumple con la mayoría de los criterios de selección de una OSP que propone el documento de López y Salgado (2012), el cual señala:

1. Que al momento de tomar una institución para trabajar, esta debe estar sumergida en nuestra propia realidad, para así poder lograr visualizar esos diferentes

contextos que representan la imagen y las principales necesidades de la organización como tal.

2. La organización no es necesario que este legalmente conformada, pero debe ser una institución dedicada a una práctica social que permita observar los diversos problemas que se han establecido en el campo de la comunicación.
3. Que esté completamente dispuesta a colaborar, para que el investigador establezca y promueva una estrategia con carácter crítico y asertiva que ayuden a mejorar las inconsistencias presentes en el campo comunicacional de la OSP Corazoncito feliz.
4. Que vaya direccionada hacia el fortalecimiento tanto de la comunicación externa e interna de la OSP, en este caso este trabajo va plenamente anclado a la realidad comunicacional externa de la Fundación Corazoncito Feliz como ese punto más débil dentro de las redes sociales de comunicación y segundo, porque la comunicación interna ya goza de cierta estabilidad a lo largo del tiempo. Sin embargo, en los hallazgos encontrados también hay algunos relacionados con el fortalecimiento de la comunicación interna, pero la prioridad es fortalecer la comunicación externa, para de esa manera, generar un mayor impacto en las comunidades, en otras instituciones y así lograr una mejora también en la imagen corporativa de la Fundación, lo cual resulta fundamental en el mundo de las comunicaciones y del trabajo social (Tomado textualmente p. 2).

Cada uno de estos aspectos están ubicados en las principales referencias que establece el diplomado en Construcción de Redes Sociales y Comunicación que dicta la Universidad Nacional Abierta y a distancia – UNAD, como opción de grado.

Además se consideró que la organización al ser una fundación con gran vocación de servicio y protección de los más vulnerables, aun todavía presenta dificultades en el ámbito

comunicativo, especialmente en la parte externa, lo cual impide un verdadero desarrollo de la misma y nos incentiva como profesional a promover una estrategia basada en el siguiente objetivo que consiste en el:

Fortalecimiento comunicacional externo de la fundación corazoncito feliz del municipio de Caucasia Antioquia, a través de la elaboración y socialización de 5 técnicas comunicativas, con el fin de generar nuevos mecanismos de participación frente a la labor social de la misma. La cual tiene como acciones:

- Proponer las 5 técnicas comunicativas, con el propósito de fortalecer las relaciones externas.
- Exponer el objetivo general del proyecto de investigación a realizar con el personal administrativo de la Fundación corazoncito Feliz, para su posterior aprobación y ejecución.
- Capacitar a los miembros de la fundación con las 5 técnicas propuestas (Jornadas temáticas centrados en la razón de ser de la fundación, nexos de unión con los medios locales de una manera creativa, elaborar una página web, mensajes específicos para los diferentes canales audiovisuales y descubrir que se habla de la OSP); para observar el impacto que esta genera en la comunicación externa de la fundación.
- Diseñar y seleccionar los diversos materiales digitales o visuales a publicar a manera externa.
- Promover el reconocimiento de la estrategia en los miembros y benefactores de la fundación.

Lo que más llamó la atención de la organización tiene que ver con la inexistente comunicación externa y la desactualización que existe en el canal comunicativo, lo cual permite responder y proponer con total criterio la anterior estrategia acorde a la realidad, que permita fortalecer esas infinitas relaciones sociales con que se interactúa en sociedad.

Como es el caso de la comunicación interna de la organización Corazoncito Feliz que depende en gran medida de los diversos canales formales establecidos para ello (reuniones internas, correo electrónico, redes sociales corporativas), como a través de las diferentes relaciones personales entre los miembros de la misma. A manera externa se comunican solo a través de las llamadas telefónicas.

En el marco de este análisis organizacional comunicativo, la investigación se realizó a través de una serie de entrevistas cualitativas que tiene como característica principal reconocer las interacciones del tejido social alrededor de la entidad, permitiendo entonces gestar todo un conjunto de vínculos que forman parte interior del servicio social e integral que brinda la corporación.

En el primer momento de indagación de esta investigación se pudo visualizar las diferentes realidades comunicacionales y sociales con las que actualmente vive la comunidad, lo cual facilita de una manera directa la recolección de información, para así poder propender por tener una participación relevante dentro de la comunidad, que permita examinar diversas perspectivas y dinámicas comunicativas en aras de identificar las oportunidades y fortalezas con las que cuenta actualmente a nivel local.

En segundo lugar se hace una recolección de información en la organización a través de un diario de campo en donde se integra aspectos y detalles importantes de lo vivido durante el desarrollo de las actividades, las cuales deberán tener correlación con las tres categorías que propone el diplomado (red social, comunidad y comunicación participativa).

