

## **Turismo rural en San Francisco Cundinamarca**

Andrés Fernando Aguilar Wittinghan

Asesora

María Estefanía Orozco García

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Comunicación Social

2025

## Resumen

El proyecto de investigación sobre la Organización Social Participativa (OSP) de San Francisco busca comprender y fortalecer las dinámicas comunicacionales que sostienen el trabajo comunitario en torno al turismo rural, la cultura local y la acción colectiva del municipio. Desde la mirada de la Comunicación Social, este estudio se propone analizar cómo los actores del territorio —la Alcaldía, los emprendimientos rurales, las ecoaldeas, los jóvenes, las mujeres y los campesinos— tejen relaciones internas y externas que permiten articular esfuerzos, construir acuerdos y proyectar iniciativas de desarrollo sostenible. La motivación central surge de la necesidad de reconocer la comunicación no solo como un intercambio de información, sino como una práctica social que posibilita la participación, el consenso y el fortalecimiento del tejido comunitario en un entorno rural diverso y en transformación. Para la comunidad académica, este proyecto representa una oportunidad para reflexionar sobre el papel de la comunicación en los procesos de gobernanza local, el diálogo intercultural, la organización comunitaria y la innovación social desde el territorio. Aplicar esta investigación en la OSP de San Francisco permite aportar herramientas para diagnosticar sus redes, identificar puntos de mejora, visibilizar buenas prácticas y proponer estrategias comunicativas orientadas a la colaboración, la sostenibilidad y la cohesión social, convirtiendo el estudio en un ejercicio formativo que conecta la teoría con la realidad viva de la comunidad y aporta al propósito universitario de transformar los contextos locales mediante el conocimiento participativo.

***Palabras clave:*** turismo, ruralidad, comunicación, redes, comunidad.

### **Abstract**

This research project on the Participatory Social Organization (OSP) of San Francisco aims to understand and strengthen the communicative dynamics that sustain community work around rural tourism, local cultural practices, and collective action in the municipality. From a Social Communication perspective, the study analyzes how territorial actors—local government, rural enterprises, eco-villages, youth, women, and farming communities—build internal and external relationships that enable coordination, shared decision-making, and the development of sustainable initiatives. The motivation behind this inquiry lies in recognizing communication not merely as information exchange but as a social practice that fosters participation, mutual trust, and collaborative problem-solving within a diverse and evolving rural environment. For the academic community, this project offers an opportunity to reflect on the role of communication in local governance processes, intercultural dialogue, community organization, and social innovation grounded in the territory. Applying this research to the OSP of San Francisco provides practical tools to map its networks, diagnose strengths and challenges, highlight successful practices, and propose communication strategies oriented toward cooperation, sustainability, and social cohesion. Ultimately, this study becomes a formative exercise that bridges theory and lived community experience, contributing to the university's commitment to transforming local realities through participatory and context-based knowledge.

***Keywords:*** tourism, rurality, communication, networks, community.

## Tabla de Contenido

|   |    |
|---|----|
| Introducción .....                                  | 8  |
| Conceptos en Contextos Socio comunicacionales ..... | 10 |
| Informe de Identificación y Conceptualización ..... | 10 |
| Acopio Organizativo y Comunicacional.....           | 30 |
| Informe Sociopráxico .....                          | 30 |
| Procesamiento y Análisis de Datos.....              | 37 |
| Informe de Investigación.....                       | 46 |
| Proyección Comunicacional .....                     | 51 |
| Fundamentos Conceptuales y Contextuales .....       | 51 |
| Comunicación Transformadora .....                   | 56 |
| Conclusiones.....                                   | 59 |
| Referencias Bibliográficas .....                    | 61 |

**Lista de Tablas**

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 1</b> <i>Ficha de información general</i> .....     | 13 |
| <b>Tabla 2</b> <i>Ficha de información descriptiva</i> ..... | 19 |
| <b>Tabla 3</b> <i>Diario de campo</i> .....                  | 34 |
| <b>Tabla 4</b> <i>Matriz de posiciconamiento</i> .....       | 41 |
| <b>Tabla 5</b> <i>Matriz comparativa</i> .....               | 43 |
| <b>Tabla 6</b> <i>Estrategia comunicacional</i> .....        | 57 |

## Lista de Figuras

**Figura 1** *Sociograma OSP San Francisco*..... 38

**Figura 2** *Conjuntos de Acción* ..... 39

## Lista de Apéndices

|  |    |
|--|----|
| <b>Apéndice A</b> <i>Carta de Intención</i> .....                      | 63 |
| <b>Apéndice B</b> <i>Carta de Aprobación</i> .....                     | 64 |
| <b>Apéndice C</b> <i>Entrevista Inicial.</i> .....                     | 65 |
| <b>Apéndice D</b> <i>Soporte Fotográfico.</i> .....                    | 66 |
| <b>Apéndice E</b> <i>Entrevista Cualitativa.</i> .....                 | 67 |
| <b>Apéndice F</b> <i>Cuestionario de Preguntas.</i> .....              | 68 |
| <b>Apéndice G</b> <i>Video Validación</i> .....                        | 69 |
| <b>Apéndice H</b> <i>Diapositivas Exposición OSP</i> .....             | 70 |
| <b>Apéndice I</b> <i>Diapositivas Presentación de resultados</i> ..... | 71 |

## Introducción

A través de este análisis, se pretende observar de manera más cercana cómo se comunican los distintos grupos y qué papel cumple cada uno en la construcción de un proyecto colectivo. La Alcaldía aparece como eje articulador del sistema, pero también se destaca la participación de los emprendedores rurales, mujeres, jóvenes y líderes comunitarios, quienes con su esfuerzo y compromiso dan vida a la red social que sostiene el turismo local.

El enfoque teórico se apoya en las ideas de Pedro Martín Gutiérrez, quien plantea que el sociograma no es solo un gráfico, sino una herramienta viva que revela la complejidad de los vínculos sociales y simbólicos. Desde esta mirada, el mapa relacional se convierte en un espacio de aprendizaje compartido, donde la comunicación no se limita a transmitir información, sino que construye identidad, confianza y sentido de pertenencia.

Se plantea una estrategia comunicacional participativa que se construye a partir del sociograma. Siguiendo a Kamlongera y Mafalopulos (2008), el diseño participativo promueve que la comunidad tome decisiones informadas sobre sus propios procesos comunicacionales.

A la vez, Costa y Piñeiro (2014) resaltan que una estrategia contemporánea debe integrar múltiples lenguajes y medios, articulando plataformas digitales con las redes humanas presentes en el territorio.

La propuesta busca fortalecer la comunicación interna y externa de la OSP, combinando herramientas digitales y presenciales para promover identidad, diálogo horizontal y visibilización del turismo rural sostenible.

Este trabajo busca demostrar cómo la comunicación actúa como un eje articulador del desarrollo territorial, permitiendo que la comunidad de San Francisco avance hacia un modelo de turismo más sostenible, participativo y humano. El sociograma, más allá del análisis técnico, se convierte así en una oportunidad para entender y fortalecer las relaciones que hacen posible el trabajo colectivo y la construcción del territorio.

## Conceptos en Contextos Sociocomunicacionales

Informe de Identificación y Conceptualización de la OSP de San Francisco, Cundinamarca

La comunidad rural de San Francisco ha sido elegida como escenario para el ejercicio de Investigación–Acción porque hoy se encuentra en un momento clave: está soñando y construyendo estrategias que le permitan abrir camino al turismo rural como alternativa de desarrollo y bienestar colectivo, en coherencia con el plan de desarrollo territorial.

La propuesta de crear una ruta turística, que una a las fincas campesinas con los espacios naturales del municipio miradores, cascadas, cabalgatas, deportes de aventura y que además impulse una marca propia, es mucho más que una idea de turismo. Es una oportunidad para reconocer la riqueza del territorio y darle un valor especial a lo que siempre ha estado allí: la cultura campesina, los saberes ancestrales, la biodiversidad y la hospitalidad de su gente.

Este proceso no se plantea desde afuera, sino desde dentro. Son los propios líderes comunitarios, jóvenes, mujeres, artistas y campesinos quienes, a través del trabajo colectivo, aportan sus voces, experiencias y sueños para que la ruta turística sea el reflejo auténtico de lo que son como comunidad. En palabras de Jorge H. López Rojas (2013), se trata de investigar no solo para conocer, sino para transformar la realidad, construyendo desde la participación y el diálogo entre quienes habitan y sueñan el territorio.

Así, la Investigación Acción se convierte en un camino para fortalecer la identidad local, generar oportunidades económicas y, sobre todo, consolidar un tejido social más unido y empoderado. San Francisco no solo se proyecta como un destino turístico, sino como un territorio que se reinventa desde la fuerza de su gente y la riqueza de su entorno.

Posibilidades y Limitaciones en el proceso de Investigación – Acción

Posibilidades:

Fortalecimiento comunitario: la IA fomenta el trabajo colaborativo, generando mayor unión entre campesinos, jóvenes, mujeres y líderes sociales.

Apropiación del territorio: al construir una ruta turística, la comunidad revaloriza sus tradiciones, su cultura campesina y sus recursos naturales.

Diversificación económica: el turismo rural abre nuevas fuentes de ingreso que complementan la agricultura, aportando sostenibilidad financiera a las familias.

Diálogo de saberes: la investigación permite integrar el conocimiento académico con el saber campesino, generando aprendizajes mutuos.

Visibilización del municipio: la creación de una marca turística y de experiencias auténticas proyecta a San Francisco en escenarios regionales y nacionales.

Formación de capacidades locales: jóvenes y mujeres adquieren liderazgo, habilidades de gestión y competencias en turismo sostenible.

Limitaciones:

Recursos económicos limitados: la implementación de rutas y estrategias turísticas puede requerir inversión en infraestructura, señalización y promoción.

Procesos lentos: la toma de decisiones colectivas y la participación amplia hacen que los resultados se construyan a mediano o largo plazo.

Conflictos internos: pueden surgir diferencias entre actores comunitarios sobre cómo organizarse, repartir beneficios o priorizar actividades.

Dependencia de políticas públicas: el avance puede estar condicionado al apoyo del plan de desarrollo territorial y a la continuidad de proyectos institucionales.

Factores externos: situaciones como el clima, la inseguridad o cambios en la economía (p. ej., disminución de visitantes) pueden afectar la sostenibilidad del turismo rural.

Riesgo de comercialización excesiva: si no se gestiona bien, el turismo puede desplazar prácticas tradicionales o desnaturalizar la identidad cultural.

