

Empoderamiento de la Fundación Cedesocial como actor social y estratégico, a través del
fortalecimiento de su red social

Ensayo

Realizado:

Carlos Martínez Iglesias

Tutor:

Victor López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuelas de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD - Barranquilla, febrero de 2022

Tabla de Contenido

Resumen	3
Palabras claves.....	3
Empoderamiento de la Fundación Cedesocial como actor social y estratégico, a través del fortalecimiento de su red social.....	4
Conclusiones.....	13
Referencias.....	14

Resumen

El presente ensayo es parte de la evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, Opción de Trabajo de Grado. Se expone el fortalecimiento de la red social de la Fundación Centro de Desarrollo Social - Cedesocial, permitiendo su empoderamiento como actor social y estratégico, lo cual se apoya en el desarrollo de la información obtenida respecto de la Organización Social Participativa (OSP) durante el desarrollo de la investigación acción implementada, con base en la categoría de red social; entendida como el tejido social de esta Fundación a desarrollar su objeto social, buscando la defensa y promoción de los Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos de los niños, niñas, adolescentes, mujeres y familias. Como resultado del proceso analítico, se argumenta desde distintos autores, la importancia del fortalecimiento de la red social de esta entidad, como acción para visibilizarla como OSP referentes en temas de género en el caribe colombiano, haciendo más visibles los Derechos Humanos e incidiendo en el desarrollo social de las comunidades vulnerables y en condiciones de máxima pobreza.

Palabras Claves: Redes sociales, comunicación participativa, comunidad, empoderamiento.

Empoderamiento de la Fundación Cedesocial como actor social y estratégico, a través del fortalecimiento de su red social

Una organización social debe tener todos los contextos sociales visualizados, esto servirá para saber entrar como organismo de participación y transformación social a mejorar la calidad de vida de muchas comunidades. En su mayoría las ONG tienen su razón social enmarcada en la protección y apoyo de las comunidades vulnerables, enfoques que deben apuntar a objetivos muy puntuales, evitando que el trabajo se debilita al pasar del tiempo y genera desgastes innecesarios tanto en los profesionales que trabajan en la organización como en la población beneficiada, es ahí cuando no se tiene en cuenta lo progresiva que pueden ser las sociedades en contextos de vulnerabilidad.

Es necesario que toda organización tenga un objetivo claro dentro de la sociedad y para eso es necesario empoderarla a través de estrategias que permitan visibilizar a la Fundación Centro de Desarrollo Social - Cedesocial como una entidad que responda a los desafíos de las mujeres, la infancia, la familia y la sociedad, desde un enfoque de derechos, con una visión plural, incluyente, integrada y con perspectiva de género.

Esta organización, surgió con un principal objetivo: hablar de los derechos humanos en 1998 y en especial, de los derechos sexuales y derechos reproductivos, que en ese tiempo no se nombraban en el país y mucho menos en el caribe colombiano.

Hace 23 años, un grupo de mujeres profesionales interesadas en las ciencias sociales y los debates relacionados con los derechos de las mujeres, emprendieron esta labor con una oferta de consultorías para instituciones educativas, empresas privadas y públicas a través de la intervención en diferentes áreas: prevención en salud sexual y reproductiva, violencia de género e intrafamiliar, abuso sexual, prevención de ITS-VIH/SIDA, emprendimientos para jóvenes, apoyo

a organizaciones de base, en especial a aquellas enfocadas a grupos de mujeres en situación de desplazamiento, víctimas de violencia y lideresas comunitarias.

En toda su trayectoria, Cedesocial ha trabajado en alianza con organizaciones de la Cooperación Internacional, entre las cuales se encuentran: el Fondo Global, ACNUR, ONU-Sida, Partners of the Américas, UNICEF, CUSO Internacional y ONU mujeres. A nivel nacional y local, con organizaciones estatales como: el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar – ICBF en sus dos regionales Atlántico y Magdalena, la alcaldía de Barranquilla y la Gobernación del Atlántico. Cedesocial además de participar en distintos comités interinstitucionales como: el comité de prevención de la Violencia Sexual, el Consejo Consultivo de la Secretaría de la Mujer y la Equidad de Género del Atlántico, realiza en alianzas con otras organizaciones, campañas nacionales e internacionales en la defensa y promoción de los derechos sexuales y derechos reproductivos.

El desarrollo del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, permitió analizar y ver con coherencia las redes sociales de la entidad y cómo se puede visibilizar su misión en los diferentes contextos.

