

Redes Sociales de Comunicación en la Fundación Refugio Milagros

Angelica Valentina Ortiz Vargas

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 presente trabajo analiza el desarrollo y fortalecimiento de las redes sociales de comunicación en la Fundación Refugio Milagrinós, una organización sin ánimo de lucro ubicada en Bogotá, dedicada al rescate y rehabilitación de animales vulnerables. A través de una metodología de investigación-acción, se indagan tanto las prácticas de comunicación interna, caracterizadas por su enfoque democrático y colaborativo, como la gestión de la comunicación externa, resaltando la importancia de la horizontalidad en la participación y la construcción colectiva del conocimiento. Se identifican actores clave, dinámicas organizacionales y se mapea la red de relaciones que sostienen el trabajo cotidiano de la Fundación, destacando su estructura flexible, la empatía y el compromiso de los diferentes participantes.

El estudio evidencia que la Fundación ha tenido un impacto social significativo, no solo mediante la atención y el cuidado directo de más de 250 animales, sino también en la sensibilización y transformación cultural hacia una mayor responsabilidad social frente al bienestar animal. Sin embargo, se reconocen desafíos relevantes, como la sostenibilidad económica y la necesidad de diversificar y profesionalizar los procesos comunicacionales. Se sugiere que fortalecer la comunicación digital, ampliar las relaciones con instituciones educativas y otros actores sociales, y conformar equipos voluntarios expertos, resultaría fundamental para optimizar la visibilidad, impulsar alianzas y garantizar la continuidad e impacto institucional de la organización.

Finalmente, los hallazgos permiten proponer estrategias concretas de acción orientadas a robustecer las redes sociales de la Fundación, promover la participación y el sentido de comunidad, e impulsar la consolidación de su misión animalista. El trabajo concluye que la Fundación Refugio Milagrinós representa un modelo de transformación social basado en la

cooperación, la empatía y la horizontalidad comunicativa, pero cuya sostenibilidad y proyección dependen de la capacidad para innovar en sus procesos organizacionales, fortalecer sus alianzas y promover una cultura de comunicación estratégica tanto en el ámbito interno como externo.

Palabras clave: Redes sociales de comunicación, Investigación-acción, Rescate de animales vulnerables, Empatía y cooperación social, Transformación y sostenibilidad organizacional.

Abstract

This paper analyzes the development and strengthening of social communication networks at the Refugio Milagrinos Foundation, a non-profit organization located in Bogotá, dedicated to the rescue and rehabilitation of vulnerable animals. Through an action-research methodology, it investigates both internal communication practices, characterized by their democratic and collaborative approach, and external communication management, highlighting the importance of horizontal participation and the collective construction of knowledge. Key stakeholders and organizational dynamics are identified, and the network of relationships that support the Foundation's daily work is mapped, emphasizing its flexible structure, empathy, and the commitment of its various participants.

The study demonstrates that the Foundation has had a significant social impact, not only through the direct care and attention of more than 250 animals, but also in raising awareness and fostering a cultural shift toward greater social responsibility for animal welfare. However, it also identifies significant challenges, such as economic sustainability and the need to diversify and professionalize communication processes. It is suggested that strengthening digital communication, expanding relationships with educational institutions and other social actors, and forming expert volunteer teams would be fundamental to optimizing visibility, fostering alliances, and ensuring the organization's continuity and institutional impact.

Finally, the findings allow for the proposal of concrete action strategies aimed at strengthening the Foundation's social networks, promoting participation and a sense of community, and furthering its animal welfare mission. The study concludes that the Refugio Milagrinos Foundation represents a model of social transformation based on cooperation, empathy, and horizontal communication, but its sustainability and future depend on its capacity to innovate in

its organizational processes, strengthen its alliances, and promote a culture of strategic communication both internally and externally.

Keywords: Social communication networks, Action research, Rescue of vulnerable animals, Empathy and social cooperation, Organizational transformation and sustainability.

Tabla de Contenido

Introducción	10
Aprestamiento	11
Justificación	14
Conceptualización.....	15
Informe de Identificación.....	19
Implicación	24
Informe Socio praxis.....	28
Informe de Investigación	44
Fundamentos de la Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional	50
Contextuales.....	50
Conceptuales	51
Línea 1. Nuevas alianzas.....	52
Objetivo.....	52
Línea 2. Fortalecimiento de alianzas educativas.....	53
Objetivo.....	53
Línea 3. Expansión de redes de apoyo.....	54
Objetivo.....	54
Conclusiones.....	56
Referencias Bibliográficas	59
Apéndices.....	61

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Identificación General</i>	11
Tabla 2 <i>Ficha Descriptiva</i>	15
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	24
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	32
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	39
Tabla 6 <i>Acciones a realizar (línea 1)</i>	52
Tabla 7 <i>Acciones a realizar (línea 2)</i>	53
Tabla 8 <i>Acciones a realizar (línea 3)</i>	54

Tabla de Figuras

Figura 1 *Sociograma Refugio Milagrinós* 30

Figura 2 *Gráfico de Conjuntos de Acción* 31

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	61
Apéndice B <i>Carta de aprobación</i>	62
Apéndice C <i>Preguntas cualitativas</i>	63
Apéndice D <i>Enlace Entrevista 1</i>	65
Apéndice E <i>Enlace Entrevista 2</i>	66
Apéndice F <i>Registro fotográfico</i>	67
Apéndice G <i>Enlace grabación de la Reunión de Esta regía de Devolución Con la OSP</i>	68

Introducción

El presente documento recopila los resultados obtenidos a lo largo de las diferentes fases del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación, centrado en el estudio de la Fundación Refugio Milagrinós, una organización participativa dedicada al rescate y rehabilitación de animales en situación de vulnerabilidad en Bogotá. La investigación aborda aspectos fundamentales de la comunicación organizacional y estratégica, destacando el papel de la horizontalidad y la colaboración en la construcción comunitaria, y busca analizar los procesos internos y externos de interacción social que permiten fortalecer el trabajo colectivo.

A través de la metodología de investigación-acción, se llevó a cabo una selección cuidadosa de la organización objeto de estudio y se realizaron entrevistas y observaciones que permitieron identificar sus objetivos institucionales, proyectos en desarrollo y principales logros. El análisis se complementó con referencias teóricas sobre comunicación horizontal y redes sociales, facilitando la elaboración de diagnósticos y estrategias acordes a las necesidades reales del refugio ya su contexto social y operativo.

