

**Ensayo sobre las estrategias de comunicación participativa para dar a conocer la
Fundación Colombia Nuevos Horizontes**

**Presentado por:
Juan Manuel Peña Díaz**

**Jorge López
Docente**

**Universidad Nacional Abierta Y A Distancia UNAD
Programa de Comunicación Social
Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación
Bogotá D.C.
2017**

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	4
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA PARA DAR A CONOCER LA FUNDACIÓN COLOMBIA NUEVOS HORIZONTES	6
1.1. Presentación de la Fundación	6
1.2. La Comunicación Participativa	6
1.2.1. Enfoque de la Modernización	7
1.2.2. Enfoque de la Dependencia	7
1.2.3. El enfoque de la multiplicidad	8
1.2.4. Importancia de la Comunicación Participativa	8
1.2.5. Importancia de que la Fundación Emplee Mecanismo de Comunicación Participativa	9
1.3. Estrategias de Comunicación Participativa	10
1.3.1. Reunión Organizativa	10
1.3.2. Reuniones Semanales	10
1.3.3. Uso de Redes Sociales	11
1.3.4. Envío correo directo	11
1.3.5. Llamar a confirmar la invitación	12
1.3.6. Alianza para el evento	12
1.3.7. Convenio con un Noticiero	12
1.3.8. Convenio con un Periódico	13
1.3.9. Actualización del Perfil de Facebook y Twitter	13
1.3.10. Visita a empresarios e Instituciones	13
1.3.11. Contacto por E-Mail	13

1.3.12. Relaciones Públicas	14
RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES	15
REFERENCIAS	16

Introducción

La Fundación Colombia Nuevos Horizontes (2017) es una institución sin ánimo de lucro que recibe personas en condiciones de vulnerabilidad y particularmente desplazados forzados por la violencia. Durante la estancia, las personas reciben atención primaria en salud, vivienda y alimentación mientras hacen el tránsito a una nueva vida. Esta tiene como finalidad hacer un labor social y comunitaria. Se financia a través de donaciones que hacen las personas, organizaciones, entidades, empresas privadas y públicas.

Pero en ocasiones puede quedarse estancada debido a que no cuenta con el apoyo necesario. Por ello se hace necesario darse a conocer por medio de la comunicación participativa ya que a través de este medio se atrae público con el propósito de buscar recursos que le permita sostener la fundación y que de esta manera pueda seguir ayudando a las personas que esta en un estado de vulnerabilidad. A través de los medios de comunicación como la televisión, las redes sociales, la radio, la internet, la prensa etc., se juega un papel fundamental para recolectar ayudas sociales.

El problema de investigación que se plantea en este ensayo es determinar ¿Qué estrategias puede utilizar la Fundación Colombia Nuevos Horizontes para darse a conocer y así mismo, fortalecer la comunicación participativa? Como respuesta a la problemática se plantea una estrategia que gira en torno a tres problemas que se evidencio en la fundación: la primera existen falencias en cuanto a la estructura de comunicación, la segunda no cuenta con herramientas que ayude a promocionar la marca de la fundación y la tercera propone el desarrollar de un plan estratégico de comunicación participativa que tiene como propósito dar a conocer la institución.

El objetivo que tiene este ensayo es diseñar una estrategia de comunicación participativa para que el público conozca la Fundación Colombia Nuevos Horizontes y se interese en hacer donaciones. Esta investigación inicia con una revisión de información que tiene como propósito mejorar la comunicación de la Fundación y de esta manera ampliar la visibilidad en la comunidad. Además, busca dar a conocer por medio de la recopilación de información los principales aspectos relevantes de la comunicación participativa. El tipo de investigación de este ensayo fue exploratorio que pretende dar una visión general respecto a una determinada realidad la cual se indagó y se recolectó información.

Estructuralmente, este ensayo se divide en un capítulo: Estrategias de comunicación participativa para dar a conocer la Fundación Colombia Nuevos Horizontes. En este apartado se hace una breve presentación de la fundación después explica en que consiste la comunicación participativa, se señala la importancia y por último se indica las estrategias que debe hacer la institución para mejorar la comunicación.

