

**Fundación Fucoga una organización de construcción de comunidad con base en tejidos
sociales, en aras de mejorar la condición de vida de los colombianos**

John Cristian Jiménez Chitan

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, Pasto, mayo de 2022

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Fundación Fucoga una organización de construcción de comunidad con base en tejidos sociales, en aras de mejorar la condición de vida de los colombianos.....	4
Conclusiones.....	13
Referencias.....	14

Resumen

En el presente documento elaborado bajo el diplomado de construcción de redes sociales de comunicación, como opción de grado, se plantea el estudio e investigación de la Organización Social Participativa (OSP) Fundación Centro de Comunicación y Producción Generación Alternativa. Las fundaciones en busca de los cambios sociales trabajan en torno al mejoramiento de una comunidad, tejiendo estrategias que mejoran la calidad de vida, este es el caso de la Fundación Centro de Comunicación y Producción Alternativa FUCOGA, la cual trabaja sin ánimo de lucro y surge en la ciudad de Pasto. Tras el análisis de su recorrido se evidencian debilidades y fortalezas en torno a la comunicación, reconociendo sus acciones de gran calidad, se propone la búsqueda de la potencialización de los diferentes aspectos que les permitan superar los obstáculos que manifiestan, que en su mayoría son de proyección con entes externos de más poder, es por eso, que se pone sobre la mesa una estrategia de la misma índole comunicativa que buscará apoyar la solvencia de las necesidades actuales de la fundación.

Palabras clave: Comunidad, construcción de comunidad, Comunicación participativa, red social, riesgo social.

Fundación Fucoga una organización de construcción de comunidad en base en tejidos sociales, en aras de mejorar la condición de vida de los colombianos

En el marco del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación como opción de trabajo de grado para obtener el título de comunicadores sociales, se realizó un trabajo durante varias semanas de investigación, indagación, diario de campo, mediante la práctica social organizada PSO elegida, logrando conocer aspectos comunicacionales relevantes.

En el presente documento, se pretende dar a conocer la información contextualizada de la Fundación Fundación Centro de Comunicación y Producción Generación Alternativa FUCOGA desde el punto de vista de construcción de Comunidad. La Fundación Fundación Centro de Comunicación y Producción Generación Alternativa FUCOGA, es una entidad sin ánimo de lucro de emprendimiento, que surgió en la ciudad de San Juan De Pasto, con la finalidad de crear espacios de inclusión mediante estrategias de comunicación y educación comunitaria.

Dichos espacios son generados por niños, niñas y jóvenes guiados por una líder hacia perspectivas educativas de intereses favorables para el buen uso del tiempo de las generaciones jóvenes, todo esto con el interés de prevenir riesgos sociales a los cuales pueden verse sometidos, como lo son el consumo de sustancias, el vandalismo, la desconexión social, entre otros, trabajando a su vez en la capacitación de niños, niñas y jóvenes sobre 2 vertientes interesantes para la comunidad, con sus propios enfoques, uno de ellos guiado hacia la educación sobre herramientas comunicativas de radio y producción y el otro hacia los métodos de planificación familiar, tema de gran interés que es trabajado con la modalidad de trabajo social, que incluye así a diferentes comunidades escolares.

La tesis que plantea este documento reconoce la labor indispensable que realiza la fundación al crear caminos de fortalecimiento, participación comunitaria, prevención y educación

en poblaciones vulnerables, particularmente los niños niñas y adolescentes quienes representan la promesa de transformar y cambiar el futuro. Crear Comunidad requiere de ciertos vínculos, tejidos sociales de diversos actores sociales y de poder que brinden apoyos en especial económicos para lograr mitigar y solventar ciertas necesidades.

En medio de la lectura del desarrollo de la fundación se identificaron fortalezas y debilidades relacionadas hacia el ámbito comunicacional, tanto interno como externo y se entiende así, que Fucoga, es una organización que trabaja en pro de la construcción social y ha demostrado en su trayecto histórico su amplia capacidad de entrelazar relaciones internas, tejiendo lazos comunitarios con fines de intereses comunes, dando continuidad a sus proyectos y actividades que benefician a niños, niñas y adolescentes, cumpliendo su objetivo principal y su misionalidad y también relaciones externas, en tanto hablamos de la proyección que ellos como fundación tienen hacia la sociedad, pues logran un impacto positivo que educa a través de los medios de comunicación modernos.

