

Importancia de las redes sociales externas para el fortalecimiento del grupo Scout

Ensayo

Carmen Dianire Callejas Daza

Tutora:

Daniela Sanches Ríos

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

CAD. José Acevedo y Gómez, febrero 19 de 2022

Resumen

Mediante este ensayo crítico se dará a conocer la importancia del establecimiento de redes sociales para la visualización y el crecimiento de un grupo. En el ensayo se tomará como ejemplo y/o referencia a la experiencia de una investigación hecha en una organización social participativa, grupo Scout; perteneciente a la Región Bogotá, por lo que mediante el conocimiento adquirido en esta, se aterrizan algunos de los conceptos sobre redes sociales externas, exponiendo cómo para una organización el establecimiento de las redes sociales cobra importancia tanto en el momento de buscar un aumento de sus integrantes como a la hora de captar recursos para sus diferentes labores. De otro lado se pretende abordar el concepto de establecimiento y estrategias para la construcción de redes sociales como pilar fundamental para diferenciar a una OSP de otra, y en casos puntuales como la del grupo scout poder replicar estas estrategias en otros grupos, a nivel regional e incluso a nivel nacional.

Palabras clave: Red social, organización social, organización participativa, fortalecimiento, red social externa

Tabla de Contenido

Importancia de las redes sociales externas para el fortalecimiento del grupo Scout	4
Conclusiones	13
Referencias bibliográficas	14

Importancia de las redes sociales externas para el fortalecimiento del grupo Scout

Este documento es un ensayo presentado como evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, siendo esta una opción de Trabajo de Grado; de esta manera se dará inicio al ensayo partiendo de la siguiente tesis: Las redes sociales externas son importantes para en desarrollo las organizaciones sociales participativas, como es el caso del grupo Scout; ya que le permite a la organización el desarrollo, crecimiento, además de generar una visualización de la misma.

De la anterior afirmación podemos decir que las redes sociales internas de una organización en primer lugar son importantes para el funcionamiento interno y participativo de una OSP, en segundo lugar estas nuevas redes que se logran establecer no solo son beneficiosas para fortalecerlos, sino que también favorecen a las diferentes organizaciones con las que establecen contacto; en tercera medida la implementación de redes sociales externas les permite la visualización, el desarrollo y crecimiento de las organizaciones sociales participativas tanto a corto y mediano como a largo plazo.

En el caso de organizaciones sociales participativas como los grupos pertenecientes al movimiento Scout, que a pesar de ser una organización muy grande, y que figura a nivel mundial, con grupos en diferentes países tales como Colombia, a nivel de la región Bogotá, no son muy conocidos en las comunidades de las localidades donde funcionan los grupos scout; es decir que aunque en las comunidades han escuchado sobre los grupos Scout, las comunidades aún desconocen la actividad que desarrollan o si conocen algunos proyectos que desarrollan, no alcanzan a dimensionar realmente todo lo que lleva implícito en el desarrollo de su actividad,

tanto en los procesos de formación de los niños y jóvenes como en la labor social y ambiental que desempeñan en las distintas comunidades.

Este desconocimiento de la labor social que desarrollan o incluso de su imagen corporativa traerá como consecuencia que a mediano y largo plazo no se logre captar la suficiente cantidad de niños, jóvenes y voluntarios (denominados jefes o Dirigentes dentro de los grupos) que quieran pertenecer al movimiento, es decir que el movimiento tienda a desaparecer por no tener suficiente capital humano. De otra parte, también tendrán dificultades al momento de captar recursos para sus actividades en comunidades con algún tipo de necesidad; de ahí la importancia de establecer redes sociales con diferentes organizaciones, lo cual se podría entender mejor desde el siguiente referente teórico de Madariaga, Abello y Sierra, (2003):

El concepto de red social implica, entonces, un sistema abierto a través de un intercambio dinámico entre sus integrantes y con integrantes de otros grupos, que posibilita la potenciación de los recursos que se poseen y que se enriquecen con las múltiples relaciones entre los diferentes miembros que la componen (p.12)

Cuando se contextualiza a una organización social desde sus redes sociales, se podrían entender sus procesos participativos desde aspectos internos de un grupo de individuos. Las redes sociales se entenderían como el proceso de unión de un grupo de individuos, en el caso del grupo Scout, jefes de grupo educando niños de diferentes edades en liderazgo, gestión de proyecto de vida y trabajo con la comunidad, a la vez mediante la experiencia teniendo un aprendizaje mutuo; pero se debe considerar que esta red interna no basta para mantener una OSP a flote, pues si bien son organizaciones sin ánimo de lucro también necesitan diferentes tipos de recursos, tanto humanos como capital financiero entre otros, para subsistir y seguir contribuyendo a la actividad social para la que fueron creadas y siguen operando; por lo anterior,

