

**Tejiendo conexiones comunicativas en la OSP Fundación Araucana Protectora de
Animales – FAPA Huellitas del Llano**

Sandra Gisella Navea

Asesor

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH

Comunicación Social

2023

Resumen

La Fundación Araucana Protectora de Animales – FAPA Huellitas del Llano, es una organización sin ánimo de lucro, que trabaja en pro del cuidado y protección de los animales en el municipio de Arauca. Mediante la metodología de Investigación–Acción (IA) se analizó su situación comunicacional con el fin de comprender, cómo se llevan a cabo las relaciones internas y externas de la organización, desarrollando posteriormente una estrategia comunicacional, que le permitirá llegar de manera efectiva al público, para difundir su misión, promover la conciencia sobre el bienestar animal y fomentar la participación de la comunidad. Se parte del hecho de que la comunicación es pieza clave en el funcionamiento de las organizaciones, por lo que se busca aumentar el apoyo voluntario y económico a esa noble causa.

Este ensayo es producto del trabajo participativo adelantado durante 16 semanas, con los integrantes de la OSP, en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación de la UNAD, con el fin de fortalecer las relaciones sociales y empresariales, a la vez de visibilizar aún más las acciones que se desarrollan.

Palabras clave: Estrategia, comunicación, diplomado, OSP, redes sociales.

Abstract

The Araucana Animal Protection Foundation - FAPA Huellitas del Llano, is a non-profit organization that works for the care and protection of animals in the municipality of Arauca, for which, through the methodology of Action Research (AR) was analyzed its communication situation in order to understand how it conducts internal and external relations of the organization, This will allow it to effectively reach the public, to disseminate its mission, promote awareness of animal welfare and encourage community participation, based on the fact that communication is a key element in the functioning of organizations, which will also increase voluntary and financial support to this noble cause.

This essay is the product of the participatory work carried out during 16 weeks with the members of the OSP, within the framework of the Diploma in Construction of Social Communication Networks of the UNAD, with the purpose of strengthening social and business relations, while at the same time making the actions developed even more visible.

Key words: Strategy, communication, diploma, OSP, social networks.

Tabla de Contenido

Introducción.....	6
Tejiendo Conexiones Comunicativas en la OSP Fundación Araucana Protectora de Animales – FAPA Huellitas del Llano	7
Tesis.....	7
Desarrollo de la Investigación y Argumentos	8
Conclusiones.....	15
Referencias Bibliográficas.....	16

Apéndice

Apéndice A <i>Link de acceso al video de Devolución – Validación de la Estrategia</i>	17
--	----

Introducción

El presente ensayo se realiza como evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación y opción de grado al título de Comunicador Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

En el contexto actual, las organizaciones protectoras de animales desempeñan un papel fundamental en la promoción del bienestar animal y la sensibilización de la sociedad sobre la importancia de tratar a los animales con respeto y consideración. Estas organizaciones, a través de su labor, buscan brindar un refugio seguro y una segunda oportunidad a aquellos seres que han sido víctimas de maltrato, abandono o negligencia, sin embargo, para lograr sus objetivos, es esencial que establezcan una comunicación sólida tanto interna como externamente.

Este ensayo, se enfoca en el análisis de la situación comunicacional de una organización protectora de animales específica: Huellitas del Llano, sustentándose en los contenidos bibliográficos de las diferentes fases.

Esta organización se ha destacado en el municipio de Arauca, por su dedicación y compromiso con la protección de los animales y el fomento de la adopción responsable. El objetivo de este ensayo es analizar la forma como se lleva a cabo la comunicación en Huellitas del Llano, examinando las estrategias utilizadas para difundir su misión, promover la conciencia sobre el bienestar animal y fomentar la participación de la comunidad. A través de un estudio detallado de las prácticas comunicativas internas y externas de la organización, exploraremos los canales de comunicación utilizados, los mensajes transmitidos y la percepción de diferentes grupos de interés, con el propósito de identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en la estrategia comunicativa que conlleven a una comunicación más efectiva y una mayor consecución de los objetivos de la organización.

Tejiendo Conexiones Comunicativas en la OSP Fundación Araucana Protectora de Animales – FAPA Huellitas del Llano

“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.” (Cueto, 2019, p.41)

La comunicación es un elemento clave en el trabajo de las organizaciones sin fines de lucro, especialmente para aquellas que se dedican al trabajo social como la Fundación Protectora de Animales Huellitas del Llano. La comunicación efectiva puede ayudar a construir una base de apoyo sólido, crear conciencia sobre los problemas que enfrentan los animales y aumentar las donaciones para la causa, por lo que resulta fundamental, diseñar e implementar una estrategia comunicacional efectiva.

