

## **Título del trabajo**

**Narrativas Sostenibles como estrategia de comunicación digital**

## **Identificación**

Lic. Ramiro Navarro Díaz

Lic. María Luz Gómez

## **Pertenencia institucional**

Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad Nacional de Córdoba

**Eje 3:** Comunicación en organizaciones, instituciones y organismos públicos

## **Palabras claves**

SOSTENIBILIDAD, COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, HIPERMEDIACIÓN

## **Resumen**

Esta presentación surge a partir de interrogarnos acerca de las características que adquiere la comunicación organizacional actual, la cual se encuentra atravesada tanto por la sostenibilidad social como por la configuración de comunidades virtuales. La presente exposición resume los avances de la investigación titulada “La comunicación institucional digital sostenible: un análisis de las comunicaciones digitales de organizaciones que trabajan en sostenibilidad social (Córdoba. 2020-2023)” mediante la cual abordamos como casos de estudio organizaciones argentinas de la sociedad civil con fuerte incidencia social en las comunidades virtuales que conforman. Para esta ponencia seleccionamos describir los análisis llevados a cabo acerca de la cuenta *Por igual más*<sup>1</sup>. Se trata de una organización que promueve el reconocimiento de las personas con discapacidad a través de tres ejes estratégicos: 01. Empoderamiento, a fin de acompañar integralmente a las personas con discapacidad y a su entorno en el desarrollo del autoconocimiento, la autoconfianza y el autorespeto. 02. Accesibilidad, para agregar valor a los procesos, productos, servicios y entornos sociales a través del Diseño Universal en todos los ámbitos. 03. Incidencia Pública, promoviendo la articulación de estrategias con el Estado, empresas y Organizaciones de la Sociedad Civil para fortalecer

---

<sup>1</sup> <https://porigualmas.org>

su capacidad de respuesta hacia las personas con discapacidad. El aporte de la investigación es la configuración de la *Matriz de la comunicación institucional digital sostenible*, la cual se sostiene en tres ejes conceptuales y además se nutre de los indicadores de análisis de las narrativas de *Por igual más* tales como tópicos, géneros, formatos, lenguajes, ODS con el que se relaciona la publicación y tiempo en que se publica.

## **Introducción**

Como vemos en estos tiempos, la comunicación organizacional se transforma al ser atravesada por la sostenibilidad social y las comunidades virtuales. En el campo de la comunicación institucional digital, es pertinente estudiar cómo se configuran las comunicaciones en redes sociales para ofrecer un contenido accesible, inclusivo y responsable.

La comunicación digital juega un papel fundamental en las prácticas de desarrollo sostenible. Particularmente las redes sociales digitales constituyen el espacio en el que todos los usuarios pueden crear, contribuir y compartir información e ideas y permiten a las organizaciones atraer a distintos grupos de interés, creando así un sentido de comunidad y participación. Se trata de comunidades virtuales que, en el caso de las cuentas de organizaciones sociales, trabajan en pos de causas en común. En este escenario, estas comunidades se crean a partir de las interacciones digitales entre los diferentes públicos que junto a las organizaciones comparten intereses para la incidencia social. Entendemos que incidencia es “una acción sostenida en el tiempo con objetivo de transformación social y perspectiva de derecho que busca influir y generar discusión pública sobre un determinado tema” (Uranga, 2016, p. 53).

## **Principales líneas conceptuales**

El objetivo de la investigación en la que estamos trabajando, es analizar la incidencia social que tienen las organizaciones en sus comunidades virtuales y cómo éstas construyen narrativas orientadas a la sostenibilidad y la inclusión en entornos digitales. En este marco, como equipo de investigación, desarrollamos un recurso específico: la ‘Matriz de Comunicación Institucional Digital Sostenible’. Esta matriz se sostiene en tres ejes conceptuales que abarcan el análisis del ecosistema hipermediado, el enfoque en narrativas sostenibles y la comunicación orientada a la incidencia.

