

**Fortalecimiento de la comunicación participativa beneficio para identificar aliados  
estratégicos para la OSP Fundación Desarrollo ConSentido**

Ensayo

Jeimy Paola Garnica Hernández

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 José Acevedo y Gómez, diciembre 2022

## Resumen

La Fundación Desarrollo ConSentido es una Entidad Sin Ánimo de Lucro (ESAL) que trabaja en promover el desarrollo de habilidades sociales, por medio de espacios de educación emocional para niños, niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad y riesgo psicosocial, abarcando también sus entornos familiares. Se basan en la Filosofía Montessori. Tienen como objetivo facilitar herramientas individuales y colectivas que permitan transformar las realidades de niños, niñas y comunidades. Se encuentran ubicados en la localidad de Engativá, en el sector del Garcés Navas – Occidente de Bogotá. Su fundadora y directora es Jenny Marcela Arango Duarte, psicóloga de profesión quien creó la fundación desde el año 2017. La Fundación Desarrollo ConSentido como Organización Social Participativa (OSP) requiere del fortalecimiento de la comunicación participativa que les pueda permitir encontrar aliados estratégicos que aporten a su funcionamiento, dado que no cuentan con los recursos económicos suficientes. Por lo anterior se requiere generar e implementar una estrategia comunicativa que logre fortalecer la comunicación participativa, que concluya en encontrar aliados estratégicos que apoyen con su tiempo, sus conocimientos y aporten donaciones económicas o en especie para su funcionamiento.

***Palabras clave:*** Comunicación participativa, comunidad, redes sociales, estrategia comunicativa, redes sociales.

## Tabla de contenido

Fortalecimiento de la comunicación participativa beneficio para identificar aliados estratégicos para la OSP Fundación Desarrollo ConSentido .....	4
Conclusiones .....	13
Referencias .....	14

## **Fortalecimiento de la comunicación participativa, beneficio para identificar aliados estratégicos para la OSP Fundación Desarrollo ConSentido**

La Fundación Desarrollo ConSentido es una Entidad Sin Ánimo de Lucro (ESAL) que trabaja en promover el desarrollo de habilidades sociales, por medio de espacios de educación emocional para niños, niño y adolescente en situación de vulnerabilidad y riesgo psicosocial, basado en la filosofía Montessori. Tiene como objetivo facilitar herramientas individuales y colectivas que permitan transformar las realidades de niños, niñas, adolescentes y comunidades. Buscan disminuir brechas en: Salud, educación y alimentación. Su visión ser reconocida como la Entidad Sin Ánimo de Lucro promotora del Desarrollo Humano desde el fortalecimiento de habilidades psicosociales de las poblaciones futuras, enmarcados en la metodología Montessori y la educación emocional.

Su fundadora Jenny Marcela Arango Duarte, expresa que su motivación es servirse mutuamente con las familias quienes toman los servicios de la fundación y adicional tener como retribución el amor y bendiciones. Les motiva también el transformar realidades, apoyando niños y jóvenes que han tenido situaciones de violencia intrafamiliar, situaciones de abuso sexual, dan servicios a nivel psicosocial para las familias. Es la única fundación en la localidad que presta este servicio.

La investigación acción de tipo sociopráxico realizada a la organización social participativa se desarrolla como parte del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación DCRSC, siendo una de las opciones de trabajo de grado para obtener el título de profesional en el programa Comunicación Social. La tesis que se va a plasmar en el presente ensayo es el fortalecimiento de la comunicación participativa repercute en la posibilidad de

identificar aliados estratégicos para el funcionamiento de la OSP Fundación Desarrollo ConSentido.

Por medio de la investigación acción realizada en la OSP se puede evidenciar que llevan a cabo una comunicación horizontal la cual no evidencia jerarquías, todas las actividades y el funcionamiento como tal de la Fundación Desarrollo ConSentido está en cabeza de la fundadora y directora Yenny Arango quien lidera todo. Tiene como equipo de apoyo practicantes de La Corporación Universitaria Minuto de Dios Uniminuto del programa Licenciatura en educación física, recreación y deporte, quienes se encargan de realizar actividades de deportes y recreación a los integrantes de la OSP. Y es allí donde se evidencia una de las necesidades de fortalecerse con practicantes de otras disciplinas. En cuanto a sus procesos de comunicación con sus redes sociales, se ve la necesidad de ampliar estas redes porque a pesar de que existen están limitadas y haría falta que se vinculen otras entidades expuestas en el sociograma.