**Tabla 1***Ficha de Información general*

| Nombre de la OSP   | Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla.   | Criterio de selección  | Posibles oportunidades  | Posibles dificultades  |
|--|---|--|---|--|
| OSP 1<br><br>Comunidad campesina de la vereda el turco del municipio de Santander de Quilichao, al norte del departamento del cauca. | Fortalecimiento de la identidad cultural campesina en niños y jóvenes mediante estrategias agroecológicas en el marco de la conservación de la biodiversidad en la vereda El Turco de Santander de Quilichao, en articulación interinstitucional entre la Escuela de Ciencias Agrícolas, Pecuarias y del Medio Ambiente (ECAPMA) de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, a través del semillero de investigación SICAM. | <p>La pertinencia social<br/>El reconocimiento de los saberes populares que emergen en las prácticas agroecológicas realizadas con un grupo de campesinos.</p> <p>La relevancia académica<br/>Promueve el conocimiento de buenas prácticas agrícolas como el uso de abonos orgánicos y la preservación de semillas nativas para resguardar la seguridad y soberanía alimentaria.</p> <p>La participación y colaboración<br/>La finca Escuela Agroecológica El Oasis es el espacio para identificar y promover diferentes estrategias agroecológicas en un grupo de 20 jóvenes con edades entre los 6 y 15 años, donde se desarrollan actividades como la identificación de avifauna, talleres de abonos orgánicos, talleres de apicultura, talleres lúdicos para fortalecer la identidad campesina.</p> <p>La coherencia institucional</p> | <p>Para la comunidad:<br/>Intercambio de experiencias y conocimientos. La articulación con otras instituciones y proyectos a nivel nacional podría permitir el intercambio de saberes y vivencias relacionadas con la agroecología y la preservación de la biodiversidad Acceso de política pública, en la articulación con instituciones departamentales y en la toma de decisiones relacionadas con la conservación y la biodiversidad.</p> <p>Para el comunicador:</p> | <p>Desplazamiento al territorio y a la comunidad desde Bogotá.</p> <p>Limitación en territorio por los grupos armados.</p> |

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
|   |   | <p>Por medio del semillero de investigación SICAM y la comunidad campesina de la vereda a El Turco del Municipio de Santander de Quilichao, al norte del departamento del Cauca, por medio de la Finca Escuela Agroecológica El Oasis, entre los años 2021 y 2024, ha permitido crear espacios en los cuales se tratan temas referentes al campo de la producción animal sostenible, agroecología, desarrollo rural y ambiental; estos espacios contribuyen al desarrollo formativo e investigativo de los estudiantes de la escuela ECAPMA.</p> <p>La originalidad y aporte<br/>Los niños cuentan la experiencia de apropiar sus saberes campesinos y convertirse en guardianes de semillas<br/>El Oasis ha capacitado a numerosos campesinos, brindándoles herramientas prácticas y conocimientos esenciales. La finca no solo rescata y comparte saberes locales, sino que también se dedica a mejorar las prácticas agrícolas de manera sostenible.</p> | <p>Impulsar la proyección social.</p> <p>Visibilizar a la comunidad y su entorno y contar historias de vida.</p> <p>Generar material audiovisual de calidad que permita la divulgación y transferencia de conocimiento para la apropiación social.</p> |  |
| <p>OSP 2</p> <p>Pequeños productores de sistemas asociados a frutales del</p> | <p>Estudio de sistemas de cultivo asociados a los frutales andinos para reactivar la economía local y promover prácticas agrícolas sostenibles que lleven a</p> | <p>La pertinencia social<br/>Uno de los logros más destacados es la mejora en la productividad agrícola. Los sistemas de cultivos intercalados han demostrado ser efectivos, aumentando los rendimientos de frutales como lulo, mora, granadilla, feijoa, papayuela y frijol</p>  | <p>Para la comunidad:<br/>Económicamente, los productores han visto un incremento en sus ingresos gracias a la venta de una mayor</p>  | <p>Desplazamiento al territorio y a la comunidad desde Bogotá.</p> |

|                         |   |   |  |  |
|-------------------------|---|---|--|--|
| departamento de Nariño. | la búsqueda de soluciones innovadoras.  | arbustivo. Estos sistemas han permitido una mayor diversificación de cultivos, lo que reduce el riesgo económico para los productores.  | variedad de productos agrícolas.   | Limitación en territorio por los grupos armados. |
|                         | Este proyecto, financiado por FCTeI de Min. Ciencias, se diseñó para evaluar y desarrollar sistemas de cultivos intercalados que no solo mejoren la productividad agrícola, sino que también fortalezcan la resiliencia de las comunidades rurales frente a futuros desafíos. | <p>La relevancia académica<br/>La universidad facilita el aprendizaje práctico y teórico, mejorando las habilidades y conocimientos de los agricultores. La UNAD también provee asistencia técnica continua y apoyo logístico para la preparación y adecuación de terrenos, establecimiento de ensayos y monitoreo agronómico.</p> <p>La participación y colaboración<br/>El proyecto ha fortalecido el tejido social de las comunidades rurales, promoviendo la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los agricultores.</p> <p>Las Escuelas de Campo para Agricultores (ECAs) han servido como un espacio de aprendizaje y cohesión comunitaria, donde los productores pueden compartir experiencias y soluciones a problemas comunes.</p> <p>La coherencia institucional<br/>La UNAD interviene proporcionando su experiencia y recursos en varias áreas clave. En primer lugar, articuló la estructuración del proyecto y proporcionó las herramientas administrativas,</p> | Para el comunicador  |  |
|                         |   |   | <p>Sirve como un espacio de aprendizaje y cohesión comunitaria, donde se impulsan las experiencias campesinas.<br/>Desarrollar habilidades de comunicación estratégica, planeación y ejecución de proyectos y trabajo en equipo.</p> |  |

jurídicas y financieras para la aprobación y puesta en marcha del proyecto. Además de aportar con su capacidad instalada para el desarrollo de las actividades y la implementación de un laboratorio en el CCAV de Pasto.

La originalidad y aporte  
Se han fortalecido las prácticas culturales y la integración de la comunidad: Se promueve la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los agricultores.  
En términos de sostenibilidad, los agricultores han adoptado prácticas más ecológicas, disminuyendo su dependencia de fertilizantes químicos y mejorando la salud del suelo. Esto ha contribuido a la conservación del medio ambiente y a la resiliencia de los ecosistemas locales. Además, el manejo integrado de plagas y enfermedades ha sido optimizado, reduciendo la incidencia de problemas fitosanitarios y mejorando la calidad de los cultivos

|  |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|
| OSP 3  | Desarrollar La administración de organizaciones en la zona rural del municipio de San Francisco con la finalidad de crear | La pertinencia social<br>Aporta a la ampliación y mejora de la oferta de turismo de naturaleza como una alternativa de desarrollo sostenible, considerando ya resultados de resultados previos que identificaban que a pesar del potencial turístico del territorio, la | Para la comunidad:<br>Promueve herramientas y conocimientos para la planificación, gestión y articulación de actores claves en el | No se evidencian dificultades.<br><br>Es una propuesta viable, por tiempos, recursos económicos y |
| Turismo campesino en la comunidad rural de San Francisco |   |   |   |   |

estrategias para el desarrollo de iniciativas de turismo rural conforme al plan de desarrollo territorial..

Generar una ruta turística del municipio que articule las fincas campesinas, espacios naturales, como miradores, cascadas, cabalgatas, deportes de aventura, entre otros, y la creación de marca.

comunidad enfrenta dificultades en la planificación, gestión y articulación de sus iniciativas turísticas, lo que limita su capacidad para consolidar un modelo de turismo sostenible y competitivo.

La relevancia académica  
Impulsa espacios de formación y fortalecimiento organizativo, brindando a la comunidad herramientas para la planificación, gestión y promoción de sus iniciativas turísticas.

La participación y colaboración  
Articulación de actores clave, como organizaciones campesinas, entidades gubernamentales y redes de emprendimiento, con el fin de consolidar un modelo de turismo comunitario sostenible.

Proporciona acompañamiento técnico y metodológico mediante la implementación de metodologías ágiles para la gestión y autogestión de emprendimientos turísticos.

Formar emprendedores locales a través de talleres experienciales, la capacitación en planificación estratégica y comercialización turística, y la generación de espacios de diálogo y construcción colectiva para la definición de rutas turísticas sostenibles.

sector turístico, junto con la divulgación de las experiencias de la comunidad y sus visitantes.

Para el comunicador  
Sirve como un espacio de aprendizaje y cohesión comunitaria, donde se impulsan las experiencias campesinas.  
Desarrollar habilidades de comunicación estratégica, planeación y ejecución de proyectos y trabajo en equipo.

acceso. Ya que el municipio de San Francisco se encuentra cerca de Bogotá.

La coherencia institucional  
Promueve la aplicación de herramientas innovadoras como el análisis DOFA, facilitando la identificación de fortalezas y debilidades en el sector turístico, así como la formulación de planes de acción para mejorar la oferta y atraer visitantes.

Consolida iniciativas que favorecen la preservación del patrimonio natural y cultural, el fortalecimiento de la economía local y la creación de puestos de trabajo en la industria del turismo.  
La originalidad y aporte

Visibiliza el turismo campesino, que resalta los saberes, tradiciones, cultura, idiosincrasia y gastronomía que permiten a los visitantes tener una experiencia inmersiva con la comunidad de San Francisco.

Promueve la participación comunitaria, la conservación del patrimonio natural y cultural, y la generación de oportunidades económicas para la región.

---

*Nota.* Identificación de OSP de estudio. Banco de proyectos potenciales y en desarrollo del programa “Con Olor a Región” contenidos base de preproducción, Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

**Tabla 2***Ficha de Información descriptiva*

| Aspecto  | Descripción  |
|--|--|
| Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.              | Desde la Secretaría de Turismo del municipio de San Francisco Cundinamarca se busca ampliar y mejorar la oferta de turismo de naturaleza como una alternativa de desarrollo sostenible, para la comunidad rural de la región, quien enfrenta dificultades en la planificación, gestión y articulación de sus iniciativas turísticas, lo que limita su capacidad para consolidar un modelo de turismo sostenible y competitivo.   |
| Objetivos o intenciones de ayuda social.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilizar la oferta turística rural de San Francisco mediante estrategias narrativas y audiovisuales que resalten la cultura, tradiciones, gastronomía y paisajes de la región.</li> <li>• Fortalecer la identidad y sentido de pertenencia en la comunidad local, promoviendo el turismo como una herramienta de desarrollo sostenible y de orgullo cultural.</li> <li>• Posicionar a San Francisco como un destino diferenciado dentro del turismo rural en Colombia, destacando su autenticidad, biodiversidad y experiencias comunitarias.</li> </ul> |
| Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP. | <p>Este proyecto de turismo rural con la comunidad de San Francisco puede ejecutarse con sesiones virtuales reuniones mensuales ordinarias, capacitaciones quincenales y encuentros estratégicos, siempre con metodologías participativas, evaluativas y ligadas al contexto comunitario.</p> <p>Ordinarias:<br/>Frecuencia: una vez al mes.<br/>Propósito: revisar avances del proyecto, evaluar actividades turísticas realizadas, distribuir responsabilidades y ajustar estrategias.</p> <p>De planificación estratégica:<br/>Frecuencia: cada dos meses.</p>                                    |

---

Propósito: actualizar el plan de acción, integrar nuevas iniciativas de la comunidad, revisar resultados económicos y de comunicación.

De capacitación y práctica:

Frecuencia: cada 15 días o según necesidades.

Propósito: formación en atención al cliente, guianza turística, manejo ambiental, gastronomía local, comunicación y mercadeo.

Extraordinarias:

Frecuencia: cuando surjan eventos especiales (ferias, visitas institucionales, emergencias, cambios normativos).

Comunidad local / campesinos

Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).

Rol social: guardianes de la memoria cultural, anfitriones, productores agropecuarios, artesanos.  
Nivel profesional: experiencia empírica, saberes tradicionales, algunos con formación técnica en turismo o agroecología.

Rol institucional: integrantes de la OSP, secretaría de turismo, gestores de la oferta turística, responsables de la autenticidad y la sostenibilidad cultural.

Aportes:

- Legitimidad del proyecto porque son los dueños del territorio.
- Conocimiento profundo de la naturaleza, cultivos, tradiciones y fiestas locales.
- Mano de obra y producción para la oferta turística (gastronomía, agro ecoturismo, artesanías).

Retos:

- Resistencia al cambio o desconfianza frente a visitantes externos.
- Falta de formación en hospitalidad, servicio al cliente o mercadeo.
- Riesgo de que los beneficios no sean equitativos.

Oportunidades:

- 
- Revalorizar la cultura campesina y garantizar que el turismo sea auténtico.
  - Transmitir saberes a nuevas generaciones y a los visitantes.

#### Líderes comunitarios

Rol social: representantes de la comunidad, mediadores entre pobladores e instituciones.

Nivel profesional: variable (desde formación básica hasta educación superior).

Rol institucional: coordinadores del proyecto, promotores de la participación y garantes del cumplimiento de acuerdos colectivos.

#### Aportes:

- Representatividad y capacidad de gestión frente a instituciones.
- Experiencia en procesos de organización social y resolución de conflictos.
- Credibilidad dentro y fuera de la comunidad.

#### Retos:

- Riesgo de sobrecarga de responsabilidades.
- Posibles tensiones de liderazgo (conflictos por toma de decisiones).

#### Oportunidades:

- Consolidar mecanismos de gobernanza comunitaria.
- Fortalecer la cohesión social y la confianza en la OSP.

#### Jóvenes rurales

Rol social: dinamizadores del cambio, apoyo en innovación y uso de tecnologías.

Nivel profesional: estudiantes o recién egresados de secundaria, técnicos o universitarios en turismo, comunicación o medio ambiente.

Rol institucional: encargados de comunicación digital, guías turísticos, promotores culturales.

