

**Título:** Ensayo  
CONSTRUYENDO COMUNIDAD CON BUENOS VALORES

**Tema:** Comunidad

**Autor:**

Erick Leonardo Ojeda Cárdenas  
1.034.285.120  
Programa de Comunicación Social  
Diplomado en construcción de redes sociales de Comunicación  
UNAD – Tunja mayo 20 de 2018

**Asesor/director:** Jorge Humberto López Rojas

## **Resumen**

Los buenos valores, son la base fundamental de una sociedad civilizada. No podremos construir comunidad, sin antes concebir los buenos valores en nuestro hogar; con nuestros hijos y en general en familia. Desafortunadamente, esto no pasa en todos los núcleos familiares; por esta razón existe la fundación “Milagro de Amor” en la ciudad de Tunja. Una institución, dedicada a construir una sociedad mejor y a incentivar en sus niñas y adolescentes los buenos valores, morales, religiosos y educativos; para que se construya diariamente una comunidad más reflexiva, colaboradora y dispuesta a hacer el bien por sus semejantes. Razón por la que vale la pena hacer que esta institución sea conocida y apreciada por su gran labor social.

**Palabras clave:** Construcción, Comunidad, Fundación, Valores, Educación, Sociedad, Población, Vulnerable, Familia, Medios, Comunicación, Red Social, Diplomado.

## **Introducción**

Desde el inicio del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación DCRSC, fueron muchas las experiencias enriquecedoras que se vivieron en su desarrollo e implementación de esta opción de grado para el programa de comunicación social. Dentro de las tareas del futuro profesional en esta área se encuentra una muy importante, y es la de construir comunidad; generar cambio social positivo. Y que mejor, que hacerlo de la mano de una institución como la fundación “Milagro de Amor”; que se encarga, de orientar a una población tan vulnerable como los niños y adolescentes en la ciudad de Tunja, y que por medio de sus prácticas y la enseñanza a través de los valores y la religión; crean una comunidad más pensante para desempeñar un rol importante en una sociedad. Por esta razón, a continuación, se relata la actividad realizada, en base a un ensayo presentado como evaluación final del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación, opción de trabajo de grado.

## Tesis

### Construyendo Comunidad Con Buenos Valores

La fundación “Milagro de amor” en Tunja, es una institución que basa su enseñanza moral en las buenas practicas de los valores e incentiva a sus participantes, a seguir adelante a pesar de los problemas y a poder integrarse a una comunidad, desempeñando un rol frente en esta. La P.S.O, argumenta su imagen comunitaria contemplando los cuatro procesos propuestos por *Marchioni (2002)*: población, territorio, demandas y recursos. Los cuales son de gran importancia y fundamento a la hora de incentivar y coordinar los diferentes procesos de la fundación.

Pero todos estos procesos generan costos y demás movimientos económicos, que mes a mes las fundadoras de esta institución, luchan incansablemente por sacarlos adelante. La PSO, cuenta con la comunidad de la ciudad de Tunja, que son sus principales benefactores a la hora de generar un ingreso económico a la fundación; por medio de su participación activa en las diferentes actividades que realiza la PSO.

Lo que lleva a argumentar la propuesta que se desarrolló a lo largo de este diplomado, “al incrementar la participación de la comunidad se incrementan los recursos económicos de la PSO”.

## Argumentos De La Tesis

### Los buenos valores, la base de la educación

La fundación “Milagro de Amor” En Tunja, tiene un objetivo claro, este es el de construir comunidad; pero no cualquier comunidad, una que sirva para enfrentar nuevos retos; una que no se deje consumir por los problemas si no que más bien siga adelante a pesar de todo; una comunidad pensante, de la que en un futuro se puedan esperar acciones grandes y maravillosas. Para *Tonnies citado por Álvaro D, en su artículo Los conceptos de "comunidad" y "sociedad"* de Ferdinand Tönnies, la comunidad se forma a partir de vínculos concisos, para el tema de las asociaciones, estas se generan por voluntad propia de sus integrantes; quienes tienen objetivos comunes en pro de transformar su entorno, con base en actividades que desarrollen aspectos personales, económicos y sociales. Es por esta razón que las hermanas religiosas de la fundación dedican sus días a enseñar, a inculcar, a proteger y a concientizar a estas niñas y sus familias, y a que las bases de toda buena educación y por ende una buena comunidad, inician con el núcleo familiar. En este sentido, no solamente se trabaja con las niñas si no también con sus diferentes entornos sociales, para que así ellas tengan la posibilidad de detectar, cuales son las virtudes y falencias de su comunidad; y que deben hacer, para poder transformarla.

Aquí es donde se conoce la labor tan específica de la fundación “Milagro de Amor” frente a la comunidad Tunjana. Pero, se sabe de antemano que lograr cambiar una sociedad, una comunidad, un grupo social; desde su raíz, es una tarea de mucha entrega, sacrificio, y sobretodo vocación y dinero. No se puede obviar que tras cada proceso que realiza la fundación, vienen de la mano muchas responsabilidades, y por ende muchos costos. Factores económicos que no se generan fácilmente, ni con la ayuda de los entes gubernamentales.

Es curioso saber, que una institución que ayuda a la comunidad, se vea beneficiada por ella misma; la fundación “Milagro De Amor”, gasta aproximadamente 11 millones de pesos mensuales en el sostenimiento de sus 2 sedes, empleados, servicios; y, sobre todo, la manutención de las niñas y adolescentes que diariamente pasan un promedio de 9 horas dentro de esta institución. Entonces, **¿de dónde se obtienen los recursos para tales gastos?**

Aquí es donde la misma comunidad, se encarga de dar esos recursos, por medios de acciones de venta y ofrecimientos de productos y servicios; como si se tratase de una empresa, pero en pro de una noble causa. Estos productos y servicios se basan en diferentes categorías.