Es por medio de la sociopraxis que se dio durante el desarrollo del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, se llegó a los planteamientos expuestos y a la estrategia como tal, con la ejecución de la ecuación acción-reflexión-acción. Así lo plantea el autor Villasante (2010):

...el concepto de praxis, que yo creo es lo más rescatable del marxismo. Para conocer hay que transformar y para transformar hay que conocer, que no son dos cosas una primera y otra después. La ecuación puede ser: acción-reflexión-acción. Es decir, cualquier reflexión está encuadrada necesariamente en un proceso de acción previa y un proceso de acción posterior. (p.113)

Se comprobó que conociendo e investigando por medio del trabajo de campo que se realizó, se motiva más y se desarrolla la creatividad desde los conocimientos adquiridos, para proponer acciones que puedan transformar, surgen las ideas de una manera más espontánea y se

crea una conciencia a manera reflexiva de como el actuar o el aporte que se haga puede cambiar realidades. Y que a pesar de que no se pueda tener el tiempo por actividades o la vida cotidiana, si hay interés se logra y que con propósitos claros es posible cumplirlos.

Por otro lado, el trabajo que realizan con los entornos de los beneficiarios directos de la OSP, se lleva a cabo por medio de talleres de padres o escuelas de padres donde cuentan con el apoyo de algunos voluntarios profesionales que dictan talleres, donde ven temas como la inteligencia emocional. La Fundación Desarrollo ConSentido fomenta estos escenarios donde se da la comunicación participativa entre ellos, siendo esta significativa para el desarrollo de su misión.

Adecuan los espacios en el interior de las instalaciones para desarrollar estas actividades y ese espacio se puede ver que les favorece, debido a que la casa donde está ubicada la Fundación Desarrollo ConSentido es amplia cuenta con 3 niveles, varios salones y como tal escenarios que se pueden ajustar para el desarrollo de esas actividades dinámicas, hacen uso de la tecnología también para poder proyectar presentaciones que visualmente les faciliten desarrollarlas. Es así como lo expone el autor López (2013): “Comunicación como participación una perspectiva diferente de la comunicación la asocia al acto de “compartir”, a la “participación” y al intercambio, no solo de información sino también de significados y sentidos” (p.46).

De acuerdo a la misión que tiene la OSP para sus integrantes es necesario el fortalecimiento de los servicios en campos como psicología, español, inglés, música y artes o manualidades. Esto para que tengan una interdisciplinariedad en sus servicios y que sus beneficiarios puedan desarrollar y explorar todas las habilidades que tengan; y que por otro lado pueda atraer por medio de más convenios, personas naturales o empresas jurídicas voluntarios que quieran apoyar esta labor social participativa.

Como nos manifestaba su fundadora el factor económico es muy importante para su mantenimiento y cumplimiento de la misión, dado que tienen meses en donde no alcanzan a reunir ni siquiera lo del arriendo de sus instalaciones. De allí la necesidad de fomentar y fortalecer espacios donde la comunidad se haga participe de las actividades que propone la fundación. Se debe apuntar a fortalecer sus redes sociales de comunicación tanto la a nivel interno como externo. Y que teniendo el apoyo de la comunidad se puedan dar espacios y apoyos significativos, tanto para su visibilización como para su funcionamiento.

El planteamiento y la forma de crear una estrategia que nos permita encontrar aliados estratégicos inicia con el análisis profundo de un sociograma, creado a partir de la ubicación que tiene la fundación y todos los actores internos o externos que le rodean. Previo a esto se propone realizar la Idea Fuerza siendo esta necesaria para el plan de acción dado que es el eje vertebrador. De acuerdo a lo expuesto en el manual Metodologías Participativas CIMAS (2010): “La Idea Fuerza se puede expresar en una frase que sea capaz de motivar a la población desde sus redes de vida cotidiana, que responda a una necesidad sentida ampliamente, y debe tender a integrar (en el sociograma) amplios conjuntos de acción” (p.59). Lo anterior ejecutado desde un trabajo de campo y un trabajo de escucha con sus entornos, donde por medio del diálogo se dé a conocer la OSP, sus necesidades y también escuchar las necesidades o propuestas de la comunidad.

Desde la diagramación de sociograma se ubicaron en la parte superior las administraciones públicas siendo para la OSP: Estado, Alcaldía Local de Engativá, Policía Nacional y la Alcaldía de Bogotá. En la parte del medio el tejido asociativo: Fundaciones del sector, plataformas sociales, colegios distritales y privados, universidades, emisoras comunitarias y Juntas de Acción Comunal. Y en la parte inferior la base de tejido social: niños, niñas, adolescentes y la comunidad en general. Cueto (2019) refiere: “un intenso intercambio de ideas entre todos los sectores de la sociedad puede producir e involucrar una mayor cantidad de gente,

en una causa común. Éste es un requerimiento fundamental para un desarrollo apropiado y sostenible” (p.35). Intercambio de ideas que se busca entre todos los actores mencionados en el sociograma.

