

**Construcción de estrategias de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales  
de la organización participativa y humanitaria ADRA**

Paola Andrea Fernández Portilla

Asesora

Daniela Sánchez Ríos

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD  
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH  
Programa de Comunicación Social

2023

## Resumen

El ensayo “Construcción de estrategias de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales de la organización participativa y humanitaria ADRA” examina la importancia crítica de la comunicación en las organizaciones sociales. Para ello se tuvo en cuenta la vitalidad de la labor social que realizan las organizaciones sin ánimo de lucro que, como ADRA, trabajan por la transformación social. Por eso este ensayo sostiene la tesis sobre la necesidad de fortalecer la comunicación para garantizar la sostenibilidad de estas organizaciones y sus proyectos, y una investigación, se generó una propuesta para fortalecer sus redes sociales tanto internas como externas, de manera que se conecten los voluntarios, las comunidades vulnerables beneficiadas, las instituciones públicas y privadas, visibilizando las acciones de la organización a través de la comunicación y generando un mayor impacto en la sociedad.

***Palabras clave:*** Comunicación, redes sociales, cambio social, organizaciones sociales, comunicación participativa.

**Tabla de contenido**

Introducción.....	4
Construcción de estrategias de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales de la organización participativa y humanitaria ADRA .....	5
Conclusiones.....	15
Referencias bibliográficas .....	17

## **Introducción**

Este trabajo es producto de una investigación con perfil sociopráxico desarrollada como parte del trabajo final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación cursado como Opción de Trabajo de Grado del programa de Comunicación Social. La investigación se realizó con la Fundación ADRA España, en su sede principal en Madrid, cuyos objetivos sociales son brindar ayuda humanitaria a comunidades vulnerables. Durante el desarrollo de la investigación se reafirma el papel fundamental de las organizaciones que trabajan por el bienestar social y a su vez se identifican las dificultades a las que se enfrentan para alcanzar sus objetivos sociales, una de ellas es la falta de comunicación y es este punto el que desarrollaremos a lo largo de este ensayo.

La tesis que plantea este documento es la importancia de la implementación de estrategias de comunicación para el éxito y sostenibilidad de las organizaciones y cómo a través de la implementación de métodos participativos y fortalecimiento de las redes sociales se pueden generar mayores impactos positivos en la sociedad. Para esta investigación se realizaron diferentes metodologías como entrevistas, observación y trabajo de campo, lo que permitió generar una estrategia de comunicación para que sea implementada por ADRA y por qué no, para que sea replicada por otras organizaciones con objetivos sociales, adaptando la estrategia a sus necesidades.

## **Construcción de estrategias de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales de la organización participativa y humanitaria ADRA**

La Agencia Adventista de Desarrollo y Recursos Asistenciales, ADRA, fue fundada hace 40 años y hace parte del conjunto de organizaciones sin ánimo de lucro en el mundo que trabaja por el bienestar social atendiendo los problemas y las necesidades de las comunidades vulnerables, y como la mayoría de Las organizaciones Sociales Participativas, dependen de aportantes y de las personas que ejercen su activismo y voluntariado para el cumplimiento de sus objetivos sociales. Aun así, se identificó que la atención se concentra en la implementación de programas sociales, lo que les impide trabajar en la solución de algunas de las dificultades que enfrentan, en este caso en concreto se detectó la necesidad de generar una estrategia de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales de la organización con el fin de generar un mayor impacto social.

En el caso de ADRA, su labor humanitaria consiste en brindar ayudas humanitarias a comunidades vulnerables. Dentro de las potencialidades de la organización se identificaron que algunas de sus principales fortalezas son sus RRHH, ya que cuenta con 993 voluntarios de todas las edades, entre los que se encuentran profesionales en diferentes áreas como trabajadores sociales, psicólogos, orientadores profesionales, educadores sociales en todo el territorio español, que se encargan de implementar los programas sociales para la atención de las comunidades beneficiadas con los proyectos que desarrollan según las necesidades de las zonas en las que operan.

Las labores humanitarias que desarrolla ADRA en España van desde la atención a las personas sin hogar con el suministro de abrigo y alimentos, proyectos de capacitación para la inserción laboral con programas de formación permanente para que los beneficiarios accedan a la

bolsa de empleos, hasta la atención a víctimas de la guerra, como es el caso de los refugiados ucranianos para los que ADRA España creó un sistema de hogares de paso en los que les brindó atención primaria, alimentos, ropa, medicamentos y estableció una ruta de atención para que las familias procedentes de Ucrania pudieran acceder a los programas sociales del Estado.