Citando a Kamlongera y Mefalopulos (2008, p.100): “Hay que involucrar a la comunidad en la identificación y definición de puntos de control...”, es decir, involucrar a todos los interesados relevantes en el proceso, incluyendo a la misma organización, sus donantes, voluntarios y otras partes interesadas. Además, este enfoque se basa en la idea de que la comunicación efectiva no es solo sobre la transmisión de información, sino también sobre la creación de relaciones y el fortalecimiento de la confianza, (Lockward Dargam, 2011).

Tesis

Esta investigación tiene como objetivo analizar la situación comunicacional de la Fundación Protectora de Animales Huellitas del Llano, del municipio de Arauca, con el fin de comprender cómo se lleva a cabo la comunicación interna y externa dentro de la organización, así como examinar las estrategias utilizadas para difundir su misión, promover la conciencia sobre el bienestar animal y fomentar la participación de la comunidad, valorando los canales de comunicación utilizados, los mensajes transmitidos y la percepción de los diferentes grupos de

interés, con el propósito de identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en la estrategia comunicativa de la organización.

Desarrollo de la Investigación y Argumentos

Partiendo de lo enunciado por Vélez (2011, p.8) con respecto a las redes: *“la visibilización creciente de problemáticas sociales gracias a las nuevas tecnologías, llevan a la búsqueda de soluciones prácticas que implementen a través de metodologías congruentes con los problemas relacionales que se viven en la sociedad”*, se puede decir que la Fundación Araucana Protectora de Animales Huellitas del Llano, es una red de relaciones y vínculos que conectan diferentes actores, situaciones y motivaciones, es decir, no es solo una estructura jerárquica con funciones y responsabilidades predefinidas, sino que también es un entramado de relaciones y comunicación entre personas y grupos, que se interrelacionan y colaboran para lograr ayudar en este caso, a perros y gatos desamparados.

Vale mencionar que estas relaciones y vínculos similares están dados en distintos tipos y niveles, desde los formales (por ejemplo, entre la dirección y las entidades gubernamentales, o los patrocinantes, etc.), hasta los informales (por ejemplo, entre los compañeros de trabajo dentro de la fundación y personas más cercanas que comparten intereses y objetivos); que a su vez podemos definirlos como internas o externas. Así pues, la comunicación es un elemento clave en estas relaciones y vínculos, ya que permite la transferencia de información, el intercambio de ideas y la coordinación de esfuerzos entre los diferentes actores de la empresa, sin olvidar que la comunicación también puede ser fuente de conflictos, discrepancias o malentendidos si no se maneja adecuadamente, ya que la protección animal está contemplada en la ley colombiana y las entidades del Estado deben promover su cumplimiento, pero cuando esto no se cumple, se generan roces entre los actores involucrados.

Finalmente, como tema central que teje dichas relaciones, tenemos el de brindar cuidado y atención a perros y gatos en condición de calle o que simplemente son abandonados por personas que se cansan de ellos o que no pueden tenerlos, pensando en su rehabilitación y posterior adopción de parte de otras familias. Aquí entonces las relaciones resultan armónicas en su gran mayoría.

Aquí resulta necesario exponer que no siempre la comunicación es asertiva o efectiva, pues existen formas comunicacionales que pueden generar conflicto y éstas se presentan con alguna frecuencia, ya sea porque se utiliza un tono de voz elevado, un lenguaje ofensivo, acusador o por críticas que no son constructivas hacia los demás o hacia las acciones que se realizan. Otra forma comunicacional que podemos catalogar como de conflicto, es cuando las acciones de la fundación se ven de cierto modo empañadas por comentarios malintencionados venidos desde diferentes sectores, particularmente de gobierno lo que genera relaciones de tensión, en las que prima la desconfianza, el resentimiento e incluso los ataques mediáticos.

A raíz de tales situaciones surge la defensiva por parte de los sectores y como se sienten atacados o criticados, en lugar de tratar de mediar una conciliación o entender los puntos de vista y preocupaciones del otro, se bloquea la comunicación o se justifican en exceso, generando entonces malentendidos, juicios negativos, desacuerdos y por ende conflictos. En conclusión, las formas comunicacionales que generan conflicto suelen involucrar la utilización de un lenguaje inapropiado, la falta de empatía o la manipulación de la otra persona, mientras que una comunicación efectiva implica escuchar activamente, expresar las necesidades y deseos de manera clara, respetuosa y sobre todo, tratar de entender los puntos de vista y preocupaciones de los demás.