Estrategias de comunicación participativa para dar a conocer la Fundación Colombia

Nuevos Horizontes

1.1. Presentación de la Fundación

La Fundación Colombia Nuevos Horizontes (2017) es una fundación sin ánimo de lucro que especializa su atención en las personas desplazadas por el conflicto armado, la función principal de la fundación es la defensa y reivindicación de los derechos vulnerados de los desplazados. La fundación se encuentra ubicada en Soacha, Cundinamarca, al sur de Bogotá. Es una entidad que atiende personas que se encuentran en estado de indefensión y que han sido víctimas de la violencia armada y el desplazamiento forzado en Colombia. La fundación tiene como objeto hacer fines sociales, atender y mejorar la calidad de vida de las personas y de sus familias que han atravesado por un desplazamiento forzado en cualquier etapa de su vida, además busca ayudar a las personas de escasos recursos económicos, madres gestantes, madres cabeza de familia etc. La fundación fue fundada por el señor Marino Rivera, y la entidad tiene como principal función dar alojamiento y servicios primarios a todas las personas desplazadas a causa del conflicto armado, también se suministra a las personas alojadas alimento y vestuario, estos servicios son prestados por la organización de manera gratuita.

1.2. La Comunicación Participativa

La comunicación representa el intercambio de información de un individuo a otro. Esta permite a las personas establecer y mantener relaciones, transmitir información y coordinar actividades (Kathleen & Justin, 2017). La comunicación participativa es originada, debido a la necesidad de

las sociedades de generar nuevas formas de poder comunicarse con las demás personas a cortas y largas distancias. Hacen parte de la comunicación participativa los medios de comunicación tales como la radio, la televisión, los comerciales y las redes sociales como: Facebook, Twitter, Instagram entre otros. Mari (2012) afirma que surge una redefinición del concepto de comunicación en los años 90 pues se basa “en la importancia de la participación en los procesos sociales y comunicativos para que el desarrollo sea verdaderamente transformado” (p. 1). Esta redefinición surge debido a la necesidad de implementar medios de comunicación que permitieran llegar a las grandes masas sin la necesidad de que la persona esté cerca o distante. Surge una nueva forma de comunicarse que se llama comunicación participativa. Para algunos el término de la comunicación participativa surge por tres enfoques:

1.2.1. Enfoque de la Modernización. El enfoque de la modernización transcurre entre los años 1945 y 1965. Mari (2012) dice que los medios de comunicación son canales “para la difusión de innovaciones y ayudan a que los mensajes diseñados desde los países sean diseminados entre un público al que se le persuade para que adopte determinadas estrategias de desarrollo” (p. 3). El enfoque de la modernización se encuentra basado en la necesidad de que los avances tecnológicos generen un cambio social.

1.2.2. Enfoque de la Dependencia. Comprende los años 1965 y 1980, surge por medio de la contradicción de que se tenía a los procesos de la modernización. Según Mari (2012) el enfoque modernizador: “no era democrático, y fueron los investigadores latinoamericanos los primeros en cuestionarlo” (p. 3). No era democrático porque el enfoque de la modernización imponía medios de comunicación a países que no estaban tan desarrollados con los avances tecnológicos. El modelo

indicaba que los medios de comunicación son manipulables por estar “sometidos a los arreglos organizativos predominantes en la sociedad” (Mari, 2012, p.3).

1.2.3. El enfoque de la multiplicidad. El enfoque de la multiplicidad se originó en el año 1980 y se encuentra vigente en la actualidad, el enfoque afirma que los medios de comunicación deben estar centrados en la realidad y en la actuales problemáticas que aquejan a la sociedad. Para Mari (2012) la multiplicidad a diferencias de los otros modelos se emerge en el “contexto mundial afectado por múltiples crisis económicas, financieras, sociales, políticas, morales y ecológicas” (p.3). El enfoque de la multiplicidad incluye a tanto países desarrollados como subdesarrollados, los cuales deberá estar basados en el contexto actual de cada una de las sociedades, en la multiplicidad la comunicación participativa se encuentra en constante cambio y siempre lo estará porque siempre habrá nuevos medios de comunicación que remplazaran a los existentes.