---

Aportes:

- Manejo de redes sociales, diseño gráfico, fotografía y video para promoción.
- Capacidad de innovación en actividades turísticas (apps, recorridos interactivos, guianza bilingüe).
- Motivación para quedarse en el territorio y reducir la migración a ciudades.

Retos:

- Limitaciones económicas para sostener sus estudios o proyectos.
- Falta de reconocimiento de su voz en decisiones comunitarias.

Oportunidades:

- Ser embajadores del turismo rural hacia audiencias jóvenes y urbanas.
- Conectar tradición con modernidad, fortaleciendo el relevo generacional.

Mujeres rurales

Rol social: portadoras de saberes gastronómicos, medicinales y culturales.

Nivel profesional: conocimientos empíricos y/o técnicos; algunas con formación en emprendimiento o gestión comunitaria.

Rol institucional: lideresas de proyectos de alimentación, artesanía, hospedaje rural, y economía solidaria.

Aportes:

- Diversificación de la oferta turística (gastronomía típica, plantas medicinales, hospedaje rural).
- Liderazgo en emprendimientos comunitarios y economía solidaria.
- Transmisión de valores culturales y educativos a niños y visitantes.

Retos:

- Brechas de género en acceso a financiamiento y toma de decisiones.

- 
- Sobrecarga de roles (hogar, trabajo agrícola y participación comunitaria).

Oportunidades:

- Fortalecer su liderazgo en la OSP y en el turismo rural.
- Promover autonomía económica y reconocimiento de su aporte cultural.

Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)

El municipio de San Francisco tiene 10 veredas: Arrayán, El Peñón, Juan de Vera, La Laja, Muña, Pueblo Viejo, Sabaneta, San Antonio, San Miguel y Tóriba

Se encuentran distribuidas para el trabajo comunitario y se caracterizan por sus paisajes naturales, recursos hídricos y actividades agrícolas como el cultivo de café, cítricos y ganadería, lo que los hace atractivos turísticos.

Posee de 62 a 70 Operadores turísticos conformados por las familias campesinas inscritas en la OSP del municipio. Y que cubren la oferta de posada turística.

Para esta IA, nos concentraremos en 3 escenarios principales que abren las puertas para el desarrollo de la propuesta.

Finca Bagandia

La propiedad dispone de amplias áreas verdes, junto con cultivos permanentes de café, así como otros cultivos temporales que incluyen lulo, mora y aguacate. También hay un depósito de agua que se sugirió acondicionar, dividiendo el espacio en un área para almacenamiento y otra para la cría de peces, según las dimensiones y especies que se pueden cultivar y sostener. Se ha habilitado un lugar para observar aves, incluyendo colibríes, además de un camino principal, una zona destinada a un restaurante, áreas comunes y un espacio para estacionar vehículos.

Museo de la llanta

Tiene como propósito principal concientizar sobre la contaminación ambiental y promover la reutilización creativa de materiales desechados, en especial las llantas usadas.

---

|  |  |
|--|--|
|  | <p>Museo de la agricultura<br/>Busca preservar y difundir saberes agrícolas tradicionales, mostrando prácticas, herramientas y prácticas comunitarias de cultivo.</p>  |
| <p>Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.</p>    | <p>Desde la Coordinación de Cultura y Emprendimiento del municipio de San Francisco se promueve una organización horizontal donde la comunidad a través de las Juntas de Acción Comunal participa en la toma de decisiones.</p> <p>Los miembros de la Junta de Acción Comunal, JAC incluyen al presidente, Representante legal, vicepresidente, reemplaza al presidente y coordina comisiones, Tesorero, maneja las finanzas y bienes, secretario, custodia actas y libros, y Fiscal, vigila el cumplimiento de deberes y el manejo de bienes.</p> <p>También existen Conciliadores para resolver conflictos y Coordinadores de Comités que lideran las actividades de emprendimiento, planeación, capacitación, obras, etc., promueven y desarrollan los programas en esas áreas. Y finalmente los delegados a la Asociación. Que representan a la junta frente a otras asociaciones.</p> |
| <p>Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.</p> | <p>Se promueven vínculos sociales como el trabajo colaborativo, el compromiso de la comunidad, el desarrollo ambiental, sostenible todo esto para propósitos claros como:</p> <p>Educar sobre agroecología y sostenibilidad, vinculando al visitante con el ciclo de producción de alimentos y la importancia del cuidado ambiental.</p> <p>Favorecer la identidad campesina, reconociendo el papel histórico y cultural de los agricultores rurales.</p> <p>Promover la agro innovación, vinculando tecnologías y saberes locales mediante espacios expositivos, talleres o participación comunitaria. Mercados campesinos, encuentros comunitarios en torno a la agricultura y cultura local.</p>  |

---

|  |  |
|--|--|
| Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS. | <p><b>Fortalecimiento Interno:</b><br/>La OSP se fortalece con espacios de formación, toma de decisiones colectivas y trabajo colaborativo.</p> <p><b>Formación continua</b><br/>Programar talleres presenciales y virtuales en hospitalidad, turismo sostenible, gestión comunitaria, marketing digital.</p> <p><b>Espacios de decisión colectiva</b><br/>Realizar asambleas mensuales donde cada integrante pueda opinar y votar.</p> <p>Implementar actas y acuerdos colectivos para garantizar transparencia.</p> <p><b>Trabajo colaborativo</b><br/>Crear comités temáticos: gastronomía, senderismo, artesanía, comunicación.</p> <p><b>Comunicación interna</b><br/>Usar grupos de WhatsApp, calendarios compartidos y reuniones virtuales para dar continuidad a las actividades.</p> <p><b>Fortalecimiento Externo</b><br/>Se abre al territorio mediante alianzas, redes, ferias y comunicación estratégica, consolidando el turismo rural como un motor de desarrollo local.</p> <p><b>Alianzas institucionales</b><br/>Firmar convenios o cartas de intención con la Alcaldía, Gobernación, Cámara de Comercio, asociaciones campesinas.</p> <p>Presentar proyectos a convocatorias de turismo y desarrollo rural.</p> <p><b>Participación en redes y ferias</b><br/>Ingresar a redes de turismo rural departamentales y nacionales.</p> |
|--|--|

Formas de comunicación  
interna, actores, tipo, etc.

Asistir a ferias turísticas, mercados campesinos y ruedas de negocio.

Promoción y comunicación estratégica

Crear perfiles o mejorar los existentes en redes sociales y página web con identidad visual de la OSP.

Realizar campañas digitales mostrando experiencias (videos, reels, lives).

Generar alianzas con medios comunitarios y regionales para difundir actividades.

Oferta de experiencias turísticas sostenibles

Diseñar paquetes turísticos comunitarios (recorridos, talleres, gastronomía).

Promover un turismo responsable con el ambiente y la cultura local.

Asambleas comunitarias

Espacios de decisión colectiva sobre proyectos, inversiones, actividades y lineamientos del turismo rural.

Comités temáticos o de trabajo

Ejemplo: comité de gastronomía, comité de guianza turística, comité de comunicación, comité de artesanías.

Capacitaciones y talleres internos

Formación en hospitalidad, sostenibilidad, marketing digital, primeros auxilios, etc.

Trabajo colaborativo

Jornadas comunitarias para adecuación de senderos, embellecimiento de espacios, organización de ferias y festividades.

Participación en la planeación y evaluación

Diseñar conjuntamente la oferta turística y evaluar periódicamente el impacto económico, social y ambiental.

#### Rotación de roles

Permitir que diferentes miembros asuman responsabilidades de liderazgo, vocerías o representación.

No se recomienda la comunicación informal en el trabajo con la OSP porque puede traer riesgos si no se gestionan bien.

- Genera rumores y desinformación
- Debilita la participación colectiva
- Concentra el trabajo colaborativo en pocos
- Dificulta la planeación y la memoria organizativa

Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.

#### Alianzas institucionales

Con alcaldía, Gobernación de Cundinamarca, Cámara de Comercio, SENA, universidades y ONGs.

#### Redes de turismo rural

Participación en circuitos regionales de turismo campesino, ferias y asociaciones departamentales o nacionales.

#### Ferias y mercados campesinos

Exhibir productos locales (gastronomía, artesanías, agroecología) como estrategia de promoción del destino.

#### Intercambios culturales y de saberes

Visitas con otras comunidades rurales para aprender y replicar experiencias exitosas.

#### Promoción digital y mediática

Manejo de redes sociales, páginas web y colaboraciones con medios de comunicación o influenciadores turísticos.

Planes, cronogramas, metas.  
Proyectos en desarrollo.

Participación en políticas públicas  
Incidencia en planes de desarrollo municipal, planes de ordenamiento territorial (POT) y programas de turismo rural sostenible.  
Recepción y retroalimentación de turistas  
Escuchar sugerencias de los visitantes para mejorar la calidad de la oferta

#### Inicio y Organización

Reunión virtual de apertura con aliados externos + talleres.

- Reunión de apertura (presentación del proyecto, socialización de objetivos, elección de responsables).
- Taller de fortalecimiento organizativo (roles, liderazgo, comunicación interna).
- Práctica comunitaria: inventario de atractivos turísticos y recursos locales.
- Reunión de seguimiento y evaluación de avances iniciales.

#### Capacitación y Diseño de Oferta

- Taller de atención al turista y hospitalidad rural.
- Reunión ordinaria para diseñar la oferta turística, paquetes, experiencias, recorridos.
- Práctica en campo: simulación de recorridos turísticos y ajustes de rutas.
- Taller de sostenibilidad ambiental, manejo de residuos, conservación de ecosistemas.

#### Comunicación y Promoción

##### Talleres online

- Taller de comunicación digital, uso de redes, fotografía y video.
- Reunión ordinaria para revisión de avances y ajustes de estrategias.
- Producción de material promocional comunitario, afiches, videos, redes sociales.
- Lanzamiento de campañas digitales en redes sociales.

- 
- Lives o transmisiones mostrando la cultura, la gastronomía o los paisajes de San Francisco.
  - Creación de catálogos digitales o videos turísticos comunitarios.

Feria interna: jornada de prueba con visitantes locales, retroalimentación.

Ferias digitales o ruedas de negocios en línea para mostrar la oferta turística.

Logros de proyectos exitosos.

- Fomentar la participación activa de los actores locales, campesinos, emprendedores, asociaciones y jóvenes, en la construcción de mensajes y contenidos comunicativos.
- Impulsar la sostenibilidad ambiental y social a través de mensajes educativos que promuevan el respeto por la naturaleza, el consumo responsable y la valoración del patrimonio cultural.
- Atraer turistas de distintos segmentos nacionales, internacionales, académicos, ecoturistas, familias. mediante campañas de comunicación digital y tradicional ajustadas a cada público.
- Generar alianzas estratégicas de comunicación con medios locales, regionales y digitales para ampliar el alcance y credibilidad del proyecto.

Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.

- Resistencia al cambio por parte de algunos habitantes.
- Falta de cohesión o liderazgo dentro de la comunidad.
- Riesgo de desigualdad: que solo algunos se beneficien y no toda la comunidad.
- Desgaste por exceso de reuniones o carga de trabajo voluntario.
- Escasez de recursos iniciales para divulgación y promoción.

Otros aspectos para comentar.

El turismo en áreas rurales contribuye a elevar la calidad de vida al identificar las demandas, la diversidad y las oportunidades del entorno natural, poblacional, social y económico. De este

---

modo, fomenta la sostenibilidad ambiental, impulsa el crecimiento económico, fortalece el tejido social y promueve un reconocimiento a nivel departamental y nacional.

*Nota.* Descripción de la Organización Social Participativa del Municipio de San Francisco. Elaboración propia con base a la información recolectada a través de la entrevista a Eileen Gisela Velandia, Coordinación de Cultura y Emprendimiento del municipio de San Francisco.

## Acopio Organizativo y Comunicacional

### Informe Sociopráxico

La experiencia en la Granja Altamira. El encuentro con Hernando Niño Rivera, director de la Granja Altamira, permitió adentrarse en un espacio único que combina producción agrícola, preservación cultural y turismo rural. En el recorrido se apreciaron 27 modelos productivos entre los que destacan cultivos de aromáticas, plátano, yuca y frutales, junto a la cría de especies menores como ovejas y chivos, además de piscicultura y ganadería lechera. La granja incluye también un espacio patrimonial con piedras ancestrales de las culturas panches y muiscas, y la casa de don Hernando, repleta de instrumentos agrícolas que muestran la evolución de la agricultura en más de cuarenta años.

