

**Posicionamiento de la Fundación Rescatados por su Sangre, en las
redes sociales digitales de comunicación**

Ensayo

Evelio Oved Hoyos Martinez

Tutor

Victor Hugo López

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 Puerto Asís, junio de 2022

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Posicionamiento de la Fundación Rescatados por su Sangre, en las redes sociales digitales de comunicación... ..	4
Conclusiones.....	12
Referencias.....	13

Resumen

La Organización Social Participativa (OSP) elegida, Fundación Rescatados por su Sangre, con sede en la Hormiga Putumayo, es una organización social, sin ánimo de lucro, dedicada al trabajo Social enfocado en la rehabilitación de personas con adicción a las drogas. En esta organización se llevó a cabo el trabajo de investigación que ha tenido como finalidad, poder tener un acercamiento a la organización elegida, y encontrar aquellos factores determinantes para el buen funcionamiento de la fundación, y que por algunas razones presentaban falencias o carencias; para de esta manera proponer una estrategia desde el ámbito comunicacional, y así poder contribuir en el mejoramiento y desarrollo de la organización para un mejor desempeño y atención a todos sus usuarios y comunidad en general. Es así como desde la aplicación de los conocimientos adquiridos y el ejercicio práctico de campo en la organización, se identifica la urgente necesidad de posicionar la Fundación Rescatados por su sangre, en las redes digitales de comunicación, como una estrategia que aportará significativamente en la expansión de un efectivo trabajo, para el bien de la comunidad.

Palabras clave: Red social digital de comunicación, organización social, estrategia de comunicación, comunidad.

Posicionamiento de la Fundación Rescatados por su Sangre, en las redes sociales digitales de comunicación

Para el desarrollo de las actividades propuestas en cada una de las fases del Diplomado en Construcción de Sedes Sociales de Comunicación, se eligió a la Fundación Rescatados por su Sangre, organización social sin ánimo de lucro que busca la reducción de los índices de habitabilidad de calle, e incorporar a la sociedad a las personas con problemas de drogadicción; esta organización cumple un papel fundamental en la comunidad, ya que la drogadicción es uno de los flagelos más preocupantes de esta región, que en los últimos años ha venido afectando mayormente a la población juvenil, y no se cuenta con otras organizaciones con este objeto social.

Dentro de los aspectos que se tuvieron en cuenta para elegir esta OSP, fueron los cumplimientos de algunos de los criterios: criterio 1, que tiene que ver con la disposición de las partes para hacer y permitir el trabajo, y anteriormente había tenido el acercamiento con la organización se planteó la propuesta de la investigación y se percibió el interés y la disposición que se requería; el criterio 4, se contaba con la apertura de espacios en la organización, es decir la disposición de todo el equipo directivo de la OSP, para permitir y dar los espacios de tiempo en las instalaciones para desarrollar las actividades que fueran necesarias; y el criterio 5. Es una entidad sin ánimo de lucro; tal como lo señalan López y Salgado (2012)

Por lo anterior, se recomienda no sean organizaciones ni iniciativas de carácter privado, religioso, ni de militancia política. Se recomiendan en cambio organizaciones comunitarias u Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESAL), donde sean observables relaciones de horizontalidad. No se excluyen las empresas pequeñas de comunicación, ni los grupos o redes

organizados virtualmente a través de la web, siempre y cuando respondan a los criterios antes mencionados. (p 3).

Estos aspectos fueron tenidos en cuenta y de esa manera se dio inicio a un trabajo sociopráxico, usando diferentes herramientas de investigación, tales como la entrevista, la observación y la comunicación participativa; en el paso de la entrevista se tuvo acercamiento personal con el director, lo cual arrojó excelencia en la recolección de la información, pues esta persona conoce a plenitud el funcionamiento, fortalezas, debilidades, necesidades y demás de la fundación; en cuanto a la observación fue posible hacer un buen trabajo, por el acercamiento y la comunicación participativa con el personal interno y personal directivo.

Como resultado de este proceso de investigación se plantea la Tesis, de que, es indispensable para el mejoramiento significativo, de la fundación Rescatados por su Sangre, llevar a cabo el posicionamiento de la misma en las redes sociales digitales, como Facebook, y YouTube, ya que son las herramientas más usadas, en la región.