1.2.4. Importancia de la Comunicación Participativa. Debido a que nos encontramos en un mundo en constante cambio, esto ha llevado a muchas entidades, empresas, fundaciones e instituciones a buscar la necesidad de darse a conocer entre las multitudes por medio de la comunicación participativa. La comunicación es fundamental para darse a conocer a la sociedad, porque de no existir la comunicación participativa no se sabría de la existencia de una entidad, empresa o institución determinada. Servaes & Malikhao (2015) señalan que:

La comunicación participativa necesita escucha y, además, confianza. Ayuda a reducir la distancia social entre comunicadores y receptores, entre maestros y alumnos, entre dirigentes y seguidores y facilitará un intercambio más equitativo de

ideas, conocimientos y experiencias. Sin embargo, la necesidad de escuchar no se limita únicamente a los que están del lado de los receptores. Debe involucrar tanto a los gobiernos como a los ciudadanos, a los pobres y a los ricos, a los planificadores y administradores y a su población meta (p. 44).

Sin los medios de comunicación, las entidades socialmente serían desconocidas y el mundo tal y como lo conocemos no sería el mismo, sería muy difícil dar a conocer los servicios que pueden prestar las empresas o entidades y nadie sabría los fines ni muchos menos se sabría si una entidad satisface los intereses de la sociedad (Flórez, & Pradilla, 2015).

1.2.5. Importancia de que la Fundación Emplee Mecanismo de Comunicación Participativa. En la actualidad la Fundación Colombia Nuevos Horizontes emplea como estrategias de comunicación participativa los medios electrónicos como su propia página web y números telefónicos para poder localizarla, sin embargo no solo basta con la utilización de su propia página oficial y la vía telefónica.

Es necesario que la fundación emplee más estrategias de comunicación participativa para darse a conocer en todo el país, para ello es necesario utilizar más herramientas comunicativas acordes a las necesidades de nuestra época, por tal motivo se recomienda el uso de redes sociales tales como Facebook, Twitter, Instagram y la utilización de medios audiovisuales como YouTube, así como el uso potenciado de su emisora WEB y elementos como afiches, impresos que permitan dar a conocer lo que hace la entidad, con el objetivo de llamar la atención de la sociedad para que más personas conozcan la fundación y sepan qué servicios les puede ofrecer la presente entidad.

1.3. Estrategias de Comunicación Participativa

La Fundación Colombia Nuevos Horizontes no cuenta con herramientas que le permita alcanzar los objetivos a corto, a mediano y a largo plazo, lo anterior le impide desarrollar a cabalidad proyectos para mantener la estabilidad económica pues no cuenta con una plataforma de comunicación participativa que le ayude a darse a conocer a los posibles benefactores por ello, es necesario implementar estratégicas que colabore en sostener una relación exitosa con sus benefactores. Para que la Fundación Colombia Nuevos Horizontes puede tener una comunicación participativa adecuada debe recurrir a las siguientes estrategias:

1.3.1. Reunión Organizativa. La reunión organizativa tiene como finalidad designar un rol para cada uno de los integrantes de la fundación con sus respectivas funciones y además se establece una persona que se encarga o esté pendiente de los benefactores actuales y potenciales ya que esta persona va representar la fundación también es necesario designar a alguien que este pendiente a diario de la redes sociales y al momento de hacer la reunión es fundamental pactar objetivos de mediano y largo plazo para seguir manteniendo la institución.

1.3.2. Reuniones Semanales. Tiene como propósito hacer un seguimiento en cada etapa del proceso de la fundación para determinar los resultados obtenidos a la fecha y también busca establecer nuevos objetivos y planes para la próxima semana. Las reuniones semanales se debe hacer un calendario de las reuniones próximas así mismo, se debe llevar un registro por escrito

sobre las metas que se han logrado hasta al momento y cuales faltan por cumplir. Todo ello para tener claro las metas y la forma como se debe cumplir.

