



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Proyecto de investigación

Tesis Monográfica

“Una Huella en la Red”

**Influencia de las Redes Sociales como herramienta de difusión
para la adopción de Animales.**

Nombre y apellido: Morales María Victoria

Asignatura: Tesina

Comisión: 2 Año Ciclo de Relaciones Publicas – Noche

Tutor/a designado de la tesis monográfica/tesina: Máximo Paz

Director de la carrera: Montaner Manuel

INDICE

Introducción	5
---------------------------	---

CAPITULO I

Las Relaciones Públicas en el ámbito social

1.1 Conceptualización de las Relaciones Públicas	12
1.2 Objetivos de las Relaciones Públicas	16
1.3 Área de acción de las Relaciones Públicas	19
1.4 La Comunicación.....	21
1.5 Tipos de comunicación:	
Comunicación interna y comunicación externa.....	23
1.6 La Comunicación desde la perspectiva de las Relaciones Públicas.....	26
1.7 El público, los públicos.....	27
1.8 Clasificación de los públicos.....	29
1.9 Identidad Corporativa, Imagen Corporativa e Identidad visual.....	31
1.10 La cultura Organizacional	39

CAPITULO II

2.1 Las Relaciones Públicas y las Redes Sociales	41
2.2 Concepto de redes sociales	44
2.3 Clasificación de Redes sociales	47
2.4 Facebook como principal red social	48
2.5 Repercusión social de las redes sociales	50

2.6 Historia de Internet y de las redes sociales	52
--	----

CAPITULO III

Protectoras de Animales

3.1 Marco legal, Ley de protección al animal N° 14346	56
3.2 Casi humanos: Los animales también sienten.....	58
3.3 Adopciones en Argentina	59
3.4 Refugios de Animales	63
3.5 Refugio Proyecto Cuatro Patas	64
3.5.1 Estructura organizativa de la protectora y comunicación Interna	66
3.5.2 Campañas de difusión	66
3.5.3 Herramientas de comunicacon	70
3.5.4 Identidad Institucional	70
3.6 Refugio San Francisco de Asis	73
3.6.1 Estructura organizativa de la protectora y comunicación Interna	74
3.6.2 Campañas de difusión	74
3.6.3 Herramientas de comunicación	78
3.6.4 Identidad Institucional	78
3.7 El Campito Refugio	80
3.7.1 Estructura organizativa de la protectora y comunicación Interna	80
3.7.2 Campañas de difusión	81
3.7.3 Herramientas de comunicación.....	88
3.7.4 Identidad Institucional	88

3.8 APA LA PLATA	90
3.8.1 Estructura organizativa de la protectora y comunicación Interna	91
3.8.2 Campañas de difusión	91
3.8.3 Herramientas de comunicación	96
3.8.4 Identidad Institucional	96

CAPITULO IV

Análisis acerca si las redes sociales funcionan como herramienta de comunicación y difusión para facilitar la adopción de los animales.

4.1 Acciones de las redes sociales sobre el funcionamiento de los refugios....	98
--	----

Conclusión	101
-------------------------	-----

Bibliografía	103
---------------------------	-----

Anexos: Variables, Entrevistas, material, datos estadísticas	106
---	-----

Agradecimientos	
------------------------------	--



INTRODUCCIÓN

La investigación realizada acerca del tema “Influencia de las Redes Sociales como herramienta de difusión para la adopción de Animales”, surge de una necesidad que la autora tiene desde muy pequeña: la ayuda y protección a aquellos seres que tan indefensos que están desamparados.

Siempre sintió un amor especial por los animales y supone que hasta la mínima ayuda puede lograr resultados inimaginables. Es por este motivo que el presente trabajo intenta fortalecer la comunicación de propuestas, proyectos, lineamientos y objetivos al servicio de los animales.

Este proyecto de investigación aspira a abordar e indagar precisamente cual es la “Influencia de las Redes Sociales como herramienta de difusión para la adopción de Animales” y se hará especial énfasis en las redes sociales como herramientas para la gestión de la comunicación de las protectoras ya que su existencia las convierte en un instrumento con gran potencial para transmitir mensajes, impactar en el público y llegar a gran cantidad de personas puesto que la viralización de sus mensajes es inmediata.

