

Es posible hacer crecer una pequeña comunidad cooperativa mejorando su comunicación
interna y externa implementando un fanpage de Facebook

Realizado por:

Cristian David Villarraga Bustos

Tutor:

Víctor Hugo López

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Programa Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Acacías, diciembre de 2019

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Es posible hacer crecer una pequeña comunidad cooperativa mejorando su comunicación interna y externa implementando un fanpage de Facebook.....	5
Conclusiones.....	8
Referencias.....	10

Resumen

El presente ensayo es una reflexión crítica sobre cómo por medio de la transformación de la comunicación interna y externa se puede fortalecer una comunidad cooperativa, permitiendo ampliar sus horizontes, al ser beneficiada con el uso de canales digitales que ofrecen herramientas para mejorarla notablemente. El proceso inicia con la metodología de la investigación - acción, al realizar el análisis y la argumentación necesaria para plantear la transformación de la comunicación, y poner en funcionamiento la estrategia de ir retroalimentando en el mismo espacio-tiempo institucional.

Palabras clave: comunicación externa, comunicación interna, cooperativismo, fanpage, redes sociales

Es posible hacer crecer una pequeña comunidad cooperativa mejorando su comunicación interna y externa implementando un fanpage de Facebook

El presente documento es un ensayo presentado como evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación (opción de trabajo de grado), y se realiza con el fin de reflexionar sobre la temática de las redes sociales, desde la realidad vivenciada en la Cooperativa Multiactiva de Empleados del Inem, Villavicencio-Codeinem, como Práctica Social Organizada PSO seleccionada para el desarrollo de la actividad académica en un entorno de Investigación Acción IA, la que permite plantear soluciones a partir de una estrategia, y convertirla en un instrumento académico mediante la elaboración de un ensayo crítico contextualizado, en el que se propone la tesis de que es posible hacer crecer una pequeña comunidad cooperativa, mejorando su comunicación interna y externa implementando un fanpage de Facebook.

El primer paso consiste en seleccionar y utilizar el conocimiento leído y analizado en las diferentes unidades que comprende el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, y asociarlas como referencia de las ideas que se pretende demostrar en los resultados obtenidos dentro de la IA en la PSO y se aborda la categoría de Red Social, en relación con el objetivo general de la cooperativa Codeinem, de Villavicencio; conceptos y circunstancias que permiten la construcción de esta categoría desde la parte comunicacional. Al interior del documento se expone y argumenta sobre la relación existente entre la “comunicación real”, cara a cara, persona a persona, y la “comunicación virtual” vía WhatsApp, Facebook, LinkedIn, y otros medios virtuales de comunicación.

Es de resaltar que se pudo evidenciar que si se siguen los pasos o etapas de la investigación - acción participación de manera rigurosa y participativa, es posible generar una

estrategia de mejoramiento comunicacional que comienza a encontrar una solución a la problemática identificada, complementado con otras estrategias.

La tesis central que defiende este documento es que en el mundo actual, globalizado, con la eliminación de barreras geográficas, culturales e idiomáticas, donde a gran velocidad la ciencia y la tecnología generan nuevos procesos, es posible hacer crecer una pequeña comunidad cooperativa, mejorando su comunicación interna y externa, implementando mecanismos de comunicación virtual.

Los resultados del proceso investigativo en la OSP Codeinem dejaron en evidencia una gran debilidad en su comunicación, especialmente la externa; un uso y aprovechamiento muy bajo de las redes sociales, los espacios virtuales, los cuales son canales modernos de comunicación. Esta cooperativa, con 35 años de conformación, no explota la internet, no tiene página web, Facebook, Twitter, Instagram o LinkedIn, razón suficiente para asegurar que está atrasada tecnológicamente en sus comunicaciones. Su flujo de caja, su versatilidad y su número de socios disminuye constantemente, hasta el punto en el cual en la actualidad piensan cerrar la sociedad y distribuir los restos; sin embargo, existe una fortaleza demostrada y es que los socios como buenos profesores, comprendiendo los resultados de la investigación, y los argumentos planteados, entienden la debilidad y están dispuestos a generar el cambio, implementando como punto de inicio una fanpage, dejando muy claro que al interior de la sociedad cooperativa seguirá primando la comunicación directa por encima de la virtual.

Los argumentos que validan y refuerzan la respuesta positiva al interrogante de esta tesis, se encuentran al interpretar a distintos autores trabajados en el diplomado. El primer argumento explica el comportamiento de Codeinem como una red social, para Light y Keller, (citados en Madariaga, Abello y Sierra):

Las redes sociales son el tejido de relaciones entre un conjunto de personas que están unidas directa o indirectamente mediante varias comunicaciones y compromisos que pueden ser vistos como una apreciación voluntaria o espontánea, siendo heterogénea y a través de los cuales cada una de ellas está buscando dar y obtener recursos de otros (2003, p. 14).

Ciertamente las redes sociales suelen aparecer de forma espontánea, sobre todo cuando el sistema empieza a quebrarse debido a las carencias y crisis económicas, políticas y sociales. En las redes sociales se dan relaciones de correlación que cubren necesidades como lo explica Gallego (2011), se permite presentar a la cooperativa Codeinem como una red social con un entramado de relaciones entre personas que tienen algunas características comunes, como pertenecer a la misma entidad nominadora, y compartir espacios físicos comunes.

