

**Fortalecimiento integral de la estrategia comunicativa de la red social interna,
externa y digital de la Fundación Red de Árboles**

Realizado por:

Ángela Flórez Galvis

Tutora:

María Del Pilar Cortés

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 José Acevedo y Gómez, julio de 2021

Tabla de Contenido

Resumen	3
Palabras Clave	3
Fortalecimiento integral de la estrategia comunicativa de la red social interna, externa y digital de la Fundación Red de Árboles	4
Conclusiones	11
Referencias	14

Resumen

La Fundación Red de Árboles, organización sin ánimo de lucro, con un objetivo social claro de frente a la protección y preservación del medio ambiente a partir de actividades de siembra, se escoge como el objeto de estudio del trabajo de Investigación de Acción Participativa (IAP) dentro del Diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación, opción de trabajo de grado del programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Desde allí, se presenta la oportunidad de reconocer los procesos sociales comunicativos que se generan en ésta y cómo a partir de ellos se propone una estrategia enfocada en el fortalecimiento de las redes sociales que se construyen en el día a día estableciendo dinámicas en las relaciones que allí se desenvuelven, y presentando diferentes espacios en los que sea posible una comunicación horizontal entre cada uno de los actores participantes encaminada a cumplir el objetivo socio-ambiental de la fundación.

Palabras Clave: Red Social, Comunicación Horizontal, Comunicación Participativa, Comunidad.

Fortalecimiento integral de la estrategia comunicativa de la red social interna, externa y digital de la Fundación Red de Árboles

Hoy en día podemos reconocer la importancia de la dinámica de las relaciones sociales que se entretajan entre unos y otros, la influencia ejercida frente a patrones de comportamiento o líneas de pensamiento, y la natural interacción del ser humano por generar vínculos tejidos por un sentido de afecto, de interés común o de pertenencia. Dentro de esta continua búsqueda, que propende la construcción de identidad individual y colectiva se presenta este ensayo, como resultado del diplomado de profundización Construcción de Redes Sociales de Comunicación, buscando contribuir en el terreno académico desde la opción de grado del programa de Comunicación Social, presentando los hallazgos y la estrategia de comunicación propuesta al proyecto de investigación de acción participativa en la Fundación Red de Árboles donde es posible visualizar, desde los preceptos académicos y la socio praxis, los caminos por los cuales existe la factibilidad de llegar a vivir una comunicación que fortalezca la red social de la práctica social organizada.

A raíz de ello, la tesis que encierra el estudio y análisis de investigación realizado expone que la estrategia comunicativa dentro de las redes sociales de toda organización debe llevarse a cabo esencialmente agrupando la totalidad de los ámbitos de acción e interrelación de cualesquiera sean los actores que allí confluyen para asegurar el éxito de una comunicación horizontal, participativa y diversa.

El objeto de estudio de la investigación encierra el ejercicio que la Fundación Red de Árboles, organización sin ánimo de lucro fundada en el año 2015, presenta como una opción clara tanto a individuos como a instituciones de apoyar la conservación de nuestros ecosistemas y de construir una comunidad social con un mensaje abiertamente ecológico y un objetivo integral en la búsqueda de la transformación social a través del bienestar ambiental realizando actividades de siembra de árboles silvestres a lo largo del territorio nacional. Éstas

se desarrollan dentro de un entorno incluyente donde cada individuo comparte el interés y el deseo de transformación socio-ecológica (visión objetiva), y se inserta dentro de la red social como identidad independiente que brinda desde sí sus conocimientos y habilidades (visión subjetiva).

De esta manera, la fundación se establece dentro de una estructura clara como red social de construcción de sentidos y valores, y se postula como una organización con un modelo de comunicación para el cambio social que debe asegurar un manejo de comunicación horizontal, donde se genere un “...proceso de interacción social democrática que se base sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (Beltrán, 1979, p.17).

Por otro lado, la sociedad se traduce en grupos de individuos que se relacionan entre sí a partir de vínculos generados desde su propia identidad a la forma en cómo se muestran al mundo. Esto incluye tipos de relación, gustos, intereses, ambiciones, objetivos y la rutina del día a día. Los vínculos varían constantemente, pero la interacción del individuo no cesa y es esa interacción la que da lugar a las redes sociales generando un comportamiento colectivo y/o comunitario. En palabras de Gallego (2011):

...de manera innata el individuo tiende a agruparse, independientemente de la forma que pueda llegar a adquirir la agrupación. Siempre existe un fin común a los miembros que pertenecen a dicho grupo, ya sea de carácter personal o impersonal. Los seres humanos tienen la necesidad vital de pertenecer a..., identificarse con... y tener un referente para autoevaluarse. (p.115).