Estas acciones contaron con el apoyo inmediato de voluntarios, pero no fueron visibilizadas a través de ningún medio o plataforma digital, lo que limitó las ayudas que pudieron ser gestionadas a través de una estrategia de comunicación que cumpliera con ese objetivo.

Como estos casos, muchos otros en los que los mismos voluntarios no se enteran de las actividades de impacto social que se realizan en otros puntos del territorio nacional y por ende tampoco se da a conocer a otros organismos que pueden hacer parte de la red social de la OSP ampliando el apoyo y la participación.

Por eso la estrategia comunicativa va enfocada a fortalecer las redes sociales de la organización en España y para ello se identificó también la necesidad de fortalecer la red social que vincula a esta organización en España con ADRA a nivel internacional, ya que esta ONG opera en 118 países realizando proyectos en seguridad alimenticia, desarrollo económico, primeros auxilios, educación básica respuesta a desastres y catástrofes, lo que hace que esta OPS tenga un gran alcance que no cubra su sede en España por falta de un flujo de comunicación y la necesidad de un fortalecimiento de esta red social para visibilizar las acciones que se adelantan en este país.

Las debilidades en la comunicación al interior de las OSP, evidencia la necesidad de que las organizaciones sociales creen una conciencia de la importancia de la comunicación, la comunicación para el desarrollo, aprender a mejorarla, conocer herramientas, aprender acerca de la comunicación para la transformación social, no como algo ajeno a sus objetivos sociales, sino

como un apoyo fundamental. Podemos empezar definiendo la importancia de la comunicación para el desarrollo, Magallanes (2015) lo explica de la siguiente manera:

La comunicación para el desarrollo plantea la necesidad de establecer intercambios de información y conocimiento entre las comunidades y los expertos de las distintas instituciones alejándose de la idea de un flujo unidireccional de conocimiento experto. Busca la capacitación técnica en cuestiones de comunicación de los agentes que intentan fomentar el cambio para el desarrollo, de tal forma que la producción de materiales comunicativos sea apropiada para cada lugar y cada contexto. (p.43).

Basados en lo que significa la comunicación para el desarrollo y la necesidad del trabajo en conjunto para fomentar el cambio, avanzamos a identificar las carencias y a tomar la iniciativa para el Diseño Participativo de una Estrategia de Comunicación, teniendo en cuenta el marco de referencia para la implementación, evaluación y seguimiento (Kamlongera, Mafalopulos, 2008). Bajo esta propuesta de diseño se plantearon varios objetivos para el fortalecimiento organizativo y comunicacional como: Generar flujos de comunicación al interior de la OSP; estructurar mecanismos de comunicación para fortalecer las redes sociales de la organización y la comunicación para la transformación social; y fortalecer la comunicación de la organización con respecto a las redes sociales externas.

Para lograr estos objetivos se plantea fortalecer las redes sociales tanto internas involucrando a los beneficiarios de los programas sociales, a los trabajadores de planta y a los voluntarios, como las redes sociales externas que incluyen instituciones públicas, entidades privadas, la sociedad en general que puede conocer el trabajo de ADRA y vincularse ya sea con la participación en las acciones sociales o como donantes para el desarrollo de las actividades. A

propósito de lo que se quiere lograr con la comunicación para el cambio social que se propone en la estrategia, recordamos que Cueto Gómez (2019) señala que “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).

En el marco de la estrategia de comunicación interna se plantea crear flujos de comunicación al interior de la OSP que permita mantener una constante retroalimentación, generando una red de comunicación a nivel nacional, para ello se propone la selección de un coordinador de comunicaciones (será el enlace con el resto del equipo) que será fundamental como punto de partida y en segunda medida la creación un equipo de comunicación conformado por voluntarios de cada punto de ADRA y así articular la comunicación tanto al interior de la organización como hacia el exterior. Este equipo tendrá que ser capacitado para que desarrolle piezas audiovisuales que permitan la difusión de las actividades que desarrolla la organización, tanto para recolección de fondos y donaciones, como para visibilizar las acciones de impacto social. Teniendo en cuenta los temas de costos y distancias se proponen capacitaciones virtuales para que los voluntarios accedan desde el lugar en el que se encuentren.

