

**Fortalecimiento de la comunicación interna y externa de la Organización Fundación La
Roca con base en la comunicación participativa**

Ensayo

Sara Inés Lacera López

Asesor:

Victor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades – ECSAH

Programa Comunicación Social

Diplomado Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Medellín, diciembre 2022

Resumen

En el presente ensayo se plantea la reflexión de una problemática social que ha despertado el interés de algunas instituciones de carácter social en diferentes municipios del país, promoviendo una visión incluyente en la Sociedad. La Fundación Hogar La Roca, ubicada en Popayán, es una organización sin ánimo de lucro, cuya actividad social y económica es la atención integral para adultos mayores, discapacitados o en estado de abandono, indigencia e indefensión. Su proyecto social, nació de un conjunto de voluntades y se sostiene en gran parte por el intercambio de auxilios y donaciones. Y por ello, hemos realizado una investigación de la mano de esta organización (OSP), que ha permitido identificar, desde el concepto de la comunicación participativa, como estas instituciones pueden generar un impacto positivo para la sociedad con el planteamiento y la implementación de estrategias comunicacionales (internas y externas), que posibiliten la integración de la comunidad y grupos de interés en actividades y programas de transformación social.

Palabras Clave: Investigación, Comunicación participativa, Comunicación interna, comunicación externa, organización participativa social, estrategia comunicativa, redes sociales, tejido social, fortalecimiento de la comunicación.

Tabla de contenido

Fortaleciendo la comunicación interna y externa de la Organización Fundación La Roca con base en la comunicación participativa	4
Conclusiones	14
Referencias.....	16

Fortalecimiento de la comunicación interna y externa de la Organización Fundación La Roca con base en la comunicación participativa

Una de las problemáticas sociales en Colombia que ha generado gran interés en diferentes organizaciones sociales, estatales o privadas, formales o informales, es la situación de abandono, maltrato, soledad y discriminación hacia el adulto mayor. A pesar de los innumerables esfuerzos de organizaciones de beneficencia, fundaciones altruistas o entidades gubernamentales con programas asistenciales, mejorar las condiciones de carácter social que permitan al adulto mayor protección física, psicológica y social, y un desarrollo integral que los incorpore a la sociedad, ha sido una tarea extremadamente difícil. Sin embargo, las iniciativas para contrarrestar esta realidad social cada vez son más y se han venido replicando en varias regiones del país.

La fundación Hogar la Roca en Popayán es un claro ejemplo de esas instituciones, que pese a las dificultades, contribuyen con su labor de carácter social generando valor a la sociedad, según Erich Fromm, (Citado en Caparrós, 1975) "...el carácter social internaliza las necesidades objetivas del grupo social poniendo la energía psíquica al servicio de las tareas exigidas por el sistema económico y social del grupo..." (p. 14).

Durante la Investigación participativa (IAP) planteada como parte de la metodología sugerida para la ejecución del Diplomado en construcción de redes sociales y de comunicación, opción seleccionada para la culminación del periodo académico del Programa de Comunicación Social, se tuvieron en cuenta criterios específicos de selección de una Organización Social participativa (OSP) donde claramente la Fundación la Roca cumplía con criterios específicos por ser una organización con un propósito social que busca el bienestar de una población vulnerable y relegada que tiene necesidades importantes de atención en aspectos de salud física y emocional fundamentalmente, pero también de dignidad y derechos humanos. Y además cumplía con otro criterio relevante como la generación de conocimiento y transformación de cultura debido a que

se han establecido acuerdos con Instituciones educativas de la región como la Universidad del Cauca, ranqueada a nivel mundial por su compromiso con la construcción de una sociedad equitativa y justa en la formación integral, ética y solidaria de sus estudiantes inculcando principios como el respeto a los derechos humanos y sociales, aspectos que se reflejan en los estudiantes en práctica de dicha Universidad que realizan sus pasantías en la Fundación hogar La Roca, haciendo parte de esta labor social ofreciendo sus conocimientos académicos para el bienestar del adulto mayor dentro de la sociedad Payanesa. Finalmente, esta OSP, iba de la mano con otro criterio de selección primordial, como es la reciprocidad de conocimiento, la organización necesita del conocimiento de un comunicador para la divulgación y proyección de esta actividad social y garantizar la permanencia en el tiempo de esta iniciativa de responsabilidad social que beneficia a los adultos mayores de la comunidad y este proceso de investigación, aprobado por los directivos de la Fundación permitió que se logrará ejecutar cada fase planteada para este diplomado del programa de comunicación social de la Universidad UNAD. Y desde estos criterios previamente expuestos y el concepto de comunicación participativa, se identificó que La Fundación Hogar La Roca requiere del planteamiento y la implementación de estrategias comunicacionales internas y externas, que fortalezcan la interacción y las relaciones con sus grupos de interés para proyectar su propósito social, lo que obedece a la tesis que se propone en el presente ensayo.