La comunicación sostenible es un recurso clave para promover la inclusión y fortalecer la cohesión social dentro de las organizaciones. *Por Igual Más*, una organización comprometida con la equidad y la diversidad, presenta un caso ideal para la implementación de una matriz de comunicación sostenible. Este modelo estratégico optimiza la interacción interna y externa, alineando los objetivos institucionales con las necesidades de los diferentes públicos, sin comprometer los recursos ni los valores organizacionales a largo plazo.

Como anticipamos, trabajamos con las siguientes líneas de abordaje:

Línea 1: El ecosistema hipermediado (Scolari, 2008) representa un desafío para la comunicación institucional, en tanto la convergencia mediática (Jenkins, 2008) posibilita transformaciones tanto en los procesos de producción como de consumo. Las narrativas se configuran cuyo principal sentido es establecer procesos de vinculación e identificación con las audiencias; además de ampliar la red de seguidores y fidelizarlos y destacar en medio de la multiplicidad de contenidos ya que el discurso hipermediado se encuentra fragmentado. El primer eje de análisis, el ecosistema hipermediado, aborda cómo las organizaciones establecen vínculos e identificaciones con sus audiencias en redes sociales. En este entorno fragmentado, es esencial que las organizaciones como *Por Igual Más* logren captar la atención, fidelizar seguidores y destacar en medio de una multiplicidad de contenidos. La convergencia mediática posibilita, en este sentido, una transformación en los procesos de producción y consumo, y constituye un desafío constante en la comunicación institucional.

Línea 2: En referencia a las narrativas sostenibles, el storytelling organizacional (Salmon, 2008) se está convirtiendo en el escenario de acción que encuentran las organizaciones en internet para hacer notar sus mensajes, llamar la atención a sus públicos y ganar seguidores. El ecosistema complejo supone desafíos en los procesos de escritura y las técnicas del storytelling nos invitan a crear narrativas que aspiran a emocionar y empatizar con las audiencias. El término de storytelling hace referencia a las historias que las organizaciones cuentan a sus diferentes grupos de interés, también llamados stakeholders. El segundo eje se enfoca en la construcción de narrativas sostenibles, un área en la que las técnicas del storytelling cobran especial relevancia. Estas técnicas permiten que el mensaje resuene con las audiencias, apelando a la empatía y la emocionalidad. La creación de historias se convierte, entonces, en un recurso valioso para visibilizar los mensajes organizacionales en un ecosistema complejo.

*Por Igual Más* utiliza estos recursos narrativos para fortalecer sus tres ejes estratégicos: empoderamiento, accesibilidad e incidencia pública, transformando cada una de sus comunicaciones en una oportunidad para conectar con su “comunidad” de forma significativa.

Línea 3: Desde el paradigma de la transformación social (Uranga, 2016) recuperamos el sentido íntegro del concepto de comunicación para la incidencia poniendo el eje en las personas como actores relacionales y protagonistas de las transformaciones sociales. Las y los profesionales de la comunicación estamos llamados a ser "promotores y facilitadores del diálogo público en el espacio público, en gestores de otras palabras y otros discursos, pero también y necesariamente, en artesanos de un escenario diverso y polifacético" (Uranga, 2016, p. 229). El tercer eje de nuestra investigación se basa en la comunicación para la incidencia, bajo el paradigma de la transformación social. Aquí recuperamos el concepto de comunicación como un espacio donde las personas son protagonistas activas de las transformaciones sociales. Como afirma Uranga (2016), el rol de los comunicadores debe orientarse hacia la promoción del diálogo público y la creación de un escenario polifacético y diverso. Esto implica una responsabilidad para quienes trabajamos en comunicación: ser facilitadores de voces diversas y artífices de un espacio donde todas ellas puedan convivir.