Desde la perspectiva comunitaria, la granja funciona como un espacio pedagógico para visitantes y un referente de identidad para los habitantes de la vereda San Miguel. En este sentido, se vivió la sociopraxis al observar cómo el conocimiento campesino se entrelaza con la memoria histórica y se proyecta hacia iniciativas de turismo rural. La comunidad, a través del liderazgo de don Hernando, se convierte en protagonista de un proceso de preservación cultural y sostenibilidad económica.

Como investigador, al observar lo que sucedía, sentí una profunda admiración por la capacidad de la comunidad para articular tradición y modernidad, aunque también surge la inquietud sobre la necesidad de fortalecer los canales de participación y de comunicación que permitan ampliar el alcance de estas iniciativas.

### La experiencia en la Finca Bagandia

La visita a la Finca Bagandia, bajo la orientación de Nelson Torres, giró en torno a la relación entre participación comunitaria y redes sociales. Nelson compartió cómo su finca no solo es un espacio de producción de café, sino también de experiencias vivenciales para los visitantes.

Se observó que gran parte de la difusión de sus actividades se basa en el voz a voz, lo cual refleja la fortaleza de las relaciones comunitarias, pero también evidencia la necesidad de consolidar estrategias digitales que favorezcan una mayor proyección.

Además, se destacó la presencia de la UNAD en el territorio, apoyando procesos de sostenibilidad ambiental y fortalecimiento comunitario, lo que confirma la importancia de la articulación entre la academia y las comunidades locales.

Para el investigador, esta experiencia despierta una reflexión profunda: las iniciativas rurales poseen un enorme potencial de crecimiento siempre que logren equilibrar lo local y lo global, es decir, mantener la esencia de la cercanía comunitaria, pero también aprovechar las redes digitales para visibilizar sus propuestas en escenarios más amplios.

#### Sociopraxis y marcos conceptuales

La experiencia en la Granja Altamira y la Finca Bagandia se vuelve más valiosa al ser examinada a través de las obras de los autores analizados:

Villasante y Gutiérrez (2007) destacan que, en tiempos de complejidad social, las redes y conjuntos de acción son clave para la construcción de estrategias colectivas. Esto se refleja en cómo la comunidad de San Miguel se articula en torno al turismo rural, sumando esfuerzos entre productores, líderes culturales y académicos.

Gallego (2016) destaca la importancia de las plataformas sociales digitales en el siglo XXI como mediadoras de información y comunicación. En el caso de la Finca Bagandia, esta perspectiva es evidente: el predominio de la voz a voz muestra la fuerza del tejido comunitario, pero también la necesidad de potenciar su proyección mediante plataformas digitales.

Chadi de Yorio (2007) plantea que las redes sociales en el trabajo comunitario se configuran como un soporte vital para el desarrollo de proyectos colectivos. Tanto en la Granja

Altamira como en la Finca Bagandia, estas redes son el motor que permite sostener iniciativas y abrir espacios de cooperación.

**Tabla 3***Diario de campo*

| Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación  |   |  |
|--|---|--|
| OSP:   | Actividad:  | Fecha:   |
| <i>Comunidad de San Francisco, Vereda San Miguel.</i>  | Visita a la Granja Altamira, Museo de la agricultura y Finca Bagandia.  | Sábado 27 de septiembre de 2025.   |
| Hora inicio:<br>9:00 a.m.<br>Participantes: 3  | Hora finalización:<br>6:00 p.m.   | Lugar:<br>San Francisco, Cundinamarca.<br>Investigador:<br>Andrés Fernando Aguilar Wittinghan  |
| Eileen Gisella Velandia, Coordinación de Cultura y Turismo de San Francisco  |   |  |
| Hernando Niño Rivera: Director, “Granja Altamira, Museo de la Agricultura”.  |   |  |
| Nelson Torres: Productor de café, “Finca Bagandia”.  |   |  |
| Descripción<br>(de la observación)   | Interpretación<br>(de la observación)   | Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)  |
| 1. Municipio de San Francisco<br>A la llegada al municipio de San Francisco fui recibido por Eileen Gisella Velandia, representante de la Coordinación de Cultura y Turismo. Ella me orientó sobre el recorrido y me facilitó el primer encuentro con líderes comunitarios, quienes serían los principales referentes durante la visita: | El recibimiento fue cercano y hospitalario. Se percibió una fuerte identidad local y orgullo por el patrimonio agrícola del municipio. La presentación de los líderes comunitarios permitió anticipar la importancia que tienen la tradición agrícola y cafetera en la construcción cultural y social de San Francisco. Llamó la atención la articulación entre lo institucional (Cultura y | Como investigador, este primer encuentro despertó una mezcla de curiosidad y motivación. El diálogo con líderes locales transmite la sensación de estar entrando en un espacio vivo, donde las prácticas agrícolas no solo representan un sustento económico, sino también un legado cultural. Se siente el reto de comprender estas realidades sin idealizarlas, reconociendo tanto sus fortalezas como las |

|   |   |  |
|---|---|--|
| Hernando Niño Rivera, Director de la Granja Altamira – Museo de la Agricultura.   | Turismo) y lo comunitario (productores, gestores culturales).   | dificultades que enfrentan en un contexto de cambios sociales y económicos. Al mismo tiempo, hay una emoción por descubrir cómo  |
| Nelson Torres, productor de café de la Finca Bagandia.  | Al llegar a la Granja Altamira, Hernando Niño Rivera nos recibió con disposición abierta para compartir su experiencia. Desde el inicio resaltó el papel de la comunidad de la vereda San Miguel, destacando sus raíces agrícolas y la manera en que estas tradiciones han dado paso a nuevos emprendimientos de Turismo Rural. | estas iniciativas rurales se conectan con procesos de identidad, sostenibilidad y turismo comunitario.   |
| 2 . Entrevista a Hernando Niño Rivera: Director, “Granja Altamira, Museo de la Agricultura”   | La conversación giró en torno al concepto de Comunidad, entendido no solo como agrupación de personas, sino como un entramado de vínculos, memoria y formas de participación que sostienen la vida colectiva.   | Como investigador, escuchar a Hernando suscita una reflexión profunda sobre el sentido del conocimiento en contextos rurales: no se trata únicamente de registrar datos o describir prácticas, sino de entender el para qué de las experiencias comunitarias. La comunidad de San Miguel aparece como un ejemplo de resistencia y adaptación, donde las formas de participación son, a la vez, tradicionales y renovadas por las exigencias del presente. Surge un sentimiento de respeto hacia la capacidad de la comunidad para encontrar caminos propios en medio de la tensión entre conservar lo heredado y abrirse a lo nuevo. Al mismo tiempo, se despierta la inquietud de cómo estos esfuerzos pueden sostenerse en el tiempo frente a los retos de mercado, políticas públicas y cambios generacionales. |
| Se visita la Granja Altamira y se inicia entrevista con Hernando Niño Rivera: Director, “Granja Altamira, Museo de la Agricultura”, quien me recibe en la granja. Con él, se dialoga sobre la comunidad de la vereda San Miguel, y los emprendimientos de Turismo Rural. En esta conversación, se propone abordar el tema de Comunidad. Acercarnos a sus características y formas de participación. Partiendo de ese acercamiento al “para qué” del conocimiento. | Se percibió un esfuerzo consciente por vincular la práctica agrícola con el turismo cultural, buscando generar alternativas económicas que, a su vez, preserven la identidad local.   |  |
| 3. Recorrido “Granja Altamira, Museo de la Agricultura”   | El recorrido por la Granja Altamira no solo permitió apreciar la diversidad productiva y patrimonial, sino también comprender cómo este espacio funciona como un punto de encuentro   | Como investigador, estar en este espacio genera una sensación de gratitud y compromiso. Es inspirador observar cómo la comunidad abre sus saberes y prácticas a los  |

Después de la entrevista con Hernando Niño Rivera, se inicia un recorrido detallado por la Granja Altamira. En el camino, se observa una amplia diversidad: aves silvestres provenientes de otros países, aves de corral y hasta 27 modelos productivos que incluyen cultivos de aromáticas, plátano, yuca y diferentes frutales. También se exploran los espacios dedicados a la cría de especies menores como chivos y ovejas, un pequeño sistema de peces, la ganadería lechera y un escenario con piedras ancestrales pertenecientes a las culturas panche y muisca.

La visita culminó en su casa, un verdadero museo vivo, repleta de instrumentos y herramientas agrícolas que muestran la evolución de la agricultura durante más de cuatro décadas

#### 4. Nelson Torres, productor de café de la Finca Bagandia.

En la Finca Bagandia, Nelson Torres me abre las puertas de su espacio productivo y de vida, compartiendo la experiencia de ser caficultor en San Francisco. Su relato no se limitó a explicar los procesos técnicos del cultivo y beneficio del café, sino que se

entre la comunidad y quienes llegan como visitantes. Cada modelo productivo, cada animal o cultivo, es presentado no solo como un recurso económico, sino como parte de una narrativa compartida que busca enseñar y generar conciencia.

Cada objeto, cada espacio, parecía guardar memoria de la historia rural y de la relación entre el hombre y la tierra.

La comunidad de la vereda San Miguel encuentra en la granja un referente de identidad y orgullo, mientras que los visitantes acceden a un conocimiento que va más allá de lo técnico: se les ofrece una experiencia de aprendizaje y de conexión con la historia agrícola y cultural del territorio. En este sentido, la Granja Altamira se convierte en un puente pedagógico y cultural, capaz de articular pasado, presente y futuro, y de vincular la cotidianidad rural con el interés externo por el turismo, la sostenibilidad y la memoria ancestral.

Durante el encuentro con Nelson Torres, caficultor de la Finca Bagandia, la conversación fluyó alrededor de la participación comunitaria y la manera en que las redes sociales pueden fortalecer su proyecto. Nelson nos compartió con sencillez cómo se vincula con la comunidad de la vereda San Miguel a través del Turismo Rural, y cómo su finca ha dejado de ser únicamente un lugar de producción de café para convertirse en

visitantes, resignificando su vida cotidiana como patrimonio colectivo.

Al mismo tiempo, se siente la responsabilidad de no ser un observador pasivo, sino de contribuir a visibilizar y valorar estas iniciativas.

La experiencia despierta admiración por la capacidad de la comunidad para transformar sus recursos y tradiciones en oportunidades de diálogo, aprendizaje y desarrollo compartido.

El recorrido también produjo una sensación de asombro y respeto. Ver reunidos tantos modelos productivos en un solo espacio invita a pensar en la riqueza y complejidad de la vida rural. No es solo un ejercicio de agricultura, sino una apuesta pedagógica y cultural: cada rincón de la granja funciona como un aula abierta que enseña sobre biodiversidad, sostenibilidad y memoria ancestral.

Como investigador, surge una emoción profunda al reconocer cómo la práctica agrícola se convierte en un relato de identidad y resistencia. Sin embargo, también aparece la inquietud sobre el futuro: ¿cómo garantizar que este esfuerzo no se pierda ante la presión de la modernidad y el olvido? Se siente un llamado a valorar, documentar y difundir estos

centró en la manera en que la finca se convierte en un escenario de interacción entre comunidad y visitantes.

Se evidenció, sin embargo, que aún existen limitaciones en la comunicación externa: los canales digitales y las redes sociales de la finca requieren fortalecimiento, ya que la mayoría de los visitantes llegan gracias al voz a voz. Esto revela tanto la potencia de las relaciones comunitarias como la necesidad de incorporar herramientas modernas de difusión para ampliar el impacto de su iniciativa.

Nelson también compartió el papel que ha tenido la UNAD en el territorio, apoyando la organización comunitaria y promoviendo procesos ligados a la sostenibilidad ambiental, lo que refleja una interacción positiva entre la academia y las comunidades rurales

un espacio de encuentro y experiencias para quienes la visitan.

