



LA WEB 2.0 COMO HERRAMIENTA COMUNICACIONAL EN LAS ORGANIZACIONES COMUNITARIAS DE COMODORO RIVADAVIA

Juan Manuel Oyarzún
jmaoy@hotmail.com.

Natalia Carrizo
nataliacarrizo83@gmail.com

Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco,
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

La temática que abordaremos en este Congreso son los resultados parciales de nuestra Práctica Profesional de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social.

El proyecto se denomina “La Web 2.0 como Herramienta Comunicacional en las Organizaciones Comunitarias de Comodoro Rivadavia”, en el que nos propusimos principalmente que las instituciones elegidas de Comodoro Rivadavia se apropiaran de las herramientas de la web 2.0 en su respectiva comunicación institucional.

Esta Práctica Profesional prevé la articulación con la Municipalidad de Comodoro Rivadavia, precisamente la Agencia Comodoro Conocimiento debido a que dicha institución implementa políticas públicas que hacen al uso de las TICs en la comunidad. Este trabajo tiene como antecedente la larga tradición en comunicación popular en América Latina, y pretende reivindicar algunos de sus aportes. La comunicación popular o también llamada alternativa se opone al modelo tradicional de comunicación ofrecido por los medios masivos de comunicación, es la “otra” comunicación, la comunitaria, la educativa, reflexiva y comprometida con las masas. Además, la misma tiene que estar al servicio y función de los otros y no solamente de intereses comerciales.

Con la comunicación popular se da una interacción social que se opone al dialogo vertical, autoritario y está comprometida con proyectos de transformaciones sociales.

Teniendo en cuenta las premisas de la Comunicación Popular, elegimos organizaciones de base comunitaria, y armamos un taller, en donde pretendimos que la comunicación sea horizontal, que genere cambios dentro de las estructuras institucionales, y en sus entornos sociales, y que los participantes se transformen en productores de contenido.



El taller es una actividad de formación que los comunicadores populares deben llevar a cabo, y tiene que estar vinculada a algún tipo de actividad social, en donde deseen adquirir nuevos conocimientos y habilidades que les ayuden a mejorar su trabajo, tomando como eje a la comunicación para fortalecer las asociaciones. (Delgado Martínez- Pinillo y Ruiz Blanco, disponible en http://www.robertexto.com/archivo14/comu_popu.htm)

Metodología de Trabajo

Para este proyecto determinamos trabajar con 5 (cinco) organizaciones comunitarias: AJURPE, un Centro de Jubilados de la Provincia del Chubut; La Cooperativa de Maricultores de Caleta Córdova, un barrio ubicado a 18 km de la ciudad; la Asociación de Prevención y Asistencia en Cáncer - representante de LALCEC-; “Caminemos Juntos”, una Asociación Civil de prevención y asistencia a familiares de adictos; y la Asociación de Rescate Histórico de un barrio fundador en la ciudad, conocido popularmente como el Km5.

Para la selección de las organizaciones participantes del proyecto determinamos dos niveles de análisis, el primero estaba centrado en los siguientes criterios de selección:

Interés de la organización: la predisposición que la ONG tuviera respecto de la actualización de su sitio, el interés por producir contenido y la proactividad para el desarrollo de su comunicación institucional web.

Interés de la comunidad: la cantidad de personas a las que estas organizaciones pudieran afectar o interesar, es decir el apoyo y acompañamiento de la comunidad en sus actividades, la identificación y la valoración social que los ciudadanos de Comodoro Rivadavia le otorgan a estas instituciones.

Empatía: tiene que ver con que nos sintiéramos cómodos con las organizaciones seleccionadas, y que no tuviéramos diferencias con ellas, puesto que este es un trabajo voluntario.

Visibilidad de la ONG: presencia en los medios locales para ver la representación de la organización en la comunidad local.



Seriedad de su estructura organizacional: Nos planteamos que las organizaciones elegidas debían estar conformadas por una comisión directiva, personería jurídica, y no ser unipersonales, tener actividad constante, y presentar proyección en sus actividades.

En un segundo nivel, la selección responde al cumplimiento de requisitos tales como competencias informáticas, heterogeneidad (Variedad Temática) y predisposición para el mantenimiento de los sitios.