Las redes sociales se suelen ampliar, expandir en búsqueda de la satisfacción de necesidades y se dan relaciones de correlación, y en periodos de crisis terminan siendo la solución a los problemas presentados. Pues bien, una forma rápida de expansión de una comunidad, una red social, es realizar un proceso de fusión, de hibridación, entre la comunidad que se relaciona cara a cara, frente a frente, a una comunidad que también lo hará de manera virtual. Se deduce del proceso investigativo que, a juicio de la mayoría de los socios de la cooperativa, su relación interna es buena y está acorde a sus principios cooperativos, una comunicación cara a cara, “hombro a hombro” como ellos lo expresan; pero reconocen en la comunicación externa su debilidad y están dispuestos a experimentar. Al respecto Siles plantea:

La comunidad “liberadora”: lo virtual como resolución Este segundo enfoque se opone diametralmente a la primera perspectiva ya que considera lo virtual

como una resolución de lo real a partir de una inversión en el discurso de la falsa aproximación. La relación ontológica entre lo virtual real y lo virtual es invertida, y lo virtual se convierte en una resolución de las imperfecciones de lo real. Por medio de lo virtual, el individuo es capaz de realizar —o de actualizar— los potenciales latentes del mundo. Doel y Clarke observan: “Lo virtual exuda admiración por “corregir” defectos en lo real, al sobrepasar los apremios, insuficiencias, y limitaciones de lo real —particularmente la rastra” (2005, p.11).

Hibridar las comunicaciones de la cooperativa Codeinem significaría aceptar las debilidades y proponerse a superarlas. La comunicación directa persona a persona puede continuar y debe continuar, pero teniendo en cuenta que con el ingreso de nuevos socios que no necesariamente van a desenvolverse en el ámbito del colegio Inem, es necesario una comunicación virtual, la publicidad es virtual; por lo tanto, lo que esta comunidad requiere es un proceso híbrido, mezclado de comunicación real con virtual. Al interior de esta cooperativa se escucharon voces que demostraron no tener miedo a la expansión y por el contrario estar dispuestos a dar el gran paso; entonces es posible que la comunidad Codeinem aprenda a interpretar de manera individual y colectiva las ventajas de la comunicación virtual, para que se involucre, redireccione sus acciones, sus metas y no sea un obstáculo en el desarrollo comunitario.

Por las razones o argumentos presentados, iniciar la vinculación a la comunicación virtual justifica la construcción e implementación de una fanpage en Facebook, como un Punto de inicio, ya que este medio cuenta con más de 1.650 millones de personas al rededor del mundo, y ofrece la posibilidad de llevar los servicios de la organización a un público más

amplio y trascendiendo las fronteras geográficas. Se pueden establecer nuevos entramados, tal como lo plantea Villasante (2007):

Redes que puedan afrontar el reto de otras propuestas transformadoras. De ahí que, partiendo de este nosotros que suponen los actores más afines, pasar a una negociación con los conjuntos de acción diferentes; unos y otros pueden crear un espacio donde la toma de decisiones sea de carácter más interna a los actores implicados. Podemos estar hablando de redes efectivas que tienen ya experiencia de vínculos comunes. (p. 20)

Conclusión

En este mundo actual, globalizado con la eliminación de barreras geográficas, culturales e idiomáticas, donde a gran velocidad la ciencia y la tecnología generan nuevos procesos, nuevos inventos, nuevos equipos, se construyen ciudades en lugares antes no imaginados, nuevas autopistas, puentes, túneles, se modifica lo ya inventado y se destruye lo que no funciona o no da la talla o no alcanza el nivel esperado. En este mundo, las concepciones de emisor-receptor de la información como papeles que intercambian con equidad ya no son entendidas y han dado un giro de 180 grados. Estos roles son ahora variables, incontrolables dentro de las nuevas modalidades o medios de comunicación como son las redes sociales y las comunicaciones virtuales; siendo todos emisores y receptores recíprocos e interconectados. Es asombroso que esto sea posible, pero ha sido un hito en la forma de comunicación efectiva alrededor del mundo.

Por tal razón, la empresa, sociedad o comunidad que se estanca, se quede atrás, tiene como destino fracasar y desaparecer. Exactamente ocurre con las comunicaciones, es imperante el cambio de la real a la virtual, ya no es suficiente el cara a cara, ahora hay que

estar presente en la red, Facebook, Instagram, LinkedIn y otros espacios virtuales, que permiten inscripciones, compras en línea, pagos, giros, etc., que ya son de uso cotidiano, y no hay marcha atrás. O mezclas la comunicación real con la virtual y proyectas tu organización, o simplemente esta va a fracasar en lo que respecta a establecer relaciones más allá de su espacio geográfico inmediato.

Referencias

- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, 113-121. Recuperado en:
<https://www.redalyc.org/pdf/3221/322127622007.pdf>
- Madariaga, C., Abello, R., y Sierra, O. (2013). Redes sociales: infancia, familia y comunidad. Uniiiversidad del Norte. Recuperado en:
<http://revistaredes.rediris.es/webredes/textos/infancia.pdf>
- Siles, I. (2005). Internet, virtualidad y comunidad. Revista de ciencias sociales. Redalyc.org., 55-69. Recuperado:
en:http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/74882/Siles_Internet_Virtualidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Villasante, R., Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción: para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. Revista hispana para el análisis de redes sociales – REDES, 11 (2). Recuperado en:
<https://revistes.uab.cat/redes/article/view/v11-n2-vilasante-martin/87-pdf-es>