En su relato quedó claro que el mayor motor de difusión sigue siendo el voz a voz, una muestra de la confianza y cercanía que caracteriza a la comunidad. Sin embargo, también se hizo evidente la necesidad de fortalecer los canales de comunicación digital, de modo que el alcance de la finca no dependa únicamente de la recomendación personal, sino que pueda llegar a más personas interesadas en vivir la experiencia cafetera.

Nelson resaltó, además, el apoyo que ha brindado la UNAD en el territorio, acompañando procesos de organización comunitaria y de sostenibilidad ambiental. Este vínculo demuestra que cuando la academia se acerca de manera respetuosa a las comunidades rurales, puede ayudar a abrir nuevos caminos de aprendizaje, crecimiento y proyección.

espacios que, más que granjas, son custodios de memoria y semillas de futuro.

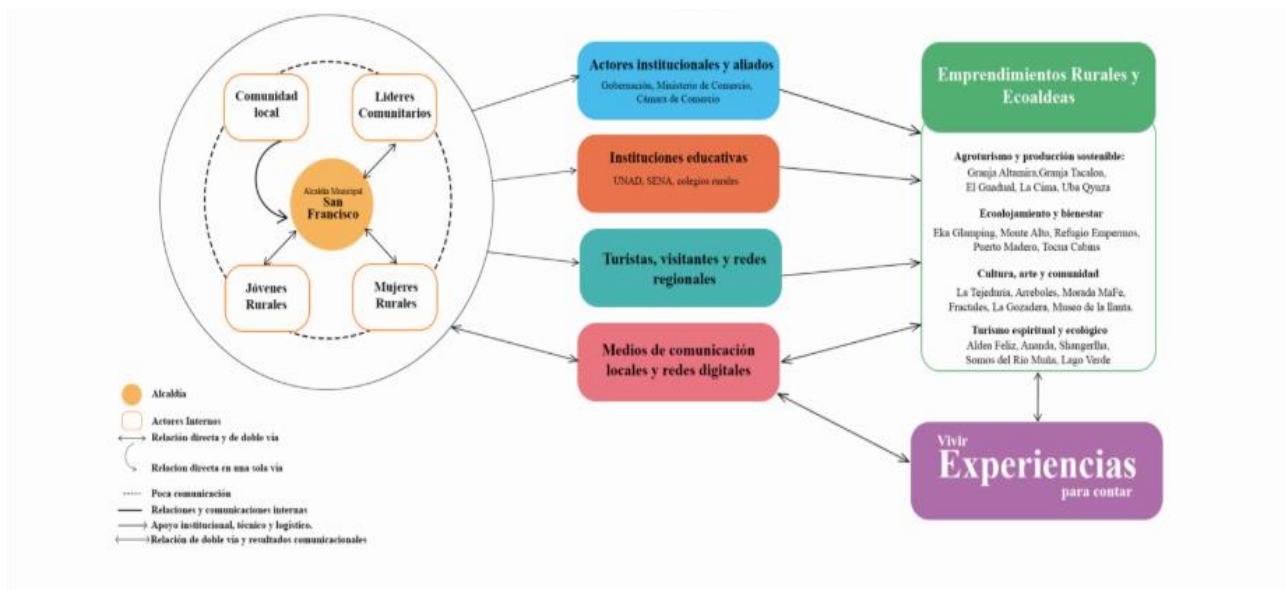
---

*Nota.* Diario de campo de la OSP de San Francisco. Elaboración propia con base a la información recolectada en la OSP.

## Procesamiento y Análisis de Datos

**Figura 1**

*Sociograma de relaciones comunicacionales*



*Nota.* Sociograma de la OSP de San Francisco. Elaboración propia

En la sociopraxis de la OSP de San Francisco, las relaciones comunicacionales forman un tejido colaborativo que impulsa la acción colectiva. A nivel interno, la Alcaldía, los emprendimientos rurales, las ecoaldeas y los actores comunitarios mantienen una comunicación horizontal basada en el diálogo, la confianza y la toma conjunta de decisiones.

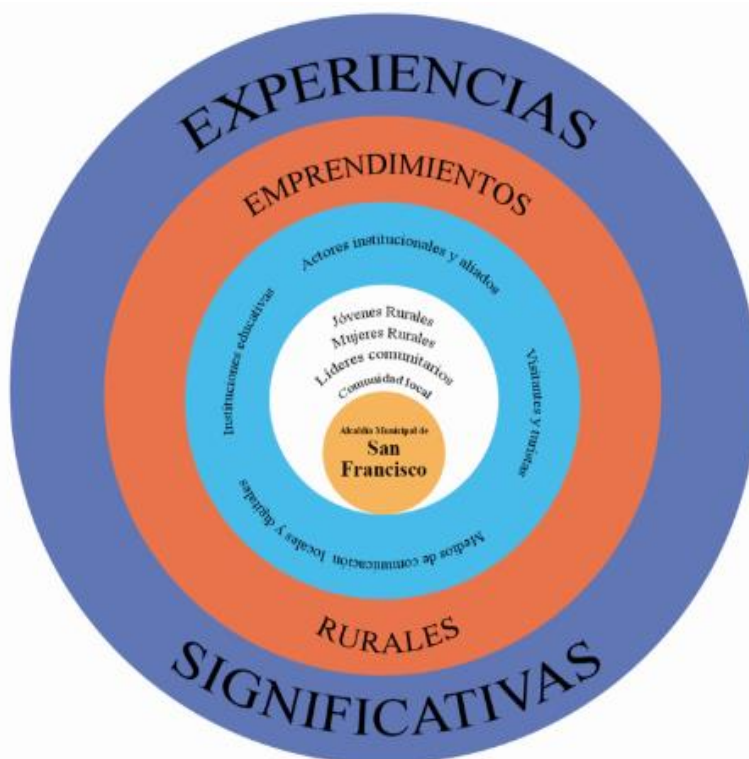
A nivel externo, la OSP se conecta con instituciones como el SENA, la UNAD, la Cámara de Comercio y la Gobernación, creando alianzas que aportan formación, apoyo técnico y fortalecimiento del turismo rural.

Gracias a esta interacción interna e institucional, la organización funciona como un ecosistema cooperativo donde el intercambio de saberes y la gestión compartida permiten convertir las necesidades comunitarias en proyectos de desarrollo.

La OSP de San Francisco funciona como un tejido vivo de relaciones, donde la comunicación horizontal, la participación activa y la construcción colectiva permiten impulsar rutas turísticas sostenibles, prácticas agroecológicas y proyectos que fortalecen la identidad cultural y el bienestar de la comunidad sanfranciscana

## Figura 2

*Conjuntos de Acción. Niveles de Influencia Comunicacional*



*Nota.* Conjunto de acción OSP de San Francisco. Elaboración propia

Esta estructura muestra cómo la influencia se expande desde el liderazgo institucional hacia la apropiación comunitaria y, de allí, hacia la visibilidad y el impacto regional del turismo rural en San Francisco.

Desde una perspectiva teórica, este modelo se puede comprender como un sociograma comunicacional, en el sentido que plantea Pedro Martín Gutiérrez (2014), al mostrar los nexos, jerarquías y flujos de influencia dentro de un sistema social complejo. Así, la red de la OSP evidencia un ecosistema comunicativo dinámico, donde la interacción entre actores institucionales, comunitarios y externos genera cohesión, identidad y sostenibilidad. En este sentido, la comunicación trasciende la simple transmisión de información para convertirse en un proceso relacional que construye territorio y comunidad.

**Tabla 4***Matriz de posicionamiento*

| Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación        |  |   |  |  |
|--|--|---|--|--|
| Matriz de Posicionamiento de Actores Internos y Externos de la OSP |  |   |  |  |
| Clases o Actores sociales  | Afin   | Diferente   | Ajeno  | Opuesto  |
| Alcaldía Municipal de San Francisco                                | Ejercicio articulador con líderes comunitarios, mujeres y jóvenes rurales. | Instituciones educativas que priorizan objetivos académicos sobre procesos comunitarios.  | Medios de comunicación que no cubren temas rurales.    | Actores que desestiman el turismo rural como estrategia de desarrollo. |
| Comunidad local  | Líderes, jóvenes y mujeres rurales; emprendimientos rurales.               | Visitantes que desconocen la dinámica territorial, como el escenario de articulación y evolución de la comunidad entorno al turismo sostenible y la identidad local | Instituciones externas sin presencia en el territorio. | Iniciativas que afectan los recursos naturales o el tejido social.     |
| Líderes comunitarios   | Comunidad local, mujeres y jóvenes rurales.                                | Instituciones educativas con enfoque urbano.  | Turistas no articulados a procesos locales.            | Actores con intereses extractivos o comerciales no sostenibles.        |
| Mujeres rurales  | Comunidad y líderes locales, emprendimientos rurales.                      | Medios de comunicación poco sensibles al enfoque de género.   | Visitantes temporales sin compromiso comunitario.      | Actores que reproducen desigualdades o invisibilizan el rol femenino.  |
| Jóvenes rurales  | Comunidad local, instituciones   | Visitantes y redes externas con enfoques distintos.   | Actores institucionales distantes del territorio.      | Proyectos que excluyen la participación juvenil.                       |

|  |   |   |  |  |
|--|---|---|--|--|
|  | educativas rurales, proyectos turísticos sostenibles.             |   |  |  |
| Actores institucionales y aliados<br>(Gobernación, Min Comercio, Cámara de Comercio) | Alcaldía, instituciones educativas y emprendimientos rurales.     | Comunidad local (diferencia de ritmos y prioridades). | Visitantes y medios externos.                    | Actores que no promueven políticas rurales sostenibles.          |
| Instituciones educativas<br>(UNAD, SENA, colegios rurales)                           | Jóvenes rurales, mujeres rurales.                                 | Actores institucionales con intereses políticos.      | Turistas y visitantes.                           | Medios que distorsionan la información educativa.                |
| Turistas, visitantes y redes regionales  | Emprendimientos rurales, experiencias turísticas sostenibles.     | Comunidad local (limitada comprensión cultural).      | Actores institucionales alejados del territorio. | Proyectos turísticos invasivos o irrespetuosos.                  |
| Medios de comunicación locales y redes digitales                                     | Actores comunitarios con proyectos visibles.                      | Instituciones y aliados con enfoques técnicos.        | Visitantes o actores sin presencia mediática.    | Medios que promueven visiones contrarias al turismo responsable. |
| Emprendimientos rurales y ecoaldeas  | Comunidad local, mujeres y jóvenes rurales, turistas conscientes. | Instituciones con baja comprensión ambiental.         | Medios de comunicación masivos urbanos.          | Actividades contrarias a la sostenibilidad ecológica y cultural. |

Nota. Matriz de actores internos y externos de la OSP de San Francisco. Elaboración propia con base en la información recolectada en la OSP (2025).

