

La funcionalidad de las redes sociales: El impulso que puede generar en la OSP FITS

Ensayo

Presentado por:

Milson Enrique Correa Zurita

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

UDR Barranquilla, diciembre 2020

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras Clave.....	3
La funcionalidad de las redes sociales: El impulso que puede generar en la OSP FITS.....	4
Conclusiones.....	11
Referencias.....	13

Resumen

El propósito del presente ensayo es plantear una reflexión crítica acerca del posicionamiento y el uso de las redes sociales, en perspectiva de comunicación para la OSP Fundación Integral de Trabajo y Servicios FITS; se abordará el concepto de red social y sus implicaciones en la actualidad, la comunicación en relación a la integración con la ciudadanía en un contexto de red social y por último la fuerte influencia propiciada por el posicionamiento del internet y la tecnología. Evidenciando cómo las nociones de comunidad y sociedad se integran con la conceptualización de red social y sus posibles implicaciones, tanto en el contexto general como en la afectación directa a la OSP; planteando como estrategia uso de las redes sociales para que la fundación potencie el cumplimiento de sus objetivos.

Palabras clave: Redes sociales, comunidad, tecnología, contexto actual, interacción.

La funcionalidad de las redes sociales: El impulso que puede generar en la OSP FITS

El presente ensayo se realiza como opción de grado del diplomado en Construcción de Redes sociales en Comunicación propuesto por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, con el objetivo de analizar la manera en la que PSO FTIS utilizan la tecnología, exclusivamente las redes sociales para hacerse visibles, que contribuyan potenciar el quehacer de la fundación. El estudio está centrado en la categoría de redes sociales como un instrumento para crear conciencia de las problemáticas sociales y como un medio a través del cual se puede aportar a las mismas.

La Fundación FITS , tiene como misión promover, facilitar, impulsar y ejecutar proyectos sociales, de vivienda, saneamiento básico, servicios públicos, científicos y tecnológicos y la recreación, a través de la gestión de recursos del orden nacional e internacional, disponiendo para ello con un talento humano, técnico, interdisciplinario, comprometido con el fin de ayudar a mejorar las condiciones y calidad de vida de la población más vulnerable de nuestro país, cuya visión es proyectarse en el país como una administradora de recursos, gestora de proyectos, que promueve y ejecuta programas de inversión social de calidad que contribuyan al desarrollo integral de la población colombiana; su equipo de trabajo se compone de ocho personas de planta, junto con personal externo capacitado.

La fundación FITS, es una de las más importantes de la región de Córdoba, para realizar el acercamiento a dicha fundación, se contó con la disposición del representante legal Iginio Simón Fabra Yanez, por medio del cual se pudo concretar un acercamiento con la fundación para llevar a cabo el trabajo de investigación comunicativa.

Inicialmente, se realizan dos entrevistas con el señor Simón Fabra, por medio de las cuales se comprende la importancia que tiene la fundación en la región en temas de impacto

social, por lo cual se considera es ésta una oportunidad para implementar de manera efectiva los conocimientos obtenidos en el diplomado en comunicación, con el fin de participar en la proyección social que tiene la fundación de manera profesional.

En lo referente al aspecto comunicativo, lo que más llama la atención es que la organización tiene mucho potencial y un impacto significativo en el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de la región, sin embargo, su posicionamiento comunicativo puede ser mejorado significativamente con la realización de ciertos ajustes.

Actualmente las dinámicas comunicativas tanto externas como internas, que tiene la fundación FITS con la comunidad se da principalmente mediante el gestionamiento de bases de datos de la comunidad, el contacto directo y por redes sociales. Respecto a las fortalezas de la fundación FITS en el aspecto comunicativo se basan principalmente en la cercanía que tiene la fundación con la comunidad de Tierralta y la región de Córdoba; puesto que, gracias a los proyectos realizados y los beneficios brindados a la comunidad, hay una buena percepción e interacción de las personas con la organización y la principal debilidad en las comunicaciones se ubica específicamente en las redes sociales; principalmente por el escaso posicionamiento de estas, además de los pocos contenidos que existen colgados en dichas páginas.

La anterior información se recopiló por medio de entrevistas a los miembros de la OSP, el diario de campo y haciendo observación participante durante sus actividades como fue la caminata ecológica y siembra de árboles en la vereda Puertas Negras de Tierralta Córdoba.

