

**Escenarios digitales como plataforma social de ayuda humanitaria para sectores vulnerables**

Cinthia Maidey Alfonso Chinchilla  
C.C 1.010.060.063

Universidad de Pamplona  
Facultad Artes y Humanidades  
Comunicación Social  
Enero 2019

## **Escenarios digitales como plataforma social de ayuda humanitaria para sectores vulnerables**

### **Resumen**

Los escenarios digitales se han convertido en la actualidad en una plataforma social de gran importancia, no en vano la humanidad se encuentra en un periodo conocido como la era digital, pues estos medios han permitido que la sociedad se mantenga constantemente comunicada e informada.

La comunicación en las plataformas digitales juega un papel muy importante en la sociedad, pues gracias a estas todos los sucesos ocurridos en el mundo son conocidos, mientras que, en otros medios como la radio, televisión y prensa muchos hechos de relevancia son omitidos debido al alto grado de manipulación de algunos gremios políticos y empresariales que no permiten la publicación de noticias que puedan perjudicar su imagen. Es por esto que los escenarios digitales se han convertido en el principal medio de preferencia por la ciudadanía. Por ende, la comunicación, información y participación se convierten en los componentes principales que debe tomar el comunicador social para así, poder lograr por medio de las plataformas digitales crear una red de ayuda humanitaria en sectores vulnerables teniendo a las organizaciones y a la ciudadanía como aliadas y así, con esta iniciativa estar dando un gran paso para la generación del cambio social.

**Palabras claves:** Comunicación, participación, escenarios digitales, cambio social, sectores vulnerables

## **Digital Scenarios as a Social Platform for Humanitarian Aid for Vulnerable Sectors**

### **Abstract**

Digital scenarios have now become a social platform of great importance, not in vain, humanity is in a period known as the digital age, because these means have allowed society to remain constantly communicated and informed.

The communication in the digital platforms plays a very important role in society, because thanks to these all the events happened in the world are known, while, in other media such as radio, television and press many relevant events are omitted due to the high degree of manipulation of some political and business associations that do not allow the publication of news that may harm their image. This is why digital scenarios have become the main means of preference for citizenship. Therefore, communication, information and participation become the main components that the social communicator must take in order to achieve, through digital platforms, the creation of a humanitarian aid network in vulnerable sectors, with organizations and citizens as partners. And so, with this initiative, we are taking a big step towards generating social change.

**Keywords:** Communication, participation, digital scenarios, social change, vulnerable sectors

En la actualidad la digitalización ha cambiado la manera de percibir el mundo por parte de la sociedad; el uso de teléfono celular y las redes sociales han creado una moda, estos aparatos electrónicos han hecho de la actualidad que todas las personas requieran hacer uso de las redes sociales por necesidad de comunicación y expresión con el resto del mundo. El big data es un término que describe el gran volumen de datos – estructurados y no estructurados – que inundan una empresa todos los días. Pero no es la cantidad de datos lo importante, lo que importa es lo que las organizaciones hacen con los datos.

El big data puede ser analizado para obtener insights que conlleven a mejores decisiones y acciones de negocios estratégicas (S.A.S, 2018); debido a que es un recurso que a través de su uso logra beneficiar a las organizaciones, ya que se realiza en tiempo real y con evidencia de los pensamientos. Además se puede direccionar a la sociedad de manera positiva por medio de las estadísticas del big data en las que se pueden evidenciar que la labor social a través de las redes sociales o escenarios digitales si es posible, así mismo mediante el big data se pueden generar mejores estrategias de trabajo teniendo como referencia la labor de otras organizaciones y sus resultados, para así poder fortalecer las destrezas y tener en efecto decisiones acertadas para implementar en este caso en las ayudas humanitarias.

Las constantes actualizaciones digitales y las nuevas formas de usar la tecnología es una oportunidad para lograr cumplir con el trabajo que tienen las organizaciones humanitarias, pues a través de las redes sociales es posible obtener información en tiempo real en cualquier parte del mundo.