Con base en este ejercicio académico se realizaron diferentes informes que surgieron de un trabajo de campo y la participación activa, donde se logró evidenciar no solo aspectos relevantes que permiten identificar claramente las redes sociales primarias y secundarias de la OSP, si no también clasificar las funciones específicas que determinan esos vínculos que se han construido de forma orgánica para la movilización y divulgación de esta labor social a la

comunidad; tal como lo manifiesta Velez G, (2022) en el capítulo 2.1 Discusión vigente acerca del concepto:

Los estudios más visibles se han dado en los campos de la salud pública, la antropología, estudios organizacionales y más recientemente en el del capital social y las relaciones interpersonales. La propuesta en los sentidos utilizados ha sido observar las determinaciones que generan las estructuras de relaciones en las posibilidades de interacción y los comportamientos de los actores involucrados. (p.61)

Como toda organización, se deben tener cabezas visibles que direccionan tanto la visión y la misión de una institución como cada una de las actividades que se realizan a diario para atender las necesidades de los usuarios, en este caso, las actividades coordinadas se ligan a especialidades como la gerontología, psicología y el trabajo social aparte de las ocupaciones relacionadas estrictamente con la salud y otras adicionales como las labores administrativas, financieras, normativas y reglamentarias. Y todo este conjunto de tareas están realizadas por un grupo de personas que favorecen la labor social y contribuyen con la estructuración de las primeras relaciones o redes sociales primarias basándose en el potencial de su capital social, tal como afirma Fresno M (2014): "...una visión compartida o un conjunto de valores comunes ayudan a desarrollar esta dimensión del capital social, que va a facilitar las acciones individuales o grupales que pueden beneficiar a toda la organización..." (p.69).

Dentro de las motivaciones de un grupo de personas es establecimiento de relaciones solidas que se producen a raíz de un compromiso individual y colectivo con la proyección de la labor social de la organización que permita la estructuración de una red social funcional, como lo explica Monica Chadi (Citado en Silva Morales 2000):

...una red social (su postura es explícitamente estructuralista) depende de la intensidad y reciprocidad de esta, es decir, del grado de vinculación entre sus miembros y del compromiso mutuo entre los integrantes del grupo, de acuerdo con las funciones que cada uno cumple respecto a los demás... (p.215)

Al interior de la organización se logra identificar que se fomenta la comunicación entre los colaboradores y voluntarios, como se mencionaba anteriormente, sin embargo las relaciones que se establecen con base en un organigrama que muy posiblemente no está totalmente constituido o sus actores son pocos a razón del tamaño de la organización (no me lo compartieron durante el trabajo de campo) son básicas, hay unas cabezas visibles que orientan al grupo que conforma la fundación hacia la ejecución de las actividades del diario con base en las necesidades de los adultos mayores que se albergan en la Fundación pero no necesariamente pensando en el bienestar de los colaboradores o en incentivar su compromiso con la actividad social de la OSP.

“Las redes sociales nos ayudan a entender el orden social, además proveen al ser humano de un espacio seguro y de apoyo, donde, a través de las relaciones con los demás, se integra y se adapta a los procesos y prácticas sociales” Gallego, S. (2011) (p.120). Las reuniones de equipo en la fundación son muy concisas y cada integrante desde su especialidad contribuye con la transferencia de conocimiento y establece vínculos o relaciones internas que se tejen espontáneamente para la adaptabilidad de cada colaborador. La Gerontóloga de la organización generalmente es quien lleva la batuta y los colaboradores y aprendices aportan en la reunión con la información que poseen de manera participativa simplemente al rededor del quehacer diario. Sorprende de alguna manera como existe una cultura dentro de la OSP de trato igualitario, empático y considerado no solo con los adultos mayores si no con los auxiliares, voluntarios y practicantes de enfermería, pero no probablemente porque son conscientes entre ellos de la comunicación horizontal, más bien es porque dentro de su humanidad comprendieron que el

espacio en el que están hace parte de su cotidianidad y esa red social interna de la que no son conscientes ha ido generando un ambiente estable para los usuarios que claramente tiene condiciones médicas y emocionales y lo amerita.