### **El Caso *Por Igual Más***

El caso de estudio que presentamos es *Por Igual Más*, una organización de la sociedad civil que promueve el reconocimiento de las personas con discapacidad en Argentina. Esta organización promueve el reconocimiento de las personas con discapacidad a través de tres ejes estratégicos:

- Empoderamiento: a través del empoderamiento, busca acompañar integralmente a las personas con discapacidad y a sus familias.
- Accesibilidad: la organización trabaja para incorporar el Diseño Universal en productos y servicios, contribuyendo a que sean inclusivos en todos los ámbitos
- Incidencia pública: promueve alianzas estratégicas con el Estado y el sector privado, lo cual potencia su capacidad de respuesta hacia las personas con discapacidad.

## Estrategias metodológicas

En cuanto a las estrategias metodológicas desarrolladas en el marco de la investigación, nos planteamos alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo General:

1. Analizar las comunicaciones digitales a partir de organizaciones argentinas referentes y su incidencia social en la comunidad institucional virtual que conforman (Argentina, 2020- 2023).

Específicamente para esta ponencia realizamos un recorte lo que nos llevó a identificar los siguientes objetivos específicos:

1. Describir las narrativas publicadas en la red social Instagram entre los meses de enero a junio de 2023 de *Por igual más*.
2. Sistematizar los recursos narrativos (tópicos, lenguaje, género, formato, ODS y tiempo) de las narrativas analizadas.

Se trata de objetivos que nos guiaron a generar los instrumentos de recolección de datos los cuales se basan en la sistematización de los indicadores relevados en el abordaje por medio de fichas y notas de registro. Tanto los ejes conceptuales mencionados además de los indicadores de análisis de las narrativas tales como tópicos, géneros, formatos, lenguajes, ODS con el que se relaciona la publicación y tiempo en que se publica, nos permitieron construir la *Matriz de análisis de la comunicación institucional digital sostenible*.

Metodológicamente, en este caso de estudio en particular, realizamos un recorte temporal en el cual analizamos las narrativas publicadas en la cuenta de Instagram de *Por Igual Más* entre enero y junio de 2023. Describimos los recursos narrativos utilizados, como tópicos, lenguajes, géneros, formatos, la relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el momento en que se publica. Estos indicadores nos permitieron construir la Matriz y aportar una sistematización que puede ser replicada en futuros estudios de similares características. La estrategia metodológica se divide en dos etapas que permiten un análisis profundo de las comunicaciones digitales de una organización en particular, en este caso, *Por Igual Más*.

### **PRIMER MOMENTO:** Descarga de publicaciones de Instagram

Consiste en extraer datos de las publicaciones de un perfil específico dentro de un período determinado. Esto implica seleccionar el perfil, definir el rango de fechas y luego descargar las publicaciones, junto con información relevante como la descripción, tipo de

contenido (foto o video) y otros datos adicionales.

**SEGUNDO MOMENTO:** Organizar los datos en un archivo Excel

Se organiza en una tabla toda la información para facilitar la interpretación del contenido. La estructura incluye campos como la fecha de publicación, el texto del copy, el enlace a la publicación, los archivos asociados (imágenes, videos) y variables que nosotros definimos.

Esta estrategia tiene varias ventajas:

- **Sistematicidad:** ya que la automatización de la recolección de datos asegura que el análisis sea completo y detallado.
- **Visualización y accesibilidad:** El uso de Excel permite una visualización clara de los datos, lo que facilita la identificación tópicos, ODS, lenguajes, formatos.
- **Flexibilidad:** es adaptable a diferentes organizaciones y períodos de tiempo, lo que hace que este enfoque metodológico sea replicable y escalable en estudios futuros.