Bajo este esquema, se advierte la creación de red social a partir de la inherente necesidad del ser humano por congregarse bajo un punto de acuerdo general que le permita

encontrar un sentido comunitario y que, a su vez, le permitirá servir como medio de referencia autocrítica en la construcción de su persona.

El alcance de la organización permite acceder a todo tipo de audiencias dentro de la labor de sus funciones, y en cada uno de sus procesos es evidente la constante interacción de quienes participan directa e indirectamente en ella. Es así, que se vive un ciclo continuo que genera una exposición a encuentros de integración y asociación de diferentes actores sociales que, a partir de puntos en común y trabajando sobre sus diferencias, programan y planifican su participación y vinculación a la red social que allí se determine. Son estos espacios de vital importancia porque allí se funda el núcleo sistémico de la organización y es de la solidez de estas relaciones que dependerá el éxito de la ejecución de los proyectos programados.

Dentro del trabajo de investigación práctica fue posible evidenciar el proceso de construcción de redes sociales desde varios planos de comunicación: un plano interno de la organización que habla desde un estado reflexivo y hacia sí misma, un plano externo entendiéndolo como el punto de relación de la organización con su entorno social, y un plano masivo expuesto en la participación en las plataformas digitales. Por un lado, el eje de comunicación interna abarca a todos los colaboradores de la organización; el eje de comunicación externa comprende a todos aquellos actores con los cuales es posible construir un lazo de reciprocidad basado en un principio de crecimiento y aprendizaje mutuo; y finalmente, el eje de las plataformas digitales donde se inscribe un universo alternativo de comunicación multidireccional, accesibilidad a la información y una oportunidad inmensa por generar interacciones, reacciones y diálogo asertivo. De allí, se procede a identificar la necesidad de fortalecer posibles escenarios de acción a través de una comunicación horizontal donde se busca que prime el diálogo y la participación entre todas las perspectivas expuestas que se comunican entre sí desde la visión integral de la organización. Aquí se esboza indudablemente la idea del texto de Cueto Gómez (2019) donde, "...la comunicación es una

fuerza, y como tal, tiene la capacidad de generar movimiento, de dinamizar procesos, de generar vínculos, de interconectar acciones y orientarlas hacia el logro de la transformación que necesita nuestra sociedad” (p.41). A través de la sincronicidad que se construya dentro de cada plano y su relación con los otros será posible generar un movimiento de cambio traducido en bienestar y acción participativa.

La manifestación de perseguir un objetivo colectivo es fiel muestra del deseo de todo individuo por ser parte de una idea en común donde se comparten los valores y principios que éste considera óptimos para actuar acorde a éstos bajo las instrucciones que le sean dadas o las acciones de liderazgo que surjan desde la interacción y flujo de relaciones dentro de la red social. Entre las diferentes agrupaciones que maneja la fundación, es indispensable prestar gran atención a la interrelación de cada uno de los individuos que allí participan y generar espacios de intercambio de opinión abierta que incentiven el fortalecimiento de los vínculos que allí se construyen con el fin de mantener la necesidad de pertenecer y contribuir a la valoración que se cree sobre el mismo entorno, para garantizar la transformación social y ambiental deseada. Siguiendo esta línea, Madariaga et al. (citados en Gallego, 2011) entienden la red social como, “...un sistema abierto a través de un intercambio dinámico entre sus integrantes y con integrantes de otros grupos... y que se enriquecen con las múltiples relaciones entre los diferentes miembros que la componen” (p.119). Únicamente se fortalecerán los diferentes planos comunicativos de la organización si se logra establecer una sinergia entre ellos reconociendo la importancia de cada uno de sus integrantes y la cadena de valor que su participación brinda a la suma total de sus partes.

El éxito de una red social radica en la conexión entre sus participantes a través del ejercicio de una comunicación horizontal cuyos principios se rigen por tres pilares que se relacionan entre sí procurando efectividad en todo proceso social: acceso, diálogo y participación. A través de estos es posible discernir los retos o desafíos que se pueden

presentar en las comunidades a nivel comunicativo cuando no existe una completa integración de los participantes y se dibujan esquemas jerárquicos que previenen la libre expresión y construcción de conocimiento colectivo. Sobre este punto, los hallazgos de la investigación presentaron la necesidad de fortalecer los espacios de diálogo en todo ámbito (interno, externo y digital), mejorando el acceso de la información a través de la introducción de nuevas herramientas de difusión y asegurando a través de éstas aumentar la participación de nuevos colaboradores y motivar a antiguos participantes a ser parte más activa de la organización.