Cabe resaltar que anteriormente no era posible el manejo de la información como hoy en día, pues en definitiva la era de la internet en conjunto con las redes sociales dieron inicio a una nueva forma de interacción, tiempo atrás para poder llevar un mensaje de una persona a otra de

diferentes países o ciudades se hacían por cartas escritas a mano o con máquina de escribir que demoraban varios días en llegar a su destino, mientras que en la actualidad solo se necesita de un computador o celular con internet para que el mensaje llegue en cuestión de segundos a cualquier lugar del mundo. De acuerdo con lo anteriormente planteado surge el siguiente interrogante ¿Cómo promover desde los escenarios digitales los procesos de labor social?

Con el pasar de los años el índice de vulnerabilidad social en sectores de Colombia y el mundo han ido incrementando de tal forma que “la comunicación para el cambio social ha heredado la preocupación por la cultura y por las tradiciones comunitarias” (Gumucio, 2011, p.37) por consiguiente, es necesario el aporte de la sociedad con las redes sociales como aliadas para la implementación de ayuda humanitaria en las comunidades más vulneradas, ya que por intermedio de estas plataformas es más fácil dar a conocer situaciones de todo el mundo. En el diario EL PAÍS de Colombia en una carta titulada cambios sociales por las redes sociales se pueden analizar varios puntos interesantes de la realidad actual en cuanto a estas redes pues en esta su autor Yárnoz (2015) concluye que:

Ante nosotros se abre un mundo en el que las redes sociales constituyen la primera fuente de información para sus usuarios, quienes en cuestión de segundos pueden saber de la última canción de su cantante favorito o enterarse del último escándalo de corrupción en España. Esto las diferencia de los demás medios de comunicación.

En la televisión, la radio y la prensa el derecho a la libre expresión es limitado pues existe un monopolio en estos que no permite que las noticias se transmitan de manera limpia, es decir, son modificadas al punto de omitir información que pueda afectar la imagen de algunos entes empresariales o gubernamentales reservando contenido de interés para la comunidad. Por esto es importante resaltar que las redes sociales son “la definición perfecta de libertad de expresión,

donde toda persona que quiera puede expresarse. Puede que tenga sus pros y sus contras, pero lo que es innegable es que ha supuesto un gran avance en la comunicación” (Yáñez, 2015).

Por medio de las redes sociales es posible obtener información y ampliar las oportunidades para intercambiar experiencias y conocimientos; en el contexto de las instituciones dedicadas a la labor social los escenarios digitales brindan la oportunidad de descubrir diferentes lugares para que la información llegue a distintos públicos.

Los escenarios digitales han generado cambios notables en la sociedad, han forjado modernización y gran interés por mostrar la realidad tal cual es, lo que hace que las personas compartan gran cantidad de información a través de las plataformas digitales además de hacer difusión de voz a voz, es decir, comunican lo que han visto por las redes sociales con otras personas de forma presencial ya que contenidos que han indagado anteriormente les causa interés y hace que lo conviertan en tema de conversación logrando que se empiece a viralizar cierta información.

Por su parte, la comunicación social es una disciplina de uso para transmitir la información necesaria de algún tema, en este caso para dar a conocer la labor que se desea realizar en pro de mejoramiento de la calidad de vida de los sectores de más bajos recursos. Además, la inclusión de la comunicación a través de las redes sociales ha abierto caminos para que los mensajes de instituciones dedicadas a la labor social lleguen a diferentes partes del mundo.

Sin embargo, el uso de las redes sociales se presenta de manera desmedida y sin control por algunos usuarios, lo que puede tener un efecto negativo a la hora de a quien o quienes le llegará la información, por ello resulta necesario que los mensajes sean verídicos, creativos y siempre dirigidos con educación y respeto.