La estructura de este trabajo se desarrolla en varias fases: desde la identificación y conceptualización de la organización, pasando por la implicación mediante actividades de observación y participación, hasta la propuesta de estrategias para fortalecer su red de comunicación. Cada sección aporta una visión integral que contribuye no solo a la profesionalización de la comunicación institucional, sino también al impacto social y la sostenibilidad de la Fundación a largo plazo.

Aprestamiento

Tabla 1

Ficha de Identificación General

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla.	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
OSP 1. Comunidades Organizando el Poder y la Acción Latina (COPAL)	COPAL moviliza a más de 50,000 latinos en Minnesota mediante campañas para el cambio social, político y económico. Su labor se centra en fortalecer el liderazgo comunitario, promover la participación electoral, defender los derechos de los inmigrantes y fomentar la justicia ambiental y económica <i>Fuente.</i> COPAL, web oficial .	Se trata de una organización con una clara base comunitaria y política que construye redes de poder y solidaridad desde la participación popular y la justicia social. Esto facilita un análisis desde una perspectiva comunitaria y comunicacional. La indagación que se propone busca identificar y fortalecer aspectos en su red de comunicación interna y externa, con énfasis en la participación y la formación de narrativas de cambio.	Ampliación del alcance de su red comunitaria para fortalecer la recolección de información y la comunicación participativa con la comunidad latina de Minnesota. Trabajo en torno a temas coyunturales como migración, derechos humanos y justicia ambiental, lo que puede abrir nuevas posibilidades de incidencia política.	Diversidad de intereses en su base comunitaria, lo que puede dificultar la construcción de consensos. Sensibilidad de los temas abordados (inmigración y justicia social), que requiere un manejo estratégico y delicado. Limitaciones de tiempo o personal para atender procesos de investigación externos, lo que podría afectar el acompañamiento a la indagación.

OSP 2 Minnesota Latino Leadership Alliance (MiLLA)	MiLLA es una coalición de organizaciones latinas que promueve el liderazgo, la colaboración y la defensa de derechos mediante acciones coordinadas y el fortalecimiento de capacidades. Opera como un espacio colectivo de cooperación y comunicación entre actores diversos, facilitando la construcción de redes e intercambios de experiencias. <i>Fuente.</i> MiLLA, web oficial.	Su carácter de red colaborativa la convierte en un escenario propicio para analizar dinámicas de cooperación, liderazgo y comunicación entre distintos actores de la comunidad latina. La indagación se orientaría a observar cómo las organizaciones dentro de la alianza se relacionan, distribuyen responsabilidades y generan acuerdos.	Acceso a actores diversos y organizaciones comunitarias gracias a su estructura de red. Posibilidad de analizar y fortalecer capacidades de liderazgo y comunicación en diferentes niveles organizativos.	La coordinación depende de organizaciones con agendas e intereses propios, lo que puede ocasionar tensiones o falta de alineación. Diferencias en el tamaño y capacidad de las organizaciones integrantes, lo que puede generar desigualdades en la red y afectar la fluidez de la colaboración. Limitaciones de tiempo y recursos para un proceso de investigación externa, debido a la naturaleza colaborativa de la alianza. Distancia geográfica con el país donde se encuentra la fundación, lo que puede limitar la interacción. Falta de tiempo o disposición de la directora para acompañar procesos de investigación participativa. Resistencia de otras
OSP 3 Fundación Refugio Milagros	Fundación Refugio Milagros trabaja es una organización sin ánimo de lucro que se dedica al rescate, rehabilitación y adopción de animales en situación de vulnerabilidad, tanto perros como gatos. Su acción no solo responde a una problemática	Se eligió por su impacto en la cultura animalista y su potencial para transformar percepciones sociales respecto al abandono y al reconocimiento de los animales como parte de la comunidad. La indagación pretende contribuir al fortalecimiento de sus redes	Fortalecer las redes de comunicación digital con contenidos educativos que promuevan una nueva cultura de respeto hacia los animales. Avanzar en la creación de vínculos con la comunidad de la localidad de Suba, en Bogotá. Establecer alianzas con otras	Distancia geográfica con el país donde se encuentra la fundación, lo que puede limitar la interacción. Falta de tiempo o disposición de la directora para acompañar procesos de investigación participativa. Resistencia de otras

<p>socio-ambiental, sino que también busca sensibilizar sobre la responsabilidad humana frente al cuidado y respeto por otros seres vivos. La fundación fue fundada en el año 2014 y en este momento albergan alrededor de 250 animales rescatados.</p> <p><i>Fuente.</i> Refugio milagrinos oficial.</p>	<p>comunicacionales y el establecimiento de alianzas con otras fundaciones y actores gubernamentales.</p>	<p>fundaciones e instituciones estatales, comunitarias y/o privadas, generando redes de apoyo mutuo.</p>	<p>organizaciones sociales para establecer alianzas.</p>
---	---	--	--

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada en línea sobre las OSP.

Justificación

La fundación Refugio Milagrinos que fue creada por una persona que es su directora a partir de su amor por los animales, en el año 2014, ha logrado constituirla legalmente, recolecta recursos mediante el despliegue de estrategias para motivar a la donación y apadrinamiento, a través de redes sociales y actualmente alberga alrededor de 250 animales entre perros y gatos rescatados, algunos de ellos ya rehabilitados y listos para ser adoptado.

Además de que los elegí, ellos también me escogieron a mí al darme la oportunidad de aportar a su labor desde el desarrollo de mi diplomado. Además, el tema del rescate de animales me ha cautivado toda la vida y es algo que me motiva de manera especial, a trabajar mejor en lo relacionado a ello. Para mí es impresionante que existan este tipo de fundaciones, las cuales socorre a los seres sintientes sin voz propia y les proporciona una. Así mismo, la fundación se ha mantenido ya durante algunos años y ha crecido mucho, ayudando a bastantes gatos y perros a sanar y encontrar un hogar.

