

**Creación de sinergia comunicativa en la práctica de adopción y rescate animal de la
organización Seattle una ayuda más para la construcción de una comunidad consciente en
Bucaramanga Santander**

Diddier Pabon Mantilla

Asesora

Daniela Sánchez Ríos

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades -ECSAH

Comunicación Social

2023

Resumen

En este estudio realizado a la organización Seattle una ayuda más se identifican las necesidades y requerimientos de la organización para fortalecer los procesos comunicativos en las prácticas de adopción, rescate y cuidado animal, identificando escenarios relevantes para este estudio, dando lugar a la proposición de estrategias y una implementación secuencial y progresiva de alternativas para el fortalecimiento de la interacción social y la construcción de comunidad, a partir del contacto que mantienen constantemente con la comunidad de Bucaramanga Santander. La causa de esta organización dedicada al cuidado de animales abandonados logra acoplarse y reunir diferentes requisitos al momento de crear lazos o redes sociales que puedan facilitar el crecimiento exponencial y el sostenimiento económico y social de esta organización. Sin embargo, se trabaja este proyecto a partir de las desventajas que posee para llevar su causa otro nivel, mejorando su presencia en la comunidad santandereana.

Palabras clave: Comunicación participativa, sinergia comunicativa, redes sociales, construcción de comunidad.

Tabla de Contenido

Introducción.....	4
Creación de Sinergia Comunicativa en la Práctica de Adopción y Rescate Animal de la Organización Seattle una Ayuda más para la Construcción de una Comunidad Consciente en Bucaramanga Santander.....	5
Conclusiones.....	10
Referencias.....	12

Introducción

Éste documento es un ensayo presentado como evaluación final del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación como opción de trabajo de grado, para ello se ha elegido trabajar el ensayo sobre la categoría de construcción de comunidad, dejando en la evidencia de los requerimientos de la organización Seattle una ayuda más frente a sus objetivos de consciencia y participación ciudadana, aspectos que son pilares de la categoría elegida. Situados en esta experiencia y los resultados obtenidos, abordaremos la siguiente postura como tesis: Si no existe una comunicación transformadora, cualquier intento de adopción animal y conciencia colectiva no podrá traspasar las fronteras que impiden la construcción de una comunidad dotada en iniciativa y participación efectiva. Bajo este enfoque daremos cuenta en el ensayo de los contenidos y referentes tratados a lo largo del diplomado y a su vez los resultados obtenidos de la práctica organizacional.

Creación de Sinergia Comunicativa en la Práctica de Adopción y Rescate Animal de la Organización Seattle una Ayuda más para la Construcción de una Comunidad Consciente en Bucaramanga Santander

Detrás de una buena causa siempre hay múltiples intentos para cambiar ideas erróneas y perspectivas equivocadas, a veces incluso nos cuesta a nosotros mismos aceptar consejos o sugerencias, lo que nos lleva a la siguiente proposición: Si la comunicación no es transformadora, la adopción animal y la conciencia colectiva no podrán traspasar las fronteras que les impiden la construcción de una comunidad dotada en iniciativa, educación y participación efectiva.

En la actualidad podemos encontrarnos con muchos intentos convencionales y tradicionales para acaparar la atención de un público objetivo, pero cuando se habla de adopción animal esos temas no pueden ser abordados como si de una venta se tratase, pues esta práctica conlleva una labor social de mucho compromiso y la OSP tiene claro que quienes estén al frente de su proyecto deben no solamente tener el tiempo o la intención, sino también la facilidad para abrirse paso en muchos escenarios para mostrarse como líderes y ejemplo a seguir. Es acá donde la organización Seattle ayuda más anteriormente se estaba quedando corta, debido a que poco a poco se iban deteriorando aquellas estrategias que en su momento sirvieron para proyectar el nombre de esta organización en Santander, haciendo que se redujera el número de personas interesadas en sumarse a la causa. Por esto se ha venido trabajando en la imagen y proyección de las figuras más representativas de la organización, con el fin de pulir los detalles que puedan hacer que finalmente su mensaje pueda motivar a los demás no solo a la autorreflexión, sino también a actuar. Según Gallego (2011) encontramos que:

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)

