

Fortalecimiento de la Fundación El Maná como promotora de transformación social, a través del  
empoderamiento de la comunicación participativa

Ensayo

Realizado por:

Luz Adriana Aguirre Giraldo

Tutora:

Mónica Andrea Lopedá Vargas

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 Medellín, Julio 2020

## **Tabla de contenido**

Resumen .....	3
Palabras claves .....	3
Fortalecimiento de la Fundación El Maná como promotora de transformación social, a través del empoderamiento de la Comunicación Participativa.....	4
Conclusiones.....	13
Referencias.....	15

## Resumen

El presente documento corresponde al trabajo final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, como opción de grado del programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. Este escrito es el resultado de una investigación con la técnica cualitativa bajo el método de la observación en una organización social para analizar los hechos, procesos, estructuras comunicacionales y su organización en red, además de conocer los criterios de selección de la entidad con principios democráticos. Así mismo entender el concepto de comunicación participativa y la investigación por medio del proceso de recolección de información con perspectiva sociopráctica. Para ello fue necesario asumir el rol de investigador mediante un proceso pedagógico basado en Investigación-Acción (IA), a través de conceptos en contextos sociocomunicacionales, el acopio organizativo, el procesamiento y análisis de datos, la proyección con la elección de una Organización Social con Principios Participativos (OSP). El Maná fue la fundación seleccionada entre tres opciones para dicha estrategia, donde el proceso estuvo cimentado en información recopilada por medio de visitas, entrevistas y de información proporcionada por la fundación.

**Palabras clave:** comunicación, participación, redes sociales, niñez, comunidad.

## **Fortalecimiento de la Fundación El Maná como promotora de transformación social, a través del empoderamiento de la comunicación participativa**

La fundación El Maná para contextualizar al lector, es una ONG sin ánimo de lucro que nace el 8 de noviembre de 1.989 en La Ceja Antioquia-Colombia, bajo los valores de Amar y Servir. Fue fundada por la familia "Gallego Uribe" cuenta con junta directiva, son 19 empleados que forman una red de apoyo para los menores, sus familias y al mismo tiempo con la comunidad, de igual forma, cuentan con el apoyo de la Policía de Infancia y Adolescencia, La Comisaria de Familia, el Juzgado de Familia y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF. En este proceso en el que se logró evidenciar el buen trabajo que realiza la organización con población vulnerable, al mismo tiempo se ha podido constatar que así como existen fortalezas también hay unas debilidades que están enmarcadas en la falta de repotenciar una comunicación más estratégica y visionaria de acuerdo a la misión y visión de la institución, que busca poder llegar a una gran cantidad de menores y familias en condiciones vulnerables.

A través del método de observación llevado a cabo en la Fundación El Maná, se evidencia la falta de una efectiva comunicación externa y la socialización del quehacer de la entidad mediante estrategias comunicativas, que permitan visibilizar los procesos desarrollados por la organización, como atención a población vulnerable, la consecución de recursos de donantes y aliados estratégicos.

El Maná es una organización legalmente constituida y tiene como proyección contribuir a la transformación social, con el aporte individual y colectivo en la formación integral de individuos para que sean replicadores de estrategias y acciones en su entorno familiar y social. De ahí la importancia de las interrelaciones tanto dentro de la entidad, usuarios y la comunidad externa en la que se refleja los diferentes procesos que se desarrollan allí.

Partiendo de la comunicación participativa, que es la categoría trabajada durante la investigación, es importante mencionar que se trata de una perspectiva diferente de la comunicación asociada al acto de compartir, a la participación y al intercambio, no solo de información sino también de los significados y los sentidos. Quiere decir que es donde se ven reflejadas las culturas y tradiciones de cada individuo en forma inclusiva y democrática. Como lo esboza Gallego (2011), "...red social está conformada por los sujetos significativos cercanos al individuo y constituye su ambiente social primario. Está constituida por los miembros de la familia nuclear, amigos, vecinos, compañeros de trabajo y conocidos de la comunidad" (p.117).