Para el fortalecimiento de las redes sociales externas desde el aspecto comunicacional, se propone fortalecer de la página web y las redes sociales digitales, que ya en esta fase serán alimentadas gracias al equipo de comunicaciones propuesto en la fase de comunicación interna. En esta parte se toma en cuenta las redes sociales entendidas como los vínculos con otras personas u organizaciones, pero también el uso de las herramientas digitales, teniendo presente que las nuevas tecnologías han permitido transformaciones sociales que incluyen la manera de pensar y de comunicarse que deben ser entendidas por la organización. Frente a esto Villalobos

(2012) afirma que “La ciudadanía en la era de las redes sociales se expresa en la búsqueda de inclusión y en la posibilidad de ejercer ...derechos políticos, económicos, sociales, culturales y comunicacionales” (p.7).

Sí bien en el diagnóstico se detectó que ADRA no tiene activas sus plataformas digitales, las ONG sí se están preocupando cada vez más para la interacción con sus públicos prioritarios a través de las plataformas web, esto según lo indica un estudio realizado por investigadoras de la Universidad de Málaga, sobre la comunicación digital en organizaciones sociales en España, en el que se señala que:

Las ONG españolas han descubierto las ventajas que para ellas tiene estar en internet. Por ello, independientemente del tamaño de la organización, disponen de un sitio web en el que poder comunicarse con sus públicos... aprovechando internet para dar a conocer sus proyectos, sus ideas, su lucha, a la ciudadanía en general; casi siempre, ofreciendo recursos multimedia. Y prácticamente todas las organizaciones, grandes y pequeñas, intentan captar socios, voluntarios y buscan cualquier tipo de colaboración a través de su página web. (Almasa, Fernández, 2011, p.349)

La proyección de otras ONG debe ser también un referente para avanzar en estrategias de comunicación que permitan la visibilización y sostenibilidad de cambios sociales. Las organizaciones sociales, incluida ADRA, enfrenta constantemente el desafío de darse a conocer en medio de la gran cantidad de problemas sociales. Una estrategia de comunicación social efectiva mejorará la visibilidad y el reconocimiento lo que puede acercarlas a su público objetivo a través de una comunicación clara, que legitime sus acciones y objetivos sociales.

Algunas de las recomendaciones para el fortalecimiento de las redes sociales digitales son: crear un plan para cada red social, generar contenido de valor, publicar regularmente, apoyarse en herramientas de gestión de redes para programar publicaciones, publicar en plataformas múltiples, rastrear y medir resultados, usar imágenes para lograr mayor interacción, hacer seguimiento de sus estadísticas e interactuar. Lo que se busca también es crear alianzas estratégicas con otras organizaciones, crear comunidad, interactuar con páginas de organizaciones similares, participación en diferentes canales audiovisuales, participación en las actividades programadas por las ONG afines a ADRA.

Entre los puntos a tener en cuenta dentro de la estrategia de comunicación están el poder conectarse con la audiencia en el momento de transmitir la información, para ello se debe establecer una conexión emocional, contar historias y testimonios que demuestren el impacto de su trabajo creando una relación más profunda y duradera con sus redes sociales tanto internas como externas. Esa conexión se puede reflejar en mayor compromiso por parte de los voluntarios, más apoyo a sus campañas, o se puede transformar en donaciones que es uno de los principales medios de sostenimiento de las organizaciones sociales y de financiación de los programas sociales. Con la implementación de la estrategia de comunicación se puede lograr movilizar a la audiencia en torno a las actividades de la OSP ya sea para apoyar una campaña, crear comunidad en redes sociales digitales, firmar una petición que estén impulsando las ONG, asistir a un evento, participar en una marcha desencadenando un cambio positivo en la sociedad e inspirando a las personas vinculadas y a espectadores que finalmente se quieran vincular a las actuaciones por una causa que les una.

Para lograr ese impacto social positivo a través de la estrategia de comunicación para el desarrollo y el cambio se debe implementar un flujo de información transparente, para que este

respalde la credibilidad y la transparencia que ha caracterizado, en este caso, a ADRA, reconocida por los programas sociales que ha adelantado en diferentes partes del mundo, lo que permite tener indicadores que respaldan los logros de la OSP y los compromisos que ha adquirido frente a los desafíos, esto genera un vínculo de confianza con las redes sociales de la organización.