El objetivo principal de comunicación dentro de las organizaciones busca la transmisión y difusión de información relevante y estratégica en un ambiente empresarial y puede darse de la siguiente manera; comunicación vertical entre los directivos o líderes y la horizontal que se genera entre los colaboradores (incluyendo los voluntarios). Esta difusión de la información interna puede enfocarse en primera instancia, en que los integrantes de la Organización conozcan de primera mano la misión, visión y valores y objetivos organizacionales, pero también puede segmentarse dentro de las dependencias de una empresa cuando la información tiene una connotación de cumplimiento de metas o retroalimentación.

La sugerencia que se le hizo a la Fundación Hogar la Roca fue mejorar la comunicación interna para mantener a los colaboradores alineados y comprometidos con la actividad social y empresarial, basándonos en lo recolectado en la fase de investigación de campo. “Durante el proceso de la investigación de campo y el análisis de problemas se identifican áreas críticas y se definen los objetivos de comunicación” Kamlongera (2008) (p. 19). Y permitiendo así, se socialicen las estrategias establecidas para el sostenibilidad y sustentabilidad de la fundación, eso debe incluir tanto a los colaboradores como a los voluntarios, lo que fomentaría el desarrollo de relaciones interpersonales y la cultura de colaboración, enganchando a los integrantes con los objetivos de la fundación entendiendo cuál es su papel específico en la fundación más allá de sus labores cotidianas. Ese enfoque en los objetivos y la estrategia generará la motivación para que los colaboradores transmitan no solo internamente sino a la comunidad la importancia de la labor social que se realiza en la Fundación.

Una de las redes sociales que permitirían que la Organización participativa tuviera la proyección comunicacional deseada es esa que los acerca la base social, es decir, los jóvenes y adultos hombres y mujeres en términos generales. La comunicación y el tejido social establecido hacia afuera posiblemente son débiles, si nos enfocamos en lo que motiva a estos actores específicos de la base social, esta actividad de carácter comunitario no representa un aporte al consumismo, las personas en etapas productivas quizá no ven opciones de rentabilidad para sus negocios con un público objetivo como el de la tercera edad, es por eso que estas redes sociales son casi inexistentes para la Fundación Hogar la Roca en Popayán. Quizá los principales sectores que puedan ver productividad en este nicho se concentran en el sector salud, clínicas, IPS y hospitales y por esa razón se teje una red social de dependencia, pero no probablemente de colaboración, pero son más fuertes. Otro tipo de sectores podrían hacer parte de las redes secundarias que proporcionarían un aporte y que contribuirían con el carácter social de la organización, y de diversos sectores, como los medios de comunicación para contribuir con las obras sociales pero la sinergia de este gremio es muy poca porque precisamente ahí no hay remuneración y este sector de la economía se mueve para generar ingreso y evidentemente esta y cualquier obra social no clasifica en este aspecto, en conclusión la relación es generalmente intermitente y probablemente no haya un cambio significativo en la misma. Sin embargo un tejido social clave para cualquier organización social participativa, es la que se debe establecer con entidades estatales, estos organismos públicos generalmente promueven programas para apoyar a los adultos mayores en función de sus condiciones socio económicas y de salud que acogen muy posiblemente a este tipo de fundaciones, a pesar que la fundación cuenta con la regulación de entidades públicas y se realizan trámites para vincular a los adultos al sistema de salud (SISBEN) y pensional para los abuelos, se pudo analizar que dentro de la estrategia de sus fundadores los proyectos a mediano y largo plazo, ese tipo de relaciones no son una alternativa

dentro de sus prioridades, teniendo en cuenta que en Colombia existen leyes constitucionales como la ley 1251 de 2008 que afirma en su artículo 6to. deberes del Estado, la sociedad civil, la familia, los medios de comunicación para con los adultos Mayores.