Ahora bien, en lo relacionado con socialidad y comunidad, es importante resaltar el análisis que Álvaro (2010) presenta en torno a estos dos conceptos que tienden a confundirse entre sí: “la sociedad es una copia cuyo modelo ideal es la comunidad, la comunidad modelo. La simetría entre los conceptos de comunidad y sociedad es sólo aparente, éstos no son de igual valor...” (p. 21). En la Fundación Huellitas del Llano, la socialidad se observa en la forma en que las personas colaboran y trabajan juntas para lograr los objetivos de la organización, que ya se sabe es la protección y bienestar de los animales. Esta interacción es constante entre los diferentes miembros, ya sean directivos, cuidadores, padrinos y demás. Cabría mencionar que al ser la socialidad la forma en que los individuos se relacionan entre sí en una sociedad o grupo, se podría contemplar e incluir aquí, la relación entre los mismos animales, partiendo en que se fomenta la comunicación con ellos (las mascotas) mediante la interacción humana en actividades como los paseos, el juego y el entrenamiento.

Por otro lado, comunidad hace referencia al conjunto de individuos que comparten intereses, objetivos y valores comunes, un espacio de solidaridad y apoyo mutuo en el que los miembros pueden compartir experiencias y conocimientos, además de colaborar en proyectos conjuntos. Así, la Fundación Protectora de Animales Huellitas del Llano, puede ser vista como una comunidad en la que sus miembros comparten la pasión común por los animales y trabajan juntos para protegerlos y cuidarlos, basada en relaciones sociales afectivas y emocionales y que está rodeada por una sociedad que comparte intereses y objetivos similares pero que no necesariamente comparten los mismos lazos emocionales afectivos que la comunidad.

En el análisis inicial practicado a la Fundación Huellitas del Llano, con respecto al tipo de comunicación que se ejerce entre sus miembros, se detectó que es horizontal y participativa, y

con el paso del tiempo durante la investigación, se pudo evidenciar a través de las siguientes situaciones:

Con las reuniones de equipo en las que todos los miembros del equipo pueden compartir sus ideas, opiniones y sugerencias, sobre los temas que competen al funcionamiento, cuidado y protección de los animales que alberga la fundación, así como las demás decisiones que lo afecten directamente.

Mediante la retroalimentación de saberes, conceptos, estrategias y demás situaciones que los miembros puedan proporcionar con comentarios constructivos, de manera que se fomenta una cultura de colaboración y mejora continua.

A través de la toma de decisiones, la que involucra a todos los miembros de la Fundación, ya que al ser tan pocos por el momento, cada uno está inmerso en responsabilidades específicas, por lo que las decisiones son tomadas de manera consensuada abriendo esa puerta a la cultura de colaboración y participación, cuyo resultado redunda en decisiones más informadas y eficaces.

En el ejercicio de analizar las fortalezas y debilidades comunicacionales de la Fundación Huellitas del Llano, se aplicaron algunas herramientas como el sociograma, en línea a lo que manifiesta Villasante (2010): “Lo más importante son las relaciones, no los sujetos que soportan las relaciones... cómo se mueven los vínculos, las confianzas entre unos y otros. Porque ahí está la clave de la transformación” (p. 115). Este instrumento proporcionó información valiosa con la cual se pudo presentar algunas recomendaciones para fortalecer la red de comunicación, destacándose: a) la necesidad de promover la participación y el diálogo, tanto en los miembros de la fundación, como con los miembros de la comunidad, mediante una cultura de escucha activa y respeto mutuo; y b) el establecer canales de comunicación efectivos, mediante la

implementación y uso de tecnologías o de herramientas de comunicación más adecuadas para el tipo de información que se quiere transmitir; aquí las plataformas de las redes sociales pueden ser esa forma eficaz, ya que permiten llegar un público amplio y diverso y a su vez la participación activa y el diálogo.

Con lo brindado a lo largo del diplomado de la UNAD, quedó claro que en cualquier organización de participación social resulta importante el fomento de la comunicación efectiva, para lograr el consenso y la armonía social, por lo que el papel y utilidad que juegan las redes sociales resultan en herramientas valiosas para lograr este objetivo, y es que:

...a través de las redes sociales el proceso de socialización se esparce y propaga, ya que estas redes nos sirven de plataforma o sostén para ello, proporcionándonos la capacidad de interactuar mediante la cual se produce la transferencia de valores, conocimientos, etc., y el ambiente o entorno social adecuado cómodo y seguro. (Gallego, 2011, p.117).

Entonces, aprovechar las plataformas de Facebook y WhatsApp, para que los miembros puedan discutir ideas, compartir información y coordinar esfuerzos, permite que cada integrante tenga la oportunidad de expresar sus opiniones y puntos de vista, lo que a su vez ayuda a reducir conflictos y fomenta la cooperación.