El análisis de contenido se realizó sobre la base de un total de 85 publicaciones entre enero y junio de 2023. Lo que nos permitió observar una serie de resultados, los cuales entre otros datos, nos brindan la información de que los ODS representados en el corpus son los siguientes:

- 4) Educación de calidad
- 5) Igualdad de género
- 8) Trabajo decente y crecimiento económico
- 10) Reducción de las desigualdades
- 11) Ciudades y comunidades sostenibles
- 16) Paz, justicia e instituciones sólidas



Cuadro: Metodología de abordaje de las publicaciones de Instagram Por igual Más  
Fuente: Elaboración propia

Siguiendo con lo expuesto, la Fundación Por Igual Más es una de las organizaciones analizadas en nuestra investigación. Se trata de una entidad dedicada a promover el reconocimiento de las personas con discapacidad, centrandó su trabajo en el empoderamiento y la incidencia en políticas públicas desde una perspectiva de derechos.

Nuestro análisis se enfocó en la recolección y evaluación del contenido generado por esta organización, específicamente en su cuenta de Instagram, entre los meses de enero y junio de 2023. Este período permitió observar una amplia variedad de publicaciones organizadas en torno a diversos ejes temáticos. Para abordar este análisis, utilizamos técnicas cualitativas que nos permitieron identificar los principales tópicos, lenguajes y formatos que estructuran estas narrativas audiovisuales, así como el modo en que dichos elementos inciden en la comunicación digital y en la construcción de una representación social inclusiva.

El estudio de estas narrativas revela cómo los distintos formatos que abordan la cotidianidad de las personas con discapacidad no solo buscan visibilizar sus desafíos, sino también destacar su capacidad de incidir en lo social desde un enfoque de derechos y participación activa.

El primer eje que examinamos es el empoderamiento. En las narrativas audiovisuales asociadas a este eje se evidencia una clara intencionalidad de situar a las personas con discapacidad como sujetos activos, capaces de tomar decisiones sobre sus vidas y de reclamar sus derechos. En Instagram, por ejemplo, se destacan actividades de formación y capacitación en las que las y los protagonistas son personas con discapacidad. A través de sus historias e imágenes, proyectan autoconocimiento y autoconfianza. Este tipo de contenido no solo busca inspirar, sino también funciona como un recurso para visibilizar el derecho al acceso igualitario a las oportunidades.

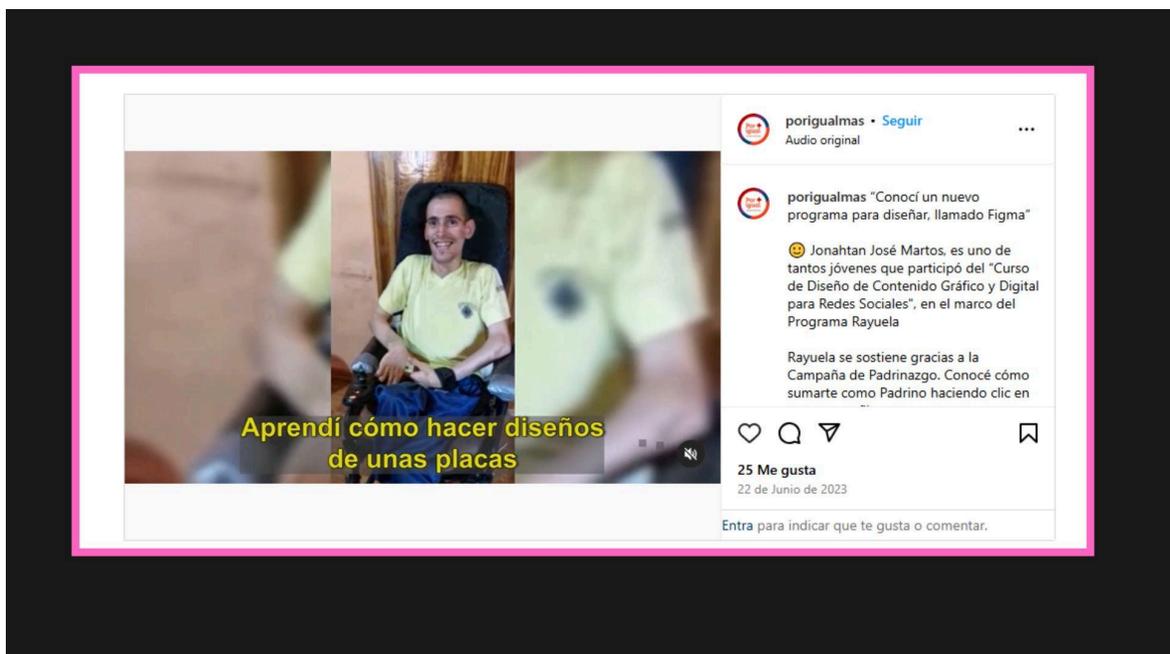
El segundo eje identificado fue el de la accesibilidad. Esta narrativa se centra en las barreras que enfrentan las personas con discapacidad en su vida cotidiana. A través de formatos como videos informativos o testimoniales, se destacan los obstáculos físicos, tecnológicos y sociales que dificultan su plena participación en la sociedad. Un ejemplo frecuente es la falta de accesibilidad en espacios públicos o la ausencia de tecnologías adaptativas. Estas narrativas permiten a la organización no solo visibilizar los desafíos, sino también presentar posibles soluciones, aportando así a la discusión pública sobre políticas inclusivas.

