

Las redes sociales y el impacto en la comunicación interna y externa de la Fundación GEA

Ensayo

Realizado por:

Valeria Velandia Muñoz

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Programa Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Palmira, mayo 2021

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras Clave.....	3
Las redes sociales y el impacto en la comunicación interna y externa de la Fundación GEA.....	4
Conclusiones	12
Referencias	14

Resumen

En este ensayo se explicará como las redes sociales influyen en el mejoramiento de la comunicación tanto externa como en la comunicación interna de una organización, en este caso la fundación Grupo Ecológico Autónomo (GEA), fundación la cual desea llegar al mayor número de personas para así educarlas en el empoderamiento ecológico, el amor por su entorno y la caracterización de lugares para intervenirlos posteriormente con la ayuda de la comunidad. Uno de los más grandes problemas de la fundación GEA es que hacen muchas campañas educativas, sensibilizaciones ecológicas u obras sociales, pero no se muestran a la población en general, y esto conlleva a que no sean muy conocidos por agentes externos a la fundación.

Palabras clave: redes sociales, comunicación, impacto, organización, comunicación interna, comunicación externa.

Las redes sociales y el impacto en la comunicación interna y externa de la FundaciónGEA

En el programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, como opción de Trabajo de Grado del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, se desarrolló una investigación con una Organización Social Participativa, el Grupo Ecológico Autónomo - GEA que desarrolla sus actividades en el municipio de Tuluá – Valle del Cauca.

Este grupo, es una entidad sin ánimo de lucro, de naturaleza civil y está compuesta por personas naturales que están interesadas en la conservación, preservación de los bienes naturales y del medio ambiental. Esta Organización Social Participativa (OSP) tiene como objetivo general, crear y aplicar proyectos o estrategias tendientes a la generación de la cultura ambiental ciudadana y a la conservación de la biodiversidad.

Es importante resaltar que las organizaciones ambientales son una prioridad para muchos países y existen entidades que llevan mucho tiempo dedicándose a la protección, cuidado y conservación de la flora y fauna de todo el mundo. Estas entidades realizan un trabajo de estudio, supervisión y protección del medio ambiente y de las consecuencias de las acciones de los seres humanos.

Para esta investigación se puso en práctica todo lo aprendido durante el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación y otras materias. Se realizó un trabajo de campo, con entrevistas, observación, también participando de algunas reuniones, entre otras actividades. Se abordó especialmente el estudio de las redes sociales de comunicación tanto internas como externas de la OSP; Gallego (2016) respecto de las redes sociales señala que:

Desde el comienzo de la humanidad el hombre ha necesitado un orden social (el cual se produjo gracias a la interacción entre individuos) para su persistencia o continuidad en el tiempo, este orden le ha proporcionado

diferentes canales para el intercambio de información y diversas vías para el canje de prestaciones, bienes, etc. Este proceso de intercambio ha ido evolucionando a lo largo de los tiempos hacia una forma de estructura más compleja, de ahí la aparición de las redes sociales con el resultado principal: la continuidad de los grupos humanos. (p.114).

La tesis de este ensayo está fundamentada en las redes sociales y el impacto que estas tienen para la comunicación interna y externa de la OSP. Las formas de comunicarse han evolucionado y cada día salen plataformas nuevas que toman fuerza, generando grandes ventajas porque permiten comunicar a cualquier hora del día, con cualquier persona, sin importar la distancia que se tenga. Definitivamente la comunicación es vital para el desarrollo de los seres humanos, con esta se manifiesta su visión, forma de pensar y realidad,

Con la llegada del internet a la sociedad actual el mundo cambió muchas de sus tradiciones o comportamientos tradicionales, acortó distancias en algunos casos y en otros separó distancias muy cortas como el tamaño de una mesa, en este ensayo se tomará una información amplia como enfoque general y luego se irán acotando algunos aspectos. Según Martínez, R. (2012), “Prácticamente todas las facetas de nuestra vida en sociedad, la cultural, la política y la económica se verían afectadas debido a la revolución informacional. Incidiendo en esta realidad, en nuestro entorno más cercano” (p. 12).

Durante las semanas de investigación y con los hallazgos se logró establecer una estrategia que tienen como principal objetivo fortalecer la comunicación interna y externa, dicha estrategia se fue denominada “Queriendo Comunicar”, su objetivo central es desarrollar un plan de comunicación estratégico interno y externo enfocado a la unión entre los integrantes de la Fundación GEA y estos con otras entidades públicas, privadas y sin ánimo de lucro.