Aquí podemos analizar como la comunicación participativa se pueda dar de forma organizada y que permita generar una transformación que contribuya al bienestar social y comunitario. Este enfoque de la comunicación participativa, es precisamente la investigación e intervención social que está encaminada en recoger las demandas de los actores implicados en este análisis, por medio de un proceso de acción social con el fin de transformar la realidad existente de la institución, facilitando el proceso para la apropiación de recursos organizativos de conocimiento por parte de la comunidad y entidades que puedan aportar para el aumento de cobertura en atención de usuarios en la localidad y en la región.

A pesar de que la institución ha prestado un importante servicio por más de 30 años a población vulnerable del municipio de La Ceja y el Oriente, el número de usuario ha disminuido en los últimos años, ha pasado de atender más 100 beneficiarios, a tener actualmente 85 menores en los diferentes procesos. Es de resaltar que El Maná cuenta con el espacio para la atención a más de 300 usuarios, pero hace falta el apoyo y aporte económico de otras entidades para brindar una mayor cobertura, siendo la necesidad más latente que se encontró gracias a la indagación.

Según la observación realizada esta situación se debe en parte a la poca difusión que la fundación hace de sus programas y procesos. Por lo tanto, se hace necesario construir estrategias

de fortalecimiento para una comunicación externa que permita visibilizar el propósito social de la organización, para que esta a su vez pueda llegar a la población necesitada, a las partes interesadas y aliados estratégicos que se vinculen con las líneas de acción de esta institución. Aquí es importante reseñar a lo que se refiere Arrúa (2016) en la comunicación como herramienta:

Entendemos a la comunicación como una herramienta fundamental para la construcción y fortalecimiento de redes de relaciones que en el nivel local gestionan el desarrollo. La comunicación facilita el diálogo social, la articulación de acciones y proyectos y la generación de consensos. (p.11)

Por esto es que se hace tan necesario proyectar y potencializar la institución con el intermedio de interrelaciones que gestionen una articulación entre organización y otros actores que establezcan acciones que lleguen a fortalecer los procesos de transformación social, a través del empoderamiento de la comunicación participativa en la fundación. Es importante reconocer que la comunicación juega un papel necesario en la consolidación de redes de relaciones y si nos referimos a las organizaciones, estas están conformadas por personas que siempre están enfocadas a un bien común, pues la comunicación debe ser un sistema y un proceso integral en los ámbitos internos y externos de la misma, estableciendo relaciones públicas marcadas por lo social que den a conocer el quehacer de la entidad en competencia organizacional.

Las organizaciones necesitan plantear una mirada de la comunicación desde un concepto más asertivo y efectivo para lograr un desarrollo mayormente competitivo y trascender en el concepto tradicional, en donde no solo se creen iniciativas y estrategias para informar de manera esporádica algunos asuntos de la institución, sino establecer procesos a largo plazo que permanezcan como eje transversal y convierten las organizaciones en sistemas de comunicación con gestiones diferenciadoras en el ámbito sociocomunicacional, que según Beltrán (1979): “La

comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa en el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (p.17), que permitan construir una red de relaciones bidireccionales consolidando una integración que empodere a los actores internos y externos, entorno a la organización y sus programas sociales.

Por ello es importante tener en cuenta que antes el beneficiario permanecía por 4 o 5 años y esto permitía llevar a cabo un proceso más completo a nivel personal y educativo de la población atendida y ahora solo recibe atención y participa del proceso por 18 meses. Entonces se necesita visibilizar los programas y procesos, para que estos a su vez permitan llegar a otros sectores que desconozcan esta institución y que lleguen a vincularse con las líneas de acción de la fundación, que fomenten una proyección de empoderamiento participativo desde nuevas dinámicas comunicativas de interacción, que generen el intercambio y construcción de contenidos y mensajes, a nivel interno y externo de la organización, por medio de procesos participativos.

A través de este estudio, se encontró la ausencia de alineación de los procesos comunicacionales con los lineamientos estratégicos de la fundación y por ende se hace necesario conocer el público objetivo de la institución mediante una comunicación audiovisual de métodos y acciones en las redes sociales y de manera organizada en plataformas digitales, así como boletines, que den cuenta del que hacer de la organización, con el fin de fortalecer los procesos comunicativos que promuevan unas relaciones duraderas con proyectos fundamentados en la vinculación de las organizaciones.

