

La Comunicación Participativa como Estrategia para Fortalecer los Lazos de la
Comunicación Interna y Externa en Perspectiva de Red Social en la OSP
Fundación Cambiando Estrellas de Yopal

Ensayo Crítico

Realizado por:

Herlinson Fernando Pores Rojas

Tutora:

Mónica Lopedá

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH

Programa de Comunicación Social

CEAD Yopal, febrero 2020

Tabla de contenido

Resumen	3
Palabras claves	3
La comunicación participativa como estrategia para fortalecer los lazos de la comunicación interna y externa en perspectiva de red social en la OSP	
Fundación Cambiando Estrellas de Yopal	4
Conclusiones.....	10
Referencias... ..	12

Resumen

La Fundación Cambiando Estrellas es una organización que tiene como misión llegar hasta el último rincón de la población más vulnerable, buscando espacios para poder generar una transformación cultural, social, recreativa y pedagógica, utilizando espacios públicos como los parques, las canchas de fútbol, bibliotecas y colegios. Su compromiso es con la primera infancia y el adulto mayor; de esta manera busca dignificar e inculcar en estas poblaciones los valores y cambios culturales, haciéndolos sentir útiles y menos vulnerables.

Se realizó una investigación de tipo sociocrítico como fase final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, se analizó el estado de la comunicación participativa en la OSP Fundación Cambiando Estrellas, se realizó un trabajo a profundidad desde las diferentes actividades y referencias del Diplomado bajo la técnica de investigación acción. Se realizaron importantes hallazgos, uno de ellos y el principal es la falta de comunicación interna y externa, y fue así como se pudo percibir la débil participación de casi todos los voluntarios creando dificultades en el equipo, que si bien, cuentan con los espacios, no cuentan con voz, eliminando de esta manera, cualquier posibilidad de que la fundación crezca y pueda evolucionar con satisfacción.

Palabras Claves: Comunicación Social, Comunidad, Desarrollo, Comunicación Participativa.

La comunicación participativa como estrategia para fortalecer los lazos de la comunicación interna y externa en perspectiva de red social en la OSP

Fundación Cambiando Estrellas de Yopal

Las organizaciones sin ánimo de lucro son muy similares a una familia, a ellas las afecta de sobremanera la falta de comunicación, esta falta de comunicación interna del hogar termina en la destrucción del mismo cuando no se logra superar las falencias y precisamente sucede por la falta de confianza en cada miembro del hogar. Eso mismo sucede en las organizaciones, se debe tener en cuenta que los miembros forman una familia y esta debe ser prioridad, sin embargo, no siempre se le da el nivel y el respeto que se merece. En la Fundación Cambiando Estrellas se siente un vacío enorme por falta de un plan de medios que permita unificarlos, es decir a los voluntarios, los donantes, la comunidad y la directiva alrededor de un mismo objetivo.

Esto se ve reflejado en cada actividad que se realiza la OSP, en una escasa participación y el desinterés que está empezando a crecer. No porque no les puedan gustar las actividades programadas, sino porque se siente incómodos e inseguros, pues todas las órdenes vienen de arriba, llegando distorsionada la información a cada uno de sus integrantes, creando confusión e incertidumbre entre ellos. De este modo la organización social se comporta como esas familias que no le dan importancia a la comunicación y es por eso que la gran mayoría no tienen un final feliz. Es trascendental la participación comunitaria, la aceptación y empoderamiento sobre la misma organización para fortalecerla.

Un diagnóstico participativo debe hacerse con la gente, así lo afirman Kamlongera, C. y Mafalopulos:

El fin de diseñar una estrategia de comunicación es tratar y resolver los problemas a nivel de la comunidad, utilizando las conclusiones del Diagnóstico Participativo

de Comunicación Rural, así como métodos, técnicas y medios de comunicación.