A partir de lo evidenciado, el objetivo de la presente investigación es desarrollar una estrategia de posicionamiento de comunicación para la fundación FITS en la red social Facebook, con el fin de mejorar su posicionamiento actual y aumentar su influencia en redes, a partir de la elaboración de un diagnóstico del estado actual de las redes de la fundación, y desde allí modelar

un proceso de posicionamiento en Facebook y al mismo tiempo plantear los ajustes necesarios para el posicionamiento de la fundación en redes sociales; en este caso, Facebook.

Entre los hallazgos se encuentra que el trabajo de la fundación FITS, es de gran impacto social en la región de Tierralta, Córdoba, las personas que conforman el equipo de trabajo de la fundación FITS, son personas altamente capacitadas, competentes para desempeñar las actividades sociales y empresariales que lleva a cabo la organización. Las redes sociales de la fundación presentan algunos problemas de posicionamiento, lo que quita visibilidad comunicativa a la organización, sus contenidos en algunos casos no son pertinentes con la actividad propia de la fundación y la información sobre los proyectos realizados en la comunidad en las redes sociales de la fundación es mínima; por lo tanto en este sentido, es importante que la Fundación FITS, se haga visible en las diferentes redes sociales, aprovechando la era de la tecnología logrando así facilitar recursos físicos y económicos para la sustentación de la labor social que se hace en su interior.

La presente propuesta tiene como objetivo implementar las redes sociales en la OSP FITS, específicamente en la creación de una página en facebook, tipo corporativo para las respectivas difusiones hechas y por hacer de la fundación FITS funciona como una organización promotora del desarrollo y apoyo social, que trabaja de la mano con muchas comunidades del departamento de Córdoba, principalmente en el municipio de Tierralta; su labor es muy importante en el contexto actual.

En resumen, si bien el concepto de red social no se limita a la percepción actual asociada a la virtualidad, es de vital importancia para el estudio y la comprensión tanto de la sociedad en la que surgió el concepto, como en la actualidad. Dicho esto, el concepto hace referencia a las relaciones de las personas al interior de la sociedad, puesto que el ser humano tiende a formar grupos para satisfacer sus necesidades de identidad, pertenencia y búsqueda del bienestar común.

Ahora bien, en cuanto al posicionamiento actual en el campo virtual de la OSP FITS, si bien tiene presencia, el posicionamiento actual no es el mejor. Por un lado, la página de internet de la fundación a la fecha de redacción de este escrito, está deshabilitada. Por el otro, las páginas de redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram tienen un posicionamiento muy bajo, lo que implica que su impacto en el campo de la virtualidad es bajo.

Por este motivo, es importante entender la importancia de las redes sociales y su función en el aspecto comunicativo relacionado a su participación en la comunidad a la que pertenece, para apropiarse de los conocimientos necesarios para la correcta utilización de las herramientas digitales. De esta manera, mediante el correcto uso de la dimensión comunicativa se puede potenciar el efecto y la influencia que tiene la OSP en la sociedad.

Siendo así, es necesario llevar a cabo un buen estudio de acercamiento y adaptación de las estrategias comunicativas que vayan a ser utilizadas para el logro efectivo de los propósitos y los planteamientos que se buscan con la estrategia. Según Gallego (2011):

Naturalmente, el individuo se encuentra ligado a la humanidad es algo indiscutible, además de ser una de las características principales del ser humano, ya que no podemos vivir en aislamiento, necesitamos de los demás para cimentarnos y completarnos. Gracias a esta unión o vinculación en colectivos, grupos o redes hemos sobrevivido a lo largo del tiempo superando todo tipo de advenimientos, desde catástrofes naturales, hasta las guerras más duras. (p.114)

Así las cosas, dado el historial de trabajo que tiene la fundación FITS con la comunidad, junto con su larga trayectoria y posicionamiento en la comunidad de Tierralta, la OSP tiene el potencial suficiente para posicionarse de manera efectiva en las redes sociales. Con una planeación estratégica adecuada en perspectiva de red social, la fundación podría aumentar tanto

su campo de influencia, como su participación directa en la comunidad, lo cual puede aumentar la capacidad de acción y el poder de construcción social de la misma.

En efecto, muchas fundaciones dependen de las donaciones para obtener los recursos necesarios para poder tener los elementos necesarios para desarrollar su gestión. Por lo tanto, dependen mucho de la socialización de sus proyectos y la presentación de resultados de gestión para poder impactar de manera tal que genere donaciones. Así pues, mediante el posicionamiento en redes sociales, se facilitaría significativamente la capacidad de socialización de la fundación.