Es preciso señalar que en El Maná en proyección para el desarrollo, tiene la disponibilidad de 400 cupos en total, con 200 beneficiarios por jornada en la mañana y otra cantidad igual en la tarde, donde el reto es involucrar entidades que inviertan en el sostenimiento

económico para ayudar a la población objetivo, promoviendo la generación de empleo que tratándose de dicha proyección serían unos 40 empleados para los 400 cupos que puede tener la organización. También es importante que la fundación sea reconocida a nivel nacional e internacional y que cuente con aportes de este tipo para toda la población del Oriente de Antioquia. Teniendo en cuenta que las dificultades para desarrollar sus objetivos sociales son principalmente económicas, por lo que se requiere atender mayor cantidad de niños y por ahora no se cuenta con los recursos necesarios. Por ello la necesidad de una proyección hacia una comunicación más estratégica que permita incrementar el número de beneficiarios con la participación y el interés de otros actores sociales que contribuyan con estos procesos, al conocer la fundación con la creación de nuevos métodos y que esto motive al acercamiento y la participación. Como lo afirma Torrico (citado en López, 2013):

La comunicación es un proceso humano y social de interrelaciones de expresión y comprensión que involucran momentos de producción, circulación, intercambio – desigual - de significaciones, enmarcados cultural e históricamente, y que pueden ser, o no, mediados por tecnologías. Los múltiples mensajes intercambiados son lo que permiten tejer la socialidad, esto es su manifestación en prácticas sociales y discursivas concretas desde donde también se promueven y forman ideologías de actores sociales con interés diferenciados. (pp. 45,46)

Desde esta óptica, la organización necesita hacerse visible a través de estrategias que den a conocer los procesos y las necesidades de la entidad, creando alianzas con los medios de comunicación local y regional, que den cuenta de la transformación social que se genera desde El Maná. Estas colaboraciones permitirán visibilizar la institución a través de un empoderamiento participativo que alcance mayor cobertura y de la misma manera otras organizaciones y personas se interesen en aportar a la fundación. Teniendo en cuenta que por ahora la Alcaldía local y otras



entidades asentadas en el municipio y la región no se sienten convocadas y por esta razón no están apoyando a los procesos y programas de esta entidad, y de la misma manera los distintos medios de comunicación al no conocer el trabajo social de dicha fundación, que así lo manifiestan. Por ello la importancia de crear redes colectivas duraderas. “Las redes sociales se han encargado durante todos estos siglos de preservar el valor comunitario, además de ser facilitadoras de interacción social en los procesos de desarrollo humano, gracias a la comunicación y relación entre individuos” (Gallego, 2016, p.147). En efecto hacer partícipes mediante una comunicación horizontal, tanto a la comunidad como a las partes interesadas y del mismo modo la socialización del quehacer de la institución con aliados estratégicos, como es El Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) quien vela por la prevención y protección integral de la primera infancia, la niñez, la adolescencia, adultos mayores y el bienestar de las familias, así como la red de apoyo con las diferentes instituciones para que puedan mejorar la corresponsabilidad en la necesidad y demanda de esta población vulnerable, teniendo en cuenta la atención y experiencia que tiene la institución para dar agilidad a los ingresos y que el mismo Instituto que es el mayor contratante, pueda llegar a brindar más apoyo a la fundación ampliando el número de beneficiarios y permitiendo que puedan quedarse el tiempo que sea necesario para el proceso requerido. Debido a que es necesaria la interacción comunicacional a través de la participación comunitaria que aunque las tecnologías y la virtualidad están más presentes en el mundo actual, la presencialidad sigue siendo vital, para unos resultados más efectivos, como lo menciona Torres (2002):

La multiplicidad de esferas en torno a lo cual se produce y reproduce la sociedad (producción económica, mercado, consumo, territorio, reproducción biológica y simbólica, pareja, producción de conocimiento y manejo de información, etc.) nos lleva a reconocer la diversidad de espacios donde se teje la sociabilidad básica; las

relaciones cara a cara, de proximidad, de solidaridad y reciprocidad no utilitaria se dan tanto en los territorios comúnmente construidos como en otros espacios como el parque, la plaza pública, las instituciones educativas, etc.( pp.107,108)