Debe hacerse con la gente, no solo para la gente. (2008, p.23)

La Fundación Cambiando Estrellas es una organización sin ánimo de lucro, que tiene como misión llegar a las comunidades más vulnerables del departamento, generar espacios culturales, sociales recreativos y pedagógicos con el fin de fortalecer los parques, canchas de fútbol, bibliotecas y colegios, apoyar a la primera infancia, el adulto mayor e inculcar en ellos diferentes actividades en su tiempo libre. Las tareas que realiza la fundación están enfocadas a la transformación social y cuenta con 50 voluntarios entre hombres y mujeres comprometidos con su comunidad.

Como fase final del Diplomado Construcción de Redes Sociales de Comunicación, se presenta el desarrollo de la investigación del análisis del estado de la OSP en la comunicación participativa de la Fundación Cambiando Estrellas. Este análisis se hizo desde las actividades y referencias del Diplomado, bajo la técnica de investigación acción y métodos de participativos. Se encontraron aspectos de debilidad en la comunicación interna y externa, la participación de los voluntarios es casi nula, porque sienten que no tiene espacios que permitan a la fundación crecer y evolucionar. La falta de herramientas para que los voluntarios puedan interactuar entre directiva y comunidad se ha convertido en una falencia y está provocando una terrible desconexión, quebrantando la participación y el posible crecimiento de la misma.

Se desarrolló el sociograma el cual permitió evidenciar como muy pocas personas tienen centrada la mayor cantidad de trabajo y decisiones. También logramos encontrar la débil conexión entre la OSP y los medios de comunicación, perdiendo la posibilidad de tener más recursos y voluntarios que ayudarían a terminar los proyectos planeados para este año de forma oportuna y eficaz. De acuerdo al sociograma se vuelve difícil controlar la forma que se está

llevando a cabo la comunicación entre cada uno de sus integrantes, no hay forma de poder compartir o exponer colectivamente una idea porque no hay un empalme directo con ellos.

El crecimiento de voluntarios cada día es mayor, por esta razón se debe empezar a tomar medidas inmediatas para que no se siga viendo afectado el principal enlace que permite que esta OSP se mantenga de pie. Se debe llevar una buena relación, como si fuera en familia y así poder lograr que los voluntarios se sientan parte fundamental de este proyecto, que prometa mejores condiciones para su fortalecimiento de la Fundación.

En el desarrollo de esta investigación del Diplomado Construcción de Redes Sociales de Comunicación, se dio a conocer la falta de un plan de medios, la desconexión de comunicación ascendente y descendente, el posible rompimiento familiar existente. Esta investigación se desarrolla con el fin de informar y lograr que se desarrolle un plan de mejora de acuerdo a lo investigado anteriormente.

La familia es la primera escuela de virtudes sociales, es un grupo de personas que comparten un parentesco, ya sea sanguíneo o matrimonial. Las organizaciones son de acuerdo a Parsons (1966) "...unidades sociales (o agrupaciones sociales), construidas de forma deliberada o reconstruida para alcanzar fines específicos" (p.13). De esta manera las organizaciones sociales comparten metas y propósitos, donde los integrantes están orientados a realizarlas.

Las organizaciones sin ánimo de lucro, en su gran mayoría tienen un gran parecido a la familia. Muchos comparten información y la comunicación entre ellos es perfecta, aclaran sus diferencias a pesar de las dificultades, comparten muchas variables y viven en línea directa desde un inicio, respetando jerarquías, ya que cada uno tiene tareas diferentes. Es aquí, donde la Fundación Cambiando Estrellas no se ha podido alinear en un solo ritmo con cada uno de sus

integrantes, definitivamente no existe un plan de medios, no existen metas, no hay objetivos claros que sean propuestos por la OSP para voluntarios, donantes y directivos.

Una de los hallazgos es la gran dificultad que tiene la fundación y sus integrantes para comunicarse. Una vez expuestos a estas situaciones se inician a buscar responsables, pero no buscan la raíz del problema. La creación de un plan estratégico, permitiría poco a poco solucionar de una forma eficaz y segura, y así empezar la verdadera transformación que se necesita internamente.

