

**El uso de las redes sociales en el fortalecimiento del trabajo comunitario de la
Fundación Creando Oportunidades**

Ensayo

María Alejandra Correa Vargas

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Neiva, agosto de 2022

Resumen

En el presente ensayo se analizaron los procesos de comunicación, tanto internos como externos, de la Fundación Creando Oportunidades de la ciudad de Ibagué, en el departamento del Tolima, con el propósito de plantear estrategias que fortalezcan su trabajo con miras a la transformación social. Bajo ese objetivo se identificaron una serie de fortalezas y debilidades que se tomaron como base para mejorar las actividades propias de la organización, especialmente con el trabajo en redes sociales en las organizaciones. Se pudieron apreciar las falencias y sus posibles soluciones, estrategias de mejoramiento que se espera logren forjar nuevos propósitos de la organización Fundación Creando Oportunidades, con esto se realizó un excelente plan de trabajo dentro del Diplomado y se espera que su desarrollo sea aplicativo para otras organizaciones que presenten algún tipo de falencia con su proceso comunicativo o simplemente su mejoramiento, para la realización de este proyecto se contó con el apoyo del director de la fundación Juan Diego Angarita el cual proporcionó toda la información necesaria.

Palabras clave: Redes sociales, estrategia, proyección, transformación social, comunicación.

Tabla de Contenido

El uso de las redes sociales en el fortalecimiento del trabajo comunitario de la	
Fundación Creando Oportunidades.....	4
Conclusiones... ..	13
Referencias... ..	14

El uso de las redes sociales en el fortalecimiento del trabajo comunitario de la Fundación

Creando Oportunidades

Para hablar de interacción y comunicación a través de las redes sociales, entendiéndose en la actualidad como un elemento netamente virtual, es necesario comprender inicialmente el concepto de una red social, visto desde las prácticas comunicativas, culturales, históricas, cotidianas, entre otras, de las comunidades.

Diversos autores plantean que el significado de red social va más allá de la virtualidad, más allá de las plataformas y los entornos digitales, por eso proponen que para entender el uso que actualmente se da a las redes, es fundamental repasar otros conceptos, o los considerados conceptos iniciales.

En este sentido, entre las mismas comunidades se gestan lazos sociales que se encaminan al cumplimiento de un mismo propósito, de un proyecto en común, en este caso, por intereses colectivos de una población ya que básicamente si una persona pudiese tener contacto con otras personas, también hay otras que no lo están ya que cada persona tiene su círculo de amigos cercanos y ellos sus amigos.

Este trabajo propone la esta tesis de la importancia de las redes sociales en las organizaciones como la Organización Social Participativa Creando Oportunidades. Es así como empieza a tomar sentido el concepto de una red social, que en este caso se describe como el intercambio de mensajes y acciones entre una persona y otra, lo que va dando forma a una estructura que se basa en la interacción.

En este sentido, es importante mencionar que hablar de redes sociales no siempre implica hablar de virtualidad. Estos lazos se forman en múltiples espacios, en los que prima la interacción. Sin embargo, en la actualidad, cuando la transformación digital y el uso de las

Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) van a toda máquina, es fundamental hablar del manejo de las redes sociales desde este ámbito, desde las posibilidades que brinda la conectividad.

Noguera Vivo (2011) califica esa transformación como una revolución que desde el campo de la comunicación debe aprovecharse para impulsar múltiples proyectos, creando comunidad con la elaboración de contenidos como videos, fotografías, textos, audios y muchos otros:

Se trata de una revolución que está ocurriendo vertiginosamente ante nuestros ojos en la que están participando cientos de millones de personas. Una revolución que nos permite trabajar con todo tipo de contenido: video, sonido, imagen, texto y que viene acompañada de algunas herramientas enfocadas a la socialización que permiten que las personas puedan interactuar a través de espacios como blogs, grupos, foros, microblogs, wikis y redes sociales de Internet. (p. 11).

Al abordarse los conceptos de los autores acerca de la importancia de las redes sociales cobra sentido este trabajo que tiene como propósito estructurar por medio de esas plataformas virtuales un plan estratégico que le permita a la Fundación Creando Oportunidades de Ibagué, en el departamento del Tolima, mejorar los procesos de comunicación internos y externos, para que a mediano plazo se logre impulsar su trabajo social de forma significativa y con un mayor alcance. La intención es aprovechar esa revolución a la que hace referencia Noguera Vivo (2011) enfocada la misión de la organización.