A través de las redes sociales es posible llevar a cabo otras acciones de mayor compromiso como donaciones, voluntariado para el crecimiento y el desarrollo de fundaciones con fines de ayuda para las comunidades de escasos recursos (Arroyo, Baladrón, & Nieto, La comunicación en redes sociales: percepciones y usos de las Ong españolas, 2013). Por lo anterior, en comparación con el pensamiento de Manuel Castells en donde concluye que “el surgimiento, desarrollo y continuidad de estos movimientos (sociales) están directamente vinculados a Internet como plataforma de autonomía comunicativa y deliberativa conducente a la auto-organización del cambio social” (Castells, 2000, p.11) se evidencia que ambos planteamientos se asemejan a la principal idea de que las ayudas sociales si son posibles teniendo a las redes sociales o escenarios digitales como principales plataformas comunicativas para la labor social debido a que se pueden generar redes direccionadas al compromiso de solidaridad ya que:

El verdadero efecto que producen los movimientos sociales en general, y los actuales en red en particular, es el cambio de mentalidad, la transformación de la conciencia de las personas. Porque se comunican nuevos valores, y juicios alternativos, y se someten a debate, y van surgiendo nuevos consensos y nuevos desacuerdos en un proceso deliberativo. Y, sobre todo, porque la práctica de los movimientos en el espacio público, en la red, en las plazas, en las instituciones, permite a la gente darse cuenta de su poder, de que juntos podemos, de que es posible expresarse y soñar con una sociedad construida a partir de sus manos y de su comunidad (Castells, 2014, p.13).

Un ejemplo es la red por la sustentabilidad WiserEarth enfocada en unir personas y empresas no lucrativas para la creación de alianzas con el fin de trabajar por flagelos de la humanidad como la justicia social y la sostenibilidad, son más de 112.000 miembros de organizaciones registrados en el directorio de esta red en línea que buscan disminuir estos problemas.

Es necesario tener claro que el internet es una herramienta que no da la solución a todas las dificultades, sin embargo, es muy útil para las organizaciones de movimiento humanitario debido a que generan participación, intercambio de ideas y mejoras en el cumplimiento de las acciones de desarrollo humanitario. En los escenarios digitales es posible actualizar periódicamente la información para mantener al tanto a la comunidad de los avances que van surgiendo conforme se va desarrollando alguna organización.

Según González M. “la flexibilidad, la horizontalidad, la interconexión y la cercanía” son fortalezas o ventajas intrínsecas de la comunicación on-line y de Internet para las organizaciones del Tercer Sector, es decir, para las entidades encargadas de proyectos sociales.

Por medio de las redes sociales es posible realizar difusión simultánea de contenido de manera rápida y eficaz para comunicarnos con los usuarios; es de total importancia que al momento de crear los archivos que serán publicados en las plataformas digitales sea estudiada la manera en que serán divulgados teniendo en cuenta al público que se quiere llegar, pues hay que tener claro que el tipo de lenguaje es bastante trascendental debido a que se debe manejar una expresión apropiada pues la palabra, imagen y sonido forman un todo unificado y coherente, teniendo como resultado el fruto de un proceso de creación en el que, desde la fase de diseño ya se piensa en imágenes, si no se plantea bien la escritura electrónica es posible que como organización fracase la idea de lograr ayudar a los más necesitados en colaboración con los escenarios digitales; por otra lado, es necesario analizar que la tecnología está en constante innovación lo requiere en ocasiones la implementación de nuevos aparatos electrónicos para lograr tener más capacidad y mejoras dentro del equipo de trabajo, este factor remueve la actividad económica.

Cabe resaltar que el internet es un canal donde es posible ofrecer información de diferente tipo y por distintos medios que en otros recursos no es posible debido a que genera gastos económicos; brinda la ventaja de informar y comunicar en tiempo real para hacer partícipe a los colaboradores de la organización que se encuentran en el mismo país o en el exterior, además si se desea se puede generar publicidad las 24 horas del día sin necesidad de intermediarios solo se necesita tener acceso a internet.

La labor social necesita la participación de diferentes entidades públicas y privadas, instituciones gubernamentales y empresas que logren ofrecer ayudas de tipo económico o psicológico hacia los grupos de apoyo para colaborar con los diferentes problemas que se pueden presentar en un centro comunitario, cuya finalidad es lograr la integración social para proveer nuevos aprendizajes y diseñar proyectos que puedan atender las necesidades y problemas sociales.

Para que una organización comunitaria funcione, requiere de personal con capacidad para coordinar la gestión enfocada a un propósito social que busca mejorar las condiciones sociales de una determinada comunidad; para así formar y reformar personas que en un futuro le serán útiles a la sociedad.