Con la implementación de las estrategias propuestas en este proyecto se pueden fortalecer aquellos escenarios donde la organización mostró más su preocupación como, por ejemplo: las cifras de candidatos aptos para adoptar, los casos de abandono en crecimiento, el desistimiento de aliados en los hogares de paso, los presupuestos y recursos. Claramente se tuvieron en cuenta sus preocupaciones, sus limitantes y su visión a largo plazo, para poder desprender un mecanismo de acción rápida que pudiera ayudarles a mejorar su práctica comunicativa. Estas estrategias están destinadas a la iniciativa y la recursividad por ende su efectividad corresponde al compromiso y diligencia de los integrantes de la organización. En las estrategias encontramos el nombramiento y reclutamiento de nuevos actores en la fundación, proyectos con plazos realistas, creación de un ser jurídico, promoción en diferentes canales de comunicación, fortalecimiento de relaciones con instituciones y empresas, equipamiento de insumos mínimos para la elaboración de piezas gráficas, de video o audio y Estar a la vanguardia de eventos con mayor afluencia de personas.

La organización ha intentado repercutir en la conciencia de Bucaramanga y sus habitantes, pero no ha sido posible debido a la falta de conocimiento en estrategias de comunicación transformadora, por esto a partir de la búsqueda y construcción de redes sociales sólidas, lograron un avance significativo en el mensaje proyectado a la sociedad, donde se les invita a entender sus derechos y obligaciones como seres sociales, podemos reforzar esta experiencia en lo mencionado por Requena (1989)

Una red continúa existiendo siempre que los derechos y obligaciones respecto a otros se mantengan y sea reconocida para propósitos concretos. Los derechos y obligaciones reconocidos son un vínculo potencial en una serie de acción o serie de comunicación entre un conjunto de actores, ya que a través de aquéllos se pueden alcanzar determinados objetivos (bienes, servicios, o información e influencia). (p. 145)

Lo mencionado anteriormente demuestra que, a través del ejemplo, todos tenemos cierta responsabilidad, aun cuando podamos actuar de manera pública o privada, convirtiéndonos bien sea en la causa o la solución. La organización comprende esto y sabe que para transformar y construir sociedades como ellos quieren, es importante que él público se pueda mantener y no se desinterese con el tiempo, ya que Seattle una ayuda más no solo busca cuidadores y amantes de los animales, buscan también líderes sociales, expertos en derecho, salud, trabajo social y otras disciplinas, demostrado que todos podemos adoptar no necesariamente el animal sino a la causa. Aún hay quienes creen que no tienen la obligación de cuidar o respaldar los animales que se encuentran abandonados en su comunidad, pero cuando estos animales suponen un riesgo para ellos, si creen tener el derecho de exigir que se sacrifiquen o se reubiquen. Este ejemplo aporta significativamente a la construcción de comunidad ya que identificar los derechos y obligaciones que tenemos nos permite ser más conscientes al actuar, rompiendo así una de las fronteras principales impide la evolución de de la organización y de las sociedades en general.

Resulta importante comprender que a raíz de los conflictos que puedan darse en una organización pueden inhabilitarse los objetivos planteados, pues si no se coordinan las tareas según las habilidades y las posturas según las concepciones pueden llegar a darse resultados nefastos lo que se sugiere es la implementación de la multiplicidad y el aprovechamiento de los pensamientos variados de cada integrante, dando lugar a nuevas ideas y estrategias obtenidas por la interdisciplinariedad y la integración de saberes. Apoyados en Vélez (2008)

No sólo se trata de transformación de las teorías que construyen los objetos sociales desde sus principios teóricos. Se trata también de la multiplicidad de acepciones y abordajes. De esta forma un mismo objeto social, manipulado u observado desde el concepto de redes sociales, puede ser visto desde esta perspectiva, pero de forma diferenciada dependiendo de la fusión entre teorías y metodologías. (p. 6)

Cuando se trata de comunicación orientada a la construcción de comunidad es importante que las acciones sean democráticas y justas, pues de no ser así estancarían a la organización, pues hablar de construcción en comunidad es hablar de fortalecimiento en relaciones con actores actuales excluidos, no solamente centrar la búsqueda y experimentación de nuevos.