Como lo pudimos haber mencionado anteriormente la relación con la comunidad también ejemplifica una red intermitente, por ende, una comunicación nula o deficiente entre la Fundación Hogar La Roca y su entorno cercano; la sociedad en términos generales es muy indiferente e indolente ante una problemática como la que padecen muchos adultos mayores en Colombia. “Es así como, por lo general, la persona mayor está relacionada con enfermedades, deterioro, discapacidad y dependencia, y deja a un lado sus capacidades, experiencia y proyecto de vida...” Rodriguez (2011) (p.13) y este pensamiento un poco egoísta no permite que organizaciones de carácter social puedan realizar actividades sociales que beneficien a la mayoría sino posiblemente a una minoría, y al no tener conocimiento y promoción de las actividades de las organizaciones con propósitos sociales no se puede insistir, convocar, convencer y concientizar a la sociedad que participe de esta labor social y humanitaria, muy probablemente muchos lo perciben como simple “caridad” que debe hacer el gobierno, y al no tener institucionalizada una ley firme que obligue a conservar la vida de los que están en etapa de vejez seguiremos viendo la apatía de la comunidad y de la sociedad.

Y precisamente esa realidad pesimista se transmite a los de afuera, cada persona (voluntarios, practicantes, familiares, visitantes) que llega a la Fundación Hogar La Roca siente que hace parte de esta obra social, sin modelos piramidales y sin obligaciones, más bien compromiso y empatía pero no se comparte este sentimiento y está comprobado que cuando se comunica o como se entiende hoy, se “viraliza” una emoción contagiamos a la comunidad y eso es lo que más le hace falta a la Fundación La Roca, contagiar a los demás con su pasión por ayudar y su compasión por los adultos mayores. Lo que nos llevó a recomendar a la Organización

Fundación La Roca, fortalecer la comunicación Externa y establecer redes sociales de colaboración y apoyo.

Este conjunto de acciones que le permiten a la comunidad mantenerse informado de cada paso que da la Organización es fundamental, no solo por transparencia si no porque atrae la atención de los actores externos a que se identifiquen con la razón de ser de la Fundación Hogar La Roca. Es importante que la comunidad payanesa en principio tenga una imagen favorable de la obra social, es decir una comunicación externa de notoriedad para que sean más los que quieran unirse o contribuir con esta causa y adicional se fortalezcan también las redes sociales adecuadas y necesarias para que este proyecto social sea sostenible y perdurable en el tiempo.

Una herramienta sencilla hoy en día, en esta era digital, es la tecnología móvil; las páginas web tienen muy buena acogida en el público porque permite indagar con detalle acerca de la actividad de las organizaciones, misión, visión, valores, programas, ubicación, etc. pero las redes sociales son de más fácil acceso para el público y pueden ser más versátiles a la hora de compartir información, además de la posibilidad de compartir en tiempo real de manera ágil y práctica.

Por esa razón es una de las recomendaciones es afianzar la comunicación externa por medio de las redes sociales, FaceBook e Instagram principalmente; aunque el carácter social de la fundación está centrado en la tercera edad, el grupo objetivo es base social, jóvenes, hombres y mujeres para quienes puede ser de interés conocer que se está haciendo por menguar la problemática de muchos abuelos en el municipio de una manera más creativa, pasando de una situación precaria a encontrar refugio, atención, cuidado y cariño. Y es precisamente este tipo de marketing social lo que la comunidad también quiere ver en redes sociales, aunque no lo creamos. "...buscando construir organizaciones más sostenibles y responsables, incluyendo aquí el papel de las redes sociales ya que muchas empresas utilizan estas para comunicar su

compromiso social”. Noguera (2011) (p.18). Las actividades lúdicas, las celebraciones, las historias de los abuelos y de quienes los atienden también es noticia y alivio para caos diario y ser constantes en la información que se comparte por estos medios, está comprobado que mueve masas, sería de gran ayuda para que muchos se interesaran por esta causa y quisieran contribuir y hacer parte de ella. Es una forma de convertir a los abuelos en comunicadores también, comunicadores de emociones y sueños, y a la fundación en embajadores de soluciones a problemáticas sociales que no son lejanas a la comunidad y claramente medir el impacto de las publicaciones, cuantos likes, cuantos comentarios, respuestas a las encuestas de Instagram por ejemplo ayuda a medir la audiencia.

Con este tipo de comunicación se puede abarcar a muchos públicos, voluntarios, empresarios y estado y la inversión no es mucha pero la recomendación sería que alguien pudiera manejar el contenido para compartir en redes sociales, incluso eventos para patrocinar la fundación en su obra social, informar a la comunidad de los programas que se han establecido para apoyar la causa social y generar ingresos adicionales pero sobre todo dar visibilidad de lo que se puede hacer por los adultos mayores desfavorecidos que son muchos. Buscar la posibilidad de crear una página web, ya sea por medio de donaciones en dinero o en especie para diseñarla y publicarla también sería una gran contribución porque incluso por medio de la página se podría dar información para las donaciones desde cualquier parte para garantizar que así los voluntarios estén en otras latitudes puedan contribuir con sus donaciones o con programas de propósitos específicos con los que la gente se identifique y atraiga la participación incluso de emprendedores y profesionales. Un ejemplo de programas que podrían garantizar la sostenibilidad de la fundación es un programa de guardería geriátrica que en otros departamentos y municipios de Colombia lleva tiempo ejecutándose.