Villasante en su libro “Investigación social participativa” (2000) aborda los trabajos que se han venido desarrollando con diferentes corporaciones y comunidades logrando resultados trascendentales, aunque siendo corporaciones sin ánimo de lucro llega a ser un reto, porque en el trabajo con comunidades no siempre es fácil lograr saber ponerlas de acuerdo, pero cuando se logra fomentar la participación ciudadana, refuerza el papel de las asociaciones y de las organizaciones sociales, se logra el objetivo de que vaya progresivamente la comunidad asumiendo a una dimensión colectiva los problemas y soluciones.

Después de analizar los hallazgos en la OSP se plantearon una serie de acciones necesarias para lograr fomentar la comunicación participaba en la fundación como:

1. Proponer la realización de transmisiones en vivo que fomenten la participación ciudadana:

Se mostró una de las varias estrategias para lograr participación en la OSP entre directivos, voluntarios y comunidad que tiene el objetivo el uso de herramientas tecnológicas que pueden ayudar a fortalecer la fundación, como son las transmisiones en vivo que promulgan la participación ciudadana.

2. Creación de Grupo de Estrellas con un máximo de 10 integrantes:

La creación de un líder por cada diez voluntarios permitirá el mejor flujo de comunicación entre voluntarios y la directiva encargada, además es una buena estrategia para lograr conocer más a los voluntarios y fortalecer el lazo de amistad y familiaridad en la fundación.

3. Realizar comunicados de prensa sobre las actividades realizadas por la OSP a medios departamentales:

El poder realizar comunicados de prensa es importante, porque permitirá la masificación de la información en medios tanto virtuales como prensa escrita, en la mayoría de los casos estos medios pueden publicar sus actividades y eventos en sus portales. Es una forma de mostrar lo que se está desarrollando dentro y fuera de la OSP, esto ayudará a tener una mejor imagen como Fundación con un beneficio indirecto como más recursos, más voluntarios y más reconocimiento.

4. Creación de un organigrama:

La creación de un organigrama tiene como objetivo presentar de forma clara, objetiva y directa, la estructura jerárquica de la empresa. Desde el presidente, pasando por los directores, gerentes y empleados, todos los cargos y funciones están ahí. Ayuda a la división interna, pero también contribuye a agilizar procesos y reducir barreras entre la empresa y agentes externos, como proveedores y socios.

5. Creación conjunta sobre el manual de convivencia Cambiando Estrellas:

La creación de un manual de convivencia en la OSP, tiene como objetivo establecer normas y comportamientos esperados de parte de sus miembros y pretende concretar los deberes y garantizar la protección de los derechos de todos los integrantes de la OSP. El

manual puede ser desarrollado conjuntamente con los miembros de la fundación

Cambiando Estrellas.

6. Proponer una capacitación en redes sociales, edición y fotografía:

La mayoría personas vinculadas a la fundación Cambiando Estrellas son personas jóvenes y universitarios, por esta razón el uso de las TIC no será un problema. Lograr que la mayoría conozca de estos temas, permitirá que cualquier pueda ocupar ese puesto y se pueda tener un material con calidad para subir a las redes sociales como fotos y videos.

7. Creación del plan de comunicación interna externa de la OSP:

Un plan de comunicación es de suma importancia debido a que brinda las acciones y los medios para mejorar la imagen de la empresa. El plan de comunicación es de utilidad para brindar coherencia a las acciones con lo que se dice y desea lograr la misión de la fundación. Más allá de solamente mejorar la imagen de la OSP, este tipo de planeación tiene usos múltiples: lanzar un producto, una campaña o preparar una operación de relaciones públicas.

Tiene varias ventajas y usos, no solo comerciales o de contingencia:

- a) Brinda un marco general de las acciones a realizar
- b) Incrementa el valor y uso de la comunicación en la organización
- c) Permite el debate interno
- d) Ayuda a priorizar actividades o acciones
- e) Facilita el monitoreo de avances y resultado

Con esta formación también se busca fortalecer e incentivar la vivencia de valores como: respeto, justicia, participación, igualdad, equidad, honestidad, responsabilidad, solidaridad y convivencia, de manera que la población reconozca la importancia de desarrollar ejercicios prácticos relacionados con la construcción de ciudadanía. Adicionalmente, el modelo de

educación planteado por la fundación también busca tener un impacto directo en los niños y jóvenes que pertenecen a estas comunidades, de esta forma se busca que a futuro se preserven los valores, principios y el trabajo en equipo para la consecución de objetivos comunes.

