

Consolidación de la Fundación Funlema como Organización Social por Medio
del Fortalecimiento de sus Redes Sociales

Ensayo

Realizado por:

Joan Paul Palacios Galvis

Tutor:

Victor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH

Programa de Comunicación Social

CEAD José Acevedo y Gómez

Bogotá, junio de 2020

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras clave	3
Consolidación de la Fundación Funlema como Organización Social por Medio del Fortalecimiento de sus Redes Sociales	4
Conclusiones.....	12
Referencias	14

Resumen

El presente artículo reseña la importancia de empoderar a las fundaciones que trabajan por el fortalecimiento del tejido social a través de estructurar, rediseñar y robustecer sus redes sociales. Fundaciones como las que trabajan en el país enfocadas en ayudar a las personas con dependencia a las sustancias psicoactivas, alcohólicas, el juego y trastornos de comportamiento; este documento desarrolla una investigación acción de tipo socio práctico en la fundación Funlema de la ciudad de Bogotá D.C., abordando factores que inciden en la problemática social del individuo adicto como tal en comunidad. Toda organización fortalecida y empoderada en sus Redes Sociales, actúa como protagonista de la comunidad generando cambios positivos en la misma, dando respuestas a problemáticas comunicativas que darán como resultado el mejoramiento sustancial de sus contactos y redes sociales.

Palabras clave: Construcción de comunidad, Red Social, Comunicación participativa, Sustancias Psicoactivas

Consolidación de la Fundación Funlema como organización social por medio del fortalecimiento de sus redes sociales

Cada día la sociedad tiene más conocimiento y menos sabiduría sobre el comportamiento humano y sus necesidades emocionales, los vacíos internos del hombre se exponen en las diferentes adicciones que emergen de los más profundos sentimientos y frustraciones del alma humana. El presente ensayo es el resultado de la reflexión a partir de la Investigación-Acción realizada en el marco del Diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación, como opción de Trabajo de Grado.

Durante siglos las sustancias psicoactivas y adicciones han sido parte de la sociedad en general, adaptándose a los cambios y formas de vida de los tiempos; el opio por ejemplo forma parte de las primeras sociedades orientales que después se extendería a occidente, pasando por la marihuana y luego a diferentes drogas naturales, para terminar en las denominadas drogas sintéticas creadas en laboratorios. Hoy en día las adicciones contemplan un abanico de posibilidades para los individuos que buscan soluciones químicas a problemas internos como el rechazo, el abandono, el abuso y la familia.

Las organizaciones sociales o fundaciones como Funlema generan cambios positivos con el fortalecimiento de sus redes sociales, ofreciendo una solución trascendente a los problemas de tejido social generados por la adicción, brindando así un ingrediente de esperanza y acción frente a la problemática evidente del presente con grandes vacíos comunicacionales.

Toda organización o fundación fortalecida y empoderada en sus Redes Sociales, actúa como protagonista de la comunidad generando cambios positivos en la misma. En el camino recorrido hasta el día de hoy, es evidente que existe mucho corazón y poca organización. Villasante (2010) lo define de la siguiente manera:

Lo primero es sentir o convivir el problema, es asombrarse y poner cuerpo y energía y pasión a lo que se nos plantea. Todo lo más alejado de un distanciamiento frío, que además de imposible, sólo nos mete en otros prejuicios peores (por ser no conscientes y por tanto no controlados). La praxis comienza con ciertas dosis de vivencias, implicaciones, y sigue luego con las reflexiones auto-críticas y críticas que entran en juego entre sí. (p. 109)

La Fundación Funlema en representación de las fundaciones del país que trabajan como constructores del individuo, la familia y la sociedad, se internan en la problemática y realidad nacional, aunque somos un país productor de droga, en los últimos años se ha incrementado el consumo interno en niños, jóvenes y adultos, de tal manera que pequeñas mafias se expanden como una plaga, invadiendo colegios, universidades y comunidades; el resultado es el enorme crecimiento de consumidores, pero no solo de droga, en recientes estudios las adicciones representan un gran porcentaje de los problemas del individuo con respecto a su interacción con la familia, el entorno y la sociedad en general, la pornografía y el abuso infantil ha adquirido más relevancia dentro del concepto de adicción y sus elementos de composición, Villasante (2007) asegura que:

No basta con demostraciones teóricas para que la sociedad asuma otras pautas de vida y de uso del hábitat, hay que construir prácticamente y con participación social ejemplos concretos de sustentabilidad que sean atractivos, porque respondan a las necesidades profundas de la población. (p. 125).