Mejorar la imagen corporativa e identidad de marca de la Fundación también posibilita la recordación en el público, sugeriría invitar a la comunidad específicamente a los jóvenes por redes sociales a participar en un concurso para diseñar una identidad de marca o imagen corporativa y por qué no, diseñar la página web de la fundación como parte de las donaciones en especie y así se integrarían a los jóvenes a participar de la iniciativa social de la Fundación tejiendo esas redes de base social que a hoy estaría más bien débil o intermitente.

Conclusiones

Promover estrategias comunicacionales apoyarían a este sector social a que se fomente la creación de nuevas políticas públicas y programas de protección al adulto mayor que contribuyan con la labor social de esta serie de fundaciones u organizaciones sociales que luchan por el cuidado de una comunidad adulta; las comunidades están inmersas en la problemática pero su respuesta generalmente es la indiferencia y quizá muy pocos se sientan llamados a aportar con su participación activa a encontrar soluciones, pero con esta mínima parte de interesados se puede construir país y una sociedad más empática.

El apoyo a estas fundaciones y organizaciones sociales que tienen un carácter decidido para comprometerse con las causas sociales que protegen a grupos de humanidad vulnerable dan ejemplo al trabajar día a día por otros que necesitan, pero estas organizaciones también deben implementar estrategias para la sostenibilidad de estas iniciativas sociales que impulsen la labor, se quedan cortas muchas veces pero está comprobado los programas comunicacionales adecuados inspiran y movilizan a los que no tiene la iniciativa pero si quieren y pueden apoyar, es fundamental para una OSP hacerse visible y a visibilizar su actividad social para que se tejan redes sociales de colaboración solidas que contribuyan con la permanencia en el tiempo de legados que beneficien la Sociedad y a las futuras generaciones. Este ejercicio permite evidenciar que soluciones si hay, pero quizá la información que se ha compartido no es suficiente o no ha sido la adecuada para que se conecten los grupos adecuados de entidades estatales, empresas y personas para lograr impactos positivos, contundentes y sustentables, si por internet se convocan masas para levantar un paro Nacional es imposible creer que no se pueda convocar a muchas más voluntarios para una obra benéfica para su comunidad. Los adultos mayores son una población que en la actualidad se encuentra en un alto grado de vulnerabilidad y que se debe fomentar dentro de la comunidad que se respeten sus derechos empezando por las familias, y continuando

desde las entidades estatales locales, que posibiliten las herramientas que contribuyan con garantizar esos derechos, dando ejemplo a la sociedad de tolerancia, igualdad y humanidad, buscando las estrategias comunicativas recurrentes que permitan lograr los objetivos fundamentales de estas organizaciones sociales.

Referencias

Caparrós (1975). El carácter social según Erich Fromm. Salamanca. (p.14)

<https://core.ac.uk/download/pdf/39061544.pdf>

Fresno, Paunero y Marqués (2014). Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. Editorial UOC. (p.69) [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1)

Gallego (2011). Redes sociales y desarrollo humano. BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, núm. 12, 2011. (p.120).

<https://www.redalyc.org/pdf/3221/322127622007.pdf>

Kamlongera, Mafalopulos, (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO),

Roma. 2da (p.19) <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>

Noguera (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online. (p.18)

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533>

Rodríguez (2011). Vejez y envejecimiento. Escuela de Medicina y Ciencias de la Salud,

Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2011. (p.13)

[https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3286/Documento%2012_ARTE](https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3286/Documento%2012_ARTE%20FINALES.pdf?sequence=5)
[S%20FINALES.pdf?sequence=5](https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3286/Documento%2012_ARTE%20FINALES.pdf?sequence=5)

Silva Morales (2000). Redes sociales en el trabajo social. Mónica Chadi. Buenos Aires: Espacio

Editorial. 2000. 161 pp. Revista Trabajo Social, (11), (p.215).

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/tsocial/article/view/15346/16135>

Vélez (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y

Palabra (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>