Sin embargo, se identifican ciertas dificultades a la hora de incluir tejidos externos de mayor poder, los cuales llevarían a ciertas mejoras que implican inversiones de otros tipos, sin dejar de lado su sentido de ser, ni tampoco sus acciones de trabajo. Es por eso que se plantea como objetivo de estrategia comunicativa el promover alianzas, y sinergias con industrias y empresas regionales ubicadas en la ciudad de San Juan de Pasto, a través de la generación de acercamientos y el fortalecimiento de las redes sociales de comunicación, en un canje de intereses, en donde ellos proporcionan diferentes recursos con su apoyo, representados por una fundación de excelencia y buen proceder y a su vez reducen pagos de impuestos por la relación que tienen con la comunidad permitiendo el desarrollo de los diferentes proyectos y actividades de la Fundación FUCOGA y de tal manera lograr un mayor impacto en la comunidad.

La PSO Fundación Centro de Comunicación y Producción Generación Alternativa FUCOGA, plantea una serie de estrategias basada en la formación, prevención académica de niños, niñas y adolescentes de la comuna 5 de Pasto, con la finalidad de buscar un cambio social y la unión de la comunidad, siendo capaces de inculcar acciones basadas en valores, liderazgo y emprendimiento, demostrando ser capaces de construir comunidad a partir de relaciones sociales.

Las problemáticas sociales en Colombia son un flagelo que se presenta en la mayoría de las regiones y grandes urbes, la pobreza, la violencia, la drogadicción, el pandillismo, la desigualdad, la corrupción, entre otros, se consideran un riesgo social latente, que relaciona a múltiples actores sociales incluyendo a poblaciones más vulnerables como son los niños niñas y adolescentes.

Tomando en consideración las problemáticas anteriormente mencionadas, nace como iniciativa propia de Sara Tobar, de profesión comunicadora social egresada de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, un proyecto social, sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo promover, orientar y brindar procesos de educomunicación, inclusión, participación, capacitación y prevención de riesgos sociales en niños niñas y adolescentes. Lo anterior, con el fin de motivar e incentivar al buen manejo del tiempo libre, impulsando el desarrollo en los campos comunicativos, social, educativo, cultural comunitario y ambiental. López y Salgado (2012) indican que "...debe ser sustancial pensando que la comunidad y/o sociedad quiere generar algún tipo de cambio educativo, cultural y/o político desde la comunicación" (p.3).

La Fundación Fundación Centro de Comunicación y Producción Generación Alternativa FUCOGA, ubicada en el barrio Chambú de la comuna 05 de la ciudad de Pasto, desempeña un rol destacable en la construcción de Comunidad fomentando y realizando activamente proyectos de bienestar social, ejecutando charlas y capacitaciones gratuitas, permitiendo un desarrollo y adquisición de conocimientos en niños niñas y adolescentes de diferentes instituciones educativas

tanto de Pasto, como fuera de ellas, la fundación plantea una serie de proyectos desde enfoques denominadas escuelas, en donde se destaca la producción radial y audiovisual, fomentando el talento joven y creativo y promoviendo a su vez, la capacidad de adquirir conocimientos con base en la vocalización, producción, fotografía y video. Otra alternativa que ofrece FUCOGA se encuentra orientada hacia la educación en Derechos sexuales y reproductivos, un proyecto muy importante y destacado de la fundación, la cual tiene como objetivo prevenir y reducir el número de embarazos a temprana edad y también cuidar de la salud sexual de los jóvenes, permitiéndoles conocer herramientas de planificación familiar de forma responsable, sin tener que enfrentar el desconocimiento y la información parcializada con la que muchas veces pueden ofrecerles sus pares.

Las acciones realizadas por la fundación se reconocen como un aporte significativo a la construcción de comunidad, a partir de lograr un empoderamiento basado en la relación entre la red social primaria y la comunidad, donde se produce el intercambio de pensamientos, ideales, conocimientos, dirigidos hacia un mismo objetivo de mejorar las condiciones y calidad de vida de sus integrantes y allegados. Lo anterior en concordancia con Lozares (citado en Gallego, 2011) “Las redes sociales son un conjunto bien delimitado de actores-individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc., vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales” (p.118).

Si bien, la fundación nace desde una red primaria consolidada por un grupo de personas con una misma afinidad, al vincularse con actores sociales como instituciones educativas permite una expansión, formándola como una red secundaria, la cual logra influir sobre una población determinada, pero esto, conlleva a crear una serie de mecanismos de participación, que sean llamativos en especial al momento de tratar de concientizar o dejar un mensaje en poblaciones como niños, niñas y adolescentes, pensando en esta situación, la fundación ha seguido una

estrategia comunicativa denominada de jóvenes a jóvenes, dicha estrategia consiste en dar a conocer experiencias con contenido reflexivo, buscando el camino a la concientización del cuidado del cuerpo y la planificación, todo esto realizado bajo estrategias didácticas, entretenidas y acordes a la población, de esta forma la fundación aporta a la transformación en tejidos sociales de quienes representan la promesa de transformar y cambiar el futuro, fomentando hábitos de estudio, conducta, comportamientos y prevención con miras profesionales mediante actividades lúdicas, de participación, integración e intercambio de conocimientos. Como lo describe Gallego (2011):

Los individuos tenemos la tendencia, por así decirlo, de imitar o copiar la conducta de aquellos con los que estamos en contacto directo. Sin duda son muchas cosas la que comunicamos y transmitimos de una persona a otra, desde tristeza, generosidad, rabia, empatía, etc. De ahí que podamos deducir que las redes sociales, donde nos movemos, son las encargadas de determinar nuestros resultados dentro y fuera de ellas. (p.114).