El tercer eje, y quizá el más complejo de articular, es el de la incidencia pública. Este eje refleja las estrategias de articulación entre el Estado, las empresas y las organizaciones de la sociedad civil para generar políticas y prácticas que respondan a las necesidades de las personas con discapacidad. En este caso, encontramos publicaciones que muestran encuentros y alianzas entre Por Igual Más y actores clave del sector público y privado. A través de piezas audiovisuales de carácter documental o testimonial, se evidencia el trabajo conjunto hacia la creación de espacios y políticas que aseguren el cumplimiento de los derechos de este colectivo.

Finalmente, el aporte principal de nuestra investigación es el desarrollo de una propuesta metodológica orientada a configurar lo que denominamos matriz de comunicación institucional digital sostenible. Esta matriz se fundamenta en tres ejes conceptuales y se nutre de indicadores cualitativos extraídos del análisis de las narrativas de Por Igual Más. Entre los indicadores identificados se encuentran los tópicos abordados, los géneros audiovisuales utilizados, los formatos específicos (como videos, reels o stories), los lenguajes y códigos visuales empleados, y las dinámicas temporales.

En este sentido, el testimonio de Jonathan no solo permite dimensionar el impacto de las propuestas formativas de la organización, sino que también constituye un ejemplo concreto de cómo se construyen narrativas centradas en el empoderamiento. A través del relato en primera persona, el contenido pone en escena una transformación subjetiva que vincula conocimiento, deseo y proyección de futuro. Esta experiencia audiovisual no se limita a mostrar una historia de superación, sino que visibiliza una trama colectiva en la que la accesibilidad pedagógica y tecnológica se convierte en clave para garantizar la participación efectiva. El rol del equipo docente aparece como facilitador de procesos, alejándose de enfoques asistencialistas y apostando a una lógica de acompañamiento situada.

