



Contextualización actual de la fundación Picachos en materia de comunicación

Alber Jhonny Ospina Arias

Código: 1117487538

Programa: Comunicación Social

Tutor: Jorge Hernando López

GRUPO: 441011_10

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
(UNAD)**

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES ARTES Y HUMANIDADES

**Florencia – Caquetá
Diciembre
2017**





Introducción


Durante el segundo semestre del año en curso, se desarrolló la práctica profesional orientada a la construcción de redes sociales de comunicación en la fundación sin ánimo de lucro Picachos, donde el centro de la institución se encuentra fundamentada en teorías sociales y organizacionales. Sin embargo, se es importante considerar que todo proceso organizativo se da en un contexto que tendría influencia sobre ella.

La experiencia permitió apreciar el enfoque social y llevó a diseñar temas que evidentemente tendrían un mayor impacto sobre los participantes, beneficiando los proyectos que se van a ejecutar.

Adicionalmente, en el desarrollo de las prácticas se observó el compromiso que tiene la comunidad con todas las actividades y proyectos que se plantean; no obstante, el uso de las tecnologías no es tan frecuente y se les dificulta tener una mayor visibilidad como comunidad. Entre tanto, el desarrollo de la práctica social y profesional se centró en el uso de las tecnologías y comunicación para que conocieran cómo emplearlas correctamente para su beneficio.

El ensayo incluyó una contextualización sobre la importancia de que los participantes reconozcan la importancia de la comunicación en el marco de las redes sociales, evidenciando que en el mundo cada vez más existe interconexión. Se evidenció que era necesario profundizar en el tema y más teniendo en cuenta su contexto para incluirlos en el ámbito de la participación ciudadana y comunitaria.

Es por ello que se decidió centrar el esfuerzo en procesos estratégicos comunicacionales, planificación organizativa y construcción de redes sociales.






Procesos estratégicos comunicacionales


La comunicación es una condición sine quanon en materia de interacciones humanas, sobre todo a las organizaciones en donde se presta un servicio que facilita procesos evolutivos para mejorar la calidad de vida de sus usuario independientemente de la frecuencia en que asiste a la Fundación Picachos, sin embargo la línea horizontal en que se debe fundamentar dicho proceso muchas veces se puede ver entre cortada y discontinua puesto que la delegación de funciones para mantener informada a toda la institución no cumple con los objetivos.

Una prueba que permite sustentar lo dicho es al entrar a la página web de la fundación (<https://www.fundacionpicachos.org>), en el link áreas de atención aparecen las categorías generales de los campos temáticos omitiendo un listado que oriente al usuario de temas tratados en cada categoría. Esto es muy importante poder disgregar cada categoría puesto que los niveles de comunicación y comprensión de cada persona varían mucho más aun cuando las redes sociales se pueden circunscribir a grupos etarios, etnográficamente multifactoriales categóricamente.

En este sentido, para Valleempresa 365 (2014). *“La comunicación estratégica es un componente trascendental a la hora de alcanzar el éxito en los negocios y crear valor en las organizaciones. La meta es aprovechar los recursos comunicativos, internos y externos de la organización, para alcanzar los objetivos estratégicos propuestos”*.

Basados en la definición antes citada, se puede inferir que el logro de los objetivos urgen de estrategias comunicacionales en donde todos y cada uno de los miembros de la organización están al tanto de las actividades a realizar así como del o los responsables de ejecutar lo propuesto, ésta situación bien puede solucionarse con la asignación de funciones, tareas responsabilidades de acuerdo al cargo o naturaleza de participación voluntaria de quienes hacen vida en la institución bien sea gerencial, administrativa, técnica, entre otras.







Según Valleprensa 365 (2014), la comunicación debe detener las siguientes características. “Todas las organizaciones se comunican con diferentes públicos, independiente de su tamaño o naturaleza. Por ese motivo es importante implementar estrategias que permitan conseguir resultados positivos. Algunos de los elementos que hacen parte de la estrategia son: identidad, cultura, canales internos y externos, entre otros”.