Bajo estas funestas estadísticas las fundaciones adquieren más protagonismo en el país, siendo motores de cambio y transformación social; Funlema ha desarrollado un plan de trabajo efectivo por más de 10 años, sus resultados son visibles y comprobables desde lo científico,

natural y espiritual en las personas que han acudido en busca de una oportunidad para rehacer su vida, reinventar su propósito en la sociedad aplicando la estrategia, la disciplina y los comportamientos aprendidos durante su intervención en la fundación, para luego aportarlos y aplicarlos en las nuevas generaciones con sus experiencias de prevención encaminadas a la construcción de país y tejido social.

Muchas fundaciones trabajan con “las uñas” por la falta de recursos económicos, pero como todo en la vida es la actitud y no los recursos los que hacen a los individuos o a las organizaciones, es el pensamiento por encima de la realidad lo que hace viable los sueños, es evidente la falta de actitud hacia las comunicaciones, el desinterés reflejado en sus redes sociales, sus comunicados e imágenes dejan al descubierto que en las fundaciones similares a Funlema existe una gran desconexión entre el problema y la solución, es decir, entre el adicto y la fundación, entre las familias interesadas en ayudar a uno de sus miembros y las redes sociales o los medios de contacto con Funlema.

La OSP ha venido desarrollando un plan de trabajo con las redes sociales basado en la exploración y como en la mayoría de iniciativas exploratorias, es evidente la inexperiencia en este campo que como estudiante de Comunicación Social interpreto en falta de interés y carencia de metodología, las redes sociales son lazos de diálogo e interrelación pero al no tener claridad sobre su uso simplemente no aportarán al cumplimiento de sus objetivos, una fundación como Funlema debe tener como prioridad estar trabajando constantemente para lograr vincular nuevos medios de comunicación y redes sociales que apoyen las acciones de cada uno de los proyectos, pero por decisión propia de sus líderes, ello está sujeto a la disponibilidad de sus recursos, donde el tema comunicacional no es prioridad, pero insisto no es el dinero, es la actitud. Castells (2001) afirma lo siguiente:

Dentro de los procesos sociales, los intereses sociales, los valores sociales y las instituciones sociales la especificidad constituye la base material y tecnológica de la sociedad red, es la infraestructura tecnológica y el medio organizativo que permite el desarrollo de una serie de nuevas formas de relación social que no tienen su origen Internet, que son fruto de una serie de cambios históricos pero que no podrían desarrollarse sin Internet. (p.18)

El surgimiento de las redes sociales, su uso y aprovechamiento en épocas difíciles como en la del Covid19, ha permitido que exista una mayor interacción entre los usuarios interesados en los servicios que prestan fundaciones como Funlema o futuros usuarios, superando barreras geográficas en tiempo real; por lo tanto despreciar las redes sociales hoy, es como desechar tal vez el único vínculo que se tenga con el mundo exterior y la única manera de enseñar a la comunidad virtual los logros de la fundación.

Las redes sociales están pasando por uno de sus mayores retos de cambio, el Covid19 ha traído un replanteamiento de las conexiones en red que tenemos como individuos, cambios y retos de adaptabilidad nos ponen en un solo camino el aprovechamiento de las redes sociales, el cambio de mentalidad y el cambio de actitud. Rúa (2008) Lo define de la siguiente manera “Una red de relaciones sociales es identificable si definimos un conjunto de actores, un tipo particular de relaciones y si dichas relaciones son observables, ya sean existentes o inexistentes entre esos actores” (p.11).

Las organizaciones y fundaciones como cualquiera que sea su tamaño, están llamadas a replantear su estrategia de comunicaciones y mercadeo, este desafío implica integrar todas las áreas de la fundación y convertir a cada uno de sus colaboradores en un medio de comunicación que cumpla la función de posicionar a la fundación en sus redes sociales,

fortalecidos y empoderados en sus Redes Sociales se convierten en protagonistas de la comunidad generando cambios positivos y duraderos. El cambio en el comportamiento de los usuarios de las redes sociales e internet es evidente, cada vez existe mayor información, eso significa la creación de estrategias para llevarles la información correcta y oportuna a los posibles usuarios de la fundación.