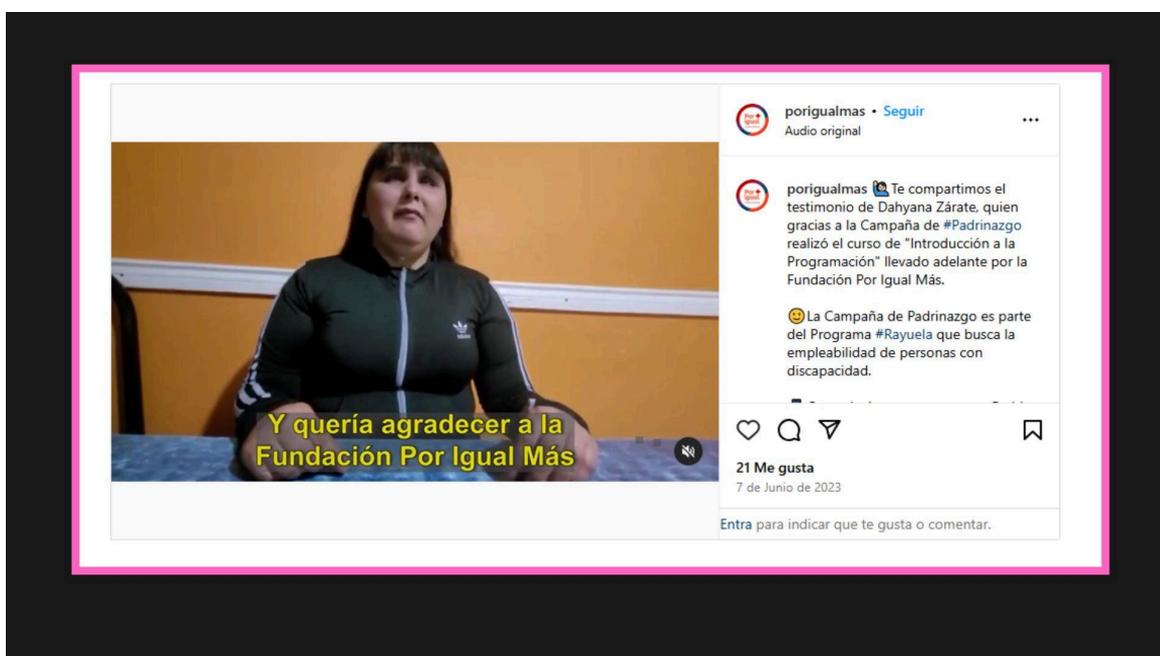
Otro ejemplo relevante lo constituye un reel protagonizado por una joven con discapacidad motriz que describe, mediante imágenes y voz en off, las dificultades que enfrenta en su entorno cotidiano para movilizarse. A través de una secuencia audiovisual simple pero contundente, se construye una narrativa que interpela directamente al espectador sobre las barreras físicas y simbólicas que persisten en el espacio público. En este caso, el eje de la accesibilidad adquiere centralidad no solo por la denuncia explícita de obstáculos estructurales, sino también por el modo en que se propone una agenda de transformación. El uso de subtítulos, música de acompañamiento y una edición dinámica potencia el alcance del mensaje, lo que refuerza la dimensión estratégica del formato reel como herramienta de incidencia.