**Tabla 5***Matriz Comparativa*

| Aspecto                             | OSP Escogida  | OSP 1   | OSP 2  | OSP 3  |
|-------------------------------------|---|---|--|--|
|                                     | San Francisco, Cundinamarca   | Carmen de Atrato, Chocó   | Marquetalia, Caldas  | Puerto Caicedo, Putumayo   |
| Fines u objetivos (Misión y Visión) | Promover el turismo rural sostenible en San Francisco, fortaleciendo la identidad cultural campesina y posicionando al municipio como destino de naturaleza y autenticidad. Se busca articular actores locales, jóvenes y mujeres rurales en procesos de desarrollo comunitario y comunicación turística. | Fomentar el turismo sostenible en Carmen de Atrato para generar desarrollo económico local, conservación ambiental y empleo digno. Su visión es consolidar una empresa de turismo sostenible referente en el Chocó. | Desarrollar el ecoturismo comunitario en Marquetalia como motor de desarrollo social, económico y ambiental. Su visión es fortalecer la participación ciudadana y las prácticas sostenibles. | Implementar turismo comunitario en el resguardo indígena Awá, fortaleciendo las tradiciones culturales y generando ingresos sostenibles mediante un modelo de gestión comunitaria. |
| Localización                        | Municipio de San Francisco, Cundinamarca. Región Andina, provincia del Gualivá. Entorno rural de montaña con diez veredas agrícolas.  | Carmen de Atrato, Chocó. Territorio montañoso con alta biodiversidad en la región Pacífica.   | Marquetalia, Caldas. Región cafetera con paisajes montañosos y tradiciones agrícolas.  | Puerto Caicedo, Putumayo. Sur de Colombia, zona amazónica de selva húmeda y piedemonte.  |
| Miembros                            | Entre 62 y 70 familias campesinas organizadas en torno a la Secretaría de Turismo y las Juntas de Acción Comunal. Incluye   | Equipo base de emprendedores turísticos y comunidad local. Involucra guías,   | Comunidad local organizada en torno al ecoturismo, prestadores de servicios, artesanos y cafeteros.  | Familias indígenas Awá del resguardo San Andrés–Las Vegas–Villa Unión, con liderazgo comunal.  |

|                                   |  |  |  |  |
|-----------------------------------|--|--|--|--|
|                                   | líderes, mujeres y jóvenes rurales.  | conductores y asistentes administrativos.  |  |  |
| Proyectos desarrollados           | Diseño de paquetes de turismo rural, fortalecimiento organizativo, campañas digitales, ferias locales y catálogos audiovisuales. Destacan el Museo de la Llanta, el Museo de la Agricultura y la Finca Bagandia. | Empresa de turismo sostenible, Choco turismo. Creación de una empresa de turismo sostenible con programas de reciclaje, huertos comunitarios y promoción cultural. | Proyecto de emprendimiento ecoturismo comunitario Marquetalia. Desarrollo de rutas ecoturísticas, talleres de artesanía y experiencias cafeteras. Implementación de modelo Canvas y Design Thinking. | Implementación De Turismo Comunitario En El Resguardo San Andrés – Las Vegas – Villa Unión Municipio De Puerto Caicedo - Putumayo. |
| Aliados                           | Alcaldía de San Francisco, Gobernación de Cundinamarca, Cámara de Comercio, SENA, universidades, asociaciones campesinas y medios regionales.  | Empresas privadas (MINER S.A.), comunidad local, entidades gubernamentales y sector hotelero.  | Entidades públicas, cooperativas, prestadores de servicios turísticos, universidades locales y organizaciones comunitarias.  | Viceministerio de Industria y Turismo, Alcaldía de Puerto Caicedo, Gobernación del Putumayo y el resguardo indígena Awá.           |
| Antigüedad                        | En consolidación desde 2023 como parte de los programas de turismo rural sostenible impulsados por la Alcaldía y la comunidad local.   | Proyecto desarrollado en 2022, con proyección a largo plazo.   | Iniciado en 2021 como emprendimiento social de turismo comunitario.  | Desarrollado desde 2017 con acompañamiento estatal, consolidado en 2020.   |
| Descripción de sus redes sociales | Cuenta con presencia en Facebook e Instagram bajo la línea institucional del municipio y en perfiles de operadores turísticos  | Estrategias de promoción en redes sociales y eventos especiales para atraer turistas nacionales e internacionales.   | Difusión en redes sociales, sitio web propio, ferias y alianzas con medios locales.  | Uso limitado de redes sociales; la promoción se realiza mediante convenios institucionales   |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| <p>locales. Los jóvenes rurales lideran la producción de contenido digital (videos, reels, campañas).</p>  | <p>La red comunitaria se estructura en torno a emprendedores turísticos, familias locales y organizaciones ambientales. Se han formado alianzas con empresas privadas y entidades municipales que apoyan el desarrollo del turismo sostenible. Predomina una red digital emergente centrada en la promoción por redes sociales, aunque la comunicación interna sigue siendo tradicional (reuniones y talleres presenciales). Estas redes han permitido visibilizar la región y diversificar la economía local.</p> | <p>Las redes comunitarias se basan en la cooperación entre asociaciones de productores, artesanos, cafeteros y guías locales. Se consolidan redes de aprendizaje mediante talleres y espacios de co-creación (Design Thinking) que fortalecen la innovación social. Además, se articulan con instituciones educativas y turísticas del departamento, configurando una red territorial sólida. La comunicación se apoya en medios digitales (página web, redes sociales, boletines) que potencian la identidad del ecoturismo marquetalense</p> | <p>y campañas gubernamentales. La red comunitaria se enraíza en las estructuras tradicionales del resguardo indígena Awá, donde la autoridad se ejerce mediante asambleas y consejos comunitarios. La red se extiende hacia entidades estatales como el Viceministerio de Turismo y la Gobernación, que apoyan procesos de capacitación y adecuación de infraestructura. Su comunicación es principalmente oral y comunitaria, basada en el diálogo intergeneracional y el respeto cultural, aunque comienzan a incorporar medios digitales para difundir su oferta turística.</p> |
| <p>La OSP articula una red comunitaria compuesta por las Juntas de Acción Comunal de las diez veredas rurales del municipio, que funcionan como nodos de coordinación local. Estas redes promueven la participación horizontal entre campesinos, mujeres, jóvenes y líderes comunitarios. Se complementan con una red institucional (Alcaldía, SENA, Gobernación y universidades) y una red digital liderada por jóvenes que difunden contenidos audiovisuales sobre cultura, gastronomía y naturaleza. La comunicación fluye mediante asambleas presenciales, grupos de WhatsApp y medios locales, generando un tejido colaborativo que</p> |  |  |  |

refuerza la identidad territorial.

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| Tipo de comunidad ética  | Comunidad ética de corresponsabilidad y sostenibilidad: se prioriza el trabajo colaborativo, el respeto por la naturaleza y la equidad social. | Comunidad ética empresarial con responsabilidad ambiental y social.  | Comunidad ética participativa, centrada en la cooperación y el bien común.                                   | Comunidad ética ancestral y cultural, orientada al respeto por la naturaleza y las tradiciones indígenas.    |
| Fuentes (de dónde extrajo la información para esta matriz o tabla) | Elaboración propia con base en la información de la OSP San Francisco.   | Elaboración propia con base en la información del repositorio de proyectos de turismo comunitario de la UNAD | Elaboración propia con base en la información del repositorio de proyectos de turismo comunitario de la UNAD | Elaboración propia con base en la información del repositorio de proyectos de turismo comunitario de la UNAD |

---

*Nota.* Elaboración propia con base en la información de la OSP San Francisco y los proyectos de investigación en Turismo Comunitario de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Repositorio UNAD.

## Informe de Investigación

La Organización Social Participativa (OSP) de San Francisco, Cundinamarca, surge como una plataforma comunitaria que integra actores institucionales, sociales y productivos con el propósito de fortalecer el turismo rural sostenible. En su estructura convergen la Alcaldía municipal, asociaciones campesinas, ecoaldeas, emprendimientos turísticos y entidades educativas. Este estudio busca comprender la OSP como una red viva de relaciones y vínculos, explorando los modos de comunicación que la sostienen, los conflictos que la atraviesan y las oportunidades para su fortalecimiento.

El enfoque metodológico responde a la sociopraxis (Villasante & Gutiérrez, 2007), entendida como una práctica reflexiva que combina el análisis teórico con la acción participativa en campo. Así, el proceso investigativo no solo describe la red, sino que la problematiza y proyecta caminos para su sostenibilidad comunicativa y social.

Los vínculos en la OSP de San Francisco no son meramente funcionales, no se limitan al intercambio de servicios o beneficios, sino relacionales y simbólicos, construidos en el marco de la cooperación, la identidad y la reciprocidad. En términos de Villasante y Gutiérrez (2007), la red puede entenderse como un “conjunto de acción”, es decir, un espacio donde convergen actores con diferentes intereses pero que se reconocen en la acción común. En la práctica, esto se observa cuando la Alcaldía, las fincas agroecológicas, los grupos de mujeres y los emprendimientos turísticos articulan esfuerzos para fortalecer la oferta de turismo rural sostenible.

En la OSP de San Francisco, los vínculos institucionales surgen de las relaciones formales que se tejen entre la Alcaldía, el SENA, la Gobernación y las universidades. Desde la perspectiva de la acción comunicativa propuesta por Habermas (1987), estas relaciones se fortalecen cuando

los actores alcanzan acuerdos contruidos a partir del diálogo y la comprensión mutua, y no desde la imposición o la jerarquía. La organización se consolida, entonces, cuando la gestión pública comunica con transparencia sus decisiones y reconoce las voces y saberes que emergen del territorio.

En este proceso, la comunidad de San Francisco deja de ser vista como un simple objeto de estudio y se convierte en un verdadero sujeto de conocimiento. Las relaciones que se establecen entre campesinos, ecoaldeas y emprendedores locales son horizontales y colaborativas. Tal como plantea Fals Borda (1985) desde la Investigación-Acción Participativa, estos vínculos tienen un carácter transformador porque nacen del trabajo compartido, de la reflexión crítica y de la acción directa orientada a resolver necesidades comunes.

Finalmente, la red también se sostiene en vínculos simbólicos y culturales que se manifiestan en el sentido de pertenencia al territorio, en los rituales, las ferias, las tradiciones y las memorias que la comunidad comparte. Desde la mirada de Kaplún (1998), la comunicación actúa aquí como un proceso educativo y emancipador: los relatos locales, las historias orales y las prácticas culturales no solo fortalecen la cohesión social, sino que también ayudan a construir una comunidad más consciente de su identidad y de su capacidad de transformación colectiva.

En la OSP de San Francisco, las redes digitales como Facebook, WhatsApp e Instagram se han convertido en extensiones del territorio comunicativo. Siguiendo a Gallego (2016), estas plataformas amplían el alcance de la comunicación rural, permitiendo coordinar actividades, difundir productos y sostener la identidad colectiva más allá del espacio físico. Sin embargo, su función no es reemplazar el encuentro cara a cara, sino complementarlo, fortaleciendo el flujo de información entre campesinos, ecoaldeas, emprendimientos y actores institucionales. Este

entramado digital facilita una comunicación inmediata, colaborativa y, en muchos casos, solidaria.

El tejido relacional de la OSP se construye alrededor de temas compartidos como la sostenibilidad, la producción agroecológica y el arraigo territorial, aunque también atraviesa tensiones propias de cualquier red social compleja. Los espacios de armonía surgen en las prácticas de cooperación cotidiana, como las mingas, los intercambios de semillas o la organización conjunta de ferias rurales, expresiones de lo que Kaplún (1998) denomina una comunicación de la cooperación, donde la palabra circula como herramienta de aprendizaje colectivo. Pero también emergen conflictos derivados de intereses divergentes, estilos comunicativos distintos o interacciones verticales desde algunas instituciones, lo que evidencia los límites entre la racionalidad instrumental y la racionalidad comunicativa descritas por Habermas (1987).

En este contexto, las relaciones dentro de la OSP evolucionan desde una socialidad inicial, marcada por vínculos funcionales y de utilidad mutua, hacia formas más profundas de comunidad. Este tránsito ocurre cuando la interacción deja de ser una transacción y se convierte en un vínculo significativo, basado en la confianza, la reciprocidad y el reconocimiento del otro. Fals Borda (1985) señala que esta transformación solo es posible cuando la comunicación se convierte en diálogo de saberes y la acción colectiva se construye desde la experiencia local. Así, proyectos colaborativos como las rutas de turismo rural muestran cómo los actores pasan de “trabajar juntos” a “sentir juntos el propósito del territorio”.

Las formas de comunicación que posibilitan el consenso en la OSP se expresan en los círculos de palabra, las asambleas comunitarias, las ferias campesinas, las mesas interinstitucionales y los grupos digitales que sostienen la continuidad del diálogo. Estos espacios permiten reconocer la diversidad, resolver tensiones y construir acuerdos desde la escucha activa, tal como plantea Kaplún (1998) en su modelo de comunicación dialógica. No obstante, también existen dinámicas que generan conflicto: la comunicación vertical institucional, la competencia simbólica entre emprendimientos, las tensiones generacionales en el uso de tecnologías y la falta de coordinación interinstitucional. Frente a ello, autores como Villasante y Gutiérrez (2007) insisten en fortalecer las redes de sentido y la coherencia comunicativa para evitar la fragmentación. En suma, la OSP de San Francisco avanza hacia un modelo de comunicación horizontal que potencia la armonía social, pero requiere mecanismos colectivos de mediación, formación y participación para consolidarse plenamente.

