

**Fortalecimiento comunicacional a través de la implementación de estrategias que
fomenten la participación:**

El caso de la Fundación Héroes del Planeta en Cartagena de Indias

Amaury Alcázar Mendoza

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 aborda la relevancia de las redes sociales, aplicando dicho concepto en la era digital como una herramienta única para las organizaciones sin fines de lucro, tomando el caso de estudio de la Fundación Héroes del Planeta. La fundación busca conectar con su audiencia, promover su causa y fomentar la participación activa de la comunidad en temas ambientales. Sin embargo, se identifica una problemática en las redes sociales de la fundación, que incluye bajo flujo de interacción con los usuarios, escasa información y falta de visibilidad, atribuida a su condición de organización pequeña y reciente en crecimiento.

El ensayo se enfoca en analizar estrategias comunicacionales en redes sociales digitales para fomentar la participación en la Fundación Héroes del Planeta. Para ello, se destaca la importancia de la relación entre redes sociales y comunicación, enfatizando que en las redes sociales digitales también se desarrollan relaciones sociales mediadas por la comunicación.

Palabras Clave: Redes sociales digitales, participación, interacción, estrategias.

Tabla de contenido

Introducción	4
Fortalecimiento comunicacional a través de la implementación de estrategias que fomenten la participación: el caso de la Fundación Héroe del Planeta en Cartagena de Indias	5
Conclusión.....	10
Referencias Bibliográficas	12

Introducción

El presente ensayo es presentado como evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, en el cual se logró analizar una OSP, en este caso, Fundación Héroes del Planeta, la cual tiene en cuenta que las redes sociales son una poderosa herramienta para las organizaciones sin fines de lucro, como la Fundación Héroes del Planeta.

En este caso, se toma el concepto de red social del libro “El Concepto de Red Social” explican la red social como: “una malla de vínculos que se extienden, ramificándose a través de toda una comunidad u organización. Esta idea está bien para referirse a redes sociales totales, pero resulta de más utilidad localizar la red social en torno a determinados actores sociales, acotando en cierta forma la red.” (Santos Requena, F. 1989) y se aplica a las redes sociales digitales, considerando que estas plataformas brindan una oportunidad única para conectarse con la audiencia, promover una causa y fomentar la participación activa de la comunidad en temas ambientales.

En este contexto, el presente análisis se enfoca en identificar, proponer y analizar estrategias comunicacionales que puedan incentivar la participación en las redes sociales de la Fundación Héroes del Planeta. Para ello, es esencial comprender la estrecha relación existente entre las redes sociales y la comunicación, entendiendo que las plataformas digitales son espacios donde se establecen conexiones sociales mediadas por la comunicación.

Fortalecimiento comunicacional a través de la implementación de estrategias que fomenten la participación: el caso de la Fundación Héroes del Planeta en Cartagena de Indias

La Fundación Héroes del planeta, es una organización con enfoque ambiental y social, la cual tiene como objetivo el crear cultura ambiental en la ciudad de Cartagena y próximamente, expandirse a nivel nacional. Respecto a lo investigado en la Fundación Héroes del planeta, podemos destacar una problemática en sus redes sociales, al ser una fundación reciente y pequeña, se ha visto limitada en el número de participantes y voluntarios, problemática que también se evidencia en las redes sociales digitales, ya que estas tienen poco flujo de información, poca interacción con la audiencia, aparte de escasa información en sus redes digitales, lo cual deja a la fundación sin mayor visibilidad en las redes sociales digitales. Las redes sociales digitales han tomado gran relevancia y se han convertido en una herramienta para las organizaciones sin fines de lucro, como la Fundación Héroes del Planeta, la cual ha encontrado en estas plataformas una oportunidad única para conectarse con su audiencia, promover su causa y fomentar la participación activa de la comunidad en temas ambientales; Por tales motivos, en este caso se diseñaron e implementaron estrategias comunicacionales que fomentaran la participación con el fin de fortalecer la comunicación en las redes sociales digitales de la Fundación Héroes del Planeta.