El objetivo de la estrategia es implementar mecanismos que permitan identificar aliados estratégicos que puedan aportar a la misión de la Fundación Desarrollo ConSentido, por medio de la generación de un sociograma que permita identificarlos y realizar acercamientos dialógicos con los posibles aliados, con el fin de tener ayuda social en recurso humano y en donaciones, en pro de dar sostenibilidad a la OSP y mejorar la calidad de vida de los integrantes y sus familias.

Por medio de la estrategia de comunicación se busca beneficiar a los integrantes de la fundación y a la comunidad en general, teniendo en cuenta que el propósito es fortalecer los servicios que presta la fundación con capital humano y económico; y que así mismo personas que actualmente no se beneficien directamente de la fundación puedan hacerlo.

A continuación se exponen las acciones:

- Identificar por medio de un sociograma posibles aliados estratégicos
- Socializar a los posibles aliados invitación a participar en diálogo individual o colectivo sobre la labor social de la OSP, de manera presencial en las entidades y haciendo uso de los medios de comunicación como redes sociales digitales como Facebook, Instagram y Twitter
- Promover para los interesados espacios de participación en la OSP, con visitas o participación directa en la labor social
- Compartir las redes sociales como Facebook e implementar YouTube para dar a conocer más las actividades que realizan y los testimonios de sus beneficiarios
- Elaborar un plan de trabajo colaborativo y participativo con los interesados, donde se programe su participación directa.



Realizando un detalle de acciones que se pueden ejecutar se propone a la OSP fortalecer las redes sociales de comunicación como convenios en universidades como La Corporación Universitaria Minuto de Dios Uniminuto o el Politécnico Grancolombiano para prácticas en el campo de lenguas (español, inglés), música, psicología y arte. Realizar un plan de acción que permita retomar los convenios ya establecidos como el de psicología con La Corporación Universitaria Minuto de Dios Uniminuto, dar continuidad al de deportes, y buscar vincular otras prácticas. Lo cual como expone la fundadora de la fundación les ayudará por el capital humano sin un factor económico y beneficiara a los interesados en participar; fortaleciendo el aprendizaje de cada uno de los niños, niñas y adolescentes.

Por otro lado, buscar comunicación con la Alcaldía Local de Engativá en pro de obtener visibilización de la labor social que desempeña la fundación para la comunidad y encontrar apoyo por medio de las actividades sociales que desarrollen para la comunidad, se propone buscar un trabajo en equipo, donde los niños, niñas y adolescentes puedan tener una participación más directa en las actividades que desarrolle esta entidad y que así mismo sean tenidos en cuenta a la hora de entregar ayudas económicas o en especie.

También el trabajo con la junta de acción comunal en pro de encontrar alianzas con líderes sociales o empresas que aporten a la labor social, se busca que aporte a su visibilización ante la comunidad abriendo espacios donde se puedan desarrollar actividades de la fundación, y que con el trabajo que hace la junta de acción comunal también se favorezca la misión de la OSP.

Buscar alianza con la Policía Nacional de la localidad para que allá un trabajo conjunto apoyando la seguridad y la formación de los niños, niñas y adolescentes, teniendo en cuenta el rol que desempeñan en la comunidad y que así mismo sean tenidos en cuenta para las ayudas sociales que puedan recibir. Y que por otro lado ellos como conocedores de las problemáticas

sociales puedan direccionar a la comunidad a integrarse al trabajo social de la fundación o a los niños, jóvenes o sus familias a beneficiarse de estos servicios.

Dar continuidad a la actividad ya ejecutada en donde se hace entrega de información publicitaria física en puntos estratégicos, como las salidas de los colegios de la localidad, supermercados y centros comerciales para lograr mayor visibilización, y que de otro lado se logre que más niños, niñas y adolescentes asistan a la fundación. Teniendo en cuenta en su elaboración “Los elementos para atraer la atención en los medios impresos Imágenes visuales dinámicas Diseños poco comunes Colores vibrantes Grandes títulos Afirmaciones provocativas” Kamlongera y Mafalopulos (2008 p.44).

Por otro lado, implementar un aviso o una cartelera informativa en la parte externa de la fundación que permita que las personas que se acerquen o transeúntes puedan identificar el nombre de la fundación, sus canales de atención, horarios y demás.