La competencia informática tiene que ver con el manejo de computación e internet de los miembros de las organizaciones. En cuanto al criterio de heterogeneidad, estas organizaciones presentan una variedad temática en relación a lo que se dedican; así nosotros creamos un servicio que sea adaptable a cualquier otra ONG. La predisposición para el mantenimiento de los sitios era un criterio fundamental y excluyente, debido a que para trabajar con la web 2.0 hay que estar decidido a producir y reinventar todo el tiempo.

Posteriormente, trabajamos en la Etapa de Diagnóstico para vislumbrar las necesidades particulares de cada organización, que nos aporte al desarrollo de los sitios.

Realizamos entrevistas orientadas con un protocolo de análisis que nos permitió conocer en cada ONG, la comunicación interna y externa, su intervención en la comunidad y la conexión con otras instituciones. Además, en esa instancia solicitamos los datos necesarios para registrar los sitios en NIC.ar (Network Information Center Argentina).

El análisis de las entrevistas, junto con el material institucional que nos brindaron, nos permitió escribir una breve reseña de cada organización, las socializamos y solicitamos que las corrigieran si no representaban la identidad organizacional, y les solicitamos material multimedial que quisieran subirlo a la web.

Este ejercicio fue útil para que las organizaciones pensarán el uso de sus sitios. Por Ejemplo, a la Cooperativa se le ocurrió mostrar recetas y dar consejos de cómo seleccionar mariscos; Prevención y Asistencia en Cáncer pensó en la realización de entrevistas a personas que se recuperaron de cáncer y quisieran dar testimonio, Caminemos Juntos propuso subir unos artículos que elaboran para un diario local; y Detrás del Puente sugirió subir fotos históricas del barrio km5.



El diagnóstico sirvió para delimitar cómo íbamos a trabajar con estas organizaciones sociales, en el sentido de plantear la metodología de trabajo de la capacitación, ya que la cultura organizacional de cada una era muy distinta. Y determinamos qué tipos de herramientas informáticas y comunicativas podíamos recomendar en base a las actividades que las organizaciones realizan.

En primera instancia seleccionamos las plantillas de wordpress y las personalizamos acorde al diagnóstico recabado de cada organización.

Por ejemplo con la Cooperativa de Maricultores optamos por trabajar lo visual, en especial las ferias de productos y platos que realizan. Con ellos trabajamos las imágenes y los videos que dan cuenta de cómo obtienen sus recursos, cómo los elaboran, etc.

AJURPE tiene como público objetivo los afiliados, por lo que utilizamos la página como una galería de los servicios que la organización ofrece, además de información útil para los jubilados, como autoridades, horarios de atención y teléfonos útiles.

Con Prevención y Asistencia en Cáncer tuvimos en cuenta ciertas secciones que favorecerían la difusión de las campañas de prevención, que fueron solicitadas desde la organización y buscamos una plantilla acorde a esto. La organización propuso que su página tuviera una sección de páginas de interés en donde estén vinculadas otras instituciones del mundo que traten el mismo tema.

Caminemos Juntos tiene grupos terapéuticos cerrados pero también trabaja en la prevención de las adicciones con una columna de opinión en una radio comodorense, publica editoriales en un diario local y realiza charlas educativas en las escuelas. Por esto, buscamos un sitio que sirviera de soporte para todos esos formatos. Además, esta organización tiene una página en facebook, la idea es vincular las páginas. Detrás del Puente cuenta con una amplia biblioteca fotográfica, además realiza charlas educativas de concientización sobre el patrimonio histórico del barrio km5. Por esto consideramos que deberían tener una página con galerías y que les permita colgar videos realizados con fotos de forma sencilla para ellos.



Con el propósito de que las organizaciones pudieran administrar sus sitios, implementamos una capacitación que constó de dos encuentros. Las clases fueron del tipo aula - taller, con una dinámica interactiva de tipo teórico práctico.

En el primer encuentro vimos cómo crear un sitio web, wordpress como sistema de CMS, y cómo configurar, publicar y personalizar en wordpress; y en el segundo, trabajamos sistemas de republicación, y herramientas de gestión de la comunicación y posicionamiento online. Posteriormente realizamos dos clases de consulta.

Aproximaciones Teóricas

La Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología. Se trata de aplicaciones que generen colaboración. Significa una nueva reconfiguración en la disposición de recursos, interacción entre usuarios y la conformación de redes sociales. (Romaní y Kuklinski, 2007, pp 49).