## Proyección Comunicacional

La estrategia comunicacional se fundamenta en el sociograma construido durante la fase previa, una herramienta que permite comprender la red de relaciones y la dinámica entre los actores del territorio. Desde la perspectiva del diseño participativo propuesta por Kamlongera y Mafalopulos (2008), este enfoque garantiza que la comunidad no solo participe, sino que tome decisiones informadas sobre sus propios procesos comunicativos, apropiándose de la planificación y construcción de la red. Al mismo tiempo, Costa y Piñeiro (2014) señalan que una estrategia contemporánea debe integrar diversos lenguajes, medios y narrativas, articulando plataformas digitales con las redes humanas que ya existen de manera orgánica en el territorio.

Con esta base, la propuesta busca fortalecer tanto la comunicación interna como la externa de la OSP de San Francisco. Para ello se combinan herramientas digitales —como redes sociales, mensajería móvil y contenidos multimedia— con espacios presenciales de encuentro comunitario, como mingas, ferias, asambleas y círculos de palabra. Esta integración permite promover la identidad local, consolidar un diálogo horizontal y visibilizar las iniciativas de turismo rural sostenible que emergen de la comunidad. En conjunto, la estrategia se proyecta como un proceso vivo y colaborativo que refleja la voz del territorio y contribuye a la construcción de una comunicación participativa y transformadora.

### Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia Propuesta para la OSP

La propuesta se sustenta en un diseño participativo que coloca a la comunidad de San Francisco en el centro del proceso. Este enfoque, en línea con lo planteado por Kamlongera y Mafalopulos (2008), concibe a los actores locales —líderes, finqueros, mujeres, jóvenes, ecoaldeas, emprendedores turísticos y representantes institucionales— no como beneficiarios pasivos, sino como protagonistas capaces de orientar cada decisión que afecta su territorio. Aquí, la participación no se limita a ser consultiva: implica abrir espacios reales de co-creación donde la

voz colectiva define prioridades, diseña estrategias y construye sentido compartido. De este modo, la comunidad deja de ser receptora de lineamientos externos y se convierte en autora de su propio proceso comunicativo.

Este diseño participativo se fortalece gracias a un enfoque de comunicación de doble vía, en el que escuchar es tan importante como informar. En la OSP de San Francisco, la palabra circula entre actores con distintos niveles de influencia, desde la Alcaldía municipal hasta las pequeñas fincas familiares, generando diálogos que permiten reconocer tensiones, aclarar expectativas y avanzar hacia acuerdos legítimos. La escucha activa no solo facilita el consenso, sino que también contribuye a disminuir brechas históricas entre lo institucional y lo comunitario, fortaleciendo así un clima de confianza indispensable para la acción colectiva. De esta manera, las decisiones que surgen de este intercambio adquieren mayor sostenibilidad, pues nacen de conversaciones abiertas donde las diferencias se reconocen y se tramitan de manera colaborativa.

En el corazón de esta propuesta se encuentra la sociopraxis comunicativa, entendida como una práctica de transformación que ocurre en red. Los vínculos entre fincas productivas, ecoaldeas, instituciones educativas, colectivos culturales y organizaciones comunitarias se conciben como espacios vivos donde circulan saberes locales, experiencias, recursos y emociones. No son simples relaciones operativas, sino entramados dinámicos que permiten activar procesos de cambio. De acuerdo con lo planteado por Villasante y Gutiérrez, estas redes se comportan como conjuntos de acción capaces de movilizar iniciativas reales en torno al turismo rural sostenible, la educación ambiental, la economía campesina y la preservación del patrimonio local.

En este sentido, la estrategia comunicativa no solo busca informar, sino fortalecer los lazos que sostienen el tejido social del territorio. Cada interacción, desde una asamblea comunitaria hasta una conversación en WhatsApp, es vista como una oportunidad para articular esfuerzos,

construir confianza y promover una identidad compartida. Así, la comunicación se convierte en una fuerza organizadora, capaz de unir actores diversos bajo un horizonte común y de proyectar hacia el exterior la riqueza cultural, ecológica y humana que define a San Francisco.

**Tabla 6***Estrategia Comunicacional*

| Eje temático   | Actividades propuestas  | Propósito  | Responsables   | Aliados                            | Periodicidad |
|--|---|--|--|------------------------------------|--------------|
| 1. Redes humanas<br><i>(cooperación, confianza y participación)</i>                | - Círculos de palabra mensuales- Caminadas comunitarias por emprendimientos- Mingas de trabajo colaborativo- Asamblea bimensual OSP- Tutoría entre pares                    | Fortalecer la confianza, el reconocimiento mutuo y la toma de decisiones horizontales.                 | Comité OSP<br>Líderes locales<br>Estudiante investigador | Alcaldía<br>Emprendimientos        | Mensual      |
| 2. Redes productivas<br><i>(turismo rural, economía campesina, sostenibilidad)</i> | - Ronda de saberes productivos- Diseño participativo de la Ruta de Turismo Rural- Mercado campesino y cultural- Banco de trueque rural- Observatorio comunitario de turismo | Impulsar la economía rural sostenible y la articulación entre iniciativas turísticas y agroecológicas. | Productores rurales<br>Ecoaldeas<br>Comité turístico     | SENA<br>Cámara de Comercio<br>UNAD | Trimestral   |
| 3. Redes culturales<br><i>(memoria, arte y comunidad)</i>                          | - Archivo comunitario de memorias- Encuentro artístico rural- Taller “Narrarnos desde el territorio”- Exposición itinerante “El alma de San                                 | Rescatar y visibilizar la identidad cultural del territorio.   | Jóvenes<br>Mujeres rurales<br>Artistas locales           | Casa de la Cultura<br>Alcaldía     | Trimestral   |

---

|  |  |  |   |                  |         |
|--|--|--|---|------------------|---------|
| 4. Redes digitales<br>(comunicación<br>colaborativa y<br>aprendizaje<br>tecnológico) | Francisco”- Ruta de la<br>memoria viva<br><br>- Talleres de alfabetización<br>digital- Vocerías digitales<br>rotativas- Campaña “Voces<br>del territorio”- Grupo<br>WhatsApp “Red OSP San<br>Francisco”-<br>Microdocumentales<br>colaborativos | Democratizar el uso de<br>redes sociales, fomentar<br>participación y visibilizar<br>el turismo rural. | Jóvenes<br>comunicador<br><br>Comité digital<br>OSP | UNAD<br><br>SENA | Semanal |
|--|--|--|---|------------------|---------|

---

*Nota.* Elaboración propia con base en la información recolectada en la OSP Turismo Rural de San Francisco (2025).

## Comunicación Transformadora

Los resultados de la Investigación–Acción desarrollada con la Organización Social Participativa (OSP) de San Francisco permiten comprender cómo las dinámicas comunicacionales, los vínculos comunitarios y la estructura en red constituyen la base del turismo rural sostenible en el territorio. Desde una mirada comunicacional–participativa, la comunidad emerge como protagonista de los procesos de diálogo, negociación y construcción colectiva, mientras que la red social del municipio se revela como un entramado complejo que articula actores, saberes y prácticas para la acción conjunta.

En primer lugar, la comunicación en la OSP se manifestó como un proceso profundamente participativo, en el que la palabra circuló de manera horizontal entre la Alcaldía, los campesinos, las ecoaldeas, las mujeres rurales, los jóvenes y otros actores vinculados al turismo. De acuerdo con Kamlongera y Mafalopulos (2008), la comunicación participativa se consolida cuando la comunidad toma decisiones informadas sobre su propio proceso organizativo, y esto fue evidente en San Francisco a través de asambleas, reuniones comunitarias, mingas y espacios digitales de intercambio. En estos escenarios, la comunicación no se limitó a transmitir mensajes: se convirtió en un mecanismo de aprendizaje mutuo, de escucha activa y de definición colectiva del turismo rural como proyecto comunitario.

Los vínculos comunitarios identificados durante la investigación revelan una red de relaciones construidas desde la confianza, la memoria rural y el sentido de pertenencia. Para Chadi de Yorio (2007), las redes sociales comunitarias funcionan como soportes vitales que permiten sostener iniciativas colectivas y fortalecer el tejido social. En San Francisco, estos vínculos se expresaron en la cooperación cotidiana entre fincas, la organización de ferias rurales, el intercambio de conocimientos agrícolas y la participación conjunta en proyectos de

conservación y turismo sostenible. La comunidad mostró que su capacidad de acción no depende únicamente de recursos materiales, sino de un capital relacional que articula tradición, identidad campesina y voluntad colectiva. Estos vínculos funcionan como el cimiento emocional y cultural que posibilita la sostenibilidad del proyecto turístico.

En cuanto a la organización en red, los resultados del sociograma permitieron visibilizar la complejidad del entramado social de la OSP. Retomando a Martín (1999), el sociograma es un instrumento capaz de desvelar las relaciones visibles e invisibles que estructuran un sistema social. En San Francisco, esta herramienta evidenció distintos niveles de influencia y articulación: un núcleo institucional liderado por la Alcaldía; un núcleo comunitario compuesto por fincas, ecoaldeas, mujeres rurales y emprendimientos locales; y un núcleo externo integrado por la Gobernación, el SENA, la Cámara de Comercio, universidades y visitantes. Esta estructura confirma lo planteado por Villasante y Gutiérrez (2007), quienes describen las redes como “conjuntos de acción” capaces de movilizar actores diversos hacia finalidades compartidas. La OSP funciona precisamente como uno de estos conjuntos, donde la diversidad se integra en torno al turismo rural, la sostenibilidad ambiental y la revalorización cultural.

El estudio también permitió comprender el papel de las redes digitales en la articulación del territorio. Gallego (2016) plantea que las redes sociales digitales amplían los espacios de interacción, circulación de información y construcción de identidad comunitaria en el siglo XXI. En la OSP, plataformas como WhatsApp, Facebook e Instagram se han convertido en extensiones del territorio comunicativo, permitiendo coordinar actividades, difundir la oferta turística y fortalecer el vínculo entre actores internos y externos. Aunque la comunicación presencial sigue siendo fundamental, la dimensión digital emerge como un recurso estratégico para visibilizar el turismo rural y atraer nuevos públicos, especialmente jóvenes y visitantes potenciales.

Los resultados muestran, además, que la comunicación cumple un papel central en la mediación de tensiones y en la construcción de consensos. La diversidad de actores implica diferencias de expectativas, ritmos y prioridades, pero la red ha logrado tramitar estas tensiones mediante prácticas de diálogo transparente, lo cual coincide con la visión de la comunicación como herramienta para la acción coordinada y la vida social organizada. La participación activa de la comunidad demuestra que el territorio no solo recibe lineamientos institucionales, sino que produce conocimiento, define estrategias y orienta colectivamente su proceso de desarrollo turístico.

## Conclusiones

La OSP de San Francisco representa un entramado vivo de vínculos sociales, institucionales y simbólicos que se tejen alrededor del turismo rural sostenible. En su dinámica relacional, la comunicación se revela como el eje articulador de las acciones colectivas y el principal mecanismo para sostener el tejido social.

En San Francisco, cada espacio de diálogo, asambleas, ferias, rutas rurales, es también un laboratorio de aprendizaje y emancipación. Siguiendo a Fals Borda (1985), la OSP encarna la lógica de la Investigación-Acción Participativa: los sujetos del territorio no son receptores pasivos de información, sino productores de conocimiento a partir de su experiencia. La comunicación participativa les permite reflexionar sobre sus realidades, organizarlas colectivamente y transformarlas en acción.

En la práctica, la OSP de San Francisco demuestra que la sostenibilidad de un proceso social no está en la estructura jerárquica, sino en la capacidad de mantener relaciones horizontales, transparentes y recíprocas. La OSP de San Francisco puede entenderse como un conjunto de acción donde confluyen motivaciones, saberes y recursos diversos. De acuerdo con Villasante y Gutiérrez (2007), las redes son espacios dinámicos que se reconfiguran constantemente; su fortaleza depende de la calidad de los vínculos y de la circulación comunicativa entre los actores.

Inspirados en Kaplún (1998) y Habermas (1987), el consenso en la OSP de San Francisco se construye mediante una acción comunicativa fundamentada en la escucha y el entendimiento. La educación popular, los talleres comunitarios y los círculos de palabra son expresiones de una

pedagogía dialógica que promueve la corresponsabilidad y el respeto por la diferencia. Esta práctica fortalece la autonomía de los actores y legitima la toma de decisiones colectivas.