Sin embargo, esta tiene el potencial de generar cambios desde lo cultural, que ataquen la raíz del problema de abandono y maltrato animal mediante el refuerzo y creación de nuevas redes comunicacionales. Pues si bien se han apoyado en las redes sociales de una manera exitosa, estas también pueden emplearse para generar transformación social y aunque cuentan con una página web oficial y redes sociales, éstas siempre se pueden fortalecer para dar mayor visibilidad a su labor y crear nuevos vínculos con la comunidad, pues sabemos que en la comunicación estratégica organizacional esto es fundamental para consolidarse, proyectarse, crecer y crear nuevas relaciones con otros actores sociales externos como lo son entes gubernamentales, instituciones educativas u otros albergues con propósitos similares, con la finalidad de seguir trabajando cada vez de manera más colaborativa, socialmente hablando.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha Descriptiva

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	Rescatar, rehabilitar, física y emocionalmente a animales en situación de vulnerabilidad. Mediante el establecimiento de alianzas con diferentes actores sociales de la comunidad, personas, empresas y demás que puedan contribuir.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	Ofrecer un hogar amoroso, temporal o definitivo a animales abandonados y/o maltratados. Nota: Los animales domésticos que ya nacen en las calles sea en entornos rurales o humanos, también se consideran abandonados, porque todos estos seres sintientes, son responsabilidad de la sociedad y sus diferentes comunidades. Educar a la comunidad aledaña de la localidad de Suba en Bogotá, a la sociedad colombiana y a comunidades digitales, mediante el ejemplo, sobre la responsabilidad en la tenencia de animales de compañía, para atacar el problema del abandono, el maltrato y la sobrepoblación de perros y gatos, desde la raíz.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	No se maneja un cronograma de reuniones, todas son esporádicas de acuerdo a las situaciones y necesidades que van surgiendo. Son reuniones donde se organizan las actividades que se van a llevar a cabo como alguna jornada de voluntariado con una empresa, donde cada quien se frece a hacerse cargo de algún aspecto. También para colaborar mutuamente con las labores cotidianas del albergue, pues algún día que una persona no pueda realizar una labor, otra la puede suplir.
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	Participan personas que como empleados del refugio, aunque no tengan mucha formación académica cuentan con gran experiencia en labores del campo y manejo de animales, en este caso el rol tiene que ver con labores de funcionamiento cotidiano del refugio como el aseo del espacio físico, lavado de camitas y colchas, así como de indumentaria como platos, ollas, estufa, preparación y servida de alimentos, vigilancia de los animales, mantenerles agua, dar medicinas, peinarlos, cortarles las uñas, limpiarles los dientes, las orejas, jugar con ellos, acompañarlos cuando estos tienen personalidades de aislamiento por traumas o porque son ferales. Voluntarios atraídos desde las redes sociales, de las comunidades tanto cercanas geográficamente como virtuales, de convenios con empresas, de todo nivel educativo académico y voluntarios del servicio social que son estudiantes de colegios. Su rol tiene que ver con actividades de mantenimiento ocasional del espacio físico del albergue y de los rescatados, reemplazar tejas, arreglar cercados,

participar en jornadas para bañar a los animales y jornadas de adopción.

El rol de la directora consiste en realizar labores administrativas como los procesos de adopción, llevar la contabilidad, atender al público interno y externo, llegar a acuerdos con otras organizaciones, buscar donaciones, estrategias de crecimiento, filtrar a los voluntarios, producir y difundir contenido para las redes sociales, elaborar banners para promocionar eventos y jornadas. Transportar a los animales al veterinario o a eventos, dar instrucciones para la toma de medicamentos y el trato de rehabilitación. Así como, coordinar, vigilar y ayudar en todo el resto de labores del albergue.

Lo importante en esta labor no es el nivel educativo, sino que se esté dispuesto a contribuir. Lo cual se puede hacer tanto desde la experiencia como el conocimiento técnico, académico o combinación de los tres aspectos.

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

Actualmente la fundación cuenta con 9 personas permanentes, incluyendo a su directora. Que se dedican a labores de mantenimiento y funcionamiento cotidiano del albergue (descritas con anterioridad). Una de esas personas es la directora del refugio que desempeña labores administrativas (descritas con anterioridad).

Ya con voluntarios, el número de integrantes varía. Ellos se dedican a actividades de mantenimiento ocasional, como reparaciones de las instalaciones, y mantenimiento del aseo y estado físico de los animales.

Aunque la fundación está ubicada en Bogotá, se han realizado rescates en varias regiones del país, como por ejemplo en la costa y el Tolima, entre otras.

Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.

Esta la parte administrativa formada por la directora. Que además de compartir todas las labores cotidianas con los demás integrantes, se encarga de la parte legal, contable y comunicacional.

El equipo de trabajo encargado de atender a los animales y mantener el espacio limpio. Incluyendo a la directora.

Voluntarios: De empresas, personas particulares, programa de apadrinamiento, hogares de paso, estudiantes de servicio social de grados decimo y once.

Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.

Son vínculos de mucha cercanía, respeto, sinceridad, cada quien puede expresarse libremente y será tenido en cuenta, pero sobre todo de trabajo colaborativo.

Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.

Al interior: Labores de limpieza, cuidado, re socialización y entretenimiento de los animales refugiados. Mantenimiento y reemplazo constante de infraestructura, como cercas y tejados. Y de indumentaria general con colaboración mutua constante de parte de todos, en una de las labores.

Al exterior: Atender líneas de contacto como el correo electrónico y los números de teléfono, para establecer comunicación con agentes externos, establecer alianzas con empresas interesadas en ayudar con

Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	<p>la labor del refugio, hacer contenido para redes sociales y compartirlo. Así como mantener actualizada la página web oficial. Reuniones esporádicas, entre algunos o todos los miembros para organizar eventos particulares o reorganizar las actividades cotidianas. No se realizan actos. Cada miembro puede aportar desde sus ideas y expresarla. Se presentan de manera presencial en la oficina de la directora, dentro de su única sede ubicada en la localidad de Suba, y cuando la comunicación es remota solo se emplea WhatsApp. No se envían correos o comunicados escritos a los otros miembros del equipo por medios como email u otros.</p>
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	<p>Contacto mediante correo electrónico, teléfono y WhatsApp con actores como representantes empresariales o de otras organizaciones. Donde se establecen acuerdos mediante el diálogo. Publicación de contenido mediante otras redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok. Dicho contenido busca mostrar a la comunidad virtual aspectos como el funcionamiento del albergue, del proceso de adopción, concientización de responsabilidad animal entre otros temas, que en ocasiones son elegidos por el mismo público de suscriptores a los canales de las redes sociales, mediante encuestas que indagan sobre, qué tema les gustaría que se tratara en próximos contenidos audiovisuales. Los comentarios en estas redes están habilitados para que el público opine libremente. Se cuenta con una página web oficial, que identifica la misión del albergue, y en parte su identidad general, con enlaces a donaciones con la información exacta de lo que se ha donado hasta el momento a través de ese medio. Y enlaces a todas sus redes sociales.</p>
Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.	<p>Así mismo existen eventos como jornadas de adopción en espacios públicos de la ciudad, que actúan como espacios de relacionamiento con la comunidad externa. Principalmente solventar las deudas que se tienen, pues los costos son altos y no se pueden costear sin quedar endeudados en muchas ocasiones. Se busca comprar un terreno propio del refugio, pues el actual está en arriendo y ese es un gran costo, que, al tratarse de una labor social, tendría que ser eliminado.</p>
Logros de proyectos exitosos.	<p>Ser pioneros en: Salir en época de pandemia a alimentar animales abandonados, lo cual se aumentó por las dificultades económicas de ese momento, e incluso ayudar a familiar vulnerables alimentar a sus mascotas. Tener un enfoque de refugio, más que de fundación, ya que no todos los animales son adoptables por diferentes circunstancias y realidades. La idea es darles un hogar definitivo a estos animales con características especiales.</p>
Dificultades para	<p>Tener un enfoque hacia la rehabilitación física, pero también emocional, entendiendo que se trata de seres sintientes. La mayor dificultad ha sido no tener un terreno propio para el refugio,</p>

desarrollar sus objetivos sociales.