estas se deben ver abocadas no solo a establecer redes internas que, si bien son importantes para su funcionamiento, no pueden aportar todos los recursos que necesitan, por lo que es muy importante establecer redes externas con otras organizaciones, instituciones o incluso personas que apoyen su labor para que puedan tanto funcionar, como darse a conocer y de esta manera seguir creciendo y por lo tanto prestando servicio a las comunidades en las que se encuentran; lo anterior se puede analizar desde lo dicho por Mony Elkai'm,(1989) quien en su teoría da a entender que la Red Social puede ser vista como un grupo de personas, que tienen la capacidad de aportar ayuda o apoyo real y duradero a un individuo o una familia, convirtiendo esta ayuda en un lazo fundamental que a futuro puede servir de almohadilla o sentar las bases entre esa unidad y la sociedad, o en el en este caso como ayuda mutua entre la sociedad con la que se establece contacto y la organización.

Las redes que se logran establecer con otras organizaciones, no solo son beneficiosas para fortalecerlos, sino que también favorecen a las diferentes organizaciones con las que establecen contacto; es decir establecer redes sociales externas se convierte en una ganancia para todos, en primer lugar, la OSP se beneficia al establecer estas redes ya que se da a conocer y adquiere recursos, y las comunidades se benefician de los servicios que estas organizaciones prestan en pro de las mismas, en las que se involucran sus propios integrantes.

Al hablar de redes sociales no se debe centrar el discurso exclusivamente a las redes que todo el mundo conoce en las plataformas digitales, sino que por el contrario se trata de establecer redes con otras personas utilizando los diferentes recursos que se tienen a la mano. Es decir que se debe plantear la creación de redes sociales desde el establecimiento de un contacto real y duradero iniciando con las personas que están en el entorno, llámese amigos, familia o compañeros de trabajo bien sea de manera directa o a través del uso de herramientas como el

ciber espacio; es decir que si bien las redes sociales tales como Facebook o Twitter son importantes en la sociedad actual en los que la sociedad está centrada en la cibercultura, y en la simultaneidad de los enlaces con otros, las redes sociales que se crean en el entorno también son importantes para el desarrollo de algunas actividades sociales, como es el caso de algunas organizaciones sociales; en el caso de la organización social participativa grupo Scout que si bien cuentan con redes sociales multiplataforma, también han notado la importancia de crear redes sociales directas con otras organizaciones para poderse hacer más visibles y de esa forma poder llegar a otras personas.

En el caso de organizaciones como el grupo Scout que han establecido redes internas y que han funcionado muy bien para lograr una homogeneidad, se han quedado con estas relaciones y no habían visto la necesidad de ir más allá en cuanto al establecimiento de otras redes sociales. Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, podríamos decir que se debe considerar que no basta con tener redes sociales internas, que, si bien son saludables para el desarrollo de las organizaciones sin importar su tamaño, es importante tener en cuenta, que, para el crecimiento de las organizaciones sociales participativas, o cualquier otro tipo de organización se debe ir más allá hacia las redes sociales externas. Lo que quiere decir que dichas organizaciones que presenten esta dificultad en el establecimiento de redes sociales externas, deben salir de la zona de confort y diseñar planes y programas al igual que ampliar la visión que se tiene y de esta manera lograr buscar nuevas redes, en otros lugares, con otras personas, con empresas o porque no, con otras organizaciones sociales etc., esta ampliación de la visión en cuanto a lograr establecer nuevas redes sociales les permitirá a estas OSP adquirir una ventaja frente a otras; en el caso puntual del grupo Scout al lograr llegar a tener esas nuevas redes sociales logrará obtener esos recursos que les serviría para llevar ayuda a otras comunidades,

atraer nuevos participantes al movimiento generando que la organización y porque no decirlo, el hecho de establecer nuevas redes hace que el grupo pueda tener intercambio de ideas, mejoramiento de sus procesos, ya que lograrían que les abran las puertas en lugares a los que por falta de estos vínculos se les ha dificultado llegar. De acuerdo con lo expuesto anteriormente es pertinente mencionar la teoría de red social dada por Montero (2023) al explicar el concepto de red social con la siguiente afirmación, “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.7).

Las redes sociales son importantes para las OSP ya que no solo son un recurso útil para las mismas, sino que saber crear este tipo de contacto permite que una organización se diferencie de las demás no solo porque va a crecer, sino que estas redes sociales les permiten entrar en escenarios a los que otras OSP no podrían llegar, haciéndose cada vez más visibles, y con ello generar una imagen corporativa que sea fácil de identificar en los diferentes escenarios sociales en los que se encuentren, lo que a su vez permite que sea reconocida sobre otras, entendido en palabras de Dabas y Madariaga Abello y Sierra, Reales, Bohórquez y Rueda (1993)“la red social puede ser conceptualizada como un sistema humano abierto, cooperativo y de propósito constructivo que a través de un intercambio dinámico (de energía, materia, información) entre sus integrantes permite la potencialización de los recursos que éstos poseen”(p.8).