Son varias las disciplinas que pueden lograr llevar a cabo labores sociales pero se puede considerar a la comunicación social como una de las más fuertes debido a que aparte de comunicar e informar va ligada con el trabajo social y el desarrollo, con esto en conjunto y teniendo las redes sociales como medio de difusión es posible ayudar a muchas familias que están mal en los sectores sociales, culturales, económicos y educativos; del mismo modo al progreso de las comunidades y a la disminución de factores comunes como la pobreza que aunque bien no se va acabar si se puede hacer posible que niños, niñas y jóvenes que están

privados de la oportunidad del estudio puedan acceder a la educación y así adquirir una mejor calidad de vida que en un futuro les pueda generar impulso económico.

Por otra parte, el internet ha modificado la manera de comunicarse entre los seres humanos; lo cual ha generado cambios tanto en las empresas como en organizaciones sin fines de lucro ya que sirven de impulso para extender las ofertas y promover los objetivos que como organización se planteen y de este modo crear y desarrollar estrategias comunicativas.

Por medio de las redes sociales, se hace uso del marketing viral y de este modo se logra llegar a grandes masas de destinatarios, organizaciones como Greenpeace (ONG ambientalista) utilizan esta herramienta para buscar generar conciencia en la comunidad y ejercer presión a las empresas que de alguna u otra forma afectan la naturaleza, además de atraer nuevos donantes que apoyen a la organización con fondos para la campañas y actividades realizadas en pro del cuidado del medio ambiente; y de la misma manera cualquier otra organización de asistencia humanitaria lo puede realizar para lograr llegar a muchas personas o empresas que deseen apoyar la causa de ayudar a los más necesitados; en este sentido se cumple una intención fundamental que es atraer personas que se interesen en el propósito de apoyar a sectores vulnerables por medio de las redes sociales que permiten llegar a muchas partes del mundo, es decir son personas unidas por un designio en común, lo que se puede considerar como una ventaja pues indiscutiblemente en la actualidad las plataformas digitales son el medio que permite hacer que la información llegue a grandes masas de destinatarios.

Otra de las ventajas que brinda el uso de las redes sociales es que muestra y evidencia como las personas perciben la idea de la creación de una organización para ayuda humanitaria en las zonas más pobres; esto se consigue gracias a que se puede interactuar directamente con el público y no se necesita de un intermediario, se logran usar como canal de impulso, información

y comercialización, ya que las plataformas digitales son muy rentables para ofrecer productos o servicios, así como también para dar a conocer la identidad e imagen corporativa de las entidades por medio de textos o herramientas multimedia, como los videos corporativos o institucionales; Además a través de las redes sociales es posible medir el comportamiento de los usuarios que participan en la labor (Acevedo, 2017).

Por ejemplo, la red social Facebook se ha posicionado como una potencia para promover las ayudas humanitarias, pues cuenta con millones de usuarios activos que desean colaborar con causas como estas sin fines de lucro; además es una red que permite hacer uso de imágenes y videos para promover los objetivos planteados en cualquier organización enfocada en labores sociales, ocasionando que a través de estos recursos el mensaje que se desea transmitir a la comunidad online llegue de manera más clara y precisa.

El uso de las redes sociales aunque no lo parezca requiere de muchos conocimientos para desempeñar un papel como es la promoción de ayudas humanitarias, también es necesario que como figura se mantenga una constante observación del comportamiento de los usuarios para lograr conseguir colaboración (Finanzas Personales, 2017), para ello es necesario ser claros en las ideas que se desean plantear y destacar la labor de los lideres, además una gran ventaja que presentan la mayoría de las redes sociales es que son gratuitas lo cual beneficia la comunicación entre emisor y receptor.