Asimismo, se buscará determinar cuál es el alcance real de las redes sociales, o sea, a qué tipo de públicos permiten llegar y cuál es el impacto que logran sobre los mismos.

El objetivo es intentar que la gente tome conciencia que el ser humano tiene en sus manos una herramienta tan poderosa como lo son las redes sociales y que se pueden usar como entretenimiento, ocio, trabajo y para ayudar.

En cuanto al marco teórico, la investigación se encaró en base a tres ejes principales: las Relaciones Públicas en el ámbito social, las Organizaciones no gubernamentales como lo son las protectoras de animales y las redes sociales.

Con respecto a las Relaciones Públicas, se llevó a cabo un relevamiento bibliográfico sobre los aportes provenientes de los principales teóricos especialistas en esta temática. Dentro de estos aportes se privilegiaron aquellos relacionados fundamentalmente con el área de acción de las Relaciones Públicas y la comunicación, puesto que ambos aspectos son esenciales en toda organización. Por otra parte, se desarrollaron las redes sociales relación

con la sociedad y finalmente, se analizaron las Protectoras de animales, su comunicación con el público externo y su estrategia de implementación de campañas de protección.

En el presente trabajo, se desarrolló desde el punto de vista teórico y práctico la función que cumplen las Relaciones Públicas dentro de las organizaciones proteccionistas y de las redes sociales, con lo cual se analizaron diferentes aspectos: comunicación externa, campaña de comunicación, públicos a los que está direccionado.

Por otro lado, a fin de cumplimentar con los objetivos planteados y constatar la hipótesis, el marco de referencia se limitó a las protectoras de animales mas nombradas del Gran Buenos Aires: Proyectos Cuatro patas, El Campito, Apa La Plata, San Francisco de Asis.

Para ello, se plantean los siguientes objetivos de forma general:

- Describir las principales características y funciones de las Relaciones Públicas en el ámbito social, su relación con las protectoras, en especial los aportes que ofrece dicha disciplina en distintos aspectos relacionados con la comunicación externa.
- Determinar el nivel de conocimiento y conciencia que actualmente presenta la sociedad ante la dualidad redes sociales – adopciones
- Exponer la situación de las redes sociales en la actualidad teniendo en cuenta sus inicios, evolución y actualidad.
- Investigar campañas y proyectos que realizan las protectoras frente a la problemática que se les presenta sobre la cantidad de animales sin hogar ni protección.
- Concientizar a la gente para lograr una sociedad más civilizada: “Un país, una civilización se puede juzgar por la forma en que trata a sus animales”¹

De manera particular, se plantean:

- Investigar cuales son las formas de adopción en la actualidad
- Investigar que redes sociales son más utilizadas
- Determinar el poder y difusión de las redes sociales, a que publico objetivo llega.
- Evaluar la velocidad de respuesta de la gente ante esta forma de comunicación

¹ Frase de Mahatma Gandhi.

- Investigar y analizar las estrategias de comunicación que realizan las fundaciones por medio de las redes sociales.
- Evaluar si las redes sociales son un medio adecuado para difundir una campaña de comunicación
- Determinar si las redes sociales son el medio más efectivo para concientizar a la gente.
- Investigar las causas que convirtieron a las redes sociales en una herramienta fundamental para llegar a la gente

El diseño de investigación es la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado. Se clasifica en: Investigación Documental, Investigación de Campo, Investigación Experimental. Con lo cual abordaremos este trabajo con la Investigación Documental ya que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos y otros tipos de documentos, o sea se utilizaron: diarios, revistas, libros y buscando información por internet. Además gran parte de la información que se encuentra en el presente trabajo fue proporcionada por los entrevistados. Los refugios considerados fueron elegidos por conocimiento de sus integrantes.

A partir de los indicadores propuestos, se intentará una aproximación a la hipótesis planteada en esta investigación. El objetivo es medir el incremento de las adopciones de animales a partir del surgimiento de las redes sociales.

El diseño del Instrumento se determina como vehículo del presente estudio. La elaboración de una entrevista para conocer opiniones de las personas encargadas de los refugios, respecto al tema de estudio.

