

**Red social: Una herramienta para el fortalecimiento interinstitucional y la sostenibilidad  
de la Fundación Sila Kangama**

Luisa Fernanda Muñoz Castro

Asesor

Nohra Novoa Vargas

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

2023

## Resumen

En este documento, el lector encontrará un análisis detallado de cómo las redes sociales ayudan al fortalecimiento interinstitucional y la sostenibilidad de la Fundación Sila Kangama. Se abordan diferentes aspectos relacionados con el tema, incluyendo la importancia de fortalecer las redes de comunicación y la construcción de alianzas estratégicas.

El ensayo explora cómo las redes sociales pueden ayudar a la fundación a establecer una conexión más estrecha con la comunidad, generando un sentido de pertenencia y compromiso hacia los sistemas naturales, culturales y sociales de Santa Marta. Se resalta la importancia de difundir los logros y avances de la fundación para visibilizar su labor y captar la atención de la comunidad, fomentando así la participación activa y el apoyo a sus proyectos.

Proporciona una visión integral de cómo el uso estratégico de las redes sociales puede generar beneficios significativos, tanto en términos de conexión con la comunidad como en la obtención de fuentes de financiación.

***Palabras clave:*** Fortalecimiento interinstitucional, sostenibilidad, visibilidad, educación ambiental, redes sociales.

## **Abstract**

In this document, the reader will find a detailed analysis of how social networks help to strengthen the inter-agency and sustainability of the Sila Kangama Foundation. Different aspects of the subject are addressed, including the importance of enhancing communication networks and building strategic alliances.

The document explores how social networks can help the Foundation to establish a closer connection with the community, generating a sense of belonging and commitment towards the natural, cultural, and social systems of Santa Marta. The importance of disseminating the Foundation's achievements and progress is highlighted to make its work visible and attract the community's attention, thus encouraging active participation and support for its projects.

It provides a comprehensive view of how the strategic use of social networks can generate significant benefits, connecting with the community and obtaining sources of financing.

***Keywords:*** Inter-institutional strengthening, sustainability, visibility, environmental education, social networks.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	5
Red social: Una herramienta para el fortalecimiento interinstitucional y la sostenibilidad de la Fundación Sila Kangama .....	6
Conclusiones .....	11
Referencias bibliográficas.....	12

## **Introducción**

El presente ensayo, es realizado como evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, opción de Trabajo de Grado, este tiene como objetivo analizar la importancia de potenciar las redes sociales de comunicación de la Fundación Sila Kangama. Esta entidad sin ánimo de lucro tiene como principal objetivo promover la educación ambiental y la participación comunitaria en Santa Marta a través de la sensibilización, concientización y capacitación. La fundación busca despertar el sentido de pertenencia hacia nuestros sistemas naturales, culturales y sociales.

Por esta razón, se plantea cómo las redes sociales son herramientas de fortalecimiento interinstitucional para el potenciamiento y la sostenibilidad económica de las organizaciones. Las redes sociales ofrecen una herramienta eficaz para contar historias impactantes y visuales que conecten emocionalmente con la audiencia. Mediante imágenes, videos y testimonios inspiradores, la Fundación Sila Kangama puede transmitir de manera efectiva la importancia de la protección ambiental y el impacto positivo que generan en las comunidades. Estas narrativas atractivas y persuasivas tienen el potencial de movilizar a los usuarios y organizaciones, motivándolos a contribuir económicamente en la misión de la organización.

## **Red social: Una herramienta para el fortalecimiento interinstitucional y la sostenibilidad de la Fundación Sila Kangama**

Las redes sociales son herramientas de fortalecimiento interinstitucional que en su ejecución potencian y permiten la sostenibilidad de las organizaciones en el tiempo. Al fortalecer las redes sociales de comunicación, la Fundación Sila Kangama puede establecer una conexión más estrecha con la comunidad, generando un sentido de pertenencia y compromiso hacia los sistemas naturales, culturales y sociales de Santa Marta. A través de la difusión de logros y avances, la fundación podrá visibilizar su labor y captar la atención de la comunidad, fomentando la participación activa y el apoyo a sus proyectos.