pues gran parte de los ingresos se gastan en el pago de un arriendo. Dificultad para crear y difundir contenido para redes sociales, pues en el “ajetreo” cotidiano, es lo último en lo que se piensa, aunque esto sea tan importante para visibilizar la labor, conseguir más ayuda y lograr un mayor impacto social. Lo cual principalmente se debe a que la directora es la encargada de este tema junto con muchos otros. Es decir que también es el área de comunicaciones.

Otros aspectos para comentar.

El refugio tiene contacto con otras fundaciones en el país que se dedican al rescate de animales y se colaboran en ocasiones, lo cual fortalece la labor.

También han rescatado a otro tipo de animales como cerditos y hámsteres.

Nota. Entrevista con la directora de la Fundación Refugio Milagros, Sussy Delgado.

Informe de Identificación

Considero acertada la elección de la Fundación Refugio Milagrinós como OSP para la investigación-acción, ya que cumple plenamente con los requisitos metodológicos, académicos y estratégicos del programa de diplomado " Construcción de Redes Sociales de Comunicación (DCRSC)". Además, elegir una organización dedicada al rescate y la protección de animales nos permite abordar problemas sociales mediante el análisis de las prácticas comunitarias organizadas y su estructura comunicativa. Trabajar con la fundación, especialmente dada su identidad caracterizada por una participación directa en la resolución de problemáticas sociales que competen al ser humano sin que sean propias del mismo, su éxito como refugio que ya ha ayudado a muchos animales y que en la actualidad alberga a 250 rescatados , y su perspectiva de un futuro mejor frente a la calidad de su propio funcionamiento y al tema de la tenencia responsable de animales de compañía, abre un campo ideal para el diagnóstico y desarrollo de estrategias a favor de fortalecer sus redes de comunicación.

La investigación-acción en la Fundación Refugio Milagrinós se puede llevar a cabo de forma colaborativa y participativa con el personal, los voluntarios y otros miembros. La comunicación dentro de la organización parece ser democrática, lo que significa que el acceso a la información, el diálogo abierto y la participación activa de todos los miembros son fundamentales. Esta comunicación participativa se manifiesta en reuniones esporádicas donde todos pueden aportar sus ideas y habilidades, sin jerarquías rígidas. Los empleados, del equipo operativo y la gerencia mantienen un diálogo constante que facilita la toma de decisiones conjunta y la coordinación eficaz de las actividades. Esto crea un clima de respeto mutuo y cooperación que fortalece la cohesión organizacional.

En cuanto a la cohesión con la estrategia de investigación-acción para la creación y/o fortalecimiento de redes comunicacionales, en lo referente a comunicación externa, el abordaje digital que presenta la Fundación Refugio Milagros, frente al manejo que se da a sus redes sociales y la creación de contenido, donde se nota que se pretende proporcionar un escenario de participación a la comunidad en línea, teniendo en cuenta sus opiniones por ejemplo mediante encuestas que interrogan al público sobre, qué temas les gustaría que se abordaran o mostrarán en futuros contenidos, y que además la sección de comentarios está abierta para que la gente opine o comente con libertad. Así como el establecimiento de alianzas con otras organizaciones, que el refugio a empleado hasta el momento, para conseguir y gestionar los recursos financieros de manutención del albergue, en medio de espacios de comunicación democracia, ya que se dialoga, se media y se llega a acuerdos tanto con los representantes de dichas organizaciones externas, como con los voluntarios que van a ayudar directamente al refugio, sobre las acciones que se llevan a cabo. Ofrecen la oportunidad de aplicar sociogramas y otras herramientas analíticas para mapear las relaciones existentes, a profundidad y potenciales dentro y fuera de la organización.

Añadiendo que el primer acercamiento permitió ya vislumbrar las características del tipo de comunicación que utilizan o que por lo menos tratan de emplear, donde las relaciones en si dentro y fuera de la OSP se perciben bastante horizontales, pues: Beltrán (1979) “El acceso, el diálogo y la participación son los componentes clave del proceso sistemático de comunicación horizontal” (p. 20).

Y lograr esa radiografía comunicacional, es un paso fundamental en la creación de una propuesta solida que promueva el crecimiento sostenible y la influencia social en la lucha contra el maltrato y el abandono animal.

En lo que concierne al aporte académico y el aporte comunitario, al trabajar con esta fundación facilita ciertas experiencias de aprendizaje que se centran en el desarrollo de estrategias participativas, la comunicación transformadora y la difusión de hallazgos en informes científicos relevantes. De la misma manera, se refuerza la motivación por el interés personal por la temática animalista, además de promover el compromiso y aportar valor ético a la investigación, todo esto siguiendo los principios de pertenencia y viabilidad contextual que promueve este diplomado.

La fundación ya cuenta con canales digitales (Facebook, Instagram, TikTok y página web), lo que abre la posibilidad de diseñar estrategias de comunicación que profesionalicen y mejoren la planificación en estas plataformas. Contribuyendo así a la consolidación de lo comunicacional.

La existencia de una comunidad cercana y digital con la que se interactúa permite aplicar metodologías participativas y colaborativas propias de la investigación-acción.

Sus vínculos con empresas, colegios y otras fundaciones permiten mapear y ampliar redes sociales de comunicación en clave de sostenibilidad y proyección, para mejorar esa red de alianzas. Pues fortalecer las redes sociales es básico para el establecimiento de una propuesta efectiva de estrategias comunicacionales que ayuden a la transformación sociocultural puesto que, según Gallego (2011): “Las redes sociales se han encargado durante todos estos siglos de preservar el valor comunitario, además de ser facilitadoras de interacción social en los procesos de desarrollo humano, gracias a la comunicación y relación entre individuos” (p. 113).