De esta manera, mediante la apropiación epistemológica de la conceptualización de las redes sociales y su aplicación en el contexto digital de la actualidad, el enfoque que se le podría dar al posicionamiento en redes podría aumentar las posibilidades y la capacidad de acción de la fundación. Sin embargo, también requiere una fuerte inversión en capacitación propia para el personal que trabaja en la fundación; puesto que, es necesario el desarrollo de contenido propio del trabajo de la fundación, así como la creación de iniciativas y campañas que den a conocer el trabajo que realiza la OSP.

Un buen posicionamiento en redes puede abrir la puerta a nuevas fuentes de recursos que pueden provocar el crecimiento y desarrollo de la fundación, así como su impacto social, es importante recalcar que la inversión económica que se tiene que hacer en Facebook es relativamente pequeña frente a los beneficios que ofrece, la única inversión alta es en la creación de contenidos; puesto que los contenidos actuales no son suficientemente claros ni llamativos en relación con la actividad de la fundación.

La adecuada utilización de las mismas representa un aumento de cuestiones como la calidad de vida de los beneficiarios de los actos de la fundación, ya que como lo manifiesta Ávila Toscano (2012):

La calidad de vida se identificará en este sentido acorde a la satisfacción y la felicidad sentida por los individuos frente a las diferentes dimensiones de su vida; tales niveles de satisfacción o su contrario, pueden estar relacionados con las dinámicas sociales en que se entreteje el desarrollo humano, facilitando la red como un canal de generación de experiencias”. (p.55)

Otro de los puntos a considerar que el fortalecimiento de las redes sociales de la fundación es que las personas tendrán más posibilidad de conocer y asistir a los eventos que realiza la PSO, para tener los recursos económicos y poder continuar ayudando a la población vulnerable que acude a la Fundación, con la esperanza de obtener calidad de vida.

Al mismo tiempo, la inclusión de la sociedad civil mediante la apertura de un espacio visible en donde pueden participar de forma activa, genera otra problemática. La multiplicidad de voces hace que las ideas se vuelvan confusas gracias a voces que no necesariamente buscan o tienen la intención de contribuir al bien común que es uno de los pilares de la comunicación social. En ese sentido, quienes participan en las redes sociales, así como las organizaciones que pretenden participar en este campo comunicativo, deben tener filtros suficientemente claros con el fin de tomar los contenidos relevantes y no prestar atención a los contenidos que son intrascendentes o irrelevantes (CIMAS, 2010).

De esta manera, cuando se habla del campo de la comunicación en la sociedad actual, se necesita prestar atención al fenómeno de las redes sociales como forma de participación y agenciamiento activo de la sociedad civil, que ha roto mucha de las barreras que se tenían concebidas desde perspectivas estructuralistas; lo que ha multiplicado significativamente la complejidad de las interacciones sociales, dado el contexto digital y el acceso a innumerables contenidos que volcán la psique y la identidad de las personas hacia los espacios cibernéticos.

Por estos motivos, el estudio en el campo de la comunicación frente a las redes sociales es fundamental para entender tanto el posicionamiento propio como el lugar y el funcionamiento de la sociedad en términos de la virtualidad. Así pues, mediante un fuerte análisis y apropiamiento del contexto de las redes sociales, entidades como la fundación FITS puede dinamizar su capacidad de acción, aumentando su impacto en las comunidades gracias a una participación agenciada en las redes sociales, que le permita manejar el flujo de interacciones junto con el procesamiento de información de manera efectiva, facilitando así su labor como organización social.

Así las organizaciones como la fundación FITS, al trabajar en su campo comunicativo dentro de las redes sociales, tienen la capacidad de agenciarse como ente influyente dentro de la virtualidad. No obstante, es necesario establecer filtros adecuados de información e interacción, ya que, si bien las redes sociales hacen visible la voz de la mayoría de las personas que decidan participar en ésta, no todas las voces tienen elementos importantes para la construcción de ciudadanía y el aporte social que es uno de los objetivos principales de la fundación. Dicho esto, el estudio de las dinámicas en redes sociales es de vital importancia como forma de participación y agenciamiento en el campo de la comunicación.