En primera instancia, Para poder analizar estrategias comunicacionales por las redes sociales digitales de la OSP escogida, se debe establecer la relación entre red social y comunicación, relación que se establece en el texto de “Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación.” Cuando casi al final destacan que “La comunicación y las

redes sociales comparten un término de alta relevancia pero que ha estado disociado en sus estudios: relación social.” Vélez, G. (2011). La “relación social” se definirá como: aquella relación que está mediada por la comunicación. En las redes sociales digitales, también se encuentran relaciones sociales, y en la creación de estrategias, las relaciones sociales ayudan a comprender y conectar con el público, mejorar la calidad del contenido, construir comunidades leales y adaptar de manera efectiva a las dinámicas en línea en constante cambio.

Las relaciones sociales dadas en las redes sociales de la Fundación Héroes del Planeta tienen como actor social los temas ambientales y todo lo que estos abarcan, esto mismo es aplicable a las redes sociales digitales, por ello, la Fundación Héroes del Planeta aprovecha las redes sociales digitales para enfocarse en temas ambientales y crear una comunidad comprometida con su misión de preservar y proteger el medio ambiente en Cartagena de Indias. Más allá de informar sobre los problemas ambientales de la ciudad, su objetivo es movilizar a la sociedad para que tome acciones concretas y positivas en pro de la conservación del planeta, esto fundamentado en el libro “Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación”, el cual afirma que:

Las redes sociales, entendidas como entornos de colaboración y comunicación, pueden permitir el desarrollo de un trabajo interdisciplinario, reforzar un proceso de comunicación horizontal y no jerárquico, facilitar el diseño de dinámicas colaborativas y cooperativas, potenciar la producción colaborativa del conocimiento, facilitar el intercambio de información y opiniones y posibilitar la comunicación, entre otros aspectos.(Levis, 2011, como se citó en Navarro García-Suelto, Bernal Bravo y Santoveña Casal, 2018, p. 11).

Para lograr lo anterior, se resalta el nivel de dificultad que representa el lograr que una persona participe de forma directa en una red social, como lo expresa el texto “Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal” que concluye que:

Desde la perspectiva de la viabilidad práctica, acceso-diálogo-participación constituyen una secuencia probabilística. Esto quiere decir que, en términos de grado de dificultad de logro, el acceso está en bajo nivel, el diálogo en uno intermedio y la participación en alto nivel. Se considera más fácil lograr que más gente reciba los mensajes que el construir circunstancias que tornen posible el diálogo y el hacer esto último se considera más factible que el convertir efectivamente a cada persona en un emisor importante. (Beltrán, L. 1979).

Tener en cuenta lo anterior es importante para diseñar estrategias en las redes sociales digitales que fomenten cada nivel de interacción de manera progresiva, por otro lado, las redes sociales digitales podrían facilitar el acceso y el dialogo, de tal manera que la participación se quede en un plano físico.

Continuando con el diseño de las estrategias comunicativas que logren los objetivos de la fundación, se analizó el argumento del texto:

El concepto de red social”, donde se menciona que "Toda red social refleja una variedad de relaciones sociales, algunos serán más particularistas y otras más universalistas, en la cual un actor social se ve envuelto. Probablemente, un actor individual tendrá relaciones más particularistas que uno colectivo. Pero, en cualquier caso, todo escenario social que requiera de relaciones es válido para generar redes sociales. Por ejemplo, el lugar de trabajo puede ser un escenario propio para ellas, aunque solo abarque una parte de una red amplia a la que pertenezca cada trabajador; un individuo puede tener relaciones con sus compañeros

de trabajo, pero solo con algunos de estos continúan manteniendo relaciones de otra naturaleza fuera del contexto laboral (Santos Requena, f. 1989).

En este apartado, se encuentran dos enfoques que se pueden analizar para ser aplicados en un medio digital, de tal manera que las estrategias creadas a partir de estos enfoques, atiendan necesidades específicas y que dichas estrategias incentiven la participación de la comunidad en las redes sociales digitales de la fundación.