Aunque los integrantes de la OSP no siempre tengan formación académica, poseen amplia experiencia práctica en el manejo y rehabilitación de animales, lo que genera material social y narrativo para potenciar la visibilización a partir del capital humano.

Su enfoque no solo en adopciones, sino en brindar hogar definitivo y rehabilitación emocional a animales no adoptables, constituye un discurso auténtico, diferenciador y movilizador. Lo que alimenta una identidad diferencial, para una mejora en la imagen institucional.

La ausencia de una calendarización formal reduce la regularidad en la planeación y dificulta la consolidación de estrategias a mediano y largo plazo en comunicación interna. Situación que abre la posibilidad de proponer, dentro del proceso de investigación-acción, la creación colaborativa de un cronograma flexible y participativo que integre tanto las actividades operativas del refugio como las estrategias de comunicación interna. De esta manera, se puede diseñar un sistema de planeación adaptado al ritmo real de la organización, promoviendo una cultura de organización colectiva que mejore la regularidad sin perder la espontaneidad de su dinámica.

Aunque existen redes sociales, la creación de contenido es demorada y secundaria frente a labores urgentes del refugio, lo que restringe el alcance de mensajes clave. Debilidad que ofrece un espacio ideal para que la investigación-acción plantee la implementación de equipos de apoyo comunicacional conformados por voluntarios o estudiantes en servicio social, quienes pueden asumir el rol de crear y programar contenidos digitales. Además, se pueden diseñar formatos de publicación simples y reutilizables (plantillas, cápsulas narrativas, micro vídeos) que agilicen la producción en redes, logrando mayor visibilidad con menor carga de trabajo para la directora y el equipo central. Entre otras estrategias.

Establecer nuevas redes sociales y alianzas con organizaciones gubernamentales, para obtener recursos, lo cual se supone que es posible ya que el refugio está constituido legalmente.

Gran parte de los recursos se dirigen al pago de arriendo, debido a la falta de un terreno propio del refugio, lo cual limita la sostenibilidad económica e impide destinar más fondos a innovación comunicacional o tecnológica.

La directora concentra labores legales, contables, de gestión y de comunicación, lo que ocasiona saturación y poca sistematización de procesos comunicativos.

Esta sobre carga de labores administrativas también hace difícil la participación de la directora en los procesos que implican las metodologías de la IA.

La participación de voluntarios es variable, lo cual impacta en la continuidad de proyectos comunicativos y de gestión.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

OSP: Fundación Refugio Milagrinos	Actividad: Celebración día del amor y la amistad	Fecha: 22-09-2025
Hora inicio: 9.00 AM	Hora finalización: 12:00 PM	Lugar: Sede Única de la Fundación Refugio Milagrinos. Vía Suba Cota KM 7, Vereda Chorrillos, Sector 3, Finca La Esperanza, Bogotá.
Participantes: Directora de Refugio Milagrinos Sussy Delgado Empleados del refugio Padrinos, voluntarios familia y amigos de Milagrinos	Investigador: Angelica Valentina Ortiz Vargas Estudiante de Comunicación social de la UNAD	
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
El espacio físico del refugio Milagrinos tiene un aspecto de jardín infantil, pero de perros y gatos, ya que está ubicado en una zona rural de la localidad de Suba en Bogotá. Y cuenta con murales de estos animalitos muy coloridos y alegres. Al ser una especie de finca, tiene varias casas, en donde están ubicados diferentes escenarios, tales como la oficina, la cocina, la zona de lavado, habitaciones para los animales, y exteriormente	El día de la actividad, desde antes de iniciar el evento se vio un gran trabajo colaborativo entre voluntarios, empleados y directivos. Por ejemplo, apenas llegaron las cajas con las pañoletas de los perritos y otros elementos para la fiesta, las personas formaron una cadena en la que pasaron las cajas desde el camión hasta dentro de una de las estructuras del refugio. El evento estuvo bien planificado, pues se involucró	El trabajo colaborativo entre la comunidad vinculada al refugio es orgánico y evidente. Se percibe que llevan tiempo trabajando juntos, ya que los eventos se realizan con regularidad y existe una dinámica grupal consolidada que permite que todo fluya sin mayores inconvenientes. La buena planificación se reflejó en la amplia participación. Tanto el refugio como los demás invitados estaban preparados y conocían de antemano las actividades que

casitas de perros, espacios para los baños y las comidas y zonas de juego al aire libre. El día 22 de septiembre se llevó a cabo en la sede de la fundación refugio Milagrinos, un evento pre programado con anterioridad por la organización, para celebrar el día del amor y la amistad. Se trató de una fiesta para perros y humanos, donde anteriormente se había comprado decoraciones, pañoletas de identificación para realizar una dinámica llamada, “amigo secreto perruno”, en la que previamente las personas que estarían participando del evento obtenían al azar un nombre de uno de los perritos que también estarían participando. Recordando que hay perritos que no podían hacer parte directa, ya que o están en tratamiento, o no se han re socializado y que los gaticos no son mucho de socializar tampoco. De esta manera los humanos participantes llevarían un regalo a su amigo secreto perruno. Al cual debían encontrar buscando su nombre en cada una de las pañoletas y a la vez dando caricias a cada animalito inspeccionado, hasta dar con su amigo perruno. Para entonces entregar el o los regalos, y jugar con ellos en las zonas de recreación del refugio. Todo comenzó recibiendo los insumos para la celebración,

la comunidad de Milagrinos con anterioridad en cuanto a organización y convocatoria. Aunque en redes sociales se dio a conocer el suceso sólo mediante un video en Facebook, este contenido fue motivante y muy característico del estilo de la organización. Las dinámicas de relacionamiento entre personas y animales fueron originales, realmente se vivió como una fiesta multi especies. La idea de los regalos de amigo secreto perruno, sirvió como una buena estrategia para recolectar insumos que los animalitos siempre ocupan. Algunos participantes tomaron videos y fotos del evento e incluso una voluntaria, realizó un video post evento para Instagram, el cual fue compartido en dicha plataforma.

se desarrollarían. La convocatoria se realizó principalmente a través de WhatsApp y correo electrónico, por lo que la difusión en redes sociales no fue prioritaria. Esto obedeció a que el evento estaba destinado principalmente a la comunidad cercana al refugio, y no se trataba de una actividad abierta a un público masivo. Tanto los animales como las personas disfrutaron y compartieron momentos de esparcimiento y relajación. Esta interacción favoreció el fortalecimiento de los vínculos entre la comunidad y la organización, así como entre los propios participantes y los animales.