El tema del trabajo trata acerca del análisis de las redes sociales y si funcionan como herramienta de comunicación y difusión para facilitar la adopción de los animales

En base al problema que nos lleva a analizar el lema del trabajo, podemos comenzar explicando que las herramientas de comunicación son todos aquellos elementos que utiliza una organización, fundaciones, refugios o grupos, para comunicarse con sus públicos que tienen en común un tema de interés o productos en especial.

Hay diferencias entre los canales que utilizamos para cada uno de los grupos destinatarios. Cada herramienta es definida, diseñada y producida en función del mensaje a

transmitir y del destinatario. También se tiene en cuenta la organización que desea transmitir el mensaje y el estilo de gestión de las comunicaciones que desea transmitir.

A las herramientas de comunicación clásicas, hoy se le suman todas las proporcionadas por la Web 2.0, mediante los blogs y las redes sociales que permiten llegar cada día a los distintos públicos, en forma inmediata y recibir de ellos el feedback necesario para saber si es correcto o no el camino comunicacional seleccionado.

Hace ocho años que se conocen lo que son las redes sociales y a medida que transcurre el tiempo fueron filtrándose a través de la vida laboral y privada de las personas haciendo uso de las mismas para diversos fines. Uno de ellos fue utilizar esta herramienta de comunicación e integración para difundir problemas que surgen del descontrol y desinterés de los gobiernos como por ejemplo, el tema en cuestión, que son los animales que se encuentran en la calle, siendo esta la problemática que se analizará en el presente trabajo final.

Es importante implementar políticas gubernamentales que protejan y controlen los animales que se encuentran en estado de calle. Para evitar la reproducción masiva es necesario que se implementen campañas de castración y protección de los animales. Las redes sociales hoy en día poseen un alcance muy amplio de diferentes públicos y en este caso, funcionan como herramienta de difusión para que los animales abandonados encuentren un hogar o para que los animales extraviados encuentren su hogar.

Por este motivo el título que se plantea para el informe es: “Una huella en la red: Influencia de las Redes Sociales como herramienta de difusión para la adopción de Animales”.

En base al título surge la suposición que indica que ***“El surgimiento de las redes sociales en Argentina, colaboró como herramienta de difusión para lograr más cantidad de adopciones de animales de la calle”***.

Con respecto al Marco Metodológico, es el cómo se realizara el estudio para responder al problema planteado. Hay diferentes tipos de investigación, los cuales se clasifican según distintos criterios. El nivel de Investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno. Existen tres tipos de investigación: exploratoria, descriptiva o explicativa. El presente trabajo se analiza en base a la

Investigación Explicativa ya que se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa– efecto.

El diseño de investigación es la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado. Se clasifica en: Investigación Documental, Investigación de Campo, Investigación Experimental. Con lo cual abordaremos este trabajo con la Investigación Documental ya que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos y otros tipos de documentos.

En cuanto a las variables, según Ander-Egg, es una característica que puede tomar diversos valores o magnitudes. Son atributos o características que se miden en los sujetos de estudio. Existen dos tipos de variables, las cuantitativas que pueden medirse, cuantificarse o expresarse numéricamente y las variables cualitativas, este tipo de variables representan una cualidad o atributo que clasifica a cada caso en una de varias categorías.

Además existen las Variables dependientes e Independientes. La Variable dependiente representa al desenlace o resultado que se pretende explicar o estimar en el estudio, como por ejemplo cantidad de adopciones. La Variable independiente define la condición bajo la variable dependiente, en este caso serían las redes sociales.

En cuanto a la Metodología de esta investigación, estuvo basada en la técnica de la entrevista, utilizando como instrumento el cuestionario, recolección de datos en instituciones relacionadas con la el tema a tratar. Los instrumentos utilizados para responder a la cuestión investigada serán a partir de un análisis cualitativo realizando las entrevistas a directivos, trabajadores, voluntarios y opinión de expertos en el tema.

Una definición de la Técnica de la Entrevista interesante para el trabajo es la que nos aporta Muñoz cuando dice que “La entrevista es la recopilación verbal sobre algún tópico de interés para el entrevistador”².