Para lograr empoderar como actor social y estratégico a la Fundación Cedesocial, es necesario hacer un fortalecimiento de su red social, a través de acciones que permitan posicionarla como referente en promoción y defensa de los Derechos Sexuales y Reproductivos en el caribe colombiano; por lo anterior, el objetivo de este ensayo es evidenciar los elementos que posibiliten el fortalecimiento de la red social de la organización como objeto de estudio. En este trabajo se entenderá el concepto de red social como personas, organizaciones y grupos dentro de una estructura social.

Una de las desventajas que se evidenció en el desarrollo de la investigación está focalizada en el talento humano de la organización. Es recomendable que los y las colaboradoras de Cedesocial tengan un discurso inclusivo y con enfoque diferencial de género, para reforzar una participación en los diferentes espacios misionales y de intervención a usuarios (as), esta acción además permitirá reforzar el sentido de pertenencia de sus colaboradores (as).

Por lo anterior, se puede mencionar que uno de los factores primarios para el fortalecimiento de la red social de Cedesocial es lograr la consolidación de un equipo de trabajo idóneo que permita sostener las practicas sociales plasmadas en la misión y visión de la ONG. Drucke (1992) señala que "...creer que la pertenecía a un mismo equipo implica unanimidad de pensamiento y de acción. No es así. El propósito de un equipo es hacer efectivas las dotes de cada persona y quitarles pertinencia sus puntos débiles" (p.154).

El trabajo en equipo debe tener una coherencia sistemática, siguiendo patrones que fortalezcan no solo el ser de cada individuo, sino el reconocimiento de la organización. Los principales agentes garantes de que una institución continúe teniendo resultados favorables para la comunidad, son sus equipos, cada uno de ellos tiene el deber moral y ético de propiciar acciones que mejoren el entorno de sus usuarios(as). Gil Ríos (2015) señala que "...desde la intervención profesional resulta necesario abordar las redes, reconocer sus características sus aportes a las colectividades, la incidencia positiva en problemáticas de tipo estructural cuando son fortalecidas y se logran hacer visibles las voces de los actores" (p.187).

Según información que reposa en la página web de la organización, Cedesocial lleva 23 años de trabajo social, logrando impactar a aproximadamente a más de 3.000 personas y alcanzando alianzas interinstitucionales con organismos de cooperación internacional. Esta experiencia le permitirá un posicionamiento favorable a través de los diferentes canales de

comunicación. Además, esta ONG ha realizado alianzas con otras fundaciones con fines misionales parecidos, lo cual le ha permitido reforzar su red social con organizaciones pares en restitución de derechos. Importante decir que Cedesocial ha recibido varios reconocimientos y premios por el trabajo social y el constante trabajo de sus fundadoras. Premio Mérito Empresarial de la Universidad Simón Bolívar, reconocimiento por la dedicada y constante labor de servicio a la comunidad por parte de Partners of the Americas. Sus fundadoras han recibido premios por su liderazgo y trabajo comunitario a favor de las mujeres.

El empoderamiento en las redes sociales de comunicación ayudará a Cedesocial a mejorar sus canales de comunicación ya establecidos, los cuales son indispensables para generar una comunicación activa y participativa entre sus usuarios (as), profesionales y público externo. Este modelo presente en la comunicación en la organización, hará más visibles las necesidades e intereses de los grupos socioculturales de las capitales de Atlántico y el Magdalena, lugares donde opera la fundación; mejorando así su presencia e incidencia tanto en los procesos de desarrollo, como en los medios de comunicación. Dicho proceso cubre muchas de las características de la comunicación participativa expuesta por López (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).

La coherencia con la que se cuenta la historia de Cedesocial a través de acción, campañas y proyectos debe estar plasmada en su imagen corporativa, buscando que los colaboradores (as), usuarios (as), seguidores (as) y donantes de la organización, vean una representación tangible de su interés particular. Peris (1999), menciona que:

En primer lugar, la imagen corporativa debe ser una síntesis de la realidad de la organización y reflejar fielmente la cultura y los valores que allí se viven. Por este motivo, es necesario adaptar permanentemente el mensaje corporativo a los cambios estratégicos de la empresa. En segundo lugar, ha de ser singular y exclusiva, de forma que facilite la identificación de la organización. Y, por último, ha de ser eficaz y coherente, opuesta a la dispersión y al equívoco. (pág. 5).