En la actualidad las redes sociales Instagram y Twitter son unas de las más utilizadas y con mayor reconocimiento a nivel mundial en estas se puede viralizar de manera muy rápida la información debido a la tendencia de los famosos #hashtags, los cuales forman un enlace que al dar clic lleva a una página con publicaciones similares al mismo tema (Custódio, 2017). Es por lo anterior que el “signo numeral” ha tomado gran fuerza en el mundo digital, pues en su

mayoría las organizaciones y personas los han implementado en sus cuentas digitales como estrategia de posicionamiento. Un ejemplo claro del empleo de estos son los populares #challenges que consisten en realizar diversos retos que se viralizan en cuestión de segundos. Con el uso de esta moda en las redes sociales se puede llegar de una manera más rápida a diferentes públicos interesados en la labor social, pues el hashtag no es indiferente a las personas cuando se trata del apoyo a causas sociales; en Colombia por ejemplo se utiliza mucho esta tendencia en protesta hacia el secuestro y actos violentos.

Por consiguiente, en el transcurso del diseño para promover una organización humanitaria se pueden observar diferentes variables para lograr las estrategias que van a brindar el mensaje concreto de la actividad que se pretende promover, aspectos textuales, aspectos visuales, aspectos sonoros y aspectos narrativos juntos juegan un papel importante para transmitir lo que se desea.

Es importante estudiar de manera profunda las necesidades y los recursos con lo que se cuenta para lograr determinar cómo dar solución y promoción por medio de las redes sociales para que resulte exitosa la labor. Son necesarias las ideas claras basadas en imágenes y comunicar por medio de textos o audiovisuales para llegar a los usuarios, el uso y la combinación de colores son importantes, así mismo las palabras que se van a emplear.

En Argentina existe una red de tecnología para la inclusión social llamada RedTISA ( Red de Tecnologías para la Inclusión Social – Argentina), la cual tiene por objetivo integrar un conjunto de organizaciones de carácter público o carácter privado, con el fin de construir el desarrollo sostenible del país por medio de la difusión tecnológica para la inclusión social (TIS); la Redtisa pretende generar y posibilitar los procesos de producción de desarrollo social por medio de las organizaciones y las redes, consolidando así el uso de las tecnologías en la inclusión social y

diseñar políticas que generen una nueva reciprocidad entre Estado-Sociedad (Juarez & Avellaneda, 2011). Redes como esta son de gran ayuda en gran parte del mundo, pues existen muchos sectores vulnerables que carecen de economía y cultura, estas iniciativas promueven un buen compromiso social.

Las personas dedicadas a la labor social a través de las redes sociales son muchas, tanto así que existen los llamados e-voluntarios, personas que dedican parte de su tiempo a las acciones solidarias, participan en estas actividades sin fines de lucro para favorecer la integración social; el compromiso es una disciplina característica de los voluntarios que toman la decisión de colaborar con las organizaciones de ayuda humanitaria. Para poder lograr un mayor número de proyectos sociales en el mundo con resultados positivos es necesario la inclusión de más “voluntarios digitales” como también se les puede llamar redes de ayuda, así se podría disminuir en parte la desigualdad y generar mayor compromiso de solidaridad social.

Para nadie es un secreto que los jóvenes son quienes se encuentran mayormente inmersos en el mundo de la tecnología, por esto son ellos quienes podrían ser los principales generadores del cambio social si así lo quisieran pues no en vano son conocidos como nativos digitales (Prensky, 2001), desde que estos nacen están rodeados de las tecnologías de la información y como natos conocedores de ellas podrían utilizarlas como herramienta para ayudas sociales. Un buen ejemplo de jóvenes interesados por el cambio social son quienes integran la organización AIESEC reconocida por la UNESCO ("AIESEC en el mundo | AIESEC Colombia", 2019) y conformada por jóvenes entre los 18 y 29 años de todo el mundo encargados de realizar obras sociales, los voluntarios de esta organización hacen intercambios con jóvenes de diferentes países, actualmente es la organización internacional de jóvenes más grande del mundo, pues cuenta con más de 10.000 miembros en 126 países.

Hoy, más que nunca en la historia los jóvenes se encuentran interconectados, son capaces de “hablar” con más de cincuenta amigos al mismo tiempo y tienen a su alcance una gran cantidad de información de carácter político, social o cultural con un simple “*click*”. (García, 2013, p.113).