Otra definición es la que da Pardinás, cuando sostiene que es una conversación oral, entre dos seres humanos, de los cuales uno es el entrevistador y el otro es el entrevistado. El

² Muñoz Muñoz. **Como asesorar una investigación de Tesis**. Editorial: Prentice Hall Hispanoamericano. 1era Edición. México.p.203. 1998.

papel de ambos puede variar según el tipo de entrevista. Casi todas las entrevistas tienen como finalidad obtener algún tipo de información.³

La Metodología de la investigación es de tipo bibliográfico y de campo. Bibliográfico porque se hizo lectura y consultas en libros, folletos, internet, revistas y cualquier otro tipo de información escrita que se considere importante y necesaria para realizar la investigación. De campo porque se realizaron varias visitas a los refugios que en el presente trabajo se nombran.

En la investigación de campo el método que se utilizó para la recolección de información fue el método inductivo – deductivo, fundamentado en la técnica de la entrevista y el instrumento un cuestionario diseñado con preguntas abiertas que fue dirigido a autoridades, empleados o voluntarios de los refugios seleccionados.

Por último es importante presentar en el informe todos los datos bibliográficos en los cuales se sustenta la tesis. Como nuestra investigación se centra en el uso de las redes sociales como herramienta de difusión para comunicar e incrementar las adopciones de animales, es necesario definir que el contexto en el que trabajaremos es el de la *Sociedad de la Información* que propone Manuel Castells. “Entendemos a la sociedad como un nuevo sistema tecnológico, económico y social”.⁴

Asimismo se abordaran conceptos de Jordi Xifra como ser el paradigma referente a la Teoría General de los Sistemas, que ayuda a entender las relaciones que mantiene una organización con su entorno y el rol que juegan las Relaciones Públicas en dicha interacción, por eso la perspectiva desde la cual nos vamos a situar es la que considera que “la realidad está constituida por elementos interdependientes como son las organizaciones y sus públicos y que las relaciones públicas son las que permiten que las organizaciones se adapten, modifiquen o se mantengan en su entorno con el propósito de alcanzar sus fines”.⁵

Inclusive se abordarán los conceptos vistos a lo largo de la cursada de Adela Cortina de Ética, asimismo será implementada bibliografía correspondiente a la materia Relaciones Públicas e Internet: Alfonso, Gonzalo y Arébalos Alberto, Castells Manuel, La era de la

³ Pardinas, Felipe: **Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales**. Siglo XXI. México 1998.

⁴ CASTELLS, Manuel, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Volumen 1, *La sociedad red*. Alianza Editorial, Madrid, 1997, 590 pp.

⁵ Xifra, J. (2003). **Teoría y estructura de las relaciones públicas**. Madrid: McGraw-Hill.

información, textos de Texto de Cobo Romaní, Lamarca Lapuente María Jesús con su concepto de Hipertexto, Textos Web 2.0, Sanz de la Tajada, Joan Costa, entre otros.

Por otro lado, se analizará la estructura de Organizaciones no gubernamentales, o sea refugios y fundaciones de animales.

A fin de facilitar la comprensión de esta investigación, a continuación se presenta brevemente el contenido de cada capítulo.

El **Capítulo I** se conforma a partir de todo lo relacionado con la disciplina de las Relaciones Públicas: concepto, objetivos, área de acción teniendo en cuenta los distintos públicos. Además el capítulo incluye un tema esencial que se relaciona con uno de los aspectos de la temática principal de esta investigación: la comunicación.

En el **Capítulo II**, se analizan las redes sociales, se hace una breve recorrida por la historia de internet. Finalmente se plantea la relación que existe entre las Redes Sociales y las Relaciones Públicas.

También se investiga sobre la manera en que las Relaciones Públicas funcionan en el de las redes sociales en base al tema en cuestión que son las adopciones. Se incluye el análisis de los distintos públicos.

Las Protectoras de animales constituyen el tema central del **Capítulo III**. Su desarrollo incluye la descripción de la estructura organizativa de los refugios a investigar, cultura, comunicación externa, Imagen institucional, campañas de difusión y herramientas de comunicación.