El reconocimiento de la importancia de Internet y de las tecnologías de información y comunicación, en prácticamente todos los ámbitos de la vida, implica transformaciones sociales y culturales. Como algunos autores señalan la complejización de los contenidos provoca un mayor compromiso cognitivo de las audiencias y redefine su rol. Internet no provocó a disolución de las jerarquías entre productores y consumidores, pero es evidente que las tecnologías digitales introducen un nuevo tipo de actividad y producción de las audiencias, ilustrado en la figura del “prosumidor”.

Este trabajo incluye entre sus objetivos y líneas de trabajo la socialización de los conocimientos que hacen a un uso democrático de las tecnologías, y es por ello que impulsa una línea de capacitación donde se combina la reflexión sobre las TICs con el “empoderamiento” en su utilización. Con este trabajo pretendemos aprovechar el potencial de producción de las ONGs y direccionarlas, a partir de nuestros conocimientos sobre la comunicación, y reconocerlas como prosumidores.

Las organizaciones no gubernamental como entidades de la sociedad civil organizada no tratan de reemplazar las acciones del Estado sino cubrir y ayudar en aquellas áreas en las que no existen políticas sociales, o bien cuando estas políticas resultan



insatisfactorias.

Son organizaciones que tienen pocos recursos para invertir en publicidad y difusión, y que generalmente están subvencionados o reciben donaciones (Acuña y Vacheri, 2007). Trabajamos con organizaciones de base comunitaria como una forma de democratizar el acceso a las nuevas tecnologías de la comunicación. La web 2.0 genera un nuevo tipo de comunicación alternativa, y estas son las instituciones más indicadas para sacarle provecho, debido a que esta tecnología no implica gran inversión, ni cantidad de recurso.

Este proyecto de práctica final de la carrera plantea una intervención comunicacional en las organizaciones, en el que nos propusimos enseñarles a utilizar las herramientas de la web 2.0 para que ellas se convirtieran en productores de información. Esta propuesta nos pareció más interesante, que brindar un servicio en el que las organizaciones fueran organismos pasivos, y nosotros hiciéramos todo el trabajo.

La otra comunicación se caracteriza por la búsqueda de vías alternativas de comunicación. A menudo se la llama de distintas formas: “comunicación participativa”, “comunicación alternativa”, “comunicación horizontal”. Todas estas formas intentan delinear experiencias particulares que parten de un uso de los medios, o una forma de producir mensajes.

La comunicación alternativa es un proceso que se caracteriza por tres momentos. El primero es la toma de conciencia de la estructura del aparato mediático (en términos de propiedad, control y contenido). La segunda es el reconocimiento de las limitaciones de una posible incidencia en la toma en los niveles de toma de decisiones. Y el tercer momento se caracteriza por “una tendencia totalizadora y globalizadora del proceso comunicacional y por el hecho de que las consecuencias que pueden derivarse para la política de la comunicación de la práctica implican el análisis e interpretación dentro del contexto social en el cual dicha comunicación se produce” (Graziano, 1980, pp. 3)

En el transcurso de la práctica nos surgieron interrogantes como: ¿Es posible que estas organizaciones comunitarias utilicen Internet como un medio alternativo de



comunicación? y ¿Cómo influye la cultura organizacional de las ONGs en la comunicación institucional, a través de las nuevas tecnologías e Internet?

Si bien no hemos elaborado conclusiones al respecto, en una serie de oportunidades reflexionamos sobre esto, y llegamos a entender que en la ciudad, a través del programa municipal Conectándonos Al Futuro, que implica entregar netbooks en las escuelas, mejorar la conexión de los establecimientos educativos y capacitar a los docentes; así como una serie de avances tecnológicos y económicos como la mayor implementación de las redes wifi y el acceso a equipos portátiles, además del uso del celular como otro dispositivo de conexión a internet, han incrementado el interés por el “estar en internet” de las ONGs.

En este mismo sentido el programa de la Secretaria de Desarrollo Humano de la Municipalidad puso en funcionamiento un proyecto llamado Comodoro En Red que trabaja con Organizaciones de la Sociedad Civil y las capacita para que puedan tener competencias informáticas. Las distintas organizaciones con las que trabajamos concurren a una serie de capacitaciones sobre formas de comunicación vía web que funcionaron como antecedente a este proyecto. En relación con esto último, realizamos una práctica de intervención comunicacional que nos permite aportar estrategias a las organizaciones de la sociedad civil en el campo institucional, a través de una capacitación a los miembros de las ONGs.