Esta tesis se elaboró como evaluación final del diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, cursado como opción de trabajo de grado.

Tomando como base las posibilidades que brindan las redes sociales para dar a conocer e impulsar las actividades de una organización, ya sea pública, privada o sin ánimo de lucro, se

optó por iniciar una etapa de acompañamiento a la Fundación Creando Oportunidades, con miras incentivar la difusión de su trabajo social, maximizar su alcance en la población ibaguereña y mejorar los procesos de comunicación interna y externa, esto mediante la elaboración de estrategias que se gestan desde los conocimientos adquiridos en el diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

La aparición de la internet cambió la forma en la que una organización se comunica con su público objeto o audiencia, y teniendo en cuenta ese argumento, es necesario replantear las formas de interacción que son tradicionales para involucrar iniciativas novedosas que llamen la atención del usuario. “Internet está involucrando cambios radicales en la manera de comunicar de las personas y las organizaciones. Variado los esquemas lineales, sencillos y previsibles de la comunicación mediática tradicional”. (Noguera Vivo, 2011, p.11).

Para cumplir con este objeto se realizó un trabajo de campo en el que se conoció con detalle a qué se dedica la organización y cuál es la importancia de la comunicación participativa. Esa evaluación inicial mostró que se trata de una fundación sin ánimo de lucro que funciona en la capital tolimense desde hace dos años aproximadamente. Surgió de un grupo de jóvenes, liderado por Juan Diego Angarita Ospina, que tuvo la intención de aportar a la resolución de conflictos y al tratamiento de algunas problemáticas que se presentan en esta ciudad, especialmente en zonas vulnerables.

El objetivo de la Fundación Creando Oportunidades es mejorar las relaciones y la convivencia de las comunidades, así como su calidad de vida, a través de la participación ciudadana y el fortalecimiento de la democracia.

El interés de trabajar con esta organización nació de la posibilidad de involucrar la comunicación con el trabajo social en el que prima la participación de población joven y de mujeres de diferentes condiciones sociales, así como profesionales de diferentes áreas, en su

mayoría comunicadores sociales – periodistas, psicólogos y otras carreras afines a las humanidades.

Para el reconocimiento y ubicación social de las comunidades, así como de la entidad objeto de estudio en este proyecto, se elaboró un sociograma, que es un esquema el cual permite representar gráficamente las relaciones de una organización con otras organizaciones, grupos, colectivos e instituciones que a la vez, conforman los grupos de acción, según Villasante y Gutiérrez (2007) “...en los ejes que hemos venido comentando, nos pueden aparecer varios de los conjuntos de acción dichos, y otros grupos o sectores más aislados o sueltos, fuera de los principales conjuntos” (p.131).

Bajo estos argumentos se elaboró el sociograma que se divide en tres categorías: imagen de poder, compuesta con las autoridades estatales administrativas del departamento; tejido activo, representada en la veeduría ciudadana y en las organizaciones sociales que han apoyado la labor de la fundación, y tejido asociativo, que corresponde al público objeto de la entidad. Todos los puntos están alrededor de Creando Oportunidades.

De otro lado, la información que se obtuvo para el desarrollo de este trabajo se recopiló por medio del director de la fundación, Juan Diego Angarita. Con este acercamiento se buscó conocer las actividades que realiza la organización, la forma en la que se ejecutan esas acciones, la población a las que van dirigidas, la interacción, la reacción y la receptividad de las comunidades, así como sus principales necesidades. Con estos datos también se identificaron las fortalezas y debilidades de Creando Oportunidades, insumos en los que se basa la estructuración de la estrategia comunicativa. Kamlongera y Mafalopulos (2008) indican que luego del diagnóstico “...la colaboración necesita ser construida con organizaciones, al interior o fuera de la comunidad para apoyar a la comunidad con especies o con fondos” (p.26), en el mismo texto anteriormente citado los autores señalan que “...cuando se trata de un problema que involucra

solo un sector, podría tener ventajas coordinar con diferentes grupos” (p. 26).