1.3.3. Uso de Redes Sociales. La Fundación Colombia Nuevos Horizontes debe usar las redes sociales para darse a conocer y dado que estos medios son gratuitos, no es necesario tener un presupuesto para ello. A través de este medio la Fundación informa lo que realiza día a día. El avance tecnológico ha hecho que las personas estén más expuestas a las redes sociales, esto permite que la fundación sea conocida a nivel nacional e internacional. Esto ayuda a que varias personas, empresas e instituciones conozca a la fundación y puedan llegar a realizar donaciones.

Mediante este medio la fundación posiciona la marca y mantiene una comunicación participativa constante hay variedad de redes sociales en las cuales se puede aplicar el plan de comunicación tales como: Pagina Web, Facebook, Twitter, Instagram etc. Estos medios se pueden crear perfiles, publicar: noticias, imágenes, videos, enlaces, contenido de multimedia, creación de actividades, concursos que busque involucrar a los seguidores de la fundación también se puede usar frases que llamen la atención del lector que motiven a ser parte de la institución. En YouTube se puede hacer canales que difundan contenidos de interés para la audiencia como: noticias, backstage de los proyectos, publicidad de programas de la fundación. Las redes sociales tienen un papel fundamental en la sociedad como medio de comunicación participativa pues diferentes entidades, empresas e instituciones y personas puede hacer contacto con la fundación con un solo clic desde el computador hasta con un móvil (Guerrero & Uribe, 2012).

1.3.4. Envío correo directo. Buscar invitar a los empresarios a un evento de presentación de la fundación. En esos eventos se espera vender manualidades para recolectar dinero para la fundación

y en las manualidades debe tener impreso el número de contacto, la dirección de la página web y que contenga una frase de campaña como, por ejemplo: “Tú aportas y la Fundación Colombia Nuevos Horizontes crece”. Todo este proceso para que los empresarios conozcan de la existencia de la fundación para que de esta manera ellos interesen en donar.

1.3.5. Llamar a confirmar la invitación. La persona encargada de hacer el contacto con los benefactores de la Fundación Colombia Nuevos Horizontes debe llamar a los empresarios e instituciones con anterioridad para para confirmar la invitación.

1.3.6. Alianza para el evento. Al llegar los empresarios, se dejan los datos con el representante de la fundación para hacer una base de datos. En ese evento se pretende hacer un coctel de bienvenida y después se hace una obra teatro presentada por niños y al final del evento el vocero de la fundación hace una pequeña presentación de la fundación teniendo en cuenta la misión, visión, los servicios que presta, los proyectos que tienen planeados para el año y al finalizar se les agradece por la asistencia. También se va implementar espacios en donde las personas puedan hacer donaciones y así mismo, se indica como las pueden hacer. Se debe contar con un personal que se encargue de la comida y de la bebida de los empresarios. Con este evento se espera llamar la atención de los empresarios para que pueda ayudar a la fundación.

1.3.7. Convenio con un Noticiero. La Fundación Colombia Nuevos Horizontes debe buscar un convenio con un noticiero para poder hacer un espacio en donde el representante de la fundación describa las funciones y que invite a las personas a conocer sus servicios y la página web para que se vuelva benefactores o donantes y de esta manera promocionar la marca.

1.3.8. Convenio con un Periódico. La Fundación Colombia Nuevos Horizontes debe implementar un convenio con un periódico para sacar una noticia sobre los proyectos que se piensa hacer.

1.3.9. Actualización del Perfil de Facebook y Twitter. Se debe designar una persona que se encargue de las redes sociales de la fundación este debe actualizar los perfiles: con fotos, eventos, videos, mostrar donaciones que se han hecho, mensajes, testimonios de personas desplazadas etc. La persona que se encargue de esta función debe contestar los mensajes lo más pronto posible. Cada mes se elige un numero de amigos y se les envía un mensaje invitándolo a un evento. Todo con la finalidad que los amigos de la fundación Facebook y Twitter los tengan presente.