De igual forma se realizó una descripción minuciosa de lo observado en donde se logró describir el proceso de cómo se llevó a cabo la convocatoria (relaciones), quienes fueron los encargados de la actividad y a quienes les pudo llegar la invitación, para así conocer con total criterio y confianza lo que está ocurriendo dentro de la OSP y especialmente al interior de la comunidad que habita alrededor de la organización en donde se está realizando la

indagación. Los procesos mencionados anteriormente permitieron consolidar un puente para poder entender según Gallego (2016) que:

Las redes sociales se convierten en una alternativa sumamente importante en la comunicación física que se expande mucho más y de forma más rápida gracias al espacio social que ofrecen las redes digitales, ello genera un incremento de capital social de los usuarios ya que tienen la posibilidad de tener más contactos. Las redes sociales digitales facilitan el encuentro social, punto de partida para generar y modelar la sociedad humana. (p.22)

Siendo esta red social para la fundación Corazoncito Feliz una base fundamental para poder realizar ese intercambio de información entre un emisor y receptor que se puede dar a través de diversas formas y que permiten conectarse con otras instituciones de manera externa, que faciliten consolidar proyectos y solicitar recursos o apoyos socioeconómicos que permitan crecer y fortalecer la fundación a manera territorial y poder así llegar a nuevos escenarios y necesidades sentidas.

Entre los hallazgos generales obtenidos de los acercamientos realizados se identificó una estrecha relación entre los funcionarios de la OSP y la comunidad que vive en las zonas de influencia, también fue palpable el reconocimiento de las necesidades de las familias y la preocupación de la OSP por brindar acompañamiento y atención a estas.

Del mismo modo se realizaron actividades como recreación con los niños, charlas con los padres, la cuales generaron experiencias significativas y satisfactorias dentro de la comunidad y la organización, que nos permitió reconocer la importancia que tiene el estudio de la comunicación dentro de lo organizativo y comunitario. Entendiéndose así según Rowak, Rosengren y Sigurd (citados en Beltrán, 1979):

La comunicación como un proceso bilateral que tiene elementos tanto emocionales como cognoscitivos y que ocurre tanto en forma verbal así como

no verbal; Informar, por otra parte, se refiere a un proceso unilateral de comunicación verbal predominante dirigido hacia el conocimiento (p.8).

En cuanto a los sentimientos personales y aprendizajes que se obtuvieron en el transcurso del desarrollo investigativo podemos decir que las relaciones sociales fueron el motor principal para poder comunicar, conocer, estudiar y analizar las diversas realidades comunicacionales y sociales con las que vive la comunidad y la organización actualmente, ya que se considera a este concepto según Barnes, (2003) como un:

Conjunto de puntos, algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos son personas o grupos, y las líneas indican que los individuos interactúan mutuamente. Así, se podría pensar que el conjunto de la vida genera una red, que se enlaza entre sí. (p.127).

Estas mismas relaciones sociales también permitieron reconocer en los rostros de las personas, (niños, jóvenes y adultos) actitudes de satisfacción, comunicación, liderazgo, trabajo en equipo, confianza y alegría, entre otros. Al igual que diferentes léxicos y prácticas de comunidad y comunicación que tienen lugar en la reciprocidad de la existencia y la diversidad con la que normalmente interactuamos y percibimos nuestra propia realidad, como lo propone Fals Borda, (citado en Villasante, (2010): “La vivencia comprometida aclara para quién son el conocimiento y la experiencia adquiridos. Una tensión dialéctica cuya problemática se resuelve con el compromiso práctico, esto es en la praxis concreta” (p.4, 5).

Al igual que permitieron reconocer aspectos relevantes en el proceso organizativo en relación a lo comunicativo y otros campos sociales, que dan como partida diversos escenarios que forman relaciones a través de diversos tejidos que están representados según Cimas, (2009), por medio del Sociograma que es considerado como: “Un instrumento que nos va a permitir visualizar a los actores y grupos sociales presentes en el territorio y trazar las conexiones existentes entre ellos” (p. 27).

Además de que nos va a permitir consolidar una estructura que será un motor importante para el desarrollo de la organización, debido a que ayudara a fortalecer las diversas rutas comunicacionales, ya que son estas las que tienen la responsabilidad de mostrar ante el contexto actual la imagen, el sentir y la visión social que tiene dicha OSP ante las situaciones sociales de hoy.

Otro de los aspectos de fortalecimiento que puede generar este Sociograma en el ámbito comunicacional externo en la organización es proporcionar una alta visibilidad para poder llegar a muchas más personas ya sean como benefactores o beneficiarios. De igual manera este espacio también permite facilitarle la información que interesa al público de forma directa, creando una comunicación asertiva y totalmente agradable para el contexto.

Permite también crear tejidos asociativos, conocer la realidad organizacional y la buena labor que esta organización presenta para la sociedad de hoy, generando así altos beneficios y ayudas o alternativas que disminuyan la inestabilidad social de la misma, actualizar la web y acercarse con mucha más fuerza hacia las diferentes imágenes de poder.