Este objetivo se desarrollará de la siguiente manera: en la comunicación interna se

iniciará con un consenso, como se afirma en CIMAS (2010) “Lo más importante es conseguir unos consensos en la construcción colectiva del conocimiento del problema y de las líneas de acción que los participantes vean más factibles. Intentar superar los personalismos que tratan de influir en las tomas de decisiones” (p. 61), y con la disposición de los integrantes de la OSP, reactivar el grupo de WhatsApp y crear espacios para la interacción. Cualquier organización que realmente quiera mejorar sus relaciones internas, debería plantearse integrar en sus sistemas, redes sociales internas que ayuden a canalizar los diferentes mensajes. Para la comunicación externa, se reactivarán las redes sociales y para esto se desarrollará una estrategia de comunicación digital. Así se darían a conocer los proyectos o actividades a las personas a las que en verdad se quieren dirigir, para conseguir, de alguna forma, la interacción de los mismos. Si los integrantes de la OSP tienen una buena comunicación interna, esto se verá reflejado externamente.

Desde la Organización no se le ha dado la importancia que se requiere a la necesidad de utilizar las alternativas informáticas y de comunicación para promocionar y divulgar las diferentes actividades que desde la organización se realizan en pro del medio ambiente.

Todas estas acciones de la estrategia “Queriendo Comunicar” tienen como fin fortalecer la comunicación de la organización y así poder avanzar con la ejecución oportuna de los proyectos. Para esto se debe trazar una hoja de ruta o un plan de comunicación en donde se establecerá la serie de acciones para que todas las personas trabajen en la misma dirección. Luego de haber creado una estrategia comunicativa en donde está la reactivación de las redes sociales para el fortalecimiento de la comunicación, como lo indica Santos Requena (1989) “Todo escenario social que requiera de relaciones es válido para generar redes sociales”(p. 10).

La implantación de nuevos sistemas de comunicación interna y externa requerirán, de acciones dirigidas a la renovación de la cultura organizacional. La mejora de las habilidades

de comunicación en la organización requiere de una implicación directa de todas las personas que desarrollan su actividad profesional en la misma. Aunque no se puede olvidar que es necesario tomar medidas preventivas: como la privacidad y el uso moderado y pertinente, y ya con esto, aprovechar estas herramientas digitales.

Se espera que la organización considere, analice y ponga en ejecución la estrategia propuesta y si así lo requieren, lo modifiquen, o lo complementen, lo que prima en este caso o lo más importante es la mejora en la comunicación interna y externa de la Fundación GEA.

Es fundamental que las fundaciones, entidades, organizaciones o como se denominen, comprendan que la creación, estructuración y ejecución de una estrategia o política de comunicación, es una inversión que se requiere y que esta a su vez genera beneficios a corto, mediano y largo plazo. En conclusión, el diseño de un plan de comunicación es importante porque se definen los puntos que se deben seguir para dar a conocer las actividades que se desarrollan y así poder posicionar a este grupo.

En el texto: Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales de Villalobos (2012), se señala “No quedan dudas de que las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se transforman y consiguen impactar cada vez con más fuerza al conjunto de la sociedad” (p. 4). En internet las relaciones sociales se representan por medio de las redes sociales, estos son espacios para la conversación y organización, por medio de la interactividad e interconectividad. Es por esto y otras cosas que estas plataformas digitales se hacen tan importantes para una organización, porque son representadas en las relaciones que conectan a los integrantes de la entidad y a estos con otras fundaciones aliadas.

Ventajas de las redes sociales: Desde 1971 que nacen las redes sociales digitales con el correo electrónico, hasta el día de hoy, el crecimiento de estas plataformas es impresionante y cada año aumenta el número de redes sociales y la cantidad de usuarios que se registran. Las plataformas de redes sociales, hoy en día son un medio de comunicación internacional y se

han convertido en gigantes del marketing digital. El uso de las redes sociales fortalece y mejora la comunicación al interior de la organización, además permite ampliar el conocimiento en este caso en temas medio ambientales, con estos medios digitales se logran conocer las tendencias, un alto porcentaje de las personas tienen acceso a estos medios. También se pueden encontrar ideas y alianzas que se pueden utilizar de forma estratégica.