En la Socio praxis realizada con distintos organismos y entidades que rodean a Cedecsocial, se identificó en sus relaciones de conflicto, una postura alejada de lo religioso o político, siendo esto una perspectiva fundamental para respaldar los derechos de los niños, niñas, adolescentes, mujeres y familias en los departamentos del Atlántico y el Magdalena. Hay que decir que Cedecsocial enmarca sus atenciones psicosociales bajo un estado de laicidad, actuando de forma independiente y basándose en sus principios misionales ante comportamientos que el estado o la religión señala como indebidos o inapropiado. Un caso muy puntual es la interrupción voluntaria del embarazo - IVE, un problema considerado de salud pública, que se ha visto tildado como un acto de egoísmo y frialdad por parte de la religión

El desarrollo de la Socio praxis, propuso orientar esa relación de conflictos, propias del trabajo misional que tiene esta organización, hacia un modelo de comunicación participativa. A través de la voz, se pueden conocer las perspectivas de la comunidad, siendo la misma comunidad las protagonistas de visibilizar las necesidades a nivel de vulneración de Derechos. Esto permitirá que se siga respaldando la participación ciudadana en los diferentes contextos y que sean ellos los encargados de propiciar escenarios de debate que den respuesta a sus creencias y posturas particulares.

Una de las ventajas de Cedesocial, es que dentro de sus ejes transversales está la comunicación e incidencia, en ellos se encuentran grupos de masculinidades conscientes y feminismos, un brazo estratégico para generar encuentros de participación ciudadana y consolidar esfuerzos misionales en grupos minoritarios. Este eje trasversal se asocia al artículo de comunicación. López (2013) nos hace notar que:

En donde propones diversas maneras de entender y prácticas de la comunicación y una de ellas tiene, un enfoque que se basa en las posibilidades que ofrece la comunicación para ayudar a poblaciones, que sufren situaciones de pobreza económica, a que mejoren sus condiciones de vida y accedan a los beneficios que genera un estadio social imaginado como es el desarrollo. Los primeros proyectos, en este enfoque, se preocuparon primordialmente, por temas como la alimentación, la salud y la educación” (pág. 47).

Ejemplos de la puesta en práctica del eje de comunicación e incidencia de Cedesocial son: La campaña acción por las niñas, una iniciativa que nació en el 2018 en el marco de los 20 años de fundación, la cual reúne una serie de actividades de comunicación y sensibilización para el cambio social, que buscan el empoderamiento y liderazgo de las niñas en condiciones de vulnerabilidad. Dentro de las actividades y acciones que han realizado para posicionar la campaña, se puede hablar del tercer foro de derechos sexuales y derechos reproductivos realizado en el 2018, ese mismo año se realizó un concierto pro fondos para la atención a niñas víctimas de violencia sexual y en la actualidad se venden camisetas con mensajes de empoderamiento femenino.

La Institución Distrital Educativa Lestonnac, ubicada en el barrio el Bosque de Barraquilla, es el entorno donde se realizan talleres lúdicos-pedagógicos sobre salud sexual y

reproductiva a niñas y adolescentes. Los encuentros son liderados por activistas voluntarios de la fundación, quienes de manera altruista ofrecen sus conocimientos a favor de la infancia.

Otro ejemplo del trabajo de comunicación e incidencia de Cedesocial es la feria de sentires y pensares, una propuesta organizada por el equipo de masculinidades conscientes de la fundación ‘Sentipensantes’, el encuentro pretendía abrir espacios de reflexión sobre las diversas maneras de ser un hombre consciente en la sociedad y cómo el papel del hombre es indispensable para la eliminación de la violencia hacia las mujeres.

El teatro, la música, la danza y la poesía fueron las artes que acompañaron esta feria realizada durante cuatro días en la ciudad de Barranquilla. Hay que decir que esta feria tuvo un primer encuentro en el año 2017, utilizando las artes como medio de comunicación.

Haciendo un análisis en la comunicación horizontal, se identificó que las directoras de la Fundación Cedesocial, Nazly Mulford (directora técnica) y Yaneth Martínez (directora de gestión), tienen un mensaje de sororidad para todas sus colaboradoras mujer. Una acción educativa que hacen como fundadoras y líderes feministas; buscando así visibilizar y reconocer el papel de las mujeres en la sociedad, un trabajo de empoderamiento que se replica en los distintos contextos. A través de sus proyectos y programas, logran que movimientos de feministas de la región reconozcan su labor como ONG defensora de derechos de las mujeres. Cueto Gómez (2019) menciona que “...el proceso educativo es un proceso de creación de identidad a partir de contenidos preestablecidos, pero que encuentra resonancia en el interior educativo, también el proceso comunicativo puede ser comprendido de la misma forma en esa interrelación sujeto-medio de comunicación” (p.39).

Otros de los aspectos revelados en el análisis de la comunicación horizontal se evidencian en el empoderamiento de las mujeres de la sede en el Magdalena frente a los derechos sexuales y

reproductivos. Las directivas de la organización deben poner en marcha un plan de trabajo que permita reforzar conocimientos y confianza de las mujeres que trabajan en Cedesocial Santa Marta, esto permitirá una transformación profunda de su ser. Viéndose reflejada en la atención a los usuarios(as) y el sentido de pertenencia de la ONG.