La mayoría de los asistentes no solo llevaron obsequios para su amigo secreto perruno que incluían juguetes, accesorios e incluso desparasitantes, sino que además contribuyeron con regalos útiles para los perros apadrinados y para el refugio en general. Se evidencia prestar atención a la planificación y parámetros técnicos para la producción de material audiovisual de calidad durante los eventos. Esta situación limita la posibilidad de utilizar dichos registros como insumos estratégicos para la visibilización de la importante labor social por parte de la organización, mediante redes sociales digitales, a través de contenidos post-evento. El material recopilado resultó deficiente,

que venían en varias cajas. Se alistaron los perritos con sus pañoletas, se recibieron a más participantes y se llevaron a cabo actividades como la descrita con anterioridad. La comunidad compartió varios momentos, la directora y algunos participantes expresaron palabras de agradecimiento, algunas personas se retiraron para finalizar, otros se quedaron apoyando en labores cotidianas y el evento fue todo un éxito.

con notorias fallas de sonido e imagen, lo que restringe su aprovechamiento para plataformas como YouTube o Tik Tok. Aunque intenté colaborar elaborando algunos contenidos, la baja calidad de los insumos condiciona el resultado y dificulta significativamente la tarea. Cabe señalar que mi participación en esta actividad se dio de manera virtual, debido a que residí fuera de Colombia; por tanto, no estuve presente de forma física en el evento. Considerando que, de haber contado con una presencia directa en el lugar, habría podido desarrollar de manera más efectiva el proceso de registro y producción de los contenidos audiovisuales requeridos, asegurando estándares adecuados para su posterior difusión y fortalecimiento de la imagen institucional de la organización. El lugar, aunque se ve humilde en todas sus estructuras, se percibe alegre y lleno de amor. Participar en la actividad como observadora de manera remota fue un gran desafío, ya que la directora de la fundación cuenta con muy poco tiempo para atenderme y justo el día de un evento tendría aún menos tiempo. Afortunadamente el evento se realizó justo después de empezar la actual fase del proceso investigativo. Por lo que como me mantengo pendiente de las redes sociales del refugio, me di cuenta de la fecha por un video que

publicaron en Facebook y le pedí el favor a mi mamá que asistiera, me realizara videollamada por WhatsApp y me mostrara lo que estaba sucediendo.

Le avisé a la directora del refugio, ella dijo que no había inconveniente y mi madre asistió y realizó varias videollamadas en las que pude observar algo de la dinámica que se manejó ese día.

Creo que la directora estaba tan ocupada que ni se percató de la presencia de mi madre.

Nota. Elaboración propia a partir de la actividad observada en el refugio.

Informe Socio praxis

La socio-praxis vivenciada en la fase 3 de recolección de información en la OSP Refugio Milagrinós se caracterizó por la implicación activa, la reflexividad y la construcción colectiva del conocimiento al hacer uso de la observación no participante, el diario de campo y la entrevista cualitativa a un miembro que conoce la organización social participativa a fondo, en este caso a su directora Sussy Delgado. Esta interacción se alineó con los enfoques participativos críticos propuestos por los principales autores de la disciplina, en la medida en que la interacción entre la estudiante investigadora y la directora, no se limitó a realizar preguntas inflexibles o del otro lado a narrar hechos solamente de forma desconectada, sino que implicó un ejercicio de diálogo, auto exhortación y autoanálisis frente a las prácticas comunicacionales y sociales del refugio.

Frente a la participación, la implicación y la reflexividad durante la entrevista y la actividad de campo, la praxis se planteó como un conjunto de acciones enfocadas hacia un proceso de transformación de la realidad social ambiental y cultural. En este ámbito, la implicación personal jugó un papel central, pues “la praxis comienza con ciertas dosis de vivencias, implicaciones, y sigue luego con las reflexiones autocríticas y críticas que entran en juego entre sí” (Villasante, 2006, p. 2). Esta visión movilizó una actitud reflexiva y autocrítica en todos los actores involucrados en el proceso de recolección de información, pues en cuanto a las respuestas entregadas a las preguntas originales de la entrevista, la investigadora generó nuevos interrogantes y la entrevistada se vio obligada a re pensar y analizar las dinámicas comunicacionales del refugio.

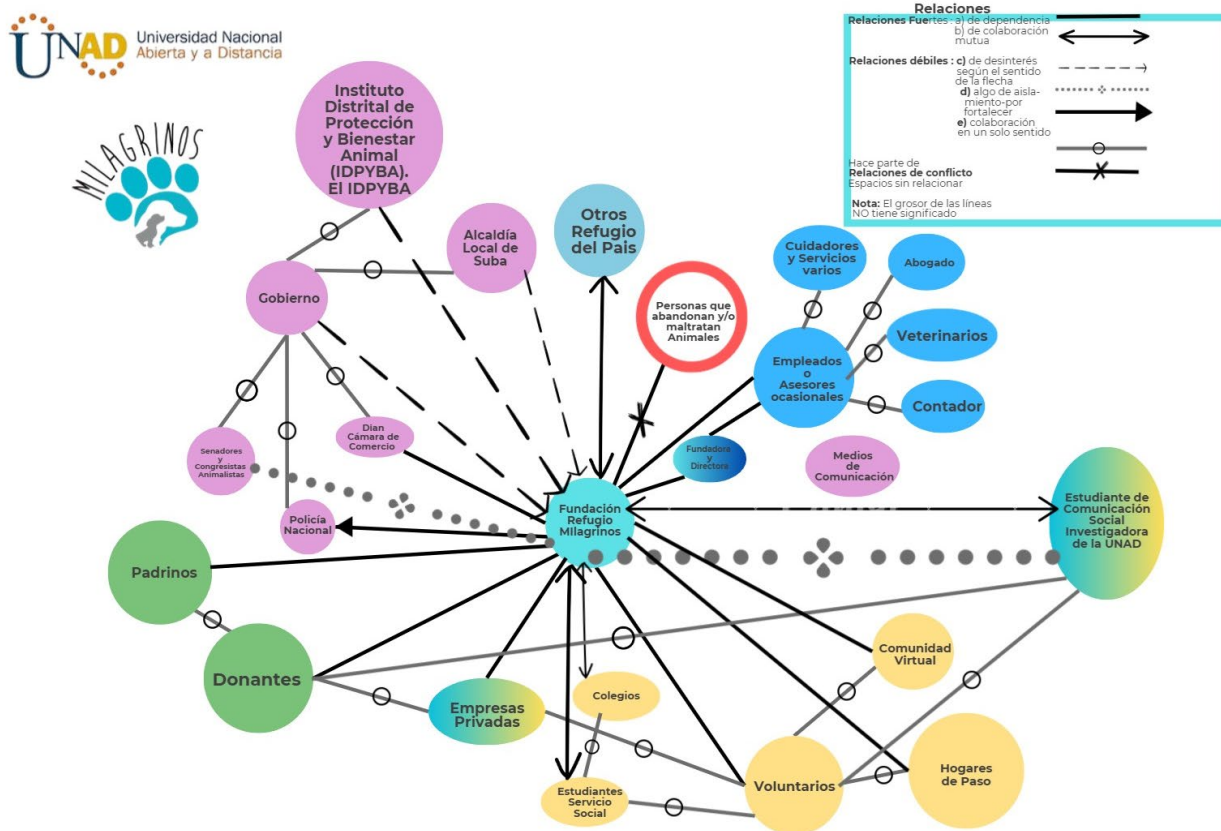
Contribuyéndose así a la construcción colectiva del conocimiento, y del re conocimiento de la organización por parte tanto de la investigadora, siendo un sujeto implicado desde su propio interés personal y auténtico de realizar un trabajo académico útil sobre las temáticas y

