

Reconocimiento de la fundación Asoanimales dentro de la región huilense, mediante el fortalecimiento de su comunicación participativa.

Ensayo

Realizo por:

Leidy Tatiana Ramón Cobaleda

Tutor:

Víctor Hugo López

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CCAV Neiva, Mayo de 2019

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Reconocimiento de la fundación Asoanimales dentro de la región huilense, mediante el fortalecimiento de su comunicación participativa.....	4
Conclusiones.....	8
Referencias.....	9

Resumen

A través del presente ensayo se pretende analizar y plantear la importancia de la estrategia “conéctate” en el fortalecimiento de la comunicación participativa de la fundación Asoanimales, siendo esta un pilar importante para lograr como OSP, un reconocimiento a nivel regional en la población del Huila.

Palabras clave: Fundación Asoanimales, Conéctate, Comunicación participativa, Huila, Reconocimiento, Fortalecimiento, OSP.

**Reconocimiento de la fundación Asoanimales dentro de la región huilense,
mediante el fortalecimiento de su comunicación participativa.**

Durante un periodo de tiempo se indagó interna y externamente el modo en que opera la fundación Asoanimales, tras una ardua investigación donde se recurrió a la junta de Asoanimales, a la directora Sonia Esperanza Montero y a su representante legal Martha Lucia Andrade Barreiro, para recolectar información vital que facilitara la detención oportuna de los puntos clave que intervienen en el pleno desarrollo de la fundación.

Retomando la idea de que la fundación está compuesta por siete personas, dos de ellas son su directora y representante legal, el resto del grupo compuesto por colaboradores asociados y/o voluntarios de la región; presenta problemas para realizar encuentros donde se tratan temas que requieren una pronta solución. Por ello, ante esta necesidad se plantea la estrategia “Conéctate” como alternativa a los inconvenientes internos.

La estrategia busca mejorar la relación interna de sus colaboradores, mediante el fortalecimiento de la comunicación participativa de su red social, aprovechando los recursos digitales a su alcance para la emisión, recepción y divulgación de la información, y parte de la tesis de que el fortalecimiento de la comunicación participativa en la red social de Asoanimales, logra un reconocimiento dentro de la región huilense

La fundación Asoanimales durante años ha estado sufriendo cambios a nivel interno de la organización, aunque en un principio se creó con la participación de una junta conformada por más de 30 personas, las cuales mostraron claro interés por ayudar y aportar al bienestar de los animales en estado vulnerable de la ciudad, hoy en día, solo tres de sus iniciales participante aún continúan en la lucha.

Los drásticos cambios han traído consecuencias notorias en el desarrollo de la comunicación participativa de la red social, afectando directamente el funcionamiento del albergue y las donaciones de terceros.

Con base en esto, se recalca la importancia de la comunicación participativa en la fundación Asoanimales, Villasante (2010) afirma:

Lo más importante son las relaciones, no los sujetos que soportan las relaciones, no el conjunto total de la comunidad o del campo considerado, si no cómo se mueven los vínculos, las confianzas entre unos y otros. Porque ahí está la clave de la transformación. ¿Cuál es el problema? Que lo que vemos en la sociedad son individuos, lo que vemos son comunidades o sociedades, no vemos relaciones. (p.8)

De este modo, entendemos que toda unión trae consigo una serie de resultados, los cuales pueden ser buenos o malos, dependiendo de las circunstancias en que se encuentren, de igual forma, pasa con Asoanimales, el desequilibrio interno, la poca participación de sus colaboradores y el estrés continuo de la decadencia en ayudas por parte de la población, solo genera mayor riesgo de colapso a nivel interno de la fundación.

Aunque los integrantes de Asoanimales son pocos, comparados con los 30 que un día la crearon, se podría pensar que este grupo de siete personas no presenta dificultades a nivel comunicativo, no obstante, las cosas son muy distintas a lo que a simple vista se aparenta; dado que cada integrante carece de tiempo por cuestiones familiares, dificultando los encuentros y la trasmisión efectiva de la información.

Pese a lo anterior, la fundación de Asoanimales no puede basarse en la participación semi activa o de 'ratos' por parte de sus colaboradores, por más que exista un grupo social que conforme y/o represente la fundación, se necesita que este, presente un alto grado de

compromiso por las metas que en un principio fueron establecidas, siendo el bienestar animal uno de sus pilares más importantes.

Solo mediante una adecuada agrupación e integración por parte de sus participantes, se podrán modificar los aspectos y/o debilidades de la fundación que hasta el día de hoy han generado problemas para darse a conocer por la región.