Las organizaciones sociales a menudo tienen como objetivo influir en las políticas públicas para crear cambios sociales sostenibles, esto puede lograrse a través de la estrategia de comunicación proyectada para influir en los actores políticos, líderes de opinión, visibilizando los problemas sociales que deben abordarse en las agendas públicas locales, nacionales e internacionales. Este es uno de los aspectos que cabe resaltar en el caso de ADRA, ya que su red social con las instituciones públicas es sólida, lo que permite llevar a cabo algunos de sus programas sociales como la atención a personas sin hogar a las que la OSP les brinda alimentos periódicamente. El Estado español, pese a los aspectos que se pudieran mejorar, es organizado respecto a la atención a comunidades vulnerables y opera en cooperación con organizaciones como ADRA para atender algunos problemas sociales como es el caso de las personas sin hogar en concreto.

A las acciones adelantadas por ADRA España, se debe sumar los programas sociales que se implementan a nivel internacional ya que esto fortalece la imagen y credibilidad de la organización respaldando las actividades que se realizan de manera local. Entre los programas que adelanta ADRA internacional se encuentra la atención a refugiados, brindando ayudas en relación a necesidades básicas. Actualmente brindan ayuda a desplazados de 40 países entre los que se encuentran Yemen, Bangladés, Afganistán, Sudán entre otros. Los programas que llevan a los refugiados cuentan con refugios de emergencia, atención médica, alimentos y educación.

En el caso de atención a emergencias atendidas por la Agencia, están algunos casos recientes como la ayuda que se prestó durante 2023 tras el terremoto de Siria y Turquía, allí se brindó ayuda a los sobrevivientes, agua, alimentos, refugios transitorios y artículos para el invierno. Esta asistencia humanitaria en situaciones de desastres se ha desarrollado también en casos como el terremoto de Filipinas en 2022, las inundaciones en Australia durante el 2021, el huracán Fiona en Puerto Rico, el terremoto de Haití en 2010, la tragedia de Mocoa, en Putumayo – Colombia en 2017 y distintas catástrofes naturales. A esto también se suma la atención a víctimas de la guerra, La Agencia Adventista de Desarrollo y Recursos Asistenciales fue una de las organizaciones que brindó apoyo a las víctimas de la guerra entre Ucrania y Rusia creando puntos humanitarios para asistir a mujeres, niños, ancianos, hombres, personas con discapacidad y todas las víctimas a través de hogares de paso, vehículos humanitarios entre otras ayudas.

Otro de los ejes principales de esta organización es la educación, en España se implementan programas permanentes para la inserción laboral, pero existen otros modelos educativos como la Escuela Móvil implementada en India ya que el 21% de los niños viven en pobreza extrema, se enfrentan a problemas de seguridad o falta de acceso a la educación. Para atender esta necesidad se diseñó la Escuela Móvil que llega hasta las zonas de difícil acceso y traslada a los niños que deben recorrer muchos kilómetros para llegar a las escuelas públicas garantizando así la formación de estos niños, abordando además otros problemas como el hambre y permitiendo brindar apoyo en la cobertura de otras necesidades básicas.

En África también se adelantan programas sociales como el “Plan de emergencia de alivio del hambre 2023” implementado en el Cuerno de África que incluye países como Somalia, Kenia, Etiopía, entre otras zonas que sufre por las sequías. Allí se está brindando asistencia vital, y aunque principalmente se brinda ayuda humanitaria inmediata, ADRA, en esta zona, está

trabajando programas a largo plazo como la restauración de la agricultura. El cuidado, defensa y protección del medio ambiente también hacen parte de los programas que implementa la Agencia en el mundo, con planes de reforestación, limpiezas de ríos y capacitaciones y concientización ambiental.

ADRA a través de sus programas sociales beneficia a miles de personas en el mundo, una labor que genera enormes impactos sociales y que pueden potencializarse a través de la comunicación. Cabe resaltar que todas las organizaciones sociales, pequeñas o grandes, con o sin equipo de comunicaciones, comunican, por eso es importante canalizar de manera efectiva las formas de comunicar y lo que se comunica de las organizaciones, de manera que se logre difundir el trabajo que realizan. Las ONG, incluyendo a ADRA España, deben ver la necesidad de la formación en competencias digitales y el intercambio de experiencias con otras organizaciones. Otros de los conceptos empleados en la actualidad es el marketing social que junto a la comunicación buscan generar mayor impacto de las organizaciones, promover el cambio social y la apropiación del proceso comunicacional, sin olvidar la ética y sensibilidad con la que debe manejarse la información cuando hablamos de sujetos de derechos y comunidades vulnerables.