Cada organización presentó particularidad, que en ocasiones se convirtieron en obstáculos y oportunidades. Desde las organizaciones más pequeñas, con pocos miembros lo cual representaban la oportunidad de trabajar directamente con los miembros encargados de manejar la organización, pero a su vez se convertía en una dificultad cuando solicitábamos alguna tarea que implicará un esfuerzo extra por parte de la organización como buscar material, escribir un texto de presentación o pensar en secciones. Hasta las más grandes, en las que debíamos tener un trato con sólo algunos de los miembros porque el resto no era tan activo dentro del grupo, por lo que cada decisión que le consultábamos debían trasladarlas a los miembros más periféricos y luego darnos una respuesta.



Sin embargo, todas estas organizaciones tenían en común la voluntad de trabajar en conjunto por un objetivo que compartían, y muchas veces ese trabajar en conjunto implicaba sacrificar muchas otras cosas, pero los resultados los llenaban de satisfacción. Asimismo, debimos adaptarnos a los ritmos de cada organización y a las formas en las que ellas mismas se comunicaban, y cómo distribuían las responsabilidades. La mayoría de las veces trabajamos con los líderes, para evitar ambigüedades.

Conclusiones

Hasta este momento, podemos señalar que con la práctica profesional hemos podido observar que es posible elaborar una estrategia de comunicación institucional a partir de herramientas y aplicaciones libres y gratuitas de Internet, y que las organizaciones adoptan estas tecnologías, que les son útiles para desarrollar sus actividades, en la medida que las conocen, para posteriormente apropiarse de ellas. La complejidad de la web ha llevado a que las audiencias tomen un papel activo en la producción de contenido, y nosotros generamos un espacio para que estas organizaciones pudieran convertirse en “prosumidores”, a la vez que las instamos a interactuar con otras con las que no había tenido relación.

Con este trabajo también logramos reivindicar la comunicación popular al intervenir en la comunicación institucional de organizaciones sociales. Consideramos que este proyecto representa un aporte en consonancia con la web 2.0 al compartir el conocimiento. Desde un primer momento pretendimos compartir lo que habíamos descubierto y que pueden aprovechar las organizaciones de la sociedad civil organizada. Respecto de la capacitación podemos decir que existía la posibilidad de haber optado por un foro, un manual de usuario y una serie de formas pedagógicas y comunicativas para desarrollarla, pero optamos por una capacitación aula taller porque nos permitía interactuar con las personas que conforman estas organizaciones, y avanzar en el contenido según sus necesidades.

Una buena iniciativa se generó a partir del proyecto, con el apoyo institucional del Municipio de Comodoro Rivadavia y de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales y de la Universidad nacional de la Patagonia, Se firmó un acta acuerdo entre la



Facultad y la Agencia Comodoro Conocimiento de la Municipalidad, impulsada desde el Grupo de Trabajo sobre Internet, tecnología y cultura y es posible que este proyecto se replique al resto de las organizaciones sociales que hay en nuestra ciudad. El acuerdo pone en marcha el Programa "Comodoro Comunitario 2.0" que tiene el objetivo de "favorecer el acceso al uso activo de Internet y los recursos informáticos aplicados en las organizaciones comunitarias de Comodoro Rivadavia". La fase piloto del programa estaría constituida por esta práctica final.

Para finalizar, la presencia on line de estas ONGs genera múltiples oportunidades como la posibilidad de captar voluntarios, promover en un medio nuevo sus actividades, trascender más allá de la ciudad y la región con su actividad, poner en contacto a personas lejanas y vinculadas con sus temáticas, entre otras.

BIBLIOGRAFÍA

ROMANÍ, Cobo Cristobal y KUKLINSKI, Pardo Hugo. Planeta web 2.0. Inteligencia Colectiva o Medios Fast Food, Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic.Flacso México. Barcelona / México DF.

ACUÑA y VACHERI. La incidencia política de la sociedad civil, Siglo XXI. 2007.

DE UGARTE, David. El poder de las redes.

GRAZIANO, Margarita. Para una definición alternativa de la comunicación. Revista Ininco, Universidad Central de Venezuela. Tercer Trimestre 1980.