1.3.10. Visita a empresarios e Instituciones. El representante legal de la fundación debe realizar visitas a empresas e instituciones en la que presente la Fundación Colombia Nuevos Horizontes los labores, los proyectos que se esperan hacer. En la visita se le muestra al empresario una alcancía y se deja en la empresa para que las personas que trabajen en esa empresa llenen la alcancía y cambio de hacer esta labor social la fundación le ofrece ser patrocinadores y se hace un perfil en Facebook y Twitter mostrando la empresa que ayudo a la institución y de esta forma hacer un reconocimiento a los seguidores.

1.3.11. Contacto por E-Mail. Por medio de la base de datos que se diseñó gracias a los eventos a través de correo electrónico se invista a los empresario e instituciones a visitar la pagina web de la fundación para que estén enterados de la labor social, miren las fotografías de los eventos que

se han hecho con el fin de mostrar como manejan los recursos que aporta los empresarios, instituciones publica y privadas. Todo esto con el propósito de que las empresas e instituciones tenga la mente la Fundación Colombia Nuevos Horizontes.

1.3.12. Relaciones Públicas. Las relaciones publicas son importante para tener una comunicación participativa activa con diferentes públicos y de esta manera poder cumplir con las metas que se propone la fundación.

Recomendaciones y conclusiones

Para generar reconocimiento la fundación debe hacer estrategias de comunicación participativa por medio de las redes sociales que son medios que no necesitan mayores recursos económicos para darse a conocer pues estos son gratuitos como: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube etc. Se debe asignar una persona que se encargue de supervisar, de contestar las preguntas, de manejar y generar contenido que puede ser frases, imágenes, videos o campañas y actividades para captar la atención del público. Todo con el objetivo de que las personas o benefactores sepan de la labor social que hace la Fundación Colombia Nuevos Horizontes esto da una imagen confiable y responsable. Las tácticas que se utilicen deben tener un sentido emocional en el cual humanice a la comunidad sobre la importancia de ayudar a las personas desplazadas por el conflicto, resaltando valores y haciendo que el público se conmueva para que se motive a ayudar a los desplazados. Es fundamental que la fundación cuente con una persona que inspire confianza, sinceridad, responsabilidad, honestidad, para que los empresarios, instituciones y personas vean una entidad confiable para hacer donaciones.

También se debe implementar buenas relaciones con todo el que de alguna forma pueda beneficiar en algo a la fundación. Además, es necesario contar con una adecuada comunicación en la organización interna de la fundación para que pueda funcionar de manera adecuada y que todos tengan presente sus cargos y sus funciones para poder cumplir con los objetivos que se propuso la fundación. En la actualidad la Fundación Colombia Nuevos Horizontes no cuenta con herramientas y estrategias de comunicación participativa por ello, es indispensable que se genere campañas para reclutar posibles patrocinadores o benefactores para que conozca la fundación. Este plan estratégico debe ser coherente.

Referencias

- Flórez, D. & Pradilla, M. V. (2015). *Propuesta estratégica para la fundación hogar infantil madre de dios*. Informe proyecto de grado. Universidad ICESI. Facultad de Comunicación Social. Santiago de Cali, Colombia. Recuperado de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78537/1/TG00972.pdf
- Fundación Colombia Nuevos Horizontes. (2017). *Pagina web*. Recuperado de <http://colnuevos horizontes.blogspot.com.co/>
- Guerrero, S. & Uribe, S. L. (2012). *Estrategia de comunicación para dar a conocer la fundación caleñitos*. Trabajo de grado. Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Comunicación Social. Santiago de Cali, Colombia. Recuperado de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/3392/1/TCP01070.pdf>
- Kathleen M. & Justin, D. (2017). *Comunicación*. (3^a. ed.). Bogotá D.C.: Universal.
- Mari, V. M. (2012). El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y puesta en práctica en los medios comunitarios. *Revista Razón y palabra*. 6(71), 1-17. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/27%20MARI_REVISADO.pdf
- Servaes, J & Malikhao, P. (2015). Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma? *Revista Redes.com*, 4(40), 43- 60.