Habiendo hecho un análisis del panorama general sobre cómo funciona la OSP, se realizaron varios hallazgos; tales como las fuertes relaciones sociales internas, las cuales se ven reflejadas en las buenas relaciones entre los miembros de la fundación, arrojando como resultado eficacia en el desarrollo de las actividades planeadas para desarrollarlas en busca del bienestar de los internos; esto es importante porque las redes sociales de comunicación son fundamentales para todo ser humano y para toda organización social, ya que el ser humano es un ser social por naturaleza; es relevante tener claridad que una red social se podría definir como el conjunto de participantes que hacen parte de un grupo social determinado y que poseen una comunicación asertiva entre ellos; según Fresno et al. (2014) “Se podría decir que las redes sociales existen

desde que existe el hombre, dado que el hombre ha necesitado relacionarse para sobrevivir” (p.25).

La comunicación es fundamental en la sociedad y en toda organización, sobre todo cuando se lleva a cabo la comunicación dentro de la horizontalidad; lo que se puede llamar también una comunicación participativa, donde todos los actores involucrados tienen oportunidad de ser receptores y emisores, es decir hay una comunicación retroalimentada; tal como sucede en una organización, valga la redundancia, organizada; esta es la que cuenta con unas redes sociales externas e internas, con quienes tengan una comunicación fluida para el desempeño correcto de sus funciones y el aprovechamiento de los beneficios a sus usuarios.

En el mundo existen muchas empresas que han fracasado, precisamente por la falta de comunicación participativa, es tal la relación cuando el jefe no se relaciona con los empleados sino para mandarlos, para dar órdenes, y en el peor de los casos, con un tono desmedido, lo cual no genera la suficiente confianza ni motivación para hacer un buen trabajo, sin el cual la empresa pierde productividad y contará únicamente con un personal que cumple funciones solo por un salario, pero que al fin de cuentas no le importa el futuro de la empresa; caso contrario donde hay buena comunicación, mediante un buen trato, donde se escucha a todos y las opiniones de todos cuentan, y donde se vela por el bienestar de todos, esto garantiza que una organización tenga éxito, pues están todos en busca de él; y eso se pudo percibir en esta organización, todos, tanto el personal directivo como los miembros internos, trabajan por los mismos intereses, es decir, los unos aportan a la solución de sus problemáticas de drogadicción, y éstos a la vez en el crecimiento de la organización.

Dentro de los hallazgos en el proceso de investigación se encontró una organización muy sólida, muy bien enfocada, una misión y visión claras y objetivas, con metas claras y ajustadas a

las necesidades prioritarias del entorno social; con una comunicación interna muy sólida, participativa y efectiva, lo cual ha redundado en el crecimiento y sostenibilidad de la Fundación; de la misma manera con unas relaciones y aceptación total de las autoridades competentes, de otras organizaciones y de la comunidad en general, lo cual es un aspecto sumamente importante para que cualquier organización pueda funcionar dentro de la legalidad y la aceptación en la comunidad, es algo que suma también, pues es garantía que las personas acudan, y significa que la comunidad hizo una valoración y consideran que esta organización si les puede aportar, o sea que la aceptación, es a la vez un mecanismo de evaluación mediante la cual la fundación puede medir sus capacidades, sus objetivos, y el cumplimiento de los logros, y los beneficios brindados a la comunidad, pues es lo que la comunidad ha visto para darles la aceptación con la que cuentan.

De esta manera la fundación se posiciona como una red de relaciones y vínculos, todos los involucrados de una u otra forma, hacen parte de esta gran red social. A esta organización la podemos catalogar como una organización con excelentes redes sociales de comunicación, si entendemos red social como lo describe, Noguera Vivo, (2011) "...una serie de vínculos entre un conjunto definido de actores sociales" (p.12), lo cual significa que entre mayores vínculos haya en sus miembros, más sólida es la red social, y esto lleva a replantear los grupos conformados mediante de las redes digitales de comunicación, las cuales son más débiles de lo que la mayoría de personas cree, ya que en dichos grupos, aunque conformados hasta por miles de personas, los lazos comunicacionales son débiles, pues están conformados por desconocidos, que en su mayoría nunca se verán frente a frente, lo cual tiene desventajas en la comunicación; situación contraria a lo que sucede en las redes sociales de las organizaciones o comunitarias, que además de la comunicación, involucran vínculos, sentimientos de cercanía, de interés mutuo, de lucha

por objetivos iguales, etc. lo cual construye verdaderas redes sociales, y esto es lo que se necesita en nuestra sociedad, en todos los ámbitos.