La construcción de comunidad también implica establecer alianzas estratégicas para fortalecer las redes institucionales y ampliar las fuentes de financiación para la fundación, “las redes institucionales se definen como organizaciones gestadas y constituidas para cumplir con objetivos específicos, que satisfagan las necesidades particulares del sistema de usuario; necesidades que son puntuales y deben ser canalizadas dentro de organismos creados para tales fines” (Chadi, 2007, p. 58).

Al emplear las redes sociales tanto digitales como humanas, posibilitan el intercambio de ideas, recursos y conocimientos entre diferentes actores que en el tiempo crearán oportunidades para colaboraciones conjuntas, un trabajo de red y una mayor influencia en el campo de la educación ambiental.

El Trabajo de Red no se limita a verificar cuales son los recursos de la comunidad, tanto primarios como secundarios e institucionales, que están presentes en cada caso. Por el contrario, el trabajo social como disciplina, aviva mecanismos que crean vías de contacto entre cada uno de los miembros de la red, reeditando así su contexto de operación, al

sostener un accionar facilitador de conexiones que estimulan paralelamente grados de independencia. (Chadi, 2007, p. 74)

La Fundación Sila Kangama lleva una larga trayectoria en el campo académico, la sensibilización, concientización y capacitación sobre educación ambiental, esto le ha permitido crear una red de colaboradores y alianzas estratégicas interinstitucionales que ayudan a desarrollar su labor misional, sin embargo, se identificó que esta red humana no es suficiente. La Fundación Sila Kangama necesita ir más allá de las barreras geográficas y hacer uso de las redes sociales digitales, ya que “posibilitan la creación de nuevas sinergias, uniones, simbiosis entre los partícipes de una colectividad educativa, favorecen y permiten; el acceso a información, la estructura, ordenación y divulgación de acontecimientos, sucesos, etc.” (Gallego, 2016, p. 241).

Asimismo, las redes sociales permiten la participación activa de la comunidad en la labor de la fundación, ya que pueden utilizar estas plataformas para crear un diálogo abierto con la comunidad, responder preguntas, abordar inquietudes y escuchar las necesidades de las personas. Esta interacción cercana y directa fortalece la relación entre la fundación y la comunidad, generando confianza y fomentando un sentido de pertenencia y apropiación de las iniciativas ambientales. Lo que, a su vez, fortalece la legitimidad de la organización y contribuye a la sostenibilidad en el tiempo.

De igual manera, permiten una difusión rápida y eficiente de la misión y los logros de la Fundación Sila Kangama. Al utilizar estas plataformas para compartir contenido relevante y educativo, la fundación puede llegar a un público más amplio y generar conciencia sobre la importancia de la protección ambiental y la participación comunitaria a través de su trabajo social. Chadi (2007) afirma lo siguiente:

El trabajo social tiene como premisa en sus niveles de intervención, una visión macro sistémica, considerando al hombre en su condición social. Desde esta perspectiva contextual, no es posible pensar a Trabajo Social como una disciplina que no tenga como parte de su accionar las Redes Sociales. (p. 73)

La visibilidad generada a través de las redes sociales atrae la atención de potenciales colaboradores, donantes y patrocinadores, lo que contribuye directamente a la sostenibilidad financiera de la organización.

Es importante destacar que el uso estratégico de las redes sociales requiere una planificación y una gestión adecuadas. La Fundación Sila Kangama debe desarrollar una estrategia coherente en las redes sociales, definir sus objetivos específicos, identificar a su audiencia objetivo y crear un plan de contenido atractivo y relevante. La consistencia en la comunicación y el seguimiento de los resultados obtenidos permiten evaluar el impacto de las acciones en las redes sociales y ajustar la estrategia en consecuencia.

Al potenciar las redes sociales de comunicación, se facilita la creación de vínculos con entidades académicas, gubernamentales, sociales y empresariales, ampliando así el alcance de la fundación y fortaleciendo su capacidad para llevar a cabo proyectos de mayor envergadura.

La Fundación Sila Kangama ha realizado numerosos proyectos y cuenta con una credibilidad significativa en diferentes ámbitos. Sin embargo, se ha identificado la falta de una línea gráfica y visual estructurada, así como la ausencia de un portafolio de servicios claro y diagramado, lo cual dificulta su posicionamiento e imagen ante organizaciones con mayor peso.