Esta afirmación deja ver la importancia del valor comunicativo y las relaciones, que permite crear redes sociales que generen acercamientos y aportes colectivos en pro de una transformación comunitaria. Es decir que todas las formas de comunicar tienen injerencia en la vida cotidiana de las comunidades que se encuentran conformadas por personas, asimismo los comportamientos que son expresados por manifestaciones que contribuyen a la construcción de sociedad. Entonces de acuerdo como sean entregadas tendrán repercusión y prolongación a favor o en contra de los procesos en las organizaciones. Es así como el diálogo, el acceso y la participación, hacen parte de los componentes para una comunicación integral y que tienen relación de interdependencia, lo que quiere decir que si se tiene mayor acceso, existe más probabilidad de diálogo y participación y de igual forma cuando se genera un mejor diálogo, el impacto de la participación tendrá resultados positivos; y cuando se crea una buena participación, existe la probabilidad y generación del acceso a un diálogo abierto de cooperación igualitaria entre los participantes y esto permite mayor satisfacción de las necesidades de comunicación y la efectividad de los derechos en los recursos comunicativos. Por ejemplo, Beltrán (1979) sugiere que, "...la comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación" (p. 26).

En ese orden de ideas, se deben crear relaciones con estrategias participativas por ser esenciales en la vida de las organizaciones, con sus respectivas líneas y canales de comunicación, para el fortalecimiento participativo, donde las iniciativas y estrategias generen importantes procesos de interacción e interrelación entre los diferentes actores y aliados, para que a través de

ellos se puedan crear distintos canales de cooperación mediante la divulgación de estrategias comunicacionales, generando tejido social por medio de las interacciones cotidianas, motivando así a la comunidad a crear redes más sólidas para una sociedad más incluyente y participativa.

Por medio de este proceso de investigación ha sido posible conocer de manera detallada las debilidades y fortalezas en la institución, mediante un análisis concienzudo, propendiendo a que la misma se preocupe por generar alternativas que promuevan mejores y mayores oportunidades para esta población que tanto lo necesita, creando estrategias en comunicación externa que permitan involucrar y generar alianzas para que a través de las mismas se pueda llegar a otros colaboradores que apoyen los programas y procesos. De la misma manera a partir de diferentes acciones que posibiliten flujos de información mediante distintos medios y de interacciones cotidianas, promovidas desde El Maná para alcanzar sus objetivos sociales, fomentando alternativas que mejoren la calidad de la existencia.

Se deben crear procesos de inclusión que lleguen a generar redes sociales para el intercambio, que incentiven la participación y corresponsabilidad hacia una transformación social, como lo reseña Villasante (2010):

Aquí viene la parte de democracia participativa. Y es curioso porque entonces, si se elige bien las posiciones discursivas que representan las posiciones de fondo que se contraponen en la sociedad, y hay tiempo para establecer deliberaciones, lo que ocurre es que la gente elige bastante bien. (p. 118)

En tal sentido, la democracia entendida como una forma de organización social, otorga a las comunidades activas y más directamente la posibilidad de intervención en los procesos participativos, permite tener mayor influencia en la toma de decisiones de carácter público mediante mecanismos comunicacionales, proceso que ayuda a manifestar cada posición que enriquece el entorno comunicativo, contribuyendo a la transformación social, con el aporte

individual y colectivo en la formación integral de individuos, para que sean replicadores de estas estrategias en sus entornos, que además ayuden a encontrar alternativas que mejoren la calidad de la existencia de otras personas, como en el caso de la fundación, donde el objetivo está orientado a proteger, promover, formar y capacitar a la niñez, la adolescencia y las familias vulnerables, con el fin de mejorar su calidad de vida. Asimismo, promoviendo y sembrando los valores como pilares fundamentales en esta población, con los cuales apuntan a que la comunidad infantil se encuentre consigo misma en un entorno íntegro y seguro para una formación total del ser.

A través de las metodologías que implementa la organización, se ve claramente cómo por medio de una buena pedagogía se puede tejer redes comunitarias mediante la interacción fundada en valores y expectativas compartidas, gracias a una comunicación participativa para una transformación de las relaciones, las cuales facilitan los procesos de construcción social, dado que los programas y actividades que desarrolla la entidad en la construcción de procesos que transforman los contextos sociales, no sólo para los beneficiarios, sino para la comunidad en general. Estas metodologías contribuyen a buscar herramientas de movilización que incentiven las interrelaciones transversales de horizontalidad y participación en escenarios de la realidad que vive la sociedad, con miras a una necesidad sentida de comprensión, apoyo y cooperación.