Finalmente, en cuánto la sinergia de comunicación, se espera que la organización concentre sus esfuerzos en llevar a cabo paso a paso los procesos de mejoramiento sin restarle importancia a uno u otro, percibiendo como pilar lo siguiente: conciencia, conocimiento, actitudes, prácticas, conductas y la participación. ganando así esas cifras de adopción efectivas codiciadas en tanto tiempo, por esto Mafalopulos y Kamlongera (2008) mencionan que:

La Escalera de la Adopción facilita la identificación de los puntos de entrada de comunicación los cuales podrían referirse a elevar la conciencia o el conocimiento de cierto tema, o el cambio de actitud o el fomento de la aplicación de ciertas prácticas. Se pueden seleccionar los enfoques de comunicación más apropiados de acuerdo al nivel de los objetivos planteados. (p. 31)

De esta manera la organización cumpliría con las dos premisas principales para lo que es una sinergia comunicativa que es la cooperación y la confianza. Los futuros adoptantes deben identificar en esta organización una solidez en argumentos, además de dinámicas accesibles y de inclusión, donde se dé una especie de “invierte y gana” pues a su vez la organización requiere y debe identificar en los actores externos aquellos aportes que pueden hacer no solo como

cuidadores o adoptantes, sino también aquellos que representen una interacción social significativa, motivados a la donación, participación y colaboración en las dinámicas que se practiquen, pues producto de la implementación de las nuevas estrategias se espera que la conciencia colectiva mejore, y sobre todo que cada uno pueda aportar a la causa desde su contexto, conocimiento y recursos.

Resulta bastante interesante ver que los principales beneficiados de este proyecto no sean los integrantes de la organización social, sino los que habitan aquellos hogares de paso y refugios. Son los perros y gatos, aquellos desprotegidos que no contaban con voz pero que, con esta sinergia comunicativa orientada a la construcción de comunidad, podrán salir muy bien favorecidos, ya que en si ellos son el mayor recurso que tiene Seattle una ayuda más, para concientizar y para humanizar a la comunidad.

Conclusiones

El desarrollo de este proyecto ha permitido a todos los involucrados tomar acciones no solamente desde la teoría sino desde la práctica, pues gracias a los hallazgos de esta investigación se ha demostrado que lograr una comunicación transformadora no es tarea fácil, pero que tomar acciones concretas, si hace la diferencia y da paso a la construcción de comunidad. Queda demostrado que cualquier organización que considere a las personas simples objetos y no sujetos tendrá resultados desfavorables. En el caso de Seattle una ayuda más, los resultados obtenidos fueron variables en cada una de sus etapas y desprendieron experiencias de manera bidireccional que demostraban porque no se había logrado antes una sinergia comunicativa en sus procesos organizacionales y porque su capital social y humano era deficiente. No obstante, quedan a su disposición los mecanismos de mejora planteados en este proyecto como lo son: La proliferación de redes sociales estratégicas, la identificación de líderes y aliados potenciales, la organización sus redes digitales, la interacción afianzada con los habitantes de Bucaramanga y la claridad de su mensaje como organización.

Respecto a la categoría elegida: Construcción de comunidad, despejamos un panorama amplio en el cual la organización a través de alternativas expuestas en esta investigación, pueden lograr esa comunicación transformadora tan necesaria para sus procesos de adopción animal, además de impactar significativamente en la conciencia de sus ciudadanos, tal y como se sugería en la tesis principal de este ensayo. Esto demuestra que si es posible fomentar como líderes de una organización la participación e iniciativa desde hábitos y modelos de comunicación que apunten a la inclusión y educación para lograr estos objetivos.

En cuanto a la fundación Seattle una ayuda más, quienes nos abrieron las puertas e hicieron posible esta investigación, esperamos puedan trascender en la conciencia de todos los

ciudadanos de Bucaramanga y otras partes del país donde se confía la expectativa latente desde su origen: construir esa comunidad fortalecida en valores y romper toda frontera que impida la propagación de su mensaje, asumiendo aquel reto que cada día es más tangible y menos imposible. Este proyecto se elaboró bajo rigurosidad investigativa y desde una perspectiva de innovación y comunicación transformadora. Por ultimo gracias al diplomado hoy puedo situarme como profesional en diferentes contextos donde nazca la necesidad de ofrecer una mejor forma de comunicación y fortalecimiento de redes sociales, teniendo a su disposición las estrategias y diagnósticos para el cambio que se pueda requerir, potencializando así las oportunidades comunicativas y organizativas que pueden estar siendo descuidadas por factores internos y externos de una organización.

Referencias Bibliográficas

Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales*(12), 113-121.

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

Mafalopulos, P., & Kamlongera, C. (2008). *Diseño participativo para una estrategia de comunicación*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la

Alimentación (FAO): <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>

Requena, F. (1989). El concepto de red social. *Reis. Revista española de investigaciones*

sociológicas(48), 137-152. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>

Vélez, G. (2008). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. *Razón y*

Palabra, 61(13), 1-18. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520720010.pdf>