Dentro de las principales actividades que se implementan en la fundación “Milagro De Amor”, se encuentra **“la venta de artículos y ropa de segunda mano”**, en la cual las hermanas religiosas por años, han recolectado (donaciones) diferentes objetos dentro de los cuales se encuentran: (Ropa, electrodomésticos, juguetes, antigüedades, libros), entre muchos otros objetos que sirven para dar vida a esta actividad. Una organización como **“Milagro de Amor”** es una iniciativa social que cambia el esquema de generar riquezas, por una estrategia en la que se reconoce a la comunidad y se constituyen relaciones horizontales a través del acceso, el diálogo y la participación, la cual juega un papel clave en el proceso de comunicación horizontal. (*Beltrán, 1979*). Es por ello, que la intencionalidad de esta actividad es crear 2 acciones paralelas; la primera, adquirir los recursos para la fundación y la segunda, dar la oportunidad a personas de bajos recursos a que, por medio de esta actividad, adquieran estos productos con unos precios extremadamente bajos que va desde los 500 pesos a los 10 mil pesos. Esto habla claramente de la horizontalidad que tiene la fundación “Milagro De Amor”, no solamente con sus donantes si no también con sus compradores, lo que hace que se cree un círculo vital de ayudas que beneficia, no solamente a la institución si no también a la comunidad más necesitada.

Las otras actividades como las rifas, la cena de solidaridad, la cual se hace semestralmente; entre otras, son complementos para ayudas extras de la fundación, al igual que el reciclaje y la jardinería de la cual se extrae y se vende abono casero para las plantas.

Al estudiar y analizar todos estos conceptos, surge una pregunta inquietante **¿Cómo hacer que la fundación aumente sus recursos, para sus necesidades faltantes?**

Se sabe de antemano, que esta institución sin ánimo de lucro tiene diferentes gastos administrativos, los cuales se cubren mensualmente con las actividades ya mencionadas.

Por medio de este trabajo investigativo, surgen varias necesidades expuestas por las hermanas religiosas a lo largo de este mismo. Expresan necesidades educativas (profesores, recreadores). Personas que generen nuevos espacios de integración como la muisca, el arte, y la investigación; por medio de diferentes dinamismos, pero para ello, se necesitan recursos más tangibles y por lo tanto un crecimiento de la deuda mensual que acarrea la fundación “Milagro de Amor”; recursos que como siempre debe proveer la misma comunidad.

En este punto es donde la comunicación como generadora de desarrollo y cambio social. *López (2013), indica que el apostar por la construcción de comunicaciones comunitarias es una apuesta ética y política valerosa que busca romper la individualidad y fomentar la alteridad.* Con base a esto, lo que se busca dentro de la estrategia es incrementar en un alto porcentaje, la participación de la comunidad informada por los diferentes medios (Radio, T.V, Internet), a que den cuenta de los beneficios que trae hacer compras o participar en la actividad principal de la fundación; como si se tratase de una pauta publicitaria constante, que en este caso tendría que ser una donación de las emisoras comunitarias, como un apoyo a los objetivos de la fundación “Milagro De Amor”. Y así, como ya se hizo en una oportunidad, replicarlo en otras radios de la ciudad y municipios cercanos cumpliendo con los parámetros de la estrategia y del Diplomado, **“Construir Redes Sociales De Comunicación”**.

## **Conclusiones**

Dando a conocer todos los puntos de vista de la labor social que realiza la P.S.O fundación “Milagro De Amor” Tunja, es bueno dejar claro que las diferentes circunstancias de cada una de las niñas y adolescentes de esta institución, son de tratos muy diferentes por parte de los profesionales de la salud que laboran en la fundación. Por ello, en lo que ha trascurrido de este diplomado en construcción de redes sociales de comunicación, se ha hablado de menores en situación de vulnerabilidad, las cuales gracias a la ayuda de las hermanas religiosas y de sus colaboradores que tienen la labor de presenciar casos bastante graves, los cuales no están plasmados en este documento, han dado una buena orientación para que estas menores puedan salir adelante y dejar atrás su difícil pasado.

Algunas de ellas que no tenían estudios, han podido terminar su bachillerato y hasta empezar una carrera profesional. Por esta razón, esta es una labor que se está realizando no solo con la intención de cursar este diplomado, sino también la de ayudar a una comunidad que realmente necesita de una ayuda para poder seguir adelante con este gran proyecto, y que mejor, que, a través de los medios de comunicación, que son plataformas para expresar las necesidades de nuestra comunidad.

## Referencias

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies. Revista Papeles del Ceic, núm1, pp. 1-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76512779009>
- Beltrán, L. (1979) “Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. Publicación original: Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35. Revista Ciencias de la Comunicación, Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – ALAIC, n. 7, julio – diciembre 2007, pp. 12-36. Recuperado de <http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/42>
- 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/2011/03\\_Breve\\_recorrido\\_por\\_la\\_investigacion.pdf](https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/03_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf)
- Marchioni Marco, 2003. Organización y desarrollo de la sociedad. La intervención comunitaria en las nuevas condiciones sociales. Recuperado de [http://extension.uned.es/archivos\\_publicos/webex\\_actividades/4698/acomunitariaponencia13b.pdf](http://extension.uned.es/archivos_publicos/webex_actividades/4698/acomunitariaponencia13b.pdf)