Por otra parte, las organizaciones en la actualidad se han ido familiarizando con las redes sociales, al ver el impacto que estas generan en la sociedad; las consideran excelentes aliadas, pues a través de ellas pueden dar a conocer su marca y de cierto modo crear un reconocimiento en los usuarios. En palabras más concretas las organizaciones están comenzando a utilizar las redes sociales “en su estrategia de marketing debido al bajo costo de uso y popularidad” (Saavedra, Rialp, Llonch, 2013, p.208). Sumado a esto, muchas organizaciones son partícipes de actividades sociales en sectores vulnerables, esto de cierto modo es una buena estrategia pues estas labores hacen que los usuarios sientan mayor empatía con las empresas por su iniciativa de compromiso social.

Si bien es cierto la humanidad se encuentra en un ciclo en donde las redes sociales y la tecnología son parte fundamental para su diario vivir muchos utilizándolas para bien y otros cuantos dándole un uso incorrecto, esto de cierta forma se puede relacionar con el libro “Redes de indignación y esperanza de Manuel Castells” (2012), allí el autor se refiere a las redes sociales como causantes de movilizaciones de protesta, situación totalmente real, pues en la actualidad este medio parece campo de batalla, debido a que como en todo se encuentran tres clases de personas entre las cuales se puede identificar a quienes están a favor, en contra y a quienes simplemente manejan una postura neutral en cuanto a lo que se publica en estas plataformas, generando entre las dos primeras debates de todo tipo por defender su punto de vista. En razón de lo expuesto, el comunicador debe generar un enfoque centrado en esta situación pues al

momento de querer forjar un cambio social a través de ayudas para sectores vulnerables sucederá exactamente lo mismo y es ahí donde él deberá tener como principal componente a la comunicación e información para poder plasmar y divulgar lo positivo que se puede lograr con iniciativas como estas y así poder convencer a la ciudadanía para que esta acceda a la participación en la red expansiva para dichas ayudas.

Adicionalmente, es necesario tener en cuenta que para poder llegar a varias personas y organizaciones se debe crear afinidad con este público, Thomas Tufte en su libro comunicación para el cambio social: La participación y el empoderamiento como base para el cambio social “enfatisa en la necesidad de una comunicación más empática que active a la ciudadanía en el proceso de cambio social” (Farné, 2017, p.178). El anterior énfasis es muy válido pues para que una persona u organización acceda a pertenecer a una red de ayuda humanitaria en este caso, tendría que sentirse afín con esta o por lo menos que la historia o información transmitida por el comunicador tenga empatía con algún suceso cercano a la vida del público al que se quiere llegar, para así poderlo sensibilizar y obtener su participación.

Teniendo en cuenta lo anterior, es viable realizar ayudas humanitarias a través de las redes sociales debido a la cantidad de información, noticias e historias que diariamente se difunden en estas plataformas, esto hace posible que la sociedad se haga una idea de la situación actual de algunos sectores vulnerables de diferentes países y así hagan eco de la situación para poder llegar a personas con la iniciativa de realizar labor social e iniciar con la transformación e ideal de un mundo mejor.

Con base a todo lo mencionado el poder generar grupos de labor social a través de los escenarios digitales o redes sociales es una tarea ardua pero posible, para poder generar ayudas humanitarias se necesita de un grupo estructurado y con ideas claras por eso es importante tener

en cuenta que en cualquier organización se necesita de un DIRCOM (Director de comunicaciones) capaz de liderar, pues este cuenta con varios ejes entre los que se encuentran la pasión y convicción por lo que hace y la manera empoderada de asumir retos con una visión en común además, es experto en observar y escuchar todo lo relacionado a la labor o situación que van a afrontar. Con una buena estrategia, el buen manejo de las TIC, gestión de la información y el conocimiento, una cultura organizativa en la red y capacidades generativas de los integrantes, se puede lograr grandes alcances que beneficiarían de buena forma a las comunidades vulnerables.

Cuando se tiene plasmado estrategias, cargos y objetivos claros, el grupo, la persona u organización suelen tener mayor éxito en sus compromisos, el orden y la responsabilidad son clave fundamental en el desarrollo y crecimiento de una empresa, además esto podría generar mayor credibilidad y por consiguiente un pronto reconocimiento, en este caso de la red social para ayudas humanitarias.