La tesis presentada en este ensayo sostiene que las estrategias de comunicación son necesarias e importantes para alcanzar los objetivos sociales de las organizaciones, aunque la tesis fue construida con base a la investigación adelantada con La Agencia Adventista de Desarrollo y Recursos Asistenciales, ADRA, se mencionan las organizaciones en general ya que los puntos sugeridos pueden ser implementadas y ser replicadas por otras organizaciones sociales. El fin último es destacar la importancia de la construcción de estrategias de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales de las organizaciones participativas.

Frente a esto, cabe mencionar lo afirmado por Moffat (citado por Chadi de Yorio, 2007) que señala que “El proyecto de vida solo es posible como consecuencia de un vínculo con otros”.

(p.23). Lo anterior como base de la necesidad de la creación de vínculos y el fortalecimiento de redes sociales con otros individuos, entidades u organizaciones.

A través del análisis y presentación de la organización y la estrategia de comunicación construida para la ADRA, se ha dejado claro la importancia de la comunicación social para generar mayor impacto social por parte de las organizaciones, la necesidad de una comunicación efectiva y eficaz, la construcción de la comunicación participativa para el desarrollo y el cambio social, la necesidad de una sinergia entre las redes sociales de las organizaciones que permita el cumplimiento de los objetivos y el desarrollo de los programas y proyectos sociales.

## Conclusión

Tras la elaboración de esta investigación se logró la construcción de una estrategia de comunicación para que sea implementada por la OSP - ADRA España. Durante la socialización con los integrantes de la organización se ratificó la importancia de fortalecer las redes sociales y los flujos de comunicación para visibilizar los impactos positivos que tienen las acciones humanitarias que realiza la organización. Sin embargo, se detectaron dificultades como la falta de voluntarios capacitados para cumplir con algunas funciones y se aceptó la falta de acciones para trabajar en fortalecer este aspecto dentro de la organización.

El diplomado en Construcción de Redes Sociales en Comunicación permitió hacer un aporte significativo a una organización que a su vez realiza acciones humanitarias importantes tanto en el territorio español como a nivel internacional. Se espera que a largo plazo se pueda trabajar en la implementación de la estrategia de comunicación, reconociendo la importancia de este elemento para el éxito y cumplimiento de los objetivos sociales al establecer un puente entre la audiencia, el fortalecimiento de su imagen, su credibilidad e incrementando la interacción entre sus redes sociales.

La categoría utilizada para este ensayo fue la de Redes Sociales, considerando su importancia tras la discusión a lo largo de este trabajo, ya que las redes sociales son entendidas desde las interacciones internas de la organización, a nivel particular como colectivo y también hacia lo exterior, que incluyen los círculos más cercanos, hasta las posibles redes que se podrían construir y consolidar con una buena estrategia de fortalecimiento de redes. Lo anterior sin obviar el uso de las redes sociales digitales, que también fueron incluidas en la estrategia de comunicación.

En conclusión, este ensayo ha dejado claro que es esencial la comunicación social efectiva, el caso de ADRA España puede ser analizado desde diferentes perspectivas y replicado en otras organizaciones sociales que busquen ser proactivas en la creación de

estrategias de comunicación para el cambio social, movilizando e incentivando a la sociedad a participar, permitiendo una retroalimentación entre diferentes comunidades y redes sociales.

### Referencias Bibliográficas

Almansa-Martínez, A., & Fernández-Torres, M. J. (2011). Estudio sobre la comunicación digital de las organizaciones sociales en España. *Vivat Academia*, (117), p.349.

<https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959027.pdf>

Chadi de Yorio, M. R. (2007). *Redes sociales en el trabajo social*. Espacio

Editorial. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>

Cueto Gómez, I. (2019). Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación

ambiental. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>

Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008). *Diseño participativo para una estrategia de*

*comunicación*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la

Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>

Magallanes Blanco, C. (2015). *La comunicación para el cambio social, un proceso de trabajo por la transformación social*. (p.43) <http://hdl.handle.net/20.500.11777/646>

Villalobos, O. (2012). *Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales*. Quórum

Académico, Vol. 9, No. 1, 2012, (p.7) [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900)