Entre los hallazgos se encuentran las dinámicas actuales de comunicación internamente entre los miembros de la fundación, así como con la comunidad, que se desarrolla principalmente a través de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, además de plataformas de videoconferencia como Zoom y Meet. Se percibe que estos canales podrían mejorar con una mayor interacción entre los actores involucrados, primordialmente con el público al que va dirigida la labor de Creando Oportunidades.

Frente a las fortalezas se evidenciaron el trabajo en equipo o colaborativo, la receptividad de las poblaciones, el espíritu de liderazgo, la comunicación constante entre los integrantes de esta entidad sin ánimo de lucro y las comunidades, así como las cualidades humanas y profesiones del equipo de trabajo. En cuanto a las debilidades son notorios aspectos como la falta de espacios para el desarrollo de actividades, ya que las reuniones se cumplen esporádicamente; la falta de recursos y la comunicación participativa.

Una vez se recolectó y analizó la información, se estructuró el plan estratégico denominado “Accionando por el Tolima” que tuvo como propósito crear espacios de interacción con los ciudadanos en los que se realicen actividades de favorecimiento y enriquecimiento hacia la comunidad. En esa misma línea, organizar actividades de integración y acompañamiento a las comunidades favorecidas, poniendo en práctica uno de los principales objetivos de la organización que es ayudar al otro.

Desde el proyecto se pretende aportar al fortalecimiento de las labores propias de la organización y de los lazos que se forjan con la ciudadanía. Chadi de Yorio (2007) resalta la importancia de las redes sociales en el desarrollo del ser humano, que se convierten en puntos importantes a la hora de forjar identidades, generar vínculos entre individuos y reconocer contextos. Por ese motivo la autora invita a los profesionales a trabajar desde esas dinámicas

sociales para la resolución pacífica de conflictos y de problemáticas propias de las comunidades.

La estrategia está compuesta por cuatro puntos o etapas de acciones concretas encaminadas a mejorar los aspectos que son considerados como debilidades, y fortalecer las oportunidades que se identificaron. Esta es la propuesta:

1. Crear un plan de trabajo con la Fundación Creando Oportunidades estableciendo un cronograma de actividades a realizar. Para esto es necesario definir qué actividades de ejecutarán, para lo que se propone una lluvia de ideas, con el fin de tener en cuenta la opinión de los integrantes de la organización, y de ser posible, miembros de la comunidad.
2. Promover espacios de comunicación e interacción con las comunidades. Para tener éxito en los objetivos de esta estrategia es importante tener en cuenta los puntos de vista y las posiciones de los ciudadanos involucrados.
3. Establecer fechas y lugares de realización de las actividades. En esta etapa es indispensable elaborar un cronograma con todas las actividades que se piensan desarrollar, ya que con esto se traza una ruta y no se pierde el objetivo, ni la motivación para cada tarea o actividad. También es importante llevar un control del cumplimiento de esa agenda, teniendo en cuenta que en un proceso de retroalimentación y autoevaluación se pueden estructurar y preparar los encuentros de una mejor manera.
4. Promover la interacción en las redes sociales de los objetivos que se planteen, este es un paso muy importante, ya que por medio de estas plataformas virtuales se hace toda la publicidad necesaria para motivar a los ciudadanos a participar en los encuentros que se van a realizar. Esa motivación se puede generar a través de la publicación de contenidos como videos, fotografías y productos en otros formatos que lleguen a buena

parte de la población, especialmente al público temeroso o introvertido.

Además de la estrategia se dejan a consideración de los integrantes de la Fundación Creando Oportunidades algunas recomendaciones que le podrían dar más contundencia a las acciones de mejora. Esas sugerencias son:

1. Crear espacios de interacción con los ciudadanos, en donde se garantice el desarrollo de actividades de enriquecimiento hacia la comunidad, enfocadas a la integración, el tiempo de calidad, la educación, la convivencia, y el acompañamiento a las poblaciones beneficiadas. En este caso se busca poner en práctica y difundir uno de los principales objetivos de la organización, que como se mencionó anteriormente, es el trabajo social.
2. Establecer un plan estratégico de comunicación asertiva, así como un estudio de conflictos y detonantes, con el propósito de planear y ejecutar campañas que logren incentivar a la población a hacer uso de las redes sociales. Se propone capacitar a los padres de familia y maestros en el manejo básico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y de esta manera formar, bajo ciertos parámetros, a los menores de edad sobre el uso adecuado de la Internet, teniendo en cuenta que allí es donde se realizan la mayoría de actividades de integración y reconocimiento para enfrentar las problemáticas de las poblaciones.
3. Revisar y evaluar la forma en la que se está dando uso las redes del proyecto. Se debe contemplar las opciones de conectividad y acceso que tiene las comunidades al mundo de la virtualidad, y si las herramientas que se están manejando son incluyentes. De obtenerse un resultado negativo es importante buscar formas de inclusión para las personas que buscan ayuda en la organización que no cuentan con este tipo de

recursos. Este paso puede fortalecer la forma de comunicación e inclusión de la OSP, tomando como base que no toda la población cuenta con las mismas oportunidades, la capacidad de recursos o de herramientas para recibir, interpretar y socializar la información que se brinda en redes sociales.

Con los puntos previamente mencionados, se aspira a que se implementen todas las estrategias que se han abordado, estructurado y estudiando en el trascurso del diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, y tener éxito en las próximas actividades que se realicen en este proyecto académico, así como fortalecer la estrategia comunicacional de la organización Creando Oportunidades de la ciudad de Ibagué.

Como una reflexión es importante mencionar que además de los resultados obtenidos y las ideas planteadas, se considera que este trabajo académico no solo servirá como una estrategia a implementarse en la organización que se eligió para el desarrollo de esta actividad, sino que puede ser utilizada por estudiantes de comunicación social, o carreras afines, e incluso por otras entidades públicas, privadas o sin ánimo de lucro, que consideren que hay vacíos en sus procesos comunicativos, para ejecutar estrategias similares que mejoren la interacción interna y externa, y potencialicen sus labores con miras a cumplir su misión. Además de sacar provecho de un proyecto que se estructuró con los conocimientos adquiridos en el diplomado, se evidenciaría la importancia del manejo adecuado de las redes sociales y la proyección comunicacional en el funcionamiento de todo tipo de organizaciones.

Como lo exponen varios de los autores que se mencionaron en el desarrollo de este ensayo, las redes sociales no solo aportan al fortalecimiento de lazos entre individuos en medio de la virtualidad, que en la mayoría de ocasiones comparten intereses, sino que contribuye a la transformación social, visto desde el campo del trabajo comunitario. Acudiendo a algunos de

esos argumentos, no se trata únicamente de establecer mecanismos de comunicación en los que se comparte información de forma constante y de manera unilateral, por el contrario, cobra valor la posibilidad de interactuar con las comunidades, de conocer su percepción y opiniones acerca de temas o problemáticas específicas, y de manera conjunta construir esas iniciativas que aporten al crecimiento de la organización y al mejoramiento de las condiciones de vida de la población a la que va dirigida su labor.

Conclusiones

En el desarrollo del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación se ha logrado identificar algunas debilidades y fortalezas de la organización Creando Oportunidades de las cuales se han podido proyectar unos objetivos para la estrategia de fortalecimiento comunicacional.

Las redes sociales juegan un papel fundamental de comunicación en la actualidad para la realización de objetivos es por eso que es importante realizar un plan de trabajo comunicacional para poder establecer mecanismos de mejoramiento en el desarrollo de las actividades y el manejo de las redes sociales y así poder generar un plan estratégico el cual con su desarrollo pueda favorecer a la organización y de esta manera obtener unos mejores resultados en el desarrollo de las actividades.

Teniendo en cuenta las características de la organización se puede identificar los puntos débiles y fuertes para así lograr implementar un buen plan de trabajo y desarrollo con los integrantes de la organización creando oportunidades por lo que es necesario llevar un buen seguimiento de la estrategia planteada para poder seguir obteniendo estadísticas y resultados de los cuales se podrá visualizar el éxito del proyecto presentado.

Referencias

- Chadi de Yorio, M. R. (2007). Redes sociales en el trabajo social. Espacio Editorial. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>
- 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. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- Noguera Vivo, J. M. (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online.. Editorial UOC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533?page=1>
- Villasante, T., y 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. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>