Retomando lo expresado en el caso de la página WEB de la fundación de igual forma se evidencia en la cartelera informativa de la institución cuyas publicaciones son des contemporáneas y en algunos caso con vacíos y ambigüedad que tienden a confundir al lector o visitante. Esta situación exige de una solución mediata a corto plazo con una distribución, asignación de funciones y formato que guíe el diseño y desarrollo de los comunicados a ser publicados previa supervisión de un directivo que firme y selle lo publicado en el caso de la cartelera, en cambio en el caso del material digital se debe ir llevando un soporte físico a través de una carpeta que recopile la información digitalizada, el autor o (a), el responsable de publicarlo y la autoridad que autoriza la publicación.

Planificación organizativa comunicacional

La comunicación pública de alto nivel vuelve, a la coherencia y unidad del discurso institucional, un requisito indispensable para la supervivencia y el desarrollo en un mercado cada vez más competitivo y exigente en el que no es aconsejable dar ventajas. En este sentido se requiere de un plan organizacional en donde se incluya ciertas condiciones y características mínimas esenciales por lo que conviene tener claro que la credibilidad pública de las organizaciones en la actualidad, se encuentra menos vinculada a la capacidad de persuasión de cada uno de los mensajes que emite que a la potencia de la confirmación mutua del conjunto comunicacional como un sistema coherente.





Palabra y Razón (2007) cita a Edward Bernays, uno de los pioneros de las relaciones públicas, la planificación implica *“la estrategia, la organización (en que) las actividades son coordinadas y adaptadas a las realidades de la situación”*.


En este sentido la Fundación Los Picachos circunscribe sus objetivos tomando como principio fundamental las relaciones y las interrelaciones públicas en lo humano, que debe ser tangible aunado al logro de proyectos, planes y programas ejecutados dentro de la misma.

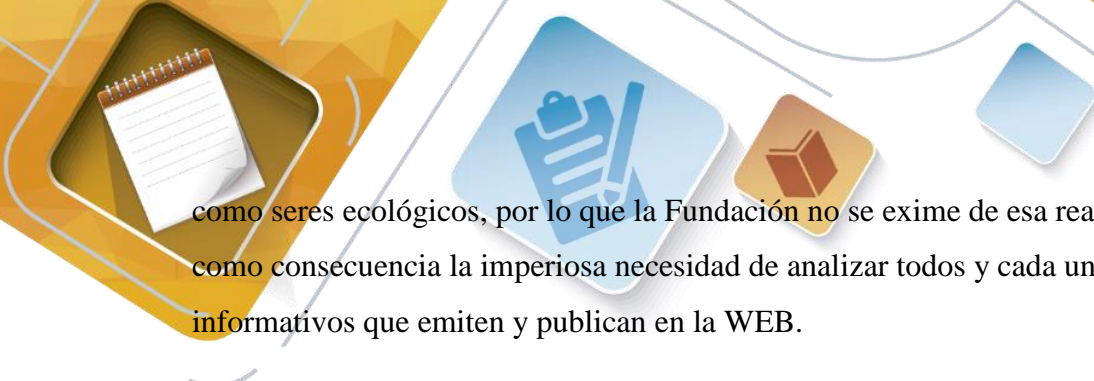
Basados en la premisa antes mencionada es imperioso concretar un plan estratégico comunicacional cuya línea de mando proponga un equipo de trabajo que piense detenidamente las variables, para determinar que se debe hacer, en qué secuencia y de esta forma tomar decisiones puntuales para superar la problemática comunicacional tanto en redes sociales (WEB) como en la cartelera informativa, tomando como punto de partida la formación y capacitación de todos los miembros de la Fundación Picachos.