Comunicación en las redes sociales: Las redes sociales han implementado herramientas que permiten la creación de comunidades y poder establecer un intercambio comunicativo. Las OSP empezaron a utilizar las redes sociales como una forma adicional en los planes o estrategias de comunicación. Esto debido al bajo costo de inversión, al gran alcance que brindan y a la facilidad en el acceso que se tiene a ellas. Lo que al inicio se ve como una forma de disminuir los costos de la comunicación tradicional hoy en día se puede integrar a un plan de comunicación general y así complementar por ejemplo una estrategia de medios.

La comunicación interna y las redes sociales: La comunicación es fundamental para el éxito de un grupo de trabajo, para que se resuelvan problemas, se participe en proyectos, se pueda innovar, disponer del conocimiento, promover la participación, y así poder alcanzar los objetivos dentro una entidad. Una de las grandes ventajas de las redes digitales como canales de comunicación es la bidireccionalidad frente a otros canales tradicionales como la revista corporativa o la red interna. También se requiere una cultura corporativa que permita la comunicación abierta.

La comunicación externa y las redes sociales: La comunicación externa se ha referido tradicionalmente a las notas de prensa, o la publicidad; las nuevas tecnologías han abierto la puerta a una variedad mucho más amplia de herramientas o canales para mantener el flujo de información con los usuarios o clientes. Esta comunicación está caracterizada por la amplia información, donde la labor de los responsables de esta área

debe regirse por lo siguiente: Un mensaje uniforme, adaptación a los diferentes canales informativos y la adecuación temporal

Las redes sociales y la participación ciudadana: Los procesos participativos de gran convocatoria se producen principalmente por medio de las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram; aunque el correo electrónico con las campañas de Email Marketing y WhatsApp con la información al instante o los bots aún tienen considerable importancia. Son herramientas digitales de gran impacto para las personas u organizaciones que quieran dar su punto de vista, logrando ser un líder de opinión, que también permiten compartir contenidos de interés generar escenarios para el desarrollo de la inteligencia colectiva y el análisis social. Es por eso que Villasante (2010), resalta: “Escuchamos a la gente para devolver la información, para que ellos hagan, no todo el análisis, pero una buena parte del análisis y sobre todo de las propuestas... Dejemos la parte política del análisis a la propia gente” (p. 117). Por ejemplo, que los problemas ambientales regionales sean temas que se traten y debatan a nivel global, en una dinámica de glocalidad.

Evaluación de resultados de las redes sociales: Para medir los resultados de la estrategia de comunicación es fundamental hacer un análisis e informe, tomando todos los datos recolectados por las herramientas digitales disponibles para este fin, y así conocer que tan bien está funcionando. Con ese análisis se determinará qué se debe mejorar, qué cambiar, y a qué aspectos dedicarles mayor esfuerzo y presupuesto. Por eso hay que tener en cuenta: la interacción y alcance, el crecimiento o disminución de la comunidad o seguidores, la fidelización de la audiencia, la relación de inversión en las redes sociales.

Medio ambiente: Los problemas ambientales influyen en la vida de los seres humanos, por eso es importante trabajar mancomunadamente, por lo cual desde las

redes sociales digitales con su amplio alcance y aceptación, se puede llegar a generar un impacto muy positivo en las conductas cotidianas que afectan el medio ambiente.

La situación ambiental del planeta es crítica. Entre las principales afectaciones están: el calentamiento global, los gases de efecto invernadero, incendios forestales, contaminación del aire, los derrames de petróleo en los océanos y la falta de agua potable. En este sentido es importante resaltar lo que señala Aparicio (2016) “La comunicación ambiental va más allá de una comunicación con contenidos de asuntos ambientales: comparte el objeto de la educación ambiental, como el desarrollo óptimo de las personas y los grupos sociales en su relación con el medio de vida”(p. 229). En el tema de la conciencia social, es importante hacer un llamado desde las regiones a la política internacional sobre la relación de la sociedad con el medio ambiente, esto basándose en informes científicos de los años 1972, 1992, 1997, 2002, 2007 y 2009 se han realizado negociaciones encaminadas a reducir el calentamiento global en conferencias organizadas por la ONU, infortunadamente hay grandes potencias que no han avalado o cumplido los acuerdos.

Las redes sociales permiten articular el medio ambiente y la sociedad en un escenario que resalta la importancia de trabajar y dar a conocer las propuestas e iniciativas en las nuevas tecnologías de comunicación, esto con el fin de crear una relación participativa de la sociedad con el entorno natural. Gracias al avance de la ciencia se ha podido determinar que las acciones del hombre alteran el proceso natural del planeta, generando los diversos fenómenos naturales que hoy endía conocemos. Desde esta perspectiva Martell (1994) hace un llamado a los sociólogos a poner más atención en los efectos de la actividad social en los seres no humanos y el medioambiente. Él reconoce en su perspectiva el carácter objetivo de los problemas medioambientales y a la misma vez, también admite que el medioambiente es mediado por los procesos sociales, representando

de esta manera un cambio drástico de los enfoques tradicionales.