Con el fin de fortalecer y promover la comunicación participativa dentro de la Fundación Cambiando Estrellas, se detallan en este artículo las críticas encontradas a raíz de la investigación y de los hallazgos. A partir de ello se podrán crear espacios de interacción que sean más fructíferos, donde se enseña a interactuar de forma activa y a construir las actividades desde las opiniones y aportes de los individuos que hacen parte de la colectividad, con lo que se podrá obtener la participación social como causa de la transformación y el cambio, recordemos que las acciones son las que construyen y contribuyen al avance colectivo. Lo anterior es abordado por Torres (2002) cuando refiriéndose a Tönnies, señala:

...introdujo el empleo de la noción de comunidad como categoría analítica en su libro “Comunidad y sociedad”, entendidos como modos de relación social “típicas” y no como esencias o realidades empíricas. Lo comunitario (gemeinschaft) se refiere a un tipo de relación social basado en nexos subjetivos fuertes como los sentimientos, la proximidad territorial, las creencias y las tradiciones comunes, como es el caso de los vínculos de parentesco, de vecindad y de amistad; en lo comunitario predomina lo colectivo sobre lo individual y lo íntimo frente a lo público; para Tönnies el prototipo de esta relación es la familia, pero también están las órdenes religiosas y las fraternidades de artes. (p.4)

Conclusiones

La comunicación en una corporación o fundación debe tener una dimensión interna que se proyecte hacia el exterior, con el fin de tener una imagen importante ante el público en general. La

comunicación implica también tener elementos de información y publicitarios, pues estos sirven para mostrar compromiso en recursos humanos y económicos, entre diseños éticos, que nos lleven a tener una buena gestión en la dirección correcta, con un delicado diseño hecho por cada uno de los integrantes, que como familia trabajan en equipo, pensando en diferentes propuestas y una sola meta.

Las organizaciones sin ánimo de lucro, deben estar produciendo ideas diariamente, pues es la responsabilidad no solamente con sus voluntarios, también con cada comunidad en condición de vulnerabilidad que creyeron en ellos. Es importante recordar que desempeñan un papel fundamental ya que tiene un espacio social muy relevante. Así que para mejorar la problemática por la que la fundación está atravesando, se propone lo siguiente:

1. Proponer la realización transmisiones en vivo que fomenten la participación ciudadana.
2. Creación de Grupo de Estrellas con un máximo de 10 integrantes.
3. Realizar comunicados de prensa sobre las actividades realizadas por la OSP a medios departamentales.
4. Creación de un organigrama
5. Creación conjunta sobre el manual de convivencia Cambiando Estrellas
6. Proponer una capacitación en redes sociales, edición y fotografía.
7. Creación del plan de comunicación interna externa de la OSP.

La investigación realizada evidenció la necesidad de diseñar una estrategia de comunicación, con el fin de fortalecer la comunicación interna y externa de la Fundación Cambiando Estrellas, esta estrategia que incluye un plan de medios, se concibió integrando los principios de sobre comunicación participativa y enfoque sociopráxico estudiados en el Diplomado.

Referencias

- Kamlongera, C., y 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>
- Parsons, T. (1976). El Sistema Social. Alianza Editorial. Recuperado en:
<https://teoriasuno.files.wordpress.com/2013/08/el-sistema-social-talcott-parsons.pdf>
- Torres Carrillo, A. (2002). Vínculos comunitarios y reconstrucción social. Revista Colombiana De Educación, (43). <https://doi.org/10.17227/01203916.5457>
- Villasante, T. (2000). La investigación Social Participativa. Noviembre 2012, de Red Cimas
Sitio web: http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/lcc1_investigacion_participativa.pdf