5° Congreso Internacional del Gran Chaco Americano
Territorio e Innovación

Transversalización de la comunicación organizacional en la Cruz Roja, filial Santiago del Estero.

EJE Nº 4: Dinámicas, procesos sociopolíticos y actores territoriales.
Autores: Daniela Machao / Andrea Saraí Carmona / Valentina Isabel Pellene.
UCSE – Santiago del Estero, Argentina – daniela.machao@ucse.edu.ar

Transversalización de la comunicación organizacional en la Cruz Roja, filial Santiago del Estero

Autores: Machao Daniela/ Carmona Andrea Saraí/ Pellene Valentina Isabel.
Universidad Católica de Santiago del Estero - Santiago del Estero, Argentina.
daniela.machao@ucse.edu.ar /
andreasaraicarmona.carmona@alumnos.ucse.edu.ar/
valentinapellene@alumnos.ucse.edu.ar

Problemática abordada:

Identificar las redes de vinculación institucional e interinstitucional de la Cruz Roja de Santiago del Estero y sus formas de comunicación interna y externa, profundizando especialmente en las redes sociales, la relación con los medios, la identidad institucional y la producción de contenidos.

OBJETIVOS:

1. Describir los canales de comunicación y los medios utilizados por la institución a nivel local, nacional e internacional.
2. Identificar fortalezas y debilidades en las estrategias comunicacionales de la organización.

Metodología:

Por un lado, se realizaron entrevistas semiestructuradas a informantes clave del equipo de trabajo de la organización; por otro, se efectuó un seguimiento comparativo del contenido publicado en sus redes sociales en dos períodos específicos: septiembre de 2025 y marzo de 2026. Se realizará un cruce de datos para análisis cualitativo a la luz de teóricos como Sandra Massoni y Andrea Retamal Hoffman, que brindan claves de análisis comunicacional en territorios habitados por las organizaciones sociales.

Resultados:

El análisis evidencia que la comunicación es una dimensión transversal del funcionamiento de la filial, articulando los distintos actores y áreas de la institución, así como su relación con la sede central, mediante canales informales y formales respectivamente. Asimismo, y si bien existen lineamientos provenientes de sede central, las acciones no se reproducen de manera idéntica ya que hay adaptación de las actividades a las necesidades del territorio.

La identidad institucional se respeta en cuanto a los principios de la organización, el uso del emblema y la forma en que los voluntarios se presentan públicamente. También, aparece la existencia de criterios de identidad visual y la importancia de utilizar un lenguaje accesible adaptado a los distintos públicos.

Para el relevamiento de redes sociales se realizaron dos períodos de seguimiento, septiembre de 2025 y marzo de 2026, considerando como variables fecha, plataforma, permanencia del contenido (publicación o historia), formato y temática. A partir del análisis, se observa continuidad en la utilización de Instagram y Facebook, junto con una diversificación de la agenda comunicacional: mientras en septiembre predominan capacitaciones, primeros auxilios, voluntariado y colectas, en marzo adquieren mayor presencia contenidos vinculados con emergencias, prevención, información sanitaria y acompañamiento comunitario.

En este sentido, las redes sociales aparecen no sólo como canales de difusión, sino también como espacios de construcción de identidad institucional, información y vínculo con la comunidad.

Figura 1: Comparación de plataformas utilizadas: Septiembre 2025 vs Marzo 2026

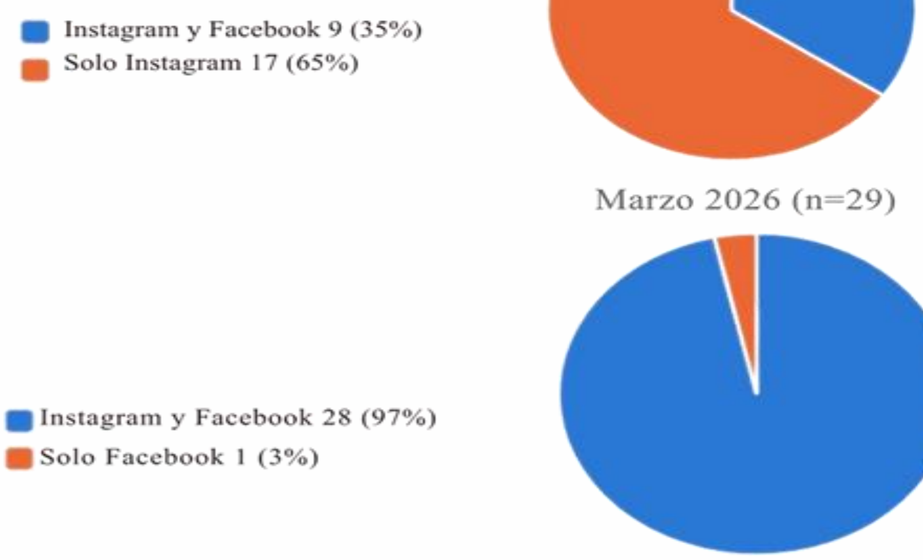
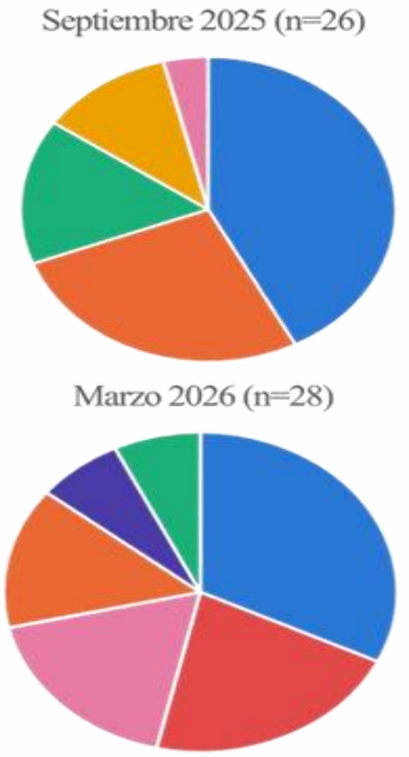


Figura 2: Comparación de las temáticas de las publicaciones: Septiembre 2025 vs Marzo 2026





Conclusiones:

La comunicación se configura como una dimensión estratégica para comprender la relación entre **institución, territorio y comunidad**, y no únicamente como una herramienta de difusión. El análisis permite reconocer la importancia de abordar la comunicación institucional desde una perspectiva **multinivel**, atendiendo a la interacción entre las orientaciones de la estructura nacional y las dinámicas propias de la filial local. Finalmente, el cruce entre las distintas fuentes abre una línea de análisis sobre cómo se construye y visibiliza la identidad institucional en el entorno digital, y sobre el papel de la comunicación en la articulación entre la institución y su contexto local.

Parte del Proyecto de Investigación: "Cruz Roja Filial Santiago del Estero. Profesionalización y voluntariado en la ayuda humanitaria. Redes de comunicación institucional, interinstitucional y entre actores sociales." Facultad de Ciencias Políticas. Sociales y Jurídicas. UCSE.