La OSP de San Francisco demuestra que la comunicación es un ecosistema: cada palabra, imagen o práctica relacional influye en la armonía colectiva. Cuando se equilibra la voz institucional con la comunitaria, la tecnología con la tradición y el diálogo con la acción, el territorio se convierte en un espacio de convivencia sostenible.

En esta dinámica, la estrategia de comunicación se concibe desde la integración multimedia, combinando lenguajes visuales, sonoros, digitales y presenciales para fortalecer la visibilidad y cohesión de la OSP.

En coherencia con Costa & Piñeiro (2014), se busca que las múltiples plataformas, redes sociales de los emprendimientos, encuentros comunitarios, material audiovisual, recorridos territoriales y memorias gráficas, confluyan en narrativas unificadas que representen la riqueza cultural, natural y turística del municipio.

La estrategia se entiende como un proceso vivo, flexible y profundamente territorial, que se adapta al ritmo del municipio, a sus tiempos de siembra y cosecha, a la disponibilidad de sus actores y a la manera en que las relaciones se fortalecen en el encuentro cotidiano. No es un plan rígido, sino una construcción colectiva que crece junto a la comunidad y que busca potenciar la identidad, la comunicación horizontal y la capacidad organizativa de la OSP de San Francisco.

## Referencias

- Chadi de Yorio, M. R. (2007). Redes sociales en el trabajo social. Espacio Editorial. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>
- Costa, C., & Piñeiro, T. (2014). Estrategias de comunicación multimedia (p. 143). <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/57637>
- Fals Borda, O. (1985). Conocimiento y poder popular. Siglo XXI.
- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el nuevo milenio. Universidad de Medellín.
- Kamlongera, C., & Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación (2.ª ed.). Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). <http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación. CIESPAL.
- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la comunicación participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes, UNAD.
- Martín, P. (1999). El sociograma como instrumento que desvela la complejidad. EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales, (2), 129–151. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199632>
- Villalobos, O. (2012). Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales. Quórum Académico, Vol. 9, No. 1, 2012. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>

Villasante, T., Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. En: Política y Sociedad, (44), PP. 125-140.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>

Villasante, T. R. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy, núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1)

Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas.

<http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO->

[IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf](http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf)

## Apéndices

### Apéndice A

#### *Carta de solicitud*

Bogotá, Septiembre 8 de 2025

Señores  
Secretaría de Cultura y Turismo  
San Francisco de Sales, Cundinamarca.

**Asunto:** Solicitud para desarrollo de trabajo de grado – Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

Respetados señores:

Mi nombre es Andrés Fernando Aguilar Wittinghan, identificado con cédula de ciudadanía No. 80179991 de Bogotá, estudiante del programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. Actualmente, me encuentro próximo a recibir el título de Comunicador Social, para lo cual escogí como opción de grado el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

Este diplomado tiene como propósito que, a través de un trabajo académico e investigativo, el estudiante diseñe una estrategia de fortalecimiento comunicacional dirigida a una organización seleccionada. Para ello, se realiza un proceso de contacto, indagación y conocimiento de la entidad, de manera que la propuesta responda a sus dinámicas y necesidades particulares.

Cabe resaltar que la organización no adquiere compromiso de implementar la estrategia diseñada; sin embargo, en caso de considerarlo pertinente, dicha implementación podría significar un importante aporte a las dinámicas comunicativas internas y externas, además de evidenciar la pertinencia del proceso realizado. Los resultados se consignarán en un documento académico de carácter público.

Por lo anterior, de manera atenta solicito se me permita realizar este trabajo con su organización durante los próximos cuatro (4) meses, con el fin de aportar en el desarrollo de acciones que fortalezcan y mejoren sus procesos de comunicación.

Agradezco de antemano su atención y apoyo. Quedo atento a cualquier información adicional o requisito que sea necesario para formalizar esta solicitud.

Cordialmente,



Andrés Fernando Aguilar Wittinghan  
C.C. 80179991 de Bogotá  
Estudiante de Comunicación Social – UNAD

## Apéndice B

### *Carta de aprobación*

Bogotá, 10 de septiembre

Señores  
Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD  
Programa de Comunicación Social  
Bogotá

**Asunto: Autorización para desarrollo de trabajo de grado**


Por medio de la presente, la Secretaría de Desarrollo Social y la Coordinación de Cultura y Turismo del municipio San Francisco de Sales, Cundinamarca y representada legalmente por Eileen Gisela Velandia identificada con C.C. No. 20630416, en calidad de Coordinadora, manifiesta que autoriza al estudiante Andrés Fernando Aguilar Wittinghan, identificado con C.C. No. 80179991 de Bogotá, estudiante del programa de Comunicación Social de la UNAD, a desarrollar en nuestra entidad su trabajo de grado correspondiente al Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

El trabajo tendrá una duración aproximada de cuatro (4) meses y consistirá en un proceso académico e investigativo orientado a la formulación de una estrategia de fortalecimiento comunicacional, acorde con las dinámicas y particularidades de nuestra organización.

Se entiende que la organización no adquiere compromiso de implementar la estrategia diseñada; no obstante, se reconoce la importancia de los aportes académicos y el beneficio que pudiera representar para el fortalecimiento de nuestros procesos comunicativos.

En constancia se firma en San Francisco Cundinamarca, a los 10 días del mes de septiembre de 2025.

Atentamente,



---

Eileen Gisela Velandia  
Coordinación de Cultura y Turismo  
C.C. No. 20630416

## Apéndice C

*Entrevista inicial: Eileen Velandia, Coordinación de Cultura y Emprendimiento, San Francisco, Cundinamarca*

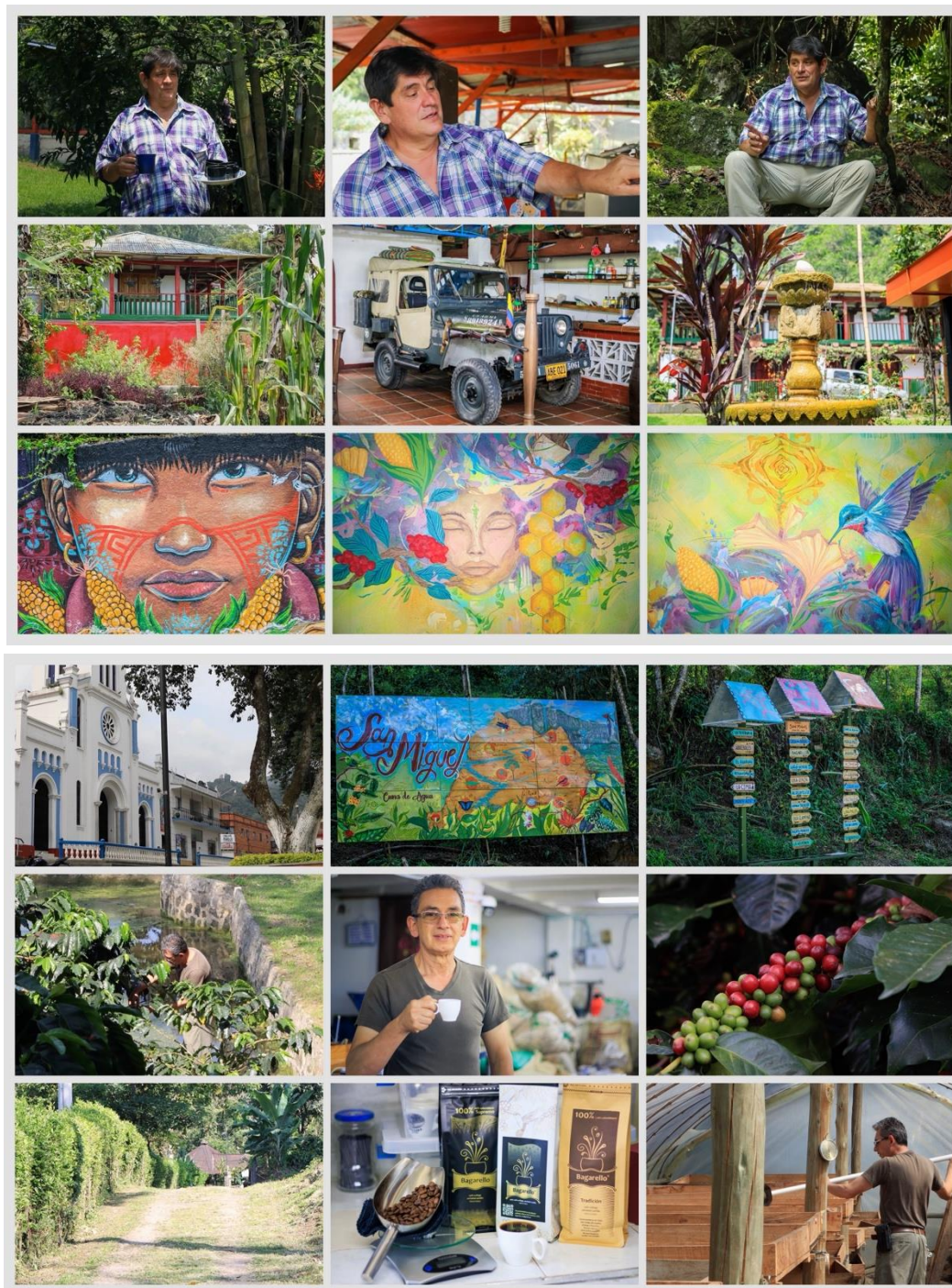
Link:

[https://youtu.be/l\\_hZe7zfcPE?si=9rKziERvREg9FNDt](https://youtu.be/l_hZe7zfcPE?si=9rKziERvREg9FNDt)



## Apéndice D

### *Soporte Fotográfico*



*Nota:* Fotografías propias del autor en el recorrido por la Granja Altamira y la Finca Bagandia, San Francisco Cundinamarca

## Apéndice E

*Entrevista Cualitativa a Hernando Niño Rivera y Nelson Torres, Lideres de la OSP de San Francisco Cundinamarca.*

Link:

<https://www.youtube.com/watch?v=zIbsQDBAm7E>



## Apéndice F

### *Cuestionario de preguntas miembros OSP*

Comunidad: entrevista a Hernando Niño Rivera.

1. Mejor ICFES de Colombia en 1982, investigador, inventor. ¿Quién es Hernando Niño Rivera?
2. ¿Qué lo motiva a trabajar en el campo colombiano y el turismo rural?
3. ¿Por qué involucrar a la comunidad de San Francisco en estos proyectos de turismo rural?

Redes Sociales entrevista a Nelson Torres

1. ¿Qué estrategias usan para difundir sus mensajes o proyectos?
2. ¿Qué redes o alianzas han construido con otras organizaciones o instituciones?
3. ¿Qué apoyos o acompañamientos creen que fortalecería su trabajo?

Organización y comunicación participativa: entrevista a Hernando Niño Rivera.

1. ¿Cómo participa la comunidad en la Granja Altamira?
2. ¿Qué retos han encontrado en la comunidad, para mantener la participación de sus miembros y colaboradores en la manera de organizar el turismo rural?
3. ¿Por qué participar con instituciones académicas como la UNAD en este tipo de ejercicios donde se nos permite investigar?

## Apéndice G

*Video validación- Devolución, exposición ante la OSP de San Francisco Cundinamarca*

Link: <https://youtu.be/2dC7jaSysjE>



**Apéndice H**

*Diapositivas, exposición ante la OSP de San Francisco Cundinamarca*

Link:

[Anexo 8 - Plantilla presentaciones todos los centros.pdf](#)

**Apéndice I**

*Diapositivas, presentación de resultados*

Link: <https://unadvirtualedu->

[my.sharepoint.com/:b:/g/personal/andres\\_aguilar\\_unad\\_edu\\_co/IQAs8gTKDV3JQJKIHKjZQ9fm](https://unadvirtualedu-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/andres_aguilar_unad_edu_co/IQAs8gTKDV3JQJKIHKjZQ9fm)

[AfUVYbGUMB955p4ut4G3cCE?e=rEoPXt](https://unadvirtualedu-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/andres_aguilar_unad_edu_co/IQAs8gTKDV3JQJKIHKjZQ9fmAfUVYbGUMB955p4ut4G3cCE?e=rEoPXt)