Por último, el **Capítulo IV** se analizan las acciones de las redes sociales sobre el funcionamiento de los refugios con una exposición de los resultados alcanzados.

CAPITULO I

Las Relaciones Públicas en el ámbito social

1.1 Conceptualización de las Relaciones Públicas

Las Relaciones Públicas es la disciplina que funciona como nexo entre la organización y los distintos grupos con los cuales interactúa esta organización. De esta manera, el relacionista público establece un puente entre la organización y estos grupos a través de la comunicación. O sea que es el intermediario y trata de conciliar los intereses de la organización con los de los grupos con lo cual esta continuamente negociando. Las Relaciones Públicas crean, mantienen y mejoran los vínculos entre los diversos grupos de interés y la organización. La base de las Relaciones Públicas es bidireccional ya que existe el feed-back.

Esta joven disciplina nace en Estados Unidos en el año 1903 de la mano de un periodista llamado Ivy Lee. Éste fue el primero en pensar la relación entre prensa y empresarios. Planteaba que si los empresarios fueran transparentes y le dieran información a la prensa entonces cambiaría la imagen de su organización. Pero en ese momento a los empresarios no les importaba lo que la gente pensaba.

En 1927, Edward Bernays (sobrino de Freud) se encuentra con un empresario distinto, al cual le importa lo que piensen. Plantea que la opinión pública es importante. Lo que en marketing y publicidad se concibe como posicionamiento, siendo esto la imagen que tiene el consumidor en la mente sobre la marca. Distinta es la definición de imagen en Relaciones Públicas que se basa en aquello que la gente piensa sobre una organización.

En 1970 Al Ries y Trout establecen que es importante lo que los consumidores piensan a cerca del producto. El que manda es el cliente y no el fabricante (cosa que Lee y Bernays plantean en 1903 y 1927).

Existen distintas perspectivas a cerca de la definición de esta disciplina que nos ofrecen un panorama completo y amplio. Muchos autores escriben sobre las Relaciones Publicas, las analizan e investigan, pero en primer lugar nos vamos a focalizar con una definición interesante que plantea el llamado padre de las Relaciones Publicas, Edward

Bernays. Fue el pionero mundial de las Relaciones Públicas al ser él quien las bautizó y dió nombre, además fue el primero en publicar un libro sobre la materia en el año 1923 en Nueva York, titulado “Cristalizando la opinión pública”. Él piensa las relaciones públicas como "relaciones con el público".

*“Se basan en hacer y mantener amigos, fidelizar clientes. Es una Actividad triple que consiste en: INFORMACIÓN dada al público, PERSUACIÓN dirigida al público para modificar sus actitudes y acciones, y esfuerzo por INTEGRAR las actitudes y acciones de una compañía o institución con sus públicos y de estos con la compañía o institución”.*⁶

Bernays pasó de una vía de circulación unidireccional de información y persuasión del cliente hacia el público, a una vía de doble circulación con el agregado del elemento integración a los anteriores: información y persuasión.

Por eso Bernays sostiene que lo fundamental en el tema es ocuparse de la interacción entre el cliente y el público usando estos tres elementos: Ajuste o adaptación: elemento fundamental. Una empresa que no se adapte sus acciones y actitudes al público no podrá desarrollar buenas Relaciones Públicas. Proceso de Información: es el acto de expresar una idea o manifestar un hecho. Para obtener un resultado eficiente se deben tomar en cuenta la psicología de la comunicación, los aspectos sociales y políticos de la comunicación, el uso del lenguaje y los elementos de la cultura. Por último, la Persuasión: es una parte inseparable de la democracia. Ninguno de nosotros tiene la posibilidad de acceder a todos los hechos acerca de todo por lo cual es imposible que podamos decidir por nosotros mismos sobre muchos temas.

Los principales aportes del Dr. Bernays a la profesión de las Relaciones Públicas fueron en primer lugar que sentó las bases de las Relaciones Públicas como una profesión

⁶ Bernays, E. L. (1995). *Cristalizando la Opinión Pública*. Barcelona, España: Gestión 2000.