Según Beltrán (1979) “La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (p.6), de lo anterior se infiere que al interior de la fundación se resalta la comunicación participativa y bidireccional, que permite de una u otra manera compartir, expresar sus pensamientos, opiniones y puntos de vista de quienes integran la fundación, como quienes desde una parte externa se relacionan con esta por parte de medios de comunicación disponibles, como lo pueden ser, las redes sociales, la emisora virtual, las plataformas digitales y las relaciones interpersonales, respetando las costumbres tradiciones y religiones, siempre centrados

y basados desde el principio en su objetivo de crear cambios, vínculos, relaciones de tipo comunitario en busca de un beneficio común.

Los actores de la fundación comparten relaciones comunicacionales de respeto, solidaridad, de afinidad y participación, siendo este un entorno ameno a la hora de desarrollar actividades y proyectos. A pesar de los contratiempos y dificultades que se pueden llegar a presentar dentro de la organización, se afrontan a través del dialogo y el uso de sus mismas herramientas de comunicación por los autores de la fundación, dando solución a los retos internos que se presentan dentro de la convivencia. Como bien lo afirman Kamlongera y Mafalopulos (2008) “El diálogo también ayuda a exponer las varias percepciones sobre un tema; genera puntos de vista sobre las posibles causas, las soluciones y las consecuencias de los problemas identificados” (p.25).

Ahora bien, las relaciones basadas en la comunicación externa presentan ciertas debilidades debido a que no se ha alcanzado a tejer relaciones y lazos comunitarios con actores de poder, en este aspecto, la debilidad encontrada no ha permitido que la fundación amplíe su cobertura, buscando llegar hasta los nuevos sectores de la ciudad e instituciones educativas, las inversiones de este tipo, permiten extender los horizontes de las organizaciones y en este caso, FUCOGA busca orientar a mayores grupos conformados por las nuevas generaciones y darle espacio a cada uno de los que necesitan educación, formación y orientación adecuada y de calidad. Es ahí, cuando se torna necesario y primordial identificar actores de poder para vincularlos a este proyecto mejorando el progreso de este, el apoyo económico de entidades empresariales es fundamental para la continuidad de la fundación, pues además de buscar extenderse a una mayor población, la fundación atraviesa por un momento de dificultad, pues, en el momento tiene un adeudo económico ante una entidad bancaria, pues en la búsqueda de nuevos espacios, realizó la adquisición de la infraestructura donde actualmente se encuentra la

fundación, como lo señala Kamlongera y Mafalopulos (2008) "...comunidad para que activamente participe en la resolución de un tema específico de desarrollo, a través de medios y métodos de comunicación. Este enfoque tiene como fin congregar la comunidad para trabajar juntos con el fin de alcanzar beneficios" (p. 26).

La fundación se ha formado con el fin de seguir sus intereses y crear un camino respetando su esencia y su libertad de función, acorde a esto ha manifestado que no desea involucrarse con índole política o religiosa para obtener recursos económicos, razón por la cual, esta ha optado por la comercialización y venta de productos.

La comercialización que se ha utilizado como fuente económica, tiene como producto principal los trabajos que se realizan por medio de sus mismos campos de experiencia en el ámbito comunicacional, en producción radial y audiovisual. Aunque todo lo elaborado son trabajos de gran valor, esfuerzo y dedicación, los esfuerzos aún no son suficientes para solventar las necesidades que se presentan, destinando de esta manera a la fundación a llegar a una posible desaparición. Es ahí donde toma relevancia la solución que se propone, donde se planteó una estrategia comunicacional, como lo menciona CIMAS (2010) al definir estrategia como "Conjunto de acciones que tiene como propósito alcanzar los objetivos planificados, en un determinado escenario futuro deseado y con los recursos disponibles" (p.78).

Colombia es un país que tiene como requisito para el normal funcionamiento de las empresas, el pago de ciertos impuestos que la empresa le retribuye al estado, estos valores dependerán del tipo de empresa y de los montos de ingresos a los que llegue cada establecimiento. Sin embargo, existen beneficios para estas empresas, en donde pensando en la donación económica por parte las mismas, las cuales pueden ser regionales, urbanas o rurales, llegarán a tener acceso a reducciones en el pago de sus impuestos, valores que reducen significativamente los montos que normalmente deben pagar las empresas.