En diferentes estudios hechos en algunas áreas del conocimiento tales como sociología y antropología, sobre el ser humano y su vida en sociedad muchos investigadores han llegado a la conclusión que el hombre esta predeterminado a vivir en comunidad y a tener sentido de pertenencia bien sea en su familia o perteneciendo a una comunidad u organización, a fin de ser

reconocido como parte de algo, por lo que desde su nacimiento establece redes sociales con diferentes personas o instituciones de su entorno dependiendo de su afinidad con las mismas y de los objetivos trazados para alcanzar su propia visión.

Las OSP o en este caso la organización Scout tiene esa misma necesidad de reconocimiento, no solo para hacerse visibles sino para generar crecimiento dentro de la misma organización, reclutar nuevos miembros y captar recursos y de este modo darse a conocer a nivel tanto regional como nacional e incluso internacional, esto da a entender como cada organización necesita de nuevas redes sociales para darse a conocer por lo que se puede entender las redes sociales desde el abordaje teórico de Aruguete, G. (2004):

Las redes son formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente, que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas, y que se organizan para potenciar sus recursos. (p75).

la implementación de redes sociales externas les permite la visualización, el desarrollo y crecimiento de las organizaciones sociales participativas tanto a corto y mediano como a largo plazo, pero debe saber cómo establecer el contacto, de lo anterior se deduce que cuando una organización desconoce cómo hacer un correcto contacto para establecer redes sociales con otras organizaciones, se tiende a fallar en el posible contacto, lo que no permitiría el crecimiento de la organización. Por lo anterior es importante considerar que el objetivo de establecer nuevas redes sociales, es llegar a otros espacios, darse a conocer y posicionar la organización en un lugar o comunidad, o en el caso de algunas empresas posicionarlas en el mercado; al entender lo

anteriormente expuesto en contextos tales como el de las organizaciones sociales participativas o más precisamente llevarlo al ejemplo del grupo scout, en el cual sus integrantes han detectado que la principal debilidad que tienen como organización es la falta de construcción de redes sociales externas y por ende tienen una baja visibilidad como grupo, por lo que ellos entienden la importancia de darse a conocer, mostrando la actividad que realizan para así continuar con su crecimiento y fortalecerse a sí mismo.

Se puede ver claramente que para una organización como el grupo Scout es necesario aprender a establecer redes sociales con otras organizaciones, por lo que su principal reto es en investigar cómo se pueden establecer estas redes teniendo en cuenta las necesidades que tienen como grupo; o visto desde la teoría de Abelló y Madariaga, (1999) “El uso de una red social busca la supervivencia para satisfacer necesidades básicas, desarrollo, que se utiliza para mejorar la calidad de vida de sus integrantes y también para buscar y mantener el vínculo social”. (p.19). teniendo en cuenta lo anterior es válido tener en cuenta que para entender las necesidades del grupo se debe hacer un estudio interno de sus debilidades identificando que es lo que realmente necesitan como OSP y de esta manera poder diseñar una buena estrategia para lograr convertir esas debilidades en fortalezas. Dicha estrategia se debe diseñar entendiendo que es lo que buscan como organización, buscando en sus fortalezas lo que pueden mostrar al momento de establecer esa red externa y por consiguiente volverse más atractivos para las organizaciones o personas donde se van a tocar puertas. Volviendo al ejemplo del grupo Scout, esta OSP, debe crear una estrategia que les permita hacerse visible como organización, mostrando la labor que realizan, los aspectos que los hace diferentes de otras que hacen cosas similares. ellos deben mostrar, por ejemplo, la actividad educativa que desarrollan con los niños y jóvenes del grupo, es decir dar a conocer como lo enseñado en cuanto al escultismo, liderazgo, trabajo comunitario y desarrollo

de proyecto de vida. ha llevado a estos niños y jóvenes quienes se benefician de proyecto scout a ser mejores en los entornos en los que se desenvuelven, convirtiéndolos en mejores ciudadanos.