A las redes sociales se les debe saber dar buen uso porque, así como pueden posicionar a una persona u organización de manera positiva en la cúspide, también puede generar todo lo contrario y hacer que estas pierdan toda oportunidad de posicionamiento y reconocimiento por un uso indebido. Estas redes son el “boom” del momento, todo gira en torno a ellas y por eso es por lo que las empresas e individuos las acaparan como algo extraordinario, pues ningún otro medio logran que la información llegue a la sociedad de manera tan rápida y que esta se viralice en menos de nada. Las redes sociales han permitido entrelazar varios sectores, por ejemplo, la política o los políticos y los famosos influenciadores con su gran cantidad de seguidores utilizan estas plataformas para colaborar con ayudas humanitarias y debido al gran impacto que causan

las publicaciones de los mismos, las personas de distintas partes del mundo se interesan en querer apoyar estas buenas causas.

Es evidente ver como la tecnología ha generado que la sociedad se adapte a cambios para adecuarse a la modernización a la cual demanda la nueva era tecnológica; y aunque con ello no se ha logrado la igualdad social, queda claro que las redes sociales o escenarios digitales son plataformas muy útiles para lograr realizar campañas de acción social y poder llegar a influir en el pensar de las personas haciéndolas reflexionar sobre la importancia de ayudar a los más necesitados, junto a esto las TICS han influido fuertemente en la forma de comunicación de la humanidad en la actualidad, pues están presentes en el diario vivir en los diferentes ámbitos de la sociedad (hogar, trabajo y escuelas).

Además, el desarrollo del progreso tecnológico ofrece una gran experiencia positiva a nivel mundial debido a todo lo que se puede llegar a lograr por medio de los escenarios digitales; con el mundo interconectado y con compromiso social es posible que se asegure un crecimiento en la productividad de ayudas humanitarias para garantizar la calidad de vida de muchas personas que no tienen recursos; del mismo modo por medio de las plataformas digitales se puede mantener un mejor control de las finanzas y un análisis de si se están logrando los objetivos de la ayuda a la que se desea llegar.

El progreso tecnológico presenta tanto desafíos como oportunidades, el reto primordial es hacer el buen uso de los escenarios digitales disponibles y de ese modo poner en práctica la posibilidad de generar ayuda humanitaria para aprovechar las oportunidades y ser un potencial en el manejo de las redes informacionales para transformar la práctica de labor social haciéndola más efectiva.

El cambio social se puede lograr con la destreza de saber cómo generar un impacto en la sociedad, sembrar en ellos la idea de labores sociales por medio de los escenarios digitales, que estos puedan sentir interés por participar en alguna ayuda social humanitaria en donde los sectores vulnerables sean los beneficiados en el ámbito educativo, social, cultural deportivo, religioso y económico, y así los habitantes de estos sectores se sientan apoyados y no agobiados por las faltas de oportunidades. Por medio de las plataformas digitales con la participación y comunicación de la ciudadanía se pueden lograr grandes cambios sociales que no solo beneficiarán a las comunidades escogidas si no que enriquecerán el ser de la persona por su iniciativa de querer ayudar y aportar un granito de arena para quien lo necesita.

## Bibliografía

Acevedo, M. (2017). Obtenido de

<http://www.revistacomunicacion.com/index.php/organizacion-y-publicos/617-maria-fernanda-acevedo>

AIIESEC en el mundo | AIIESEC Colombia. (2019). Obtenido de

<http://aieseccolombia.org/aiesec-en-el-mundo/>

Arroyo, I., Baladrón, A., & Nieto, R. (2013). La comunicación en redes sociales: percepciones y usos de las Ong españolas. *Radalyc*, 32, 77-88. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97127473007>

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza* (p. 157). Madrid: Alianza Editorial.