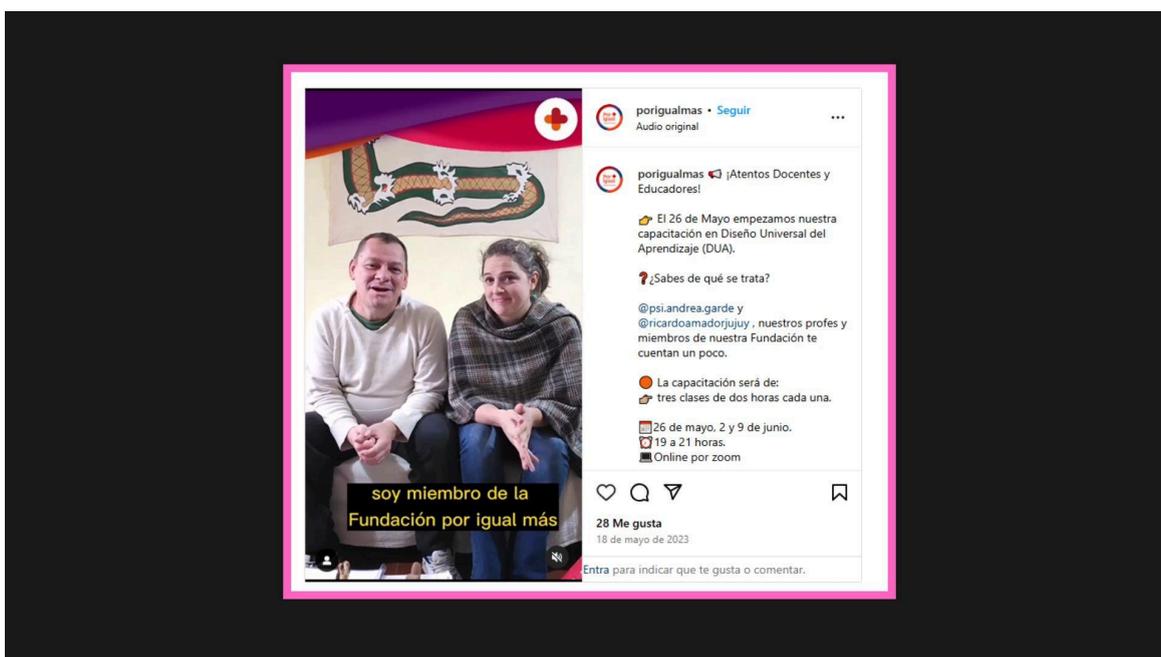
A su vez, encontramos piezas audiovisuales que abordan el eje de la incidencia pública a partir de registros de encuentros institucionales, firmas de convenios y acciones de articulación entre Por Igual Más y otros actores del ecosistema social. Estas publicaciones buscan dar cuenta del trabajo colaborativo como vía para el diseño de políticas más inclusivas. Se destacan, por ejemplo, las alianzas con universidades, gobiernos locales y organizaciones del tercer sector, donde el lenguaje institucional se entrecruza con testimonios de beneficiarios, generando una narrativa híbrida entre lo documental y lo testimonial. Aquí, el contenido no solo informa, sino que también busca legitimar un modelo de intervención basado en la participación activa de las personas con discapacidad como agentes de cambio.

Este tipo de estrategias narrativas, sostenidas en el tiempo, permiten consolidar una identidad comunicacional coherente con los principios y valores de la organización. En conjunto, los relatos audiovisuales analizados refuerzan el posicionamiento de Por Igual Más como actor clave en la construcción de una comunicación institucional digital sostenible, donde el reconocimiento, la accesibilidad y la incidencia no son solo objetivos discursivos, sino también prácticas mediatizadas que promueven nuevas formas de representación social.

En el segundo reels Dahyana da testimonio de su experiencia en el curso de Introducción a la Programación describiéndolo como un espacio de encuentro con diversidad de personas y una oportunidad de adquirir herramientas que le permitan a futuro la empleabilidad.



En el tercer reel los testimonios de dos de los miembros de la fundación Ricardo y Andrea dan cuenta de la necesidad de la capacitación de los docentes como actores fundamentales trabajando sus posicionamientos frente a la diversidad y la heterogeneidad del aula y lo que significa enseñar en la complejidad de los actuales contextos. Resaltan la importancia que tiene esta capacitación no solo para el docente a través de la incorporación del diseño universal del aprendizaje sino para que los estudiantes puedan aprender en condiciones más accesibles.



## Conclusión

La adopción de una matriz de comunicación sostenible permite a Por Igual Más no solo reforzar su misión de promover la equidad, sino también actuar como un modelo de responsabilidad social en la región. Al integrar prácticas sostenibles en su comunicación, la organización no solo contribuye a su fortalecimiento interno, sino que también inspira a otras instituciones a seguir un camino similar.

Para concluir podemos resaltar cómo a través de un enfoque basado en la comunicación se puede evidenciar que estas narrativas no solo visibilizan problemáticas sociales, sino que también promueven el empoderamiento y la incidencia pública en pro de los derechos de las personas con diferentes capacidades. Este análisis contribuye al entendimiento del papel de la comunicación en la construcción de sociedades más inclusivas.

## **Bibliografía**

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Grupo Planeta.

Salmon, C. (2008). *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Editorial Península.

Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.

Uranga, W. (2016). *Conocer, transformar, comunicar*. Editorial Patria Grande.

Uranga, W. (2021). *Comunicar para la participación y la incidencia*. Universidad Católica Boliviana.