En efecto, muchas fundaciones dependen de las donaciones para obtener los recursos necesarios para poder tener los elementos necesarios para desarrollar su gestión. Por lo tanto, dependen mucho de la socialización de sus proyectos y la presentación de resultados de gestión para poder impactar de manera tal que genere donaciones. Así pues, mediante el posicionamiento en redes sociales, se facilitaría significativamente la capacidad de socialización de la fundación.

De esta manera, mediante la apropiación epistemológica de la conceptualización de las redes sociales y su aplicación en el contexto digital de la actualidad, el enfoque que se le podría dar al posicionamiento en redes podría aumentar las posibilidades y la capacidad de acción de la

fundación. Sin embargo, también requiere una fuerte inversión en capacitación propia para el personal que trabaja en la fundación. Puesto que, es necesario el desarrollo de contenido propio del trabajo de la fundación, así como la creación de iniciativas y campañas que den a conocer el trabajo que realiza la OSP.

Finalmente, es importante mencionar que las redes sociales son cambiantes y se adaptan a las necesidades del contexto, situación que no se presenta con otros medios de comunicación como la radio y la televisión, los cuales necesitan de un mayor esfuerzo para llevar a cabo una modificación. Siendo así, este es un plus que podrá lograr garantizar la permanencia de la fundación en la esfera pública, para Nogales Bocio, (s.f.) “Actualmente, el sitio web tradicional ha ido evolucionando hacia otros formatos debido al acceso generalizado de los usuarios y al desarrollo tecnológico. Este fenómeno aumenta notablemente la participación” (p. 3) y en este sentido, garantizan la supervivencia de los recursos obtenidos por la fundación a partir del medio tecnológico.

Conclusiones

Los argumentos anteriores permiten demostrar que las prácticas sociales organizadas (PSO) utilizan las redes sociales para actualizarse y hacerse visibles, posibilitando la obtención de recursos económicos y de talento humano que contribuyan a su desarrollo. Lo anterior, debido a que posibilitan la trasmisión de ideas, la potenciación de recursos, la captación de un nuevo público objetivo que contribuye al bienestar organizativo y de las personas beneficiadas por la organización y una actualización constante de la oferta de servicios que debe ser incluida en la práctica organizativa.

En síntesis, la fundación FITS actualmente tiene una participación baja en el campo de las redes sociales, lo cual disminuye el impacto que potencialmente es capaz de desarrollar. Así las

cosas, la aplicación del constructo teórico de las redes sociales, como la aplicación en el campo digital en los gestores de red social posicionados de la actualidad; puede aumentar la participación y la capacidad de acción de la fundación en términos de la consecución de recursos tanto económicos como en especie, para llevar a cabo los proyectos de función social.

No obstante, el potencial de la OSP radica en sus años de trayectoria y la experiencia que posee en la integración y construcción de la comunidad en Tierralta. Con estos elementos junto a la adecuada inversión en capacitación propia, sumando creación de contenido y promoción de campañas, podría posicionarse de manera efectiva en las redes sociales como Facebook sin necesidad de inversiones muy altas de dinero. Ya que las modificaciones que se tienen que hacer en las respectivas páginas sociales no requieren mucha inversión de dinero, como se demuestra en el informe presentado a la OSP.

Por último, después de toda la conceptualización del concepto de las redes sociales y su contextualización actual, es posible concluir que la OSP FITS debe incursionar en el campo de las redes sociales capacitándose de manera efectiva si quiere aumentar su participación e influencia en la comunidad. Puesto que, en caso de ignorar este campo que cada vez cobra más relevancia en la sociedad, difícilmente logrará crecer o aumentar su impacto actual, lo que pone en peligro la proyección futura de la fundación.

Referencias

- Ávila Toscano, J. H. (2012). Redes sociales y análisis de redes aplicaciones en el contexto comunitario y virtual. *Psicus (Psicología, cultura y sociedad)*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=511130>
- CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, (2010), Manual de Metodologías participativas. Recuperado de <https://bit.ly/35WbyMK>
- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. *BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, (12),113-121.[fecha de Consulta 25 de Enero de 2021]. ISSN: 1575-0825. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3221/322127622007>
- Nogales, Bocio., A. (s.f).Un paso más en los medios comunicación: el caso del programa Twisión de Veo7. Libro *Nuevos Medios, Nueva Comunicación*, 1-10. Recuperado <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/32646/093.pdf?sequence=1&isAllowed=y>