En por eso la importancia de recordar que la organización es de fines sin lucro por lo que los recursos económicos son escasos y los equipos tecnológicos con los que cuenta en su patrimonio activo están desactualizados, trayendo como consecuencia recurrir a los recursos humanos calificados que conforman la fundación y algunos voluntarios para prestar el servicio de capacitación y actualización bajo la modalidad de desarrollo endógeno, tomándose éste modelo como la oportunidad que tienen las personas de demostrar y poner al servicio sus potencialidades, habilidades y destrezas desarrolladas en lo personal, profesional y técnico.

Construcción de redes sociales

La red social, de acuerdo con la definición de Henao, citado por Ramírez, De Navarrete, Vejarano y Otros (2007), es “el cúmulo de relaciones existentes entre algunos elementos que pertenecen a un mismo conjunto” (p. 12). El concepto aplicado al análisis social, está fundamentado en las interacciones de las personas, del hombre relacional y de los seres humanos






como seres ecológicos, por lo que la Fundación no se exime de esa realidad estructural, trayendo como consecuencia la imperiosa necesidad de analizar todos y cada uno de los textos informativos que emiten y publican en la WEB.

Sin embargo, es oportuno establecer con claridad que las redes sociales no sólo se centran en la página WEB, puesto que existen un gran espacio de oportunidades comunicacionales digitales partiendo de lo más usual que es el teléfono celular que tiene varias aplicaciones que facilitan otras oportunidades comunicacionales. En este sentido es necesario tener bien claro el objetivo de información y los formatos precisos en los textos comunicativos que permitan crear el interés por los usuarios internautas de las redes sociales.

La red intenta proveer de sentido, pertenencia e identidad/diferencia en un determinado campo social a un grupo o un colectivo, en consecuencia es el medio que va a facilitar no sólo la publicidad de los proyectos y programas ejecutados por la Fundación, sino permite proyectar a la institución a nivel regional, departamental, nacional e internacionalmente. Es la oportunidad más adecuada en estos tiempos en donde las personas se manejan en redes de orden social digitalmente.

Para Osvaldo Saidon citado por González (2016) expone: “...la red es una estrategia que habilita a relacionar las producciones sociales y la subjetividad que en ellas se despliega. Algunos autores las consideran como una forma particular de funcionamiento de lo social; otros, las encuadran como estrategias que guían acciones comunitarias e intervenciones sobre grupos vulnerables”.


Tomando como punto de partida que una parte de la población atendida en la Fundación Los Picachos, personas vulnerables y de distintos estratos sociales con o sin tecnología digital, la estrategia llevada a cabo en la misma sobre sus publicaciones en la WEB atisba la gran oportunidad para mejorar y proyecta la institución, en este sentido es pertinente consolidar un pequeño equipo de trabajo que se encargue de la digitalización, actualización de las publicaciones constantemente bien sea bajo la metodología semanal, quincenal, mensual o





inmediatamente cuando surja nueva información de interés público para la comunidad y sus usuarios.

Cabe mencionar que una de las redes sociales de mayor manejo y de impacto inmediato es el uso del Facebook, cuya herramienta comunicacional requiere de una conexión digital WIFI que en la actualidad en varios sitios públicos es libre. Este tipo de formato digital es más vistoso y crea mayor interés a partir de la publicación de imágenes sin necesidad de texto escrito salvo las descripciones detalladas de algunos elementos publicados. El diseño de una página Facebook es de fácil acceso y sólo se requiere de imaginación, creatividad aunada al sentido de pertenencia y pertinencia institucional.







Conclusiones

La Práctica Social Organizada (PSO) busca dentro de sus objetivos el acercamiento de los participantes de estudios universitarios a conocer la realidad situacional en las comunidades independientemente de la condición social o estrato en que se circunscribe, no obstante la misma exige una organización sistematizada del proceso de aprendizaje en donde la metodología se estructura para aprender haciendo, aprender conociendo y aprender conviviendo. Esta estructura metodológica viabiliza un proceso de acceso al conocimiento gradualmente en la medida que se va desarrollando la temática curricular.