Existe una oportunidad infinita a través de las redes sociales para unir la misión y la visión de Funlema con el mundo, pero la responsabilidad no solo recae sobre la persona encargada de las redes sociales o comunicaciones dentro de Funlema, cada uno de los colaboradores internos o externos se debe convertir en un comunicador de su función social, lo que nos lleva a determinar la importancia de la comunicación interna y externa al mismo tiempo. Funlema y sus directivas tienen la responsabilidad de capacitar a sus colaboradores respecto a su comportamiento en las redes sociales, los colaboradores representan un canal de credibilidad, si existe compromiso también debe existir diligencia para aportar

La desconexión que pueda existir entre las directivas de Funlema o de cualquier institución similar a Funlema con el avance de las redes sociales es un error que puede costar incluso el final de las instituciones; el Covid19 nos pone en un contexto de transformación diligente, de avance con la actual situación coyuntural que nos compete a todos, el medio son los medios, la unidad nuestras ideas, nuestro encuentro cada plataforma digital que nos enlaza por las causas y los ideales.

Los cambios que vienen a través de Facebook, Twitter, LinkedIn o YouTube son pertinentes y esenciales para las comunicaciones y el contacto de los individuos de cada organización con los diferentes medios y las personas que mantienen vínculos vigentes con la OSP con referencia a esta afirmación Gallego (2016) sugiere que “Las redes sociales digitales

poseen la capacidad de socializar a un grupo de personas de manera paralela a la realidad social física. Las redes sociales son nuevas maneras perfeccionadas, renovadas y diferenciadas, de un existir juntos” (p.355).

Son varias las consideraciones que fortalecerán la estrategia comunicacional en la fundación Funlema para construir sus redes sociales, promoviendo alianzas estratégicas que aporten a la misión y cumplan con su visión; la primera opción estratégica es la fidelización, que permitirá mantener a los posibles donantes y patrocinadores de la Fundación, garantizando su fidelidad, conservando las donaciones, logrando un mercado de ingresos sostenibles para Funlema. La implementación de un nuevo logo, el diseño y elaboración del brochure, la creación del video institucional y el diseño de la página web serán los primeros pasos de una camino largo si se quiere, en medio de un mundo con gran necesidad comunicativa.

Vale la pena traer un término utilizado de manera continua, pero que en este punto es importante porque significa lo que realmente sucede con las fundaciones en Colombia, la resiliencia; cada OSP posee problemáticas profundas y es allí donde la resiliencia juega un papel vital al hacer frente a la adversidad comprendiendo que las organizaciones son arquitectas de su propio destino para construir comunidades, como lo indica Villasante (s.f.):

La comunidad considerada no es una unidad de identidad a rescatar, sino continuos conflictos internos y externos, donde se construyen identificaciones en procesos de redes, informales y formales, donde lo emotivo grupal es tan importante como la estructura socioeconómica o las ideologías en juego” (p.16).

En el trabajo presente se señalan síntomas donde es posible actuar con precisión sobre las diversas situaciones que presenta la comunidad Funlema; pero esto es solo un planteamiento

inicial que necesita ajustes de índole administrativo e interés particular por quienes están a cargo de la fundación, los talleres por ejemplo inducen a engranar todo el planteamiento en materia de Redes Sociales con los cimientos de la OSP y así construir una realidad operativa.

La socio-praxis propone, por lo tanto, desplegar una serie de métodos y técnicas capaces de desbordar la mera descripción de una realidad social. Reconoce la importancia del conocimiento orientado a transformar las situaciones de desigualdad propias del trabajo social, y más allá, coloca entre sus presupuestos la necesidad de que la propia comunidad sea la protagonista del proceso de conocimiento y cambio social con la ayuda del trabajador social; en este pequeño universo como lo es Funlema, queda evidenciado el vacío comunicacional que fisura de manera real a nuestras organizaciones, ya que toda organización fortalecida en sus Redes Sociales, debería actuar como protagonista de la comunidad, pero son los vacíos prácticos que inducen a caer en los mismos problemas generados por la falta de interés en el individuo como primer actor de la comunidad y luego de la sociedad, dando como resultado grandes fracasos en la divulgación a través de redes sociales, imposibilitando el mercadeo y posicionamiento de la organización.

Así las cosas, se debe fortalecer el proceso comunicación brindando mayor participación tanto a los actores internos como externos, partiendo desde los miembros de Funlema y extendiéndose hacia la comunidad; la misión fundamental es visibilizar y reconocer la labor realizada por la Fundación promoviendo la horizontalidad en las acciones de manera participativa.

Uno de los problemas encontrados es el rompimiento de las relaciones, pero una relación no se rompe si antes no se rompe la comunicación, trayendo la no validación de la información entre los miembros de la PSO, de tal manera que uno de los ejes centrales como se había

expuesto anteriormente son las capacitaciones e integraciones en temas como comunicación asertiva, trabajo en equipo y clima organizacional. En cuanto al concepto Red Social es necesario permitir que la comunidad participe en las actividades, contribuyendo al conocimiento y labor por parte de la comunidad, lo que constituye apropiación y pertenencia hacia la misma.