Pasando a la parte en la que se menciona que se debe mostrar lo que los hace diferentes, en este caso sería la capacidad de ser inclusivos, dejando ver como la organización no tiene ningún tipo de discriminación y la capacidad que tienen de trabajar en diferentes actividades sociales en las comunidades en las que se encuentran, con este material el grupo Scout ya podría tener una herramienta valiosa para darse a conocer, en otros escenarios y establecer redes sociales duraderas. También se lograría que otras organizaciones u otras personas tengan conocimiento de ellos, de su imagen corporativa y los puedan diferenciar de las demás organizaciones cuya labor pueda ser similar, o que organizaciones que realicen actividades similares quieran hacer colaboraciones con ellos; en definitiva se trata de que no solo el grupo sepa establecer redes sociales sino que logren ser innovadores en el proceso de establecimiento, que logren estar presentes en el inconsciente colectivo, y en este establecimiento de redes sociales se pueda llegar a esa reciprocidad dinamizando el proceso. De esta manera al lograr que el proceso sea dinámico, de otra parte se debe tener en cuenta que si una estrategia de establecimiento de redes sociales externas es exitosa, se puede implementar una réplica de la estrategia, es decir si una estrategia sirve para lograr llegar a establecer redes con otros, tal vez esos otros pueden implementar una estrategia similar que les pueda ayudar a establecer algunas redes que necesiten, o se pueda lograr el mejoramiento de redes en algunas de sus dependencias; al llevar a la práctica lo anteriormente mencionado en el ejemplo de la experiencia del grupo Scout, se puede decir que si una estrategia en pro de la construcción de nuevas redes sociales llega a ser útil para una región como la región Bogotá, esta misma estrategia se puede implementar en otra de las redes internas

del grupo, es decir en los grupos Scout del resto del país pertenecientes a la asociación Scout de Colombia; generando que no solo que los grupos de la región Bogotá amplíen sus redes sino que se logre el fortalecimiento de las redes a nivel de toda una organización nacional.

Ahora bien, cambiando de ejemplo, si es una organización barrial, veredal o esta organización es más pequeña y sus integrantes estudian sus dificultades en cuanto a redes sociales, llegando a la conclusión que la organización requiere por ejemplo, implementar una estrategia para aumentar sus recursos y su participación, y al aplicar la estrategia con esta se logra el objetivo para la cual fue creada, esa misma estrategia se podría llegar a ser replicada en otra de las partes interesadas internas de la organización, ejemplo estrategia en construcción de redes sociales para aumentar su capital humano, o para difundir información etc. Es importante resaltar, para buscar el establecimiento de nuevas redes sociales depende, tanto de un estudio interno de las necesidades de la OSP, como de los procesos de comunicación y la capacidad de hacer contacto, para llegar a buscar mejorar aquellas debilidades que se tienen en cuanto a construcción de redes sociales externas se refiere, pero para lograr buscar establecer redes externas en beneficio de la OSP. Es imperativo tener en cuenta que se debe hacer un trabajo mancomunado al interior de la organización, las redes sociales internas deben ser fuertes y el trabajo que se haga debe ser participativo, organizado, en los que todos desde sus diferentes actividades o roles en los que participen busquen un mismo fin, de esta manera el grupo u organización logrará mostrar a los otros sus fortalezas como equipo, permitiendo que a donde se llegue los demás logren ver los beneficios que estos aportan, y de este modo se interesen por ellos y por la actividad que realizan.

Conclusiones

Al entender los beneficios que trae el aumento y/o establecimiento de nuevas redes sociales se puede entender que las redes sociales son una forma muy útil y efectiva para que una OSP logre hacer la diferencia frente a otras organizaciones, incluso si la actividad que realizan es la misma o similar.

Las redes sociales son importantes para las organizaciones sociales participativas, ya que les permite asociatividad con otras personas o con otras organizaciones, generando un intercambio de ideas, dinamizando sus procesos y logrando beneficiarse de las mismas; en conclusión las redes sociales les permiten a las organizaciones darse a conocer, lograr marcar la diferencia sobre otras organizaciones, crear una imagen corporativa, lograr el cumplimiento de objetivos y llegar a hacer parte de nuevos escenarios sociales.

La creación de redes sociales externas es una manera de darse a conocer a las demás organizaciones, pero al crear esos enlaces no solo la organización se beneficia, es decir que en conclusión en el caso de las organizaciones sociales participativas no solo la red social está buscándose para sus procesos de visibilización sino que buscan crear contacto con poblaciones que busquen los servicios que estas prestan, de este modo la red social que se crea se convierte en dinámica logrando que la organización sea conocida y logre beneficio para su red interna y también a nivel externo otros se logren beneficiar con las ayudas que estas organizaciones sociales participativas.

El establecimiento de redes sociales externas no solo se trata de un proceso en el que una organización de cualquier índole, en este caso las organizaciones sociales participativas solo se logren dar a conocer, más bien se trata de un proceso dinámico, muchas veces de colaboración mutua en el que sus integrantes se ayudan, comparten ideas y se conocen.

Referencias bibliográficas

- Aruguete, G. (2004). Redes sociales: Una propuesta organizacional alternativa. , 3, 17-75.
https://www.edumargen.org/docs/2018/curso6/unid04/complem04_04.pdf
- Chadi de Yorio, M. R. (2007). Redes sociales en el trabajo social. Buenos Aires, Argentina: Espacio Editorial. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=27>.
- 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>
- 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>
- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchegade Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- 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>
- 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>