Conclusiones

En conclusión el proceso exploratorio direccionado hacia la IA (Investigación Acción) desde el Diplomado en construcción de redes sociales y comunicación, deja como resultados la elaboración de un plan estratégico que influye significativamente en ese proceso organizativo y comunitario que inciden dentro del cambio y el desarrollo social del territorio.

Lo cual nos permite identificar diversos puntos de comunicación que logren reflejar esas diferentes falencias que existen dentro de la organización y así poder estudiar, analizar y proponer una estrategia de comunicación externa en la organización Corazoncito Feliz del municipio de Cauca Antioquia, se puede decir que esta tiene una gran relación y pertinencia con los problemas comunicacionales que se han venido abordando durante el contexto actual en el ámbito organizacional y que ponen en peligro la libertad individual y colectiva tanto de las comunidades, como de estas organizaciones de estudio.

Debido a que presenta empobrecimiento en sus propias ideas y reduce la posibilidad de elaborar proyectos que beneficien a manera colectiva y garanticen la persistencia de cambios notables a futuro.

Por tal motivo se hace sumamente necesario estudiar desde un punto social y comunicativo estas realidades para poder así proponer, buscar y consolidar nuevos espacios que nos permitan desquebrajar las situaciones, fenómenos e incomodidades que vive actualmente las OSP. Teniendo en cuenta que la sociología y la comunicación social se ha caracterizado por ser una fuente de estudios sobre la sociedad y el impacto de la aparición de nuevos fenómenos sociales, especialmente en estos espacios y temas comunicacionales.

De igual forma a manera conceptual la comunicación horizontal y estratégica se convierte en un espacio que permite a cualquier organización dar oportuna respuesta a su contexto, sostener su identidad corporativa y fomentar ese tipo de relaciones y vínculos con ese público de interés, ya sea interna o externamente. Siendo esta un instrumento de

planificación que permite que las OSP consigan, a largo plazo, una mayor productividad y competitividad frente a ese gran mundo corporativo.

Además de todo ese proceso que se ha llevado a cabo de planificación e investigación, la comunicación estratégica se convierte también de manera puntual en un escenario que permite a las organizaciones lograr definirse y comprenderse a sí misma, introducirse interiormente dentro de su propia misión y visión, permitiéndole a esta misma lograr tener muy claro sus propósitos y cultura organizacional.

Como estudiante investigador esta estrategia me permitió reconocer que la comunicación es una columna vertebral en todo tipo de acciones y relaciones sociales, debido a que permite difundir y comunicar el conocimiento, para poder fortalecer y conocer las necesidades sentidas que viven los territorios actualmente.

Además de eso la realización de este trabajo aplicado, genero diversos conocimientos con base en la sociopraxis, la comunicación organizacional interna y externa, que permitieron interactuar de una manera académica y personal con los integrantes de la organización, los cuales reflejaron gran aceptación y entusiasmo al sentir que lo comunicativo no es solamente un adorno dentro de una institución, sino que más bien es la base lineal que representa y vislumbra el sentir y el ser organizativo.

En lo profesional este proceso investigativo permite emprender diversas relaciones con otras personas que suelen ser parte esencial en el proceso laboral. Cuando nos comunicamos asertivamente logramos aportar grandes cosas, que generan productividad al interior y exterior de cualquier institución.

Es así como la comunicación eficaz en el ámbito profesional y laboral se convierte en la base principal de progreso integral de una familia, persona y hasta grupo social. Mediante el espacio laboral se está permanentemente obteniendo conocimientos, concediendo información, direccionando equipos laborales. Todas estas acciones implantan la

comunicación, desde ahí esa gran relevancia de lograr formar una especial comunicación en las organizaciones y en la vida personal que faciliten promover el dialogo abierto y participativo, trabajar en las relaciones comunicacionales con aquellas entidades con las que se tienen deficiencias comunicativas o de conexión, tales como las entidades públicas territoriales, Generar campañas de publicidad a través de medios digitales como las redes sociales tipo Facebook, Twitter e Instagram, Establecer relación con otras organizaciones de voluntariado, esto posibilitara mejores condiciones y perspectivas corporativas.

Referencias

- Beltrán, L. (1979). “Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35.
<http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Barnes, J. A. (2003). Clase y comités en una comunidad isleña Noruega. In Análisis de redes sociales: orígenes, teorías y aplicaciones (pp. 121-146).
<https://asc2.files.wordpress.com/2008/07/clases-y-comite-en-una-comunidad-islena-noruega.pdf>
- Cimas. (2010). Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, Manual de Metodologías participativas (p.27).
http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf
- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- López, J. (2017). Concepto Sociológico de Red Social. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. <http://hdl.handle.net/10596/10864>
- López, J., y Salgado, D. (2012). Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado.
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/10861>
- Villasante, T. R. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy, núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>