funcionamientos animalistas y comunicativos de un contexto específico, como lo es una fundación dedicada a rescatar, rehabilitar y dar un hogar a animales en situación vulnerable. Como de la directora del Refugio Milagrinós en cuanto a la auto confrontación que vivencio al pensar y suministrar información sobre sus propias vivencias y las realidades de la fundación, en medio de una dinámica dialógica y sincera. Es decir que la recolección de información se desarrolló en un entorno donde la “relación de sujeto a sujeto” reemplazó la perspectiva común de sujeto-investigador y objeto-investigado, implicando que “No estamos en unas relaciones de sujetos con objetos, sino de sujetos con sujetos, donde todos han de aprender de todos, y construir juntos, desde diferentes posiciones, lo que ha de ser un diagnóstico y una acción comunes” (Villasante, s.f., p. 15).

Así pues, las actividades llevadas a cabo con el refugio en esta etapa del proceso investigativo pasaron de la simple recolección de datos a la interpretación crítica. Este tránsito se logró a partir de la contrastación entre la información obtenida en la entrevista y las notas del diario de campo con las experiencias personales de los sujetos involucrados y los marcos teóricos que sustentan la investigación. De este modo, la interpretación crítica surgió al analizar no solo qué sucede en la organización, sino por qué, cómo se dan esas dinámicas y qué significados tienen en torno a las relaciones sociales, comunicacionales y éticas del refugio. Este ejercicio permitió empezar a identificar tensiones, fortalezas y oportunidades de mejora, sentando las bases para formular posteriormente propuestas de acción significativas que hagan de la praxis investigativa una praxis verdaderamente transformadora. Así, el proceso colectivo involucró autocrítica, implicación activa y conciencia de los vínculos y redes, reconociendo la importancia de las alianzas y conjuntos de acción para la transformación social (Villasante, s.f.).

Figura 1

Sociograma Refugio Milagrinos



Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada en las OSP.

Figura 2*Gráfico de Conjuntos de Acción*

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada en las OSP.

Tabla 4*Matriz de Posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afin	Diferente	Ajeno	Opuesto
Dirección de la OSP	La dirección conformada por una sola persona la cual es la fundadora del Refugio Milagros, es la visionaria que ha liderado todos los procesos y estrategias para rescatar, rehabilitar física y emocionalmente y proporcionar un hogar amoroso a animales en situación de vulnerabilidad. No solo mediante adopciones, sino con la convicción de que un animal que son casi imposibles de ser adoptados, como puede ser el caso de los animales mayores, pueda tener un hogar definitivo en el refugio.	Al tener muchas tareas y roles a su cargo diariamente, no ha logrado aprovechar al máximo el auge de las redes sociales y el cambio cultural que se está presentando a nivel mundial hacia una cultura no solo de responsabilidad, sino de pasión y gran empatía por estos seres sintientes.	No es profesional en administración, su trabajo es empírico.	Al tener una sobre carga de roles, se descuida un poco la parte comunicacional, relacionada con la creación de contenidos en las redes sociales digitales.
Empleados	Son personas a las que les gustan los animales y se relacionan con	Su labor con los animales no es voluntaria, sino que es	No son especialistas en la rehabilitación física y emocional	Siendo personas en su mayoría del campo y teniendo en cuenta la

	ellos de la manera adecuada, ayudando en su cuidado general óptimo.	remunerada mediante un salario. Lo cual es algo comprensible.	de los animales, no tienen estudios veterinarios al respecto, lo cual no impide llevar a cabo su rol con excelencia. Pero son ajenos a estos temas ya de índole profesional.	cultura rural colombiana frente al tema de la tenencia de animales de compañía, puede que la labor no les parezca de extrema importancia social. Sin embargo, seguro lo han ido aprendiendo.
Asesores ocasionales	Algunos son veterinarios por lo que su afinidad con la temática animalista es alta.	Se trata de trabajos ocasionales de contaduría y derecho, remunerados por parte de la fundación.	Pueden o no ser ajenos a la causa social. Esto es independiente de su trabajo profesional.	No ofrecen precios especiales debido a que los recursos de los refugios son escasos y hay muchos animales a su cargo. No hay voluntariado de su parte.
DIAN Y Cámara de Comercio	Son las dos entidades ante las cuales se legalizó la fundación.	Hacen parte del sector público del país.	No permiten la inscripción como refugios de rescate animal.	El refugio debe rendirles cuentas como entidades gubernamentales, pero el lugar, no recibe ninguna ayuda gubernamental para su importante labor social.
Donantes	Son actores sociales que empatizan con el tipo de labor social de la OSP. Lo suficiente para entregar recursos financieros o materiales al refugio.	Como actores externos tienen diferentes prospectivas de vida y filosofías institucionales, que van más allá de las de la fundación.	Esta labor social es ajena a su trabajo y cuando solo son donantes y no, también voluntarios, a sus labores cotidianas.	La mayoría de las donaciones son ocasionales.