Dentro de las formas comunicacionales encontradas en la OPS, que posibilitan el consenso y la armonía social, se puede destacar el buen ambiente y las buenas relaciones entre los miembros de la organización, así como con la comunidad de la cual también hacen parte, la fluidez en las relaciones comunicacionales, genera una vital participación y por ende contribución de cada uno de los actores.

Este tipo forma de comunicación, participativa, donde haya fluidez de la información, en ambos sentidos, es la que debe predominar en nuestro tiempo. La historia muestra que no siempre ha sido así, la humanidad ha pasado por diferentes épocas, y algunas de ellas muy difíciles en términos de comunicación en la sociedad y en las organizaciones; las mismas malas experiencias, los fracasos, han sido el pilar para que la sociedad se enterara de que la comunicación fluida, participativa es de vital importancia, que eso garantizará la permanencia social y empresarial y de todo tipo, que el ser humano como un ser social por naturaleza, lo suyo propio es comunicarse, escuchar y ser escuchado, solo así estará satisfecho y dará lo mejor de sí mismo, de lo contrario, como ya se mencionó, y aludiendo a un adagio popular: “estaremos juntos, pero no revueltos”.

Para llegar a estos hallazgos, se procuró determinar las fortalezas de la fundación, sus debilidades y también sus oportunidades, mediante la matriz adaptada para esa función, tomando como referencia la matriz DOFA de Gerencie.com (11 marzo 2022) “La matriz DOFA es una herramienta administrativa que permite analizar la situación actual de la empresa con respecto las condiciones internas de la empresa y el contexto externo que la puede afectar” (p.1). Tal como se describe en el manual: CIMAS (2010) “Es una matriz que nos permite definir y

contextualizar una situación problemática en una localidad a partir de cuatro marcos de análisis: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades” (p. 20). Muchas veces, esas debilidades, amenazas, fortalezas u oportunidades, se encuentran dentro de la misma organización, su potencial, puede estar en sí misma, su capital humano, herramientas, capacidades, servicios, etc. y otras tantas pueden estar fuera de la misma, en su entorno, es allí donde se debe tener conciencia de ese potencial externo y acudir en la búsqueda de dichas oportunidades o en su defecto prever y evitar las amenazas, lo cual una vez hecho, redundará en el desarrollo y bienestar de la OSP.

Sin embargo, aún con todos los factores mencionados, a favor, como es normal, en toda organización hay muchas necesidades, entre las cuales se define como la más relevante, la limitada comunicación externa de la Fundación Rescatados por su Sangre, pues esta se basa en un altísimo porcentaje solo en la comunicación persona a persona con los habitantes de la región, lo cual es una limitante en el crecimiento de la fundación, y en el darse a conocer, como organización y la clase de trabajo y servicio que ofrecen a la comunidad, sobre todo puntualmente con la población con problemas de adicción a las drogas, quienes en la mayoría de los casos no cuentan con las fuerzas para pensar en levantarse de su condición, y eso hace que además de su poca voluntad, necesiten que sus familiares les brinden el apoyo y los convenzan de los beneficios que ofrece la fundación rescatados por su sangre en beneficio de ellos.

Por tal motivo y conociendo la época en la que vivimos, época en la que la mayoría de personas y organizaciones, para lograr llegar a muchas personas de manera masiva, y rápida, usan las redes digitales de comunicación; herramientas a las cuales un altísimo porcentaje de la personas tienen acceso; lo cual es una enorme ventaja para que una organización cualquiera que

sea, pueda darse a conocer efectivamente, y que la comunidad pueda saber más de la organización, de su enfoque y trabajo y así acudir a ella.