Además la consolidación de las relaciones sociales en las organizaciones debe proyectarse mediante una comunicación participativa con elementos fundamentales como finalidad, estructura, recursos, estrategias y la cultura organizacional, mismos que están definidos a partir de la comunicación y la dimensión relacional, además de una visión compartida, como los comportamientos, la identidad, la imagen y la socialización en un mundo cada vez más competitivo, estos son asuntos que muestran el sentido de las relaciones en las instituciones de manera interna y externa.

## Conclusiones

Como resultado del análisis, desde la perspectiva sociopráctica aplicadas a la realidad social investigada en la PSO, fue posible desplegar una serie de métodos y técnicas que permitieron abordar la descripción de la realidad social en la que se desenvuelve diariamente la fundación El Maná, reconociendo la importancia del trabajo orientado a transformar las situaciones de vulnerabilidad por las situaciones que viven los menores y la familias que allí se atienden, así como se logró evidenciar los presupuestos y las necesidades que la organización tiene para llevar a cabo el desarrollo de programas y procesos, que están enfocados a contribuir con el bienestar y el proyecto de vida de la población que se beneficia.

Teniendo en cuenta la socio-praxis que es la práctica social que se ha tenido en cuenta para este análisis, tiene que ver con la construcción social de las redes de sujetos y de sentidos reflexivos, para ir construyendo unas realidades más operativas que lleven a una proyección de corresponsabilidades, donde la comunicación se define por nuestras acciones que van configurando modos de comunicación, pero al mismo tiempo, la comunicación que hacemos de nuestra acción, así como el lenguaje que utilizamos constituye el sentido y el contenido de nuestra acción, proceso que aplica de forma individual y colectiva.

Este trabajo sociopráxico enfocado a la comunicación participativa como una estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional, permitió encontrar respuestas a las temáticas propuestas de manera eficiente en la investigación acción. Gracias al diagnóstico, fue posible detectar las debilidades en el componente de comunicación, como la ausencia de estrategias de difusión masiva en los diversos canales de comunicación y redes sociales, así como el posicionamiento de la organización.

Con lo anterior se concluye que la fundación necesita fortalecerse en los siguientes aspectos:

1. Conocer el público objetivo de la institución mediante una comunicación audiovisual de los programas y procesos a través de las redes sociales y plataformas digitales.
2. Fortalecer la comunicación externa con las directivas y formadores por medio de la socialización de un cronograma de actividades diarias que genera el personal.
3. Diseñar estrategias que den a conocer las necesidades y proyecciones de la fundación a través de encuentros programados con la alcaldía municipal, aliados estratégicos y las partes interesadas.
4. Crear alianzas con los medios de comunicaciones locales y regionales, para dar cuenta de la transformación social que se genera desde El Maná con los menores y familias vulnerables, por medio de boletines, entrevistas y resultados de procesos.
5. Vincular El ICBF y la red de apoyo con las diferentes instituciones que puedan mejorar la corresponsabilidad, teniendo en cuenta la necesidad y demanda de esta población vulnerable a través del conocimiento, la atención y experiencia que ofrece la institución, dando a conocer cada situación en particular del beneficiario para que se pueda priorizar.

## Referencias

- Arrúa, V. (2016). Aportes de la Comunicación a la Planificación de Procesos de Desarrollo. Colombia: Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/8401>
- Beltrán, L. (1979) “Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35. Recuperado de <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- 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>
- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Fundación El Maná. (1989). en La Ceja del Tambo, bajo los valores de Amar y servir. Recueprado de <https://fundelmana.org.co/>
- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD. Recuperado de [https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003\\_Breve\\_recorrido\\_por\\_la\\_investigacion.pdf](https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf)
- Torres, A. (2002). Reconstruyendo el vínculo social: Movimientos sociales, organizaciones populares y constitución de sujetos colectivos. En: Reconstruyendo el vínculo social: Movimientos sociales, organizaciones populares y constitución de sujetos colectivos. Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, Bogotá, 2002. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/8037>

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>