Programa padrinos	Son personas, amantes de los animales, defensores de sus derechos y admiradores de la labor de rescate, que por alguna circunstancia no pueden adoptar a alguno de los animalitos que viven en Milagros. Pero que periódicamente, aportan dinero para sus gastos, los visitan y les dan regalitos. Lo cual es de suma importancia para el refugio.	Por lo general estos actores sociales, quieren ayudar a los animales, pero no tienen el tiempo o el espacio. Por lo que su contribución mayoritaria es a través de recursos financieros. No siendo directamente quienes los cuidan, rehabilitan o conviven continuamente con ellos.	No adoptan, apadrinan.	Aunque apadrinan aun animal contribuyendo mucho con la causa del refugio, la mayoría de las veces su contribución no cubre cien por ciento las necesidades de dicho ser.
Voluntarios	Actores sociales con una alta empatía por los animales y tan alineados con los objetivos del refugio que ponen su tiempo y esfuerzo en contribuir con lo que se necesite. Cada uno de acuerdo a sus habilidades, conocimientos y posibilidades.	No están de manera continua en el refugio. Pues tienen otras actividades cotidianas.	El compromiso de algunos es de corazón, de otros por beneficio mutuo. Por lo que su colaboración puede ser irregular o pasajera.	El voluntariado no es constante. Es ocasional o intermitente.
Hogares de paso	Son una extensión del refugio. Familias o personas con hogares, momentáneos para animales que	No son una fundación, refugio o albergue animal.	No deben encariñarse con ningún animalito y es mejor que no se queden con ninguno de ellos, para poder seguir	Algunos solo proporcionan el espacio y no cubren las otras necesidades del animal acogido.

<p>Otros refugios, fundaciones y/ albergues de rescate animal</p>	<p>están en proceso de rehabilitación o que ya son adoptables, mientras el animal consigue un hogar definitivo. Por allí pasan muchos de estos seres, lo cual aumenta los cupos de rescatados para el refugio y la transición a un hogar más familiar, urbano y personalizado.</p>	<p>Rescatan animales en situación de vulnerabilidad.</p> <p>La mayoría tienen filosofías institucionales con objetivos diferentes, donde es ajeno el además de albergue o fundación ser hogar geriátrico o para animales discapacitados. El espacio físico de algunos, no es agradable y campestre, infortunadamente deben emplear jaulas por el espacio urbano limitado y falta de ayuda.</p>	<p>siendo hogar de paso y ayudar a muchos otros. Milagrosos sí se queda con animalitos no adoptables, para ser su hogar definitivo. Lo cual está dentro de sus propósitos y principios.</p> <p>No todos reconocen la importancia de prestar una rehabilitación integral a sus rescatados.</p>	<p>Algunos creen y aplican la eutanasia, ha animales no adoptables. Lo cual es opuesto a la nueva cultura animal que se quiere consolidar.</p>
<p>Colegios</p>	<p>Han reconocido en esta labor social algo lo suficientemente importante a nivel</p>	<p>Aunque cumplen una labor social básica, sus objetivos principales, no se</p>	<p>Al tratarse de menores de edad el voluntariado tiene unas condiciones</p>	<p>No han aprovechado la experiencia y relación con el Refugio para</p>

	<p>formativo, para hacer alianzas con la fundación donde se presta el servicio social obligatorio por parte de estudiantes de grados décimo y once.</p>	<p>encaminan hacia temas netamente animalistas. Solo en un muy bajo porcentaje.</p>	<p>diferentes y unos cupos limitados.</p>	<p>educar a la comunidad educativa sobre la responsabilidad con animales de compañía.</p>
Empresas	<p>Tienen responsabilidad social y eligen esta causa para ejercerla. Pueden hacer parte tanto de donantes como de voluntarios.</p>	<p>Las actividades empresariales de la gran mayoría de estas organizaciones privadas, no tiene que ver con animales, y cuando es así, hay un ánimo de lucro frente a sus principales actividades.</p>	<p>Son ajenos a la creación y mantenimiento de una organización sin ánimo de lucro.</p>	<p>Hablando de las pocas empresas que venden alimentos o productos para animales, estos en Colombia son demasiado costosos, lo cual conlleva muchas veces al abandono.</p>
Comunidad Virtual	<p>Navegadores internautas y usuarios de redes sociales animalistas o con empatía hacia los animales, que quieren contribuir de alguna manera para ayudarlos a ellos y contribuir con una transformación cultural animal que los favorezca.</p>	<p>No funcionan principalmente en un espacio físico, pero son un medio para conseguir recursos económicos y humanos. Además de trabajar principalmente hacia la transformación cultural, que ataque la raíz del problema. Aunque al refugio le interesa este tema, sus acciones hasta el momento no están enfocadas</p>	<p>La mayoría son ajenos a contribuir de manera física, presencial o monetaria de manera directa personal. Pero sus likes, compartidas y demás acciones en línea, ayudan a conectar con otros que sí lo hacen.</p>	<p>A veces son muy críticos destructivamente con los refugios y albergues de animales. Porque no saben a lo que se enfrentan las personas que hacen esa labor.</p>

Gobierno Nacional	Discursivamente afín a apoyar causas animalistas.	primordialmente hacia ello. Tiene a su cuidado el funcionamiento y progreso integral de todo un país en sus diferentes dimensiones sociales.	Son ajenos a hacer cumplir con las leyes establecidas, sin excepciones.	La corrupción tiene al país sin recursos para enfrentar problemáticas sociales infortunadamente comunes, menos aún para las relacionadas con los animales.
El IDPYBA (Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal)	“Es la entidad encargada de la protección y el bienestar de los animales en Bogotá, especialmente de los animales de compañía vulnerables, animales en situación de calle y otros grupos domésticos y domesticables” (Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal, 2025).	Es un organismo estatal con recursos públicos para ayudar a los animales, tiene un presupuesto garantizado. No se valen de donaciones voluntarias, sino de parte de los impuestos.	No cumplen con sus responsabilidades, las cuales incluyen a los refugios, por ejemplo: “Diseñar herramientas tecnológicas y procesos innovadores que mejoren la administración y las condiciones de vida de los animales en los refugios” (Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal, 2025).	No responden cuando un albergue, refugio o fundación de animales, los contacta por algún medio.
Alcaldía Local de Suba	Dentro de sus funciones se encuentran algunas relacionadas con el bienestar animal. Como la realización de jornadas de esterilización y vacunación.	No buscan establecer alianzas con los refugios de la localidad para incluirlos en jornadas de esterilización y vacunación gratuitas.	Son ajenos a cumplir con sus obligaciones y aplicar las normas al pie de la letra.	Limitan mucho el acceso a vacunación y esterilización.
Medios de	Parte de la	Por lo menos hay	Son ajenos a	Descuido de la

Comunicación locales	comunicación en la actualidad es aplicar la educomunicación frente a problemáticas sociales no muy visibles, como lo son las relacionadas con los animales