Y, por último, se plantea en este análisis, una investigación mixta, arrojando una compilación de las principales acciones de comunicación que se desarrollan en la fundación. En el proceso de investigación, evidenció que la ONG debe evitar relaciones contradictorias con usuarios(as) que lleven una postura diferente a los principios misionales. Este punto pretende persuadir a través de las nuevas narrativas a quienes desconocen el fin misional de la organización. Con relación a lo anterior, Bernal et al. (2018) mencionan que “Esta forma de comunicación y apertura al mundo está generando nuevas formas de aprender y de acceder a la información; las estrategias de aprendizajes y de construcción del conocimiento se transforman profundamente...” (p.28) y deben tenerse en cuenta en la praxis comunicativa de Cedesocial, con el objetivo de fortalecer los resultados positivos.

Puede en consideración decirse que las practicas comunicacionales que la Fundación Cedesocial ejecuta hasta el momento son válidas, ya que se han conservado proyectos de gran reconocimiento en los departamentos y la región caribe. Además, han alcanzado como organización el fortalecimiento de su red social sin ninguna orientación profesional por parte de expertos o expertas en responsabilidad social empresarial y marketing, punto a favor que le permite seguir apuntándole a una sostenibilidad de sus proyectos y a un posicionamiento de su marca en la red social.

Implementando estrategias articuladas de comunicación con otras organizaciones y con su talento humano, la Fundación Cedesocial alcanzará un impacto positivo de su red social en las

comunidades vulnerables. Esto le funcionará para cumplir la meta de lograr ser visible en otros sectores sociales y ser líder en los debates sobre derechos sexuales y derechos reproductivos.

Conclusiones

Las conclusiones se generaron gracias a los estudios de sociograma, la matriz de posicionamiento y la información sistematizada por parte de la organización. Con la presentación de este ensayo, la Fundación Cedesocial empoderará sus redes sociales de comunicación por medio de las acciones de impacto mencionadas a lo largo del ensayo, las cuales diversificarán el enfoque misional de esta Práctica Social Organizada (OPS), que durante 23 años ha trabajado por defender y promocionar los derechos sexuales y derechos reproductivos de niños, niñas y adolescentes, mujeres y familias que viven en el Atlántico y Magdalena.

Las directivas a través de planeación estratégica de acciones de comunicación deben incentivar a las y los colaboradores de Cedesocial para trabajar apostando por acciones e intervenciones que generen el sentido de pertenencia e identificación con los principios organizacionales. Pensamientos que posiblemente se verán reflejados en la atención de los niños, niñas, adolescentes y mujeres que hacen parte de la OPS, sembrando en cada uno y cada una la semilla que permita la autonomía frente a la promoción y defensa de los derechos por parte de las personas y comunidades intervenidas.

Teniendo en cuenta las ventajas y debilidades que tienen la fundación Cedesocial frente a las redes sociales de comunicación, se tiene una visión más clara de las acciones que se pueden implementar dentro de una estrategia de comunicación, aplicando la metodología de Investigación-Acción, propuesta por el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

A modo de cierre cabe mencionar que posicionar a Cedesocial es una tarea constante de trabajo en equipo y estratégico por parte del personal administrativo y directivo de la ONG (del departamento de comunicaciones).

Referencias

Bernal, C, Navarro M. C. y Santoveña, S. (2018). Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación. Ediciones Octaedro. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820)

Cedesocial. (s.f.). La información general. Fundación Cedesocial.

www.cedesocial.org

Cueto Gómez, I. (2019). Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/57637)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/57637](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/57637)

Drucke, P. (1992). Dirección de instituciones sin fines de lucro. [http://leatidlatam.org/wp-](http://leatidlatam.org/wp-content/uploads/2018/04/Drucker-Direccion-de-Instituciones-SFL.pdf)
[content/uploads/2018/04/Drucker-Direccion-de-Instituciones-SFL.pdf](http://leatidlatam.org/wp-content/uploads/2018/04/Drucker-Direccion-de-Instituciones-SFL.pdf)

Gil Ríos, A. M. (2015). Redes sociales en el trabajo social. Apuntes para la praxis profesional.

<https://eds-s->

[edscohostcom.bibliotecavirtual.unad.edu.co/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=1e0d89](https://eds-s-)

[47-dbc5-4edf-9bc0-e8c15c394df3%40redis](https://eds-s-)

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://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/desbordes/article/view/1192/1555>

Peris, P. S. (1999). Comunicación en imágenes de las ONG.

http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79956/forum_1999_3.pdf?sequence=