Enfoque particularista

Dentro del contexto de la fundación, las estrategias de comunicación particularistas se centrarían en establecer relaciones cercanas y personalizadas con los seguidores y miembros de la comunidad. Esto implica interactuar de manera individualizada con los seguidores, responder a sus comentarios y preguntas de manera personal, y reconocer su participación y contribuciones de manera específica. La fundación también podría crear contenido dirigido a segmentos específicos de su audiencia, adaptando el mensaje para que sea relevante y significativo para diferentes grupos de interés. Estas estrategias de comunicación particulares contribuyen a fomentar un sentido de pertenencia y compromiso en los seguidores, lo que a su vez motiva una mayor participación y acción en beneficio del medio ambiente.

Enfoque universalista

Por otro lado, las estrategias de comunicación universalistas se orientarían hacia la difusión masiva de mensajes y campañas a través de las redes sociales. La fundación podría utilizar contenido más amplio y general, dirigido a una audiencia más diversa y extensa, con el objetivo de generar conciencia y captar nuevos seguidores en interesados temas ambientales. Estas estrategias apuntan a alcanzar una mayor visibilidad y alcance en línea,

lo que permitiría a la fundación llegar a una audiencia más amplia y potencialmente involucrar a nuevos seguidores en su causa.

Las estrategias antes mencionadas desde los enfoques universalista y particularista tienen el objetivo de generar visibilidad y que la Fundación Héroes del Planeta pueda construir redes sociales digitales, las cuales a su vez favorecerían la creación de una red social física sólida.

En lo expuesto con anterioridad se resalta la importancia de las redes sociales y establece un análisis de estrategias comunicacionales que puede aplicar la Fundación Héroes del Planeta para su crecimiento en las redes sociales digitales, aparte de incentivar a la comunidad en la participación e interacción, Aparte de que el mensaje tenga mayores receptores en un ámbito cibernético o físico.

Conclusión

A pesar de la creciente popularidad de las redes sociales digitales, la Fundación Héroes del Planeta se enfrenta a ciertos problemas en su presencia en línea, como el bajo flujo de interacción y escasa información en sus perfiles. Esto se debe a que es una organización pequeña y reciente que aún está en crecimiento, lo que limita su visibilidad en las redes sociales digitales y la creación de una red social sólida. Para superar estos problemas, la fundación debe adoptar estrategias comunicacionales efectivas que impulsen la participación de la comunidad. En este sentido, se pueden aplicar enfoques particularistas, enfocados en establecer relaciones cercanas con los seguidores y personalizar las interacciones, así como enfoques universalistas, que busquen difundir mensajes masivos y atraer a una audiencia más diversa.

La construcción de relaciones sociales mediadas por la comunicación es fundamental en las redes sociales digitales. Interactuar de manera individualizada con los seguidores, responder a sus comentarios y preguntas de forma personal y reconocer su participación contribuir a fomentar el compromiso y el sentido de pertenencia a la comunidad.

La visibilidad y el alcance en línea son factores clave para la Fundación Héroes del Planeta. La difusión masiva de mensajes y campañas en las redes sociales puede atraer nuevos seguidores interesados en temas ambientales y aumentar la conciencia sobre la misión de la organización.

El crecimiento de la fundación en las redes sociales tendrá perseverancia y esfuerzos constantes para generar contenido relevante, atractivo y significativo que motive a la audiencia a participar activamente en la protección del medio ambiente.

Al abordar estrategias comunicacionales adecuadas en redes sociales, la Fundación Héroes del Planeta tiene la oportunidad de superar sus desafíos actuales, fortalecer su presencia en línea y, en última instancia, fomentar una mayor participación de la comunidad en la causa ambiental que defienden.

Referencias bibliográficas

- Beltrán, L. (1979). “Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35. <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- César Bernal Bravo, M. Carmen Navarro García-Suelto, & Sonia Santoveña Casal. (2018). Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación. Ediciones Octaedro. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820>
- 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>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y Palabra (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- 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>