Así, las redes sociales pueden ayudar a reducir la brecha entre las personas y las organizaciones, mejorando la participación y la colaboración en proyectos y atrayendo nuevos miembros, lo que finalmente llevaría a mejorar las capacidades de la Fundación Huellitas del Llano, para lograr sus objetivos y mejorar el bienestar de los animales.

Para diseñar una estrategia comunicacional efectiva para la fundación Huellitas del Llano, se abordó el contexto en el que opera la organización, la zona en la que se encuentra, los recursos disponibles y los grupos de interés. Así mismo, resultó importante analizar la imagen actual de la organización y la percepción de la comunidad sobre su trabajo. A partir de allí, se

pudo desarrollar una estrategia comunicacional que tuvo en cuenta la misión y visión de la fundación, los objetivos específicos y los canales de comunicación más efectivos que nos permitieran llegar a la comunidad, identificando las barreras, así como las oportunidades para la colaboración con otras organizaciones.

Entonces para sustentar la tesis antes descrita, se establece como objetivo de la estrategia, el siguiente: Mejorar el alcance, visibilidad y eficacia de las acciones de la Fundación Huellitas del Llano, a través una estrategia de comunicación efectiva que involucre medios digitales, redes sociales y eventos presenciales, para aumentar la conciencia pública sobre los problemas que enfrentan los animales, fortalecer la reputación de la organización y aumentar la participación y el apoyo de la comunidad en las iniciativas y campañas de la fundación.

Esta estrategia comunicacional es coherente con los valores y principios de la organización, incluyendo el respeto por los animales y el compromiso con la responsabilidad y la transparencia, siendo esta particularmente muy importante para los organismos sin ánimo de lucro, ya que las donaciones y el apoyo público se basan en la confianza de que esos recursos son utilizados de manera responsable.

Partiendo de aquí como argumentos válidos de sustentación, se puede decir que toda organización protectora de animales requiere una comunicación efectiva para promover el bienestar animal, a través de mensajes claros y persuasivos, pudiendo concienciar a la comunidad sobre la importancia de tratar a los animales con respeto y dignidad. También se puede transmitir información relevante acerca de la adopción responsable, el cuidado adecuado de las mascotas, la prevención del maltrato animal y la importancia de la esterilización, lo cual contribuye directamente a mejorar la calidad de vida de las mascotas.

A nivel interno, la comunicación debe ser efectiva para lograr una coordinación adecuada entre todos los miembros del equipo, lo que puede contribuir a mejorar la eficiencia en las actividades diarias y a fortalecer el compromiso personal hacia la protección animal.

Conclusiones

El análisis de la situación comunicacional de una organización protectora de animales como Huellitas del Llano nos brinda la oportunidad de entender la importancia de establecer conexiones efectivas y significativas en la difusión de su misión. A través de este ensayo, conocimos cómo Huellitas del Llano teje estas conexiones comunicativas y cómo puede fortalecer aún más su labor en beneficio de los animales y la comunidad.

El conocer las necesidades, intereses, fortalezas y oportunidades de la organización permite enfocar la estrategia en los canales y mensajes adecuados para llegar a la población objetivo que desean, de manera efectiva. Los canales de comunicación también son fundamentales, existiendo múltiples opciones, incluidos los medios masivos tradicionales y los canales digitales como las redes sociales; cada uno de ellos tiene sus ventajas y desventajas, por lo que es necesario seleccionar los más idóneos para alcanzar los objetivos deseados.

Aunque la organización social participativa Fundación Huellitas del Llano, utiliza diferentes canales de comunicación, como redes sociales y eventos comunitarios, se evidencia la necesidad de diversificar y optimizar su enfoque, aprovechando al máximo las plataformas digitales para amplificar su mensaje y llegar a un público más amplio. Es crucial continuar evolucionando y adaptándose a las nuevas tendencias y desafíos en el ámbito de la comunicación.

Referencias Bibliográficas

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies. En: Papeles del CEIC, (1), pp. 1-24. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Vizcaya, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76512779009>
- Cueto Gómez, I. (2019). Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental. <https://journal.poligran.edu.co/index.php/panorama/article/view/276/256>
- 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>
- Lockward Dargam, A. M. (2011). El rol de la confianza en las organizaciones a través de los distintos enfoques o pensamientos de la administración. Ciencia y Sociedad, 36(3), 464-502. <https://doi.org/10.22206/cys.2011.v36i3.pp464-502>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y Palabra (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- 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>

Apéndice

Apéndice A

Link de acceso al video de Devolución – Validación de la Estrategia

<https://youtu.be/wefiimC0WK0>