Desde una mirada humanista, podemos entender la importancia de entender la red social como el punto de encuentro de los sujetos para expresar su individualidad dentro de un escenario seguro en el que confluyen modelos de pensamiento, imaginarios sociales y diversidad de opiniones que definen la construcción de comunidad y sociedad. Para Montero (citada en Gallego, 2011)

...la red es una forma de organización social en la cual se produce el intercambio continuo de ideas, servicios, objetos, modos de hacer. La red es sobre todo una estructura que permite difundir y detener, actuar y paralizar, en la cual las personas y la sociedad encuentran apoyo y refugio, además de recursos. (p.118).

Efectivamente, las redes sociales cumplen un papel vital dentro de lo que se podría considerar un aspecto intangible como lo es el determinar la estructura de la sociedad además de desempeñar un rol activo en el continuo movimiento que genera a partir de la interacción de sus integrantes y las tareas que a partir de ella se definen en el acuerdo mutuo de un bien común y en la búsqueda por cumplirlo. De acuerdo a lo anterior, la organización social práctica (OSP) objeto de estudio del trabajo de investigación realizado representa claramente el espacio sobre el cual se construye la sociedad y donde se ejecutan tareas que persiguen la conservación y preservación del medio ambiente, un objetivo que agrupa una diversidad de

actores y que intenta trabajar desde el aspecto social con el trabajo de comunidades, la educación ambiental, el fortalecimiento de un mensaje ecológico integrador y la generación de sentido en el colectivo.

Una estrategia de comunicación busca dinamizar los procesos sociales a partir de un plan de acción que permita la libre integración de los individuos reconociendo al otro como parte integral del ejercicio comunicativo. De la interacción allí creada se generará una reacción favorable o desfavorable que repercutirá en el mapa general de la red social. He ahí la necesidad de encaminar todos los esfuerzos comunicativos en identificar cuáles son los ámbitos de acción de la organización y las relaciones que de allí se desprenden para garantizar un diálogo constructivo, un espacio de expresión y crítica y la oportunidad de crecimiento a través de una comunicación incluyente y participativa. De acuerdo a Cueto Gómez (2019), desde la comunicación se debe "...apoyar la interacción entre los individuos de una sociedad para facilitar los procesos de cohesión social, y plantear formas de vida que tengan como principal objetivo el mejoramiento de los vínculos entre los individuos" (p.41). Entonces, se hace imprescindible desarrollar una estrategia comunicativa que permita robustecer las relaciones ya construidas y generar nuevas redes sociales que resulten de gran beneficio para la comunidad y que deberían estar alineadas al objetivo social de la organización.

Uno de los puntos más importantes por tratar como punto de mejora dentro de la estrategia de comunicación fue el de repensar y rediseñar la imagen de la organización en el universo de las plataformas digitales. Y la razón por la cuál este es un factor indispensable dentro del ámbito comunicacional de la red social es porque actualmente el epicentro de la difusión del mensaje, interacción continua con la audiencia y un mayor alcance de expansión se encuentra en las plataformas digitales. Y su importancia se genera no basado en un esquema comunicativo lineal sino en el poder que brindan a los usuarios de poder generar una conversación, un intercambio de opiniones, conocimientos y diversidad de información

(Noguera, 2011). Es necesario entender la comunicación como un acto participativo en el que se intercambia información y se construye conocimiento; y por medio de las plataformas digitales es posible crear espacios dónde esto sea posible y aún más, se afirme la red social de la organización a través de la directa interacción de quienes hacen parte de ella o de aquellos que desean integrarse. Son actividades que se desarrollen alrededor de diferentes formatos de convocatoria las que promueven la generación de un vínculo que permita al individuo conectar con la red social o seguir siendo parte de ella a partir de las condiciones de alcance digital que se propongan para ello.

Del mismo modo, es imprescindible tener en cuenta la noción de comunicación que cada uno de los integrantes y colaboradores de la organización tiene instaurada en su sistema de creencias y significaciones puesto que es a partir de ésta que se diseñará el vínculo comunicativo y la calidad de las relaciones entre unos y otros. Lamentablemente, el modelo comunicativo fue desde un inicio desdibujado a partir de la instauración de una perspectiva lineal, elitista y jerárquica. Los grupos de alto mando económico, político y tecnológico que ostentan el manejo de las comunidades, entendiendo el gran poder que supone la conexión entre dos o más individuos y la capacidad de manipular y controlar la transmisión de la información, establecieron un planteamiento en el cual la comunicación no permite la retroalimentación y, con ello, la interpretación y construcción de conocimiento en conjunto.