Adicionalmente deberán recibir capacitación en el adecuado manejo de redes sociales, siendo actualizadas constantemente con mensajes alusivos al objeto social de Funlema. Las posibilidades que ofrecen las redes sociales son múltiples, las cuales se convierten en retos a cumplir para Funlema, con el fin de potencializar su objeto social y sus acciones. El verdadero reto para la OSP será llevar de manera efectiva su esencia a las redes, incorporando a otros actores que de alguna manera se sumen como red en torno a una idea común, generando relación fluida, intercambio y suma de recursos; un plan de trabajo debe poder reflejar estos elementos, cada acción debe responder a un objetivo establecido que apoye la labor y los objetivos propios de la organización derivadas de cada acción comunicacional.

Si se habla de red, se habla de acciones que se reproducen a través de sus nodos, para ello hay que buscar medir, proyectar y evaluar acciones; contrario a ello, las acciones comunicacionales en la mayoría de los casos resultan ser transitorias. Si se piensa en adoptar acciones contundentes y sacar el mayor provecho de las redes sociales, en primer lugar, la Fundación Funlema debe contar con un plan de trabajo estructurado de manera correcta, que aporte a cada uno de los objetivos específicos de la organización, o al menos a aquellos a los que apunte su plan estratégico, y establezca metas y expectativas medibles y contrastables.

Teniendo un plan de trabajo se refuerza el objeto social de la organización, partiendo de un diagnóstico previo, dentro de los cuales las redes sociales son herramientas fundamentales por su flexibilidad y eficacia. Cada actividad de un buen plan de comunicaciones debe entonces poder responder preguntas como qué se desea obtener y cómo aporta al objetivo de la organización, si la meta planteada es medible o no en el caso de las redes sociales, cómo llevar el accionar de la fundación a la excelencia comunicativa por una causa común.

Conclusiones

No hay resultados sin trabajo. De manera concluyente, la fundación Funlema requiere un trabajo fundamentado en la Socio-praxis, como en cualquier institución actual la tecnología es imprescindible para el rescate de los objetivos en tiempos de crisis. Las fundaciones en Colombia han vivido de la caridad durante años, hoy muchas agonizan por el confinamiento y solo esperan su final; el llamado urgente a Funlema y a toda institución, es la inversión imaginativa, la creatividad desmedida para usar las herramientas que nos ofrece el tiempo presente, sin olvidar la esencia de la fundación: Servir a otros.

No hay un mundo con barreras comunicativas, solo existen hombres limitados en su manera y formas de comunicarse, la vida nos cambió en cuarenta días, el resultado de este cambio solo lo veremos en la medida que apliquemos las nuevas tecnologías al mover de los tiempos, en un mundo donde impera el egoísmo desmedido, que importante rescatar fundaciones donde las bases estén sembradas en ayudar a los demás, servir con propósito, resocializar a individuos desechados por la sociedad rescatando el alma humana y poniéndola al servicio de la comunidad... quién sabe a lo mejor entre las personas que ayuda Funlema se forme un nuevo comunicador que alerte y prevenga a las futuras generaciones sobre los peligros de las adicciones y la falta de imaginación para usar las nuevas tecnologías. La interacción humana hace posible que la Red Social tenga significado en un mundo cambiante, es por ello que los actores internos y externos relacionados con Funlema resultan vitales en el objetivo de todas sus acciones, valores y logros. López (2013) señala que:

Otra característica de una comunidad es su interacción fundada en valores, significados, fines y expectativas compartidas. Afirmaciones como estas presentan dificultades en razón a la inherencia del conflicto en las interacciones sociales y al ejercicio de poderes que luchan por sus intereses. (p. 53)

Referencias

- Castells, M. (2001). Internet y la Sociedad Red. La Factoría, Revista Catalana de pensamiento social más leída en el mundo. Recuperado el 5 de marzo, 2014 de <http://www.revistalafactoria.eu/articulo.php?id=185>
- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- 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
- Rúa, A. (2008). Análisis de redes sociales y trabajo social. En Portularia, vol. VIII, (1), pp. 9-21. Universidad de Huelva. Huelva, España. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=161017350001>
- 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>
- Villasante, T., Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. En: Política y Sociedad, (44), pp 125-140. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>
- Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas. Recuperado de: https://personal.ua.es/es/franciscofrances/materiales/tema5/el_punto_de_partida_de_las_tecnicas_dialcticas_la_sociopraxis.html