Recuperado de

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38935740/art31.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1539362538&Signature=Tq9LxcGAj9VCXqHFZiRGZ5gwpkA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DRedes\\_de\\_indignacion\\_y\\_esperanza.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38935740/art31.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1539362538&Signature=Tq9LxcGAj9VCXqHFZiRGZ5gwpkA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DRedes_de_indignacion_y_esperanza.pdf)

Castells, M. (2000). Prefacio: " Autocomunicación de masas y movimientos sociales en la era de Internet". Manuel Castells (UOC y University of California, Los Angeles). *Anuario del Conflicto Social*, 1(1).

Castells, M., cardoso, G., Alhassen, M., Toret, J., Monterde, A., & Chock, S. et al.

(2014). *Movilizacion-social-y-redes-sociales*. (p. 116). España y Andorra. Obtenido de

[https://www.researchgate.net/profile/Gustavo\\_Cardoso5/publication/301867379\\_Movilizacion\\_s](https://www.researchgate.net/profile/Gustavo_Cardoso5/publication/301867379_Movilizacion_s)

ocial\_y\_redes\_sociales/links/572a5b0708ae2efbdbc1f6c/Movilizacion-social-y-redes-sociales.pdf

Custódio, M. (2017). *#Hashtag: ¿Qué significa y cómo utilizarlo de manera adecuada?*

Recuperado de

<https://www.rdstation.com/blog/es/hashtag-significado-uso/>

Del Carmen García, M., & Del Hoyo, M. (2013). Redes sociales, un medio para la movilización juvenil. *ZER-Revista de Estudios de Comunicación*, 18(34). Recuperado de

file:///C:/Users/MAXMEDIOS/Downloads/10649-40583-1-PB.pdf

Farné, A. (2017). Comunicación para el Cambio Social. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 10(1), 12. Recuperado de

file:///C:/Users/MAXMEDIOS/Downloads/Dialnet-ComunicacionParaElCambioSocial-5761411%20(1).pdf

Finanzas Personales. (2017). Obtenido de

<http://www.finanzaspersonales.co/trabajo-y-educacion/articulo/como-pueden-aprovechar-empresas-redes-sociales/46967>

González, M. (2013). *Nuevas Tecnologías y Redes Sociales en la Comunicación para la*

*Solidaridad: análisis de la campaña de sensibilización #StopAblacion*. Bogotá: Actas del I

Congreso Internacional Comunicación y Sociedad. Obtenido de

<https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/1766/GONZ%C3%81LEZ%20%C3%81LVAREZ%2c%20MARTA%20ISABEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gumucio-Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo

participativo. *Signo y Pensamiento*, XXX (58), 26-39. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/html/860/86020038002/>

Juarez, P., & Avellaneda, N. (2011). Red de Tecnologías para la Inclusión Social. Construyendo conocimiento. *UNL*, 2013. Obtenido de

<https://www.unl.edu.ar/iberoextension/dvd/archivos/ponencias/mesa1/red-de-tecnologias-para-la-i.pdf>

Lazovska, D. (2016). Las 8 claves del éxito de Greenpeace en las redes sociales. Recuperado de

<https://www.expoknews.com/8-claves-del-exito-de-greenpeace-en-redes-sociales/>

Martínez, J. (2010). WiserEarth.org: Red social por la sustentabilidad. Recuperado de

<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2010/12/24/wiserearth-org-red-social-por-la-sustentabilidad/>

RedTisa. (2018). Obtenido de

[http://www.redtisa.org/es/redtisa\\_objetivos.php](http://www.redtisa.org/es/redtisa_objetivos.php)

Saavedra, F. U., Rialp Criado, J., & Llonch Andreu, J. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. *Cuadernos de administración*, 26(47). Recuperado de

<http://www.redalyc.org/pdf/205/20531182009.pdf>

S.A.S. (2018). Obtenido de [https://www.sas.com/es\\_co/insights/big-data/what-is-big-data.html](https://www.sas.com/es_co/insights/big-data/what-is-big-data.html)

Yárnoz, I. (2015). *cambios sociales por las redes sociales*. Pamplona. Obtenido de

[https://elpais.com/elpais/2015/06/12/opinion/1434107957\\_921062.html](https://elpais.com/elpais/2015/06/12/opinion/1434107957_921062.html)