Bajo la importancia de compartir intereses y lograr resultados de manera conjunta en la fundación, Gallego (2011) afirma:

Naturalmente, el individuo se encuentra ligado a la humanidad es algo indiscutible, además de ser una de las características principales del ser humano, ya que no podemos vivir en aislamiento, necesitamos de los demás para cimentarnos y completarnos. Gracias a esta unión o vinculación en colectivos, grupos o redes hemos sobrevivido a lo largo del tiempo superando todo tipo de advenimientos, desde catástrofes naturales, hasta las guerras más duras. Las redes nos han ayudado a reconstruir, lo que otras redes permitieron destruir. (p.3)

Con base en la problemática actual a nivel comunicativo de la fundación, se expuso en la OSP la estrategia “Conéctate” como una alternativa enfocada a la resolución de conflictos en la comunicación participativa de su red social; con ello, se esperan resultados positivos que generen un mayor reconocimiento social en la región del Huila.

Por ello, Mefalopulos & Kamlongera (2008) afirman que “Se puede definir una estrategia como una serie sistemática y bien planificada de acciones que combinan diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto u objetivo, utilizando los recursos disponibles, en un tiempo determinado” (p.8).

“Conéctate” utiliza recursos digitales gratuitos que facilitan los encuentros internos de suma urgencia, abriendo canales digitales donde sus participantes por medio de

videollamada podrán participar de estos temas que afligen a la fundación, escuchar, analizar y opinar al respecto, sin necesidad de estar físicamente en el lugar destinado para el encuentro.

Este fortalecimiento interno, busca incentivar la participación comunicativa de sus integrantes, la generación de agrado y reconocimiento de las personas que han trabajado duro por mejorar las condiciones actuales de la fundación, desata una ola de emociones que permite al individuo sentirse parte de la organización, alejando a este de sus temores e inseguridades.

Al lograr que cada integrante esté presente en estas reuniones y teniendo en cuenta sus comentarios, dudas o quejas, e incentivando su compromiso con la fundación, el colaborador, creará un sentido de pertenencia mayor al que venía trabajando, su participación será constante y trabajará por comunicar y escuchar de manera efectiva cada tema expuesto en dichos encuentros. Gallego señala (2011) afirma:

En el proceso de comunicación que se establece en las redes sociales de forma directa, se producen contactos cargados de emociones y sentimientos, o lo que es lo mismo el intercambio emocional, lo que permite la concepción de la confianza que es básica para el mantenimiento de vínculos y compromisos, lo cual es necesario e imprescindible para el afrontamiento de problemas, y lo más importante, el bienestar y funcionamiento individual y colectivo. (p.9)

Los cambios internos de la fundación serán reflejados en las actividades y encuentros cercanos con el resto de la población neivana. Al encontrarnos con una red social fuertemente constituida, donde sus integrantes participan de manera consecutiva, las estrategias pactadas e implementadas en cada encuentro, abrirán campo a espacios de

reconocimiento social, donde las diferentes actividades ejercidas por la OSP tendrán mayor impacto en la región, ocasionando así un nivel mayor en el rango de popularidad.

Este “rango de popularidad” podemos traducirlo a un fácil reconocimiento de la existencia de la fundación dentro de la región del Huila, dando como resultado, el surgimiento de nuevas personas, interesadas en ser partícipes de la organización y en los cambios enfocados al bienestar animal.

Conclusiones

A lo largo del proceso investigativo, se recolectaron datos claves que facilitaron el análisis informativo y a la vez la generación de alternativas que dieran respuesta a las necesidades internas y externas de la organización elegida.

Ante los inconvenientes presentados en la OSP se plantea la estrategia: “Conéctate”, una propuesta encaminada al fortalecimiento de la comunicación participativa de la red social de Asoanimales, para lograr un mayor reconocimiento dentro de la región huilense. “Conéctate” recuerda a la red social la importancia de utilizar recursos digitales para lograr encuentros efectivos cuando sus participantes se encuentran fuera de la ciudad o presentan inconvenientes para trasladarse al punto de encuentro. Así mismo, afianza la comunicación y fortalece los lazos que conectan a sus participantes.

Para concluir, es importante destacar que toda función interna se ve reflejada a nivel externo, dado que al mejorar la comunicación participativa de la red social, surgen nuevas conexiones, ideas y metas que integran a la comunidad, y como bien dice el dicho “dos cabezas piensan más que una” y un claro ejemplo es la unión interna de la OSP, el trabajo colaborativo trae consigo efectos positivos, que en este caso se verán reflejados en el reconocimiento de la organización a nivel departamental del Huila.

Referencias

- 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. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Villasante, T. (2010) Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy, (18), 2010, pp. 109-129. Universidad de Concepción. Concepción, Chile. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90223045008>
- Kamlongera, C., 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. Recuperado de: <http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>