Basados en este sistema tradicional de comunicación se construyeron las sociedades de hoy en día donde se promueve la pasividad de quien recibe el mensaje y solo quien transmite la información tiene un papel de carácter activo dentro de la interacción. Si nos regimos por este modelo, no solo se está perdiendo una gran oportunidad de desarrollo y crecimiento a nivel personal y comunitario, sino que en cualquier proceso social se presentarán obstáculos y deficiencias en las relaciones interpersonales que constituirán una falla o fracaso en la ejecución de cualquier proyecto o tarea en la cual se intervenga.

Sin embargo, precisamente por estas razones y los cambios de paradigmas en todo el contexto de reestructuración social y comunicacional han surgido opciones donde se cuestiona el modelo anterior, y se presenta una visión integral e incluyente sobre lo que es el proceso comunicativo y su aplicación desde la más “básica” (entendiendo la complejidad de la misma) vinculación social. Aquí encontramos diferentes propuestas desarrolladas desde la nueva ola académica que pretende desafiar los modelos tradicionalistas de supresión y control por unos donde se resalte el valor de la educación, el análisis crítico y la reinención constante ofreciendo nuevos parámetros sobre los cuales se inscriben las organizaciones para dar estructura a su rol de comunicadores. Ejemplos de éstas son: la comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social, comunicación comunitaria, comunicación participativa, etc. Lo que vale la pena resaltar allí es que todas reconocen los principios de la comunicación horizontal, anteriormente mencionados: acceso, diálogo y participación.

Nadie puede sintetizar este punto de mejor manera que Cueto Gómez (2019), al afirmar que “...existe comunicación si y sólo si, los mensajes que se intercambian son el producto de un trabajo en conjunto” (p.37). Entonces, se presenta la base sobre la cual se constituye la estrategia de comunicación propuesta en la Fundación Red de Árboles como la oportunidad de repensar los modelos de comunicación tradicional que, a su vez, transformarán las formas de interacción entre los individuos reconociendo las debilidades que se puedan identificar en cada uno de los procesos sociales desarrollados en la organización y presentando iniciativas de innovación en un trabajo colectivo de comunicación abierta e integral.

Conclusiones

En relación a lo expuesto, tanto desde nociones teóricas como desde lo experimentado y vivenciado en la propuesta de acción participativa, que la socio-praxis trabaja desde una perspectiva de transformación social, realizada en el trabajo de investigación del diplomado

de Construcción de Redes Sociales de Comunicación, es evidente la necesidad que tiene toda organización de cimentar una sólida estrategia de comunicación que permita abordar todos los campos de conexión e interacción que en ella se presenten con el fin de garantizar un escenario óptimo de fortalecimiento en muchos de los procesos comunicativos que pueden representar un crecimiento significativo de sus integrantes.

Entendiendo la importancia de las relaciones que se entretienen entre cada uno de los actores que la conforman, se debe prestar mayor atención a la interacción que existe entre éstos y en crear espacios de dinamismo que refuercen el compromiso y el interés por ser partícipes de la Red Social construida. Así mismo, solo a través de una comunicación incluyente, libre y dinámica será posible llevar a cabo las ideas, proyectos y tareas pendientes de cada uno de los participantes y asegurará que éstas se gestionen de forma eficaz y fluida.

La comunicación horizontal es el único vehículo por el cual será posible la construcción de una red social vital que busque la ejecución de objetivos comunes respetando la heterogeneidad de todos los individuos que allí sean partícipes, impulsando el crecimiento de cada uno de ellos porque esto representa el fortalecimiento del colectivo, y garantizando una transacción democrática y abierta entre ellos. Para ello, es indispensable trabajar en un diálogo multidireccional buscando integrar a toda la comunidad en su propio proceso de transformación social cultivando valores y principios compartidos.

De igual manera, las redes sociales digitales se incorporan como herramienta vital dentro de la estrategia de comunicación de las organizaciones. Es a partir de ellas, que se logrará abrir un canal abierto al diálogo y a la interacción con todo aquel que presente interés por las labores desarrolladas y se garantizará tener un mayor alcance en la difusión del mensaje que se desee transmitir.

Finalmente, la comunicación se instala como elemento esencial de la construcción de redes sociales si bien aún se lucha con un modelo que evita la mutua participación de quienes

participan en el ejercicio comunicativo. No obstante, existen oportunidades de introducir nuevos modelos de pensamiento en los cuales se entiende la comunicación como base de la construcción de tejido social de toda comunidad.

Referencias

- Beltrán, L. (1979). “Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35.
Recuperado de: <http://www.rebelion.org/docs/54654.pdf>
- Cueto Gómez, I. (2019). Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>
- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, núm. 12, pp. 113-121. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007> de: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>
- Noguera Vivo, J. M. author. (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicacion: 50 ideas para comprender el escenario online. Recuperado de: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533>