Esta estrategia representa un beneficio recíproco, las empresas, al realizar donaciones a organizaciones sin ánimo de lucro pueden acceder a beneficios tributarios al momento de pagar sus impuestos, este incentivo que otorga el Gobierno Nacional a empresas o personas a través de descuentos o deducciones tributarias en el impuesto de renta, correspondientes a un porcentaje del 25 % del valor donado ya sea en dinero o en especie. Para lograr cumplir con esta estrategia se requiere de ciertas acciones, que involucran la participación por parte de sus integrantes, quienes, mediante el acercamiento interpersonal y visitas a entidades empresariales de la región, motiven e incentiven a la participación de nuevos actores sociales de poder y de esta manera pueda continuar este proceso de construcción de comunidad.

Para la funcionalidad adecuada de esta estrategia es necesario capacitar a los integrantes idóneos de la fundación FUCOGA, al momento de exponer los proyectos que llevan a cabo, buscando así que se sepa la manera como esta ha impactado positivamente en los jóvenes, niños y niñas, desde la individualidad, hasta el concepto global de la sociedad, siendo reconocida y galardonada en varias ocasiones dentro y fuera del departamento, demostrando que los aportes realizados han cumplido el objetivo de mejorar la calidad de vida de quienes hacen parte de ella, pero que necesita de un apoyo para obtener los recursos necesarios para la continuidad de los objetivos planteados.

Tomando en cuenta uno de los hallazgos más notorios en la fundación y que no han permitido la ampliación de la red social, esta presenta una posición positiva, como lo ha venido demostrando por más de 20 años, construyendo relaciones y lazos comunitarios, demostrando que no se requiere de grandes sumas económicas, grandes infraestructuras, equipos de última tecnología para que una comunidad se sienta participe y beneficiaria de proyectos educativos, el hecho de compartir sentimientos comunes, de afinidad hacen que sean capaces de construir comunidad.

Por consiguiente, las debilidades trabajadas correctamente con apoyo de expertos y herramientas necesarias permitirá mitigar y resolver las dificultades encontradas, dando continuidad del camino con el objetivo planteado por la fundación, si se incorpora la posible aplicación de la estrategia comunicativa por parte de la fundación FUCOGA, la debilidad encontrada se convierte en fortaleza, que le brindaría la oportunidad de construir y ampliar una red de relaciones encaminadas a continuar promoviendo los mensajes educativos de transformación construyendo comunidad con una proyección no solo local sino de ámbito regional inclusive nacional como lo menciona Kamlongera y Mafalopulos (2008) “La colaboración necesita ser construida con organizaciones, al interior o fuera de la comunidad para apoyar a la comunidad con especies o con fondos” (p.26).

Conclusiones

Una vez finalizadas las fases propuestas en el diplomado en construcción de redes sociales de comunicación y desarrollando cada una de la serie de actividades que permitieron aprovechar las capacidades intelectuales, analíticas, reflexivas y críticas del estudiante, se permitió que el mismo desarrollará conocimientos y criterios para realizar una elección de la OPS práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado, permitiendo a su vez, que el estudiante se relacione afectiva y profundamente con la fundación, esta situación ha dado paso a que el proceso investigativo contará con la suficiente colaboración por parte de su fundadora, como de sus integrantes y de esta manera obtener información veraz, logrando conseguir excelentes resultados conociendo de una forma detallada el trabajo que desempeña.

La fundación busca aportar a un proceso de construcción de comunidad beneficiando no solo a una población vulnerable, aunque se torne como mayor objetivo, si no beneficiando a una buena cantidad de comunidad, así mismo permitió plantear una estrategia de comunicación frente a una debilidad encontrada, sugerencia que fue bien vista por parte de la fundación, concluyendo que si se implementa de una manera correcta con ayuda de manos expertas y herramientas necesarias permitirá mitigar y resolver las dificultades encontradas.

De este modo se argumenta la tesis propuesta reconociendo la labor indispensable que realiza la fundación al crear caminos de fortalecimiento, participación comunitaria, prevención y educación en poblaciones venerables particularmente los niños niñas y adolescentes quienes representan la promesa de transformar y cambiar el futuro. Crear Comunidad requiere de ciertos vínculos, tejidos sociales de diversos actores sociales que brinden apoyos en especial económicos para lograr mitigar y solventar ciertas necesidades y proyectar a las OSP.

Referencias

CIMAS. (2010). Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, (2010), Manual de Metodologías participativas (p.27).

http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf

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. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>

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. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>

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>