Respecto a las plataformas sociales la propuesta principal es la habilitación del dominio de la página web, para que se pueda tener acceso permanente a ella y desde allí poder dar a conocer más información de la fundación, no solo a nivel local sino que puedan llegar a otros lugares del país. Allí se sugiere vincular toda la información general de la fundación, y vincular el acceso a las redes sociales que ya tienen como Facebook e Instagram y crear la red social YouTube para que se pueda facilitar un acceso amplio al material de video que se cree en las diferentes actividades que tengan. Como idea para poder trabajar en ese material desde lo expuesto por Kamlongera, C., y Mafalopulos, P. (2008) en el proceso creativo implementando la apelación/atracción elaborar “los mensajes para persuadir a la acción, entre la emoción y la razón... apuntar a ciertos deseos o necesidades humanas en dos amplios niveles: emocional/social (el corazón) y racional/psicológico (la mente)” (p.34).

Se proponen actividades con los niños, niñas y adolescentes donde por medio de video expresen su sentir de pertenecer a la fundación y que por medio de estos testimonios cortos se pueda persuadir a la comunidad, para que aporten a esta causa social y que se motiven a apadrinar o sumarse al programa que ya maneja la fundación teniendo ese apoyo económico que es tan importante para su funcionamiento.

Todas las propuestas anteriores y acciones que se sugieren para el logro del objetivo de la estrategia planteada y de acuerdo a lo que cita el autor Kamlongera y Mafalopulos (2008), "...la movilización de la comunidad, las asociaciones y las redes y la formación de grupos. Todos estos enfoques tratan de organizar la comunidad o parte de ella, para tratar el problema principal, que enfrenta la comunidad o el grupo de manera más efectiva" (p.24). Donde gracias a la comunicación se ejecuta esta movilización.

Es de resaltar como se puede ver el amor y la vocación que se debe tener para llevar y liderar este tipo de labores, escuchando como se expresa la fundadora de la OSP sobre su propósito y misión para la comunidad, es contagioso ver el entusiasmo que le imprime en cada una de las palabras que utiliza a la hora de hablar sobre su fundación y como por medio de todas las propuestas posibles o no a corto o mediano están en total disposición de implementarlas para lograr su objetivo principal que es su misión y visión. También se puede ver por medio de esta investigación acción, que en ocasiones hace falta ver un poco más allá de nuestras actividades diarias, de la cotidianidad que nos ocupa y hacer parte de ello desde el ejercicio de comunicadores sociales. Nos muestra lo significativo e importante que es, que desde nuestros conocimientos podamos aportar un granito de arena. Así lo expone Cueto (2019), la comunicación cumple un papel fundamental en esa misión, la comunicación es una fuerza, y como tal, tiene la capacidad de generar movimiento, de dinamizar procesos, de generar vínculos,

de interconectar acciones y orientarlas hacia el logro de la transformación que necesita nuestra sociedad” (p.41).

Que el cambio y el fortalecimiento de nuestra sociedad está en cada uno de nosotros, que somos un equipo de trabajo, y que de cada uno depende tener un mejor país. Sustentado en lo que indica el autor Kamlongera (2008). En el diseño didáctico: “Al emplear los enfoques de capacitación o de educación la población tiene la oportunidad de familiarizarse con temas complejos; adquirir conocimientos y destrezas útiles para mejorar su situación. La educación y la capacitación son también enfoques efectivos para alcanzar cambios de actitud” (p.23).

## Conclusiones

En conclusión por medio de lo aprendido durante el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, se evidencia la gran necesidad que se tiene de evaluar las redes sociales de comunicación e implementar cambios que favorecen directamente las labores a desarrollar, siendo constantes.

Así se propuso posterior a la investigación, la estrategia a la OSP Fundación Desarrollo ConSentido donde la comunicación participativa es protagonista y que con el apoyo de la educación se transformen sus actividades y puedan con el apoyo teórico citado seguir fortalecimiento su labor diaria.

Y que como resultado los niños, niñas, adolescentes, sus familias y en general la comunidad puedan ver una salida a la serie de dificultades que puedan tener en sus realidades y que sigan encontrando en la Fundación Desarrollo ConSentido lo que necesitan para seguir adelante. Beneficio para la sociedad, para un mejor país.

## Referencias

- CIMAS - 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](http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/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., Mafalopolos, 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. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD.  
[https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003\\_Breve\\_recorrido\\_por\\_la\\_investigacion.pdf](https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf)
- 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>