Cada una de las actividades desarrolladas en la Fundación Los Picachos, permitió ir acercando al practicante a través de una Investigación Acción vivencial, optimizando de forma fidedigna y confiable los datos encontrados que fueron contrastados con teorías sociales y organizacionales para las comunidades, facilitando de esta forma la praxis y dar alternativas de respuesta oportuna a la problemática determinada y definida que es la carencia de la actualización de las Redes Sociales que utiliza la institución actualmente.

La interrogante que dio inicio al tratado se circunscribió a la necesidad del diseño de un plan estratégico organizacional comunicacional que facilite la actualización constante de las redes sociales de la Fundación Picachos, por lo que en aras de dar una posible solución al problema y responder la incógnita se puede establecer las siguientes sugerencias.


- 1.- Si se necesita un plan estratégico organizacional comunicacional que facilite la actualización de las redes sociales y la cartelera informativa.
 - 2.- Urge la creación y consolidación de un equipo de trabajo constituido por el tren directivo y el personal que se interesen las redes sociales.
 - 3.- Asignación de funciones, responsabilidades y tareas para la digitalización, supervisión y publicación de la información semanal, quincenal y mensualmente o en su defecto cuando surja nueva información de orden gerencial de interés comunitario.
- 

- 
- 4.- Capacitar y actualizar al personal que labora voluntariamente dentro de la Institución en materia de ciudadanía digital, con la finalidad de motivar y disminuir el analfabetismo digital observado.
 - 5.- Implementar la utilización de nuevos formatos de redes social en donde haya mayores posibilidades de publicación sin tantas complicaciones y de fácil uso por las comunidades de internautas.

Porque aporten ara finalizar las instituciones organizadas requieren de un liderazgo emergente situacional en casos de emergencias, sin embargo en las instituciones sin fines de lucro urgen de liderazgos que faciliten las alianzas institucionales que apoyen tanto en lo social, económico, educativo con el objetivo de mejorar localidad de vida de los usuarios internos y externos que se acerca o hacen vida en la Fundación.

En este sentido, se requiere un mayor esfuerzo organizado para entablar relaciones interinstitucionales con entes públicos y privados que viabilicen las posibilidades de cambios de realidad y fortalezcan los principios rectores de las instituciones involucradas en las alianzas. Para ello es necesario de un gerente líder que proyecte prospectivamente la Fundación Los Picachos, no solo a corto y mediano plazo sino a largo plazo con visión futurista, cuyo principal característica sea el sentido de pertinencia institucional por encima de sus intereses y deseos personales.

En materia de liderazgo y gerencia institucional se requiere de una preparación y actualización constante que le permita ir poco a poco mejorando competitiva y objetivamente cada día más, sin olvidar de donde viene y recordando hacia donde va.





Referencias bibliográficas

Vallempresa 365 (2014) La importancia de la Comunicación Estratégica en las organizaciones.

Disponible en: <http://www.vallempresa365.com/articulos/management/la-importancia-de-la-comunicacion-estrategica-en-las-organizaciones> [Consultado en Diciembre 12 de 2017].

Palabra Razón. (2007) Planificación en Comunicación: Tres Aproximaciones a su Finalidad en las Organizaciones. Disponible en:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/mmartin.html> [Consultado en Diciembre 12 de 2017].

Ramírez H. Clemencia, de Navarrete Gladys N, Vejarano V. Mónica, Hewitt R. Nohelia, Quintero Paula. (2007). Construcción de Redes Sociales en la Intervención del Mal Trato Infantil: Una Experiencia de Participación Comunitaria. Disponible en:

<http://www.redalyc.org/pdf/2972/297224869007.pdf> [Consultado en Diciembre 12 de 2017].

González Martínez Zózima (2016) Las Redes Sociales y la Necesidad de Construir Ciudadanía Digital. Disponible en: <http://www.oei.es/historico/divulgacioncientifica/> ?Las-redes-sociales-y-la-necesidad-de-construir-ciudadania-digital Revista Digital.

Iberoaméricadibulga. [Consultado en Diciembre 12 de 2017].