Mediante el potenciamiento de las redes sociales de comunicación, la Fundación Sila Kangama podrá difundir de manera efectiva sus logros, avances y proyectos a una audiencia más amplia. La creación de una identidad visual sólida y coherente permitirá generar un

reconocimiento visual distintivo, mientras que un portafolio de servicios bien estructurado y atractivo destacará la diversidad y el impacto de las iniciativas llevadas a cabo.

Además, al comunicar de manera proactiva y estratégica los logros y avances, la Fundación Sila Kangama podrá posicionarse como una organización comprometida con la educación ambiental y la participación comunitaria en Santa Marta.

La educación y comunicación ambiental en su afán de plantear cambios de mentalidad, ha logrado muchas transformaciones en algunas comunidades con proyectos que promueven la sostenibilidad del uso del territorio; sin embargo viendo en nuestra sociedad los permanentes daños que se siguen cometiendo contra nuestra madre tierra, podemos observar que muchas acciones en favor del medio ambiente siguen siendo un discurso incapaz de gestar cambios en la cultura, y no pasan de ser una inquietud de algunas personas comprometidas con el medio ambiente o de proyectos que tienen repercusiones en escalas pequeñas que no logran modificar imaginarios culturales porque seguimos formando una opinión pública muy débil como forma de control social para seguir trabajando ese modelo de desarrollo mecanicista donde lo importante es el crecimiento económico y no las personas. (Cueto Gómez, I. 2019, p. 34)

Muchas acciones en favor del medio ambiente parecen limitarse a discursos que no logran transformar la cultura de manera significativa. A menudo, estas iniciativas solo resuenan entre personas comprometidas con la causa o tienen repercusiones locales y limitadas. La razón subyacente a esta falta de impacto es la existencia de una opinión pública débil y la persistencia de un modelo de desarrollo mecanicista centrado en el crecimiento económico, en lugar de priorizar el bienestar de las personas y la preservación del planeta. Ante este panorama, es fundamental que organizaciones como la Fundación Sila Kangama utilicen estratégicamente las

redes sociales como herramientas de comunicación para potenciar su mensaje y promover una verdadera transformación en la sociedad, y para esto, el marketing digital juega un papel protagonista.

El marketing social consiste en la aplicación de las técnicas del marketing comercial para análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en el orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad. (Noguera, 2011, p. 17)

El fortalecimiento de las redes sociales de comunicación de la Fundación Sila Kangama no solo garantizará una mayor visibilidad y participación comunitaria, sino que también desempeñará un papel fundamental en la consecución de fuentes de financiación. Es importante crear vías de contacto y conexiones que fomenten la independencia y el accionar conjunto. Al utilizar estratégicamente las redes sociales, la fundación podrá establecer alianzas estratégicas, atraer fuentes de financiación y asegurar la sostenibilidad financiera necesaria para continuar su labor en la educación ambiental y la participación comunitaria. Obtener estos recursos económicos es esencial para garantizar el crecimiento y el impacto positivo de la fundación en la sociedad, permitiéndole seguir trabajando en pro del medio ambiente y la construcción de una comunidad comprometida con la sostenibilidad.

## Conclusiones

La Fundación Sila Kangama desempeña un papel importante en la promoción de la educación ambiental y la participación comunitaria en Santa Marta, Colombia. Sin embargo, para maximizar su impacto y garantizar su sostenibilidad, es fundamental potenciar sus redes sociales de comunicación mediante una estrategia de mejora y posicionamiento visual, el fortalecimiento de las comunicaciones internas y externas, así como la difusión de los logros y avances de la fundación, de esta forma será posible ampliar su visibilidad y captar el interés de potenciales fuentes de financiación.

La obtención de fuentes de financiación es crucial para la sostenibilidad de la fundación y el logro de sus objetivos en la educación ambiental y la participación comunitaria. Las redes sociales se presentan como una herramienta poderosa y efectiva para conectar con potenciales donantes, patrocinadores y colaboradores, al transmitir el impacto positivo de la organización y generar confianza en su labor.

### Referencias Bibliográficas

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>

Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el

S.XXI. <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>

Noguera Vivo, J. M. author. (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533)