El propósito, es tratar de revertir todos los daños que al pasar de los años los seres humanos hemos cometido en contra de nuestro planeta, o al menos tratar de preparar las bases para hacer frente a un nuevo mundo que exige el cuidado por nuestra parte, es indispensable tomar responsabilidades y conciencia de lo que nos corresponde hacer y así evitar enfrentar una posible destrucción masiva del medio ambiente.

En la actualidad la única organización que la logrado posicionar un debate medioambiental en los medios de comunicación a nivel mundial es la organización no gubernamental Greenpeace, fundada en Vancouver – Canadá en el año 1971, con esto se resalta que muchos grupos de protección ambiental se han convertido en actores importantes para el proceso de formulación de políticas públicas, que hacen que se vean reflejada en el aumento de la institucionalización de las demandas medioambientales. También es fundamental abordar los problemas ambientales en los medios de comunicación masivos, alternativos, regionales, locales, promover el cuidado medioambiental en los sistemas de valores de la sociedad, de acuerdo con cada cultura y población a la que se le está llegando con la información.

Conclusiones

Un fenómeno global, en eso se han convertido las redes sociales y es algo que se ha integrado a la sociedad y a la cotidianidad de las personas, para la gran mayoría es un medio flexible que permite interactuar con personas que comparten sus mismos intereses o deseen conocer otros temas.

Las redes sociales digitales son sitios en internet, en donde se comparten información, opinión, entre otros contenidos, donde se interactúa y se utilizan todos los servicios que estos ofrecen. Dichos medios especialmente en internet han propiciado también una gran revolución en los procesos de comunicación, al fomentar el intercambio de ideas y opiniones entre las personas participantes o consumidoras de la información que difunden y romper con las barreras espacio – temporales. (Cebrián, citado en Bravo et al., 2018, p. 13)

Después de realizada la investigación con la Fundación GEA, se logró determinar la importancia y funcionalidad de las redes sociales para la comunicación interna y externa. Las ventajas que obtienen los integrantes de la Organización Social Participativa y la comunidad en general a partir de la utilización de sus plataformas digitales aprovechadas como un medio de difusión y comunicación activa y asertiva.

Si se aprovechan adecuadamente las redes sociales, se beneficiarán todas las personas, esto siempre y cuando se le dé un uso adecuado y se vea como un medio de comunicación, de difusión que aporta al desarrollo y aprendizaje, aprendizaje que en el marco de este trabajo se enfoca en la conservación y cuidado de la biodiversidad.

Desde el punto de vista de la investigadora, la experiencia durante el trabajo realizado con el la Fundación GEA (Grupo Ecológico Autónomo), se convierte en algo muy positivo, en cuanto al aprendizaje se reforzaron conocimientos teóricos y metodológicos, se puso en práctica temáticas no solo estudiadas en el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación sino también en otras materias, se fortaleció el perfil como futura comunicadora y además de esto a nivel personal hubo un enriquecimiento ya que en los

acompañamientos en los diferentes encuentros, se pudo vivir de cerca todos los problemas que se generan por la falta de un conocimiento del cuidado ambiental; el poder conocer una entidad que se enfoca en la parte social y ambiental, permitió tener un concepto real de la necesidad de fortalecer los vínculos sociales, con entidades públicas, privadas y comunitarias, que apoyen a organizaciones como la Fundación GEA.

Referencias

- Aparicio, C. R., (2016). Universidad Veracruzana, México. Mariano Escobedo 32, Col. Zoncuantla, C. P. Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente. <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n25/n25a9.pdf>
- Bravo, C. B, Navarro García-Suelto M. C. & Santoveña Casal, S. (2018). Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación. Ediciones Octaedro. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820>
- CIMAS (2010). Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, (2010), Manual de Metodologías participativas. http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf
- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Martínez, R. (2012). Internet y cambio social: organizaciones, juventud y medios. Tesis de doctorado, Universidad de Alicante. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27364/3/tesis_rodolfo_martinez_gras.pdf
- Santos Requena, F. (1989). El concepto de red social. Reis: Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 48, 1989, págs. 137-152. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>
- Villalobos, O. (2012). Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales. Quórum Académico. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>
- Villasante, T. R. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy, núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>