Por lo tanto, se plantea una estrategia que consiste en: Posicionar la Fundación Rescatados por su Sangre, en redes sociales digitales de comunicación, como Facebook y Youtube, creando sus respectivas páginas oficiales, haciendo uso de la imagen corporativa correspondiente, la cual ya está diseñada en armonía a su razón social y material digital (imágenes y videos), de las instalaciones, servicios ofrecidos a la comunidad en general, y testimonios de rehabilitados; esto con el propósito de que la fundación se dé a conocer de una forma más amplia y efectiva, ya que muchas personas no saben aún de su existencia, y así se puedan alcanzar a muchas más personas y familias que sufren el flagelo de las drogas; también que la comunidad conozca los beneficios y resultados satisfactorios que obtienen los que deciden acudir a la Fundación. Para lograr esto se seguirá un plan de acción que involucra los siguientes pasos:

1. Acercamiento a líderes de la fundación
2. Solicitar la imagen corporativa, misión y visión de la OSP
3. Solicitar información relevante, como: Nombre del representante legal; año de fundación, líder encargado de la zona, dirección, contactos.
4. Recopilar material fotográfico de las instalaciones y videos de actividades realizadas, y testimonios de personas rehabilitadas.
5. Crear las respectivas páginas en Facebook y youtube
6. Subir toda la información a las páginas
7. Entregar al líder encargado, las credenciales de las cuentas creadas, para su posterior acceso y continua administración de las mismas.

Ejecutando cada una de las anteriores acciones, se aportará de una manera muy significativa al fortalecimiento de las redes sociales de comunicación de la Fundación Rescatados por su Sangre, pues mediante la implementación de esta estrategia, se espera obtener resultados como: crecimiento numérico de los internos, prestigio de esta importante organización, mayor alcance de personas con adicción a las drogas, ya que mediante estos medios se llegará a muchas personas que dentro de sus entornos familiares padecen a causa de la adicción a las drogas.

En toda organización la comunicación participativa es pilar fundamental, para crear y sostener un buen clima organizacional, lo cual genera desarrollo; pero sumado a esa excelente comunicación participativa interna, no pueden faltar las estrategias de comunicación externa, pues ninguna organización existe para sí misma, sino para crecer, para proyectarse y brindar sus servicios a más personas, lo cual le hace necesario una efectiva comunicación con su entorno, con su base social, pues toda OPS tiene una base social los cuales son sus “potenciales clientes”.

De esta manera, desde el campo de la comunicación social, y con el buen y efectivo uso de los contenidos estudiados en este diplomado, se pueden construir, y fortalecer las redes sociales de comunicación en cualquier tipo de organización y brindar un aporte significativo a estas, de tal forma que se vea reflejado en su bienestar, permanencia y crecimiento, y no solo a ellas sino también a la comunidad donde estas funcionan y por ende a la sociedad; en el siglo que vivimos, aún continúa el reto de mejorar en las comunicaciones, y fortalecer las redes sociales con quienes nos comunicamos, pues aunque parezca que tenemos todos los medios y herramientas para comunicarnos, aun vivimos distantes los unos de los otros, por lo cual se debe empezar a generar conciencia al respecto.

Conclusiones

Las redes sociales de comunicación son las bases que sostienen, y generan crecimiento y desarrollo en las organizaciones, en las comunidades y en la sociedad en general; una red social, puede ser el círculo de amigos, los compañeros de empleo, los vecinos del barrio, los clientes de la empresa, los empleados, los proveedores, etc. Una buena relación comunicacional con cada una de nuestras redes, tanto internas como externas, es de vital importancia; de allí la necesidad de que cada organización evalúe periódicamente sus redes sociales de comunicación para así detectar a tiempo las amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades que se puedan presentar en torno a ella.

Mediante un ejercicio de investigación hecho de manera profesional y responsable, se pueden determinar esos factores que inciden positiva o negativamente; y de manera oportuna mediante implementación de estrategias comunicacionales, se pueden fortalecer o crear redes sociales de comunicación a favor de las organizaciones, y como lo es en este caso, hacer uso de las redes sociales digitales de comunicación, como medio para fortalecer la organización, Fundación Rescatados por su Sangre.

Referencias

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

Fresno, M. D. Paunero, D. S. y Marqués, P. (2014). Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. Editorial UOC.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1>

López, J., y Salgado, D. (2012). Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/10861>

Matriz DOFA. Gerencie.com (11 marzo 2022).

<https://www.gerencie.com/para-que-sirve-la-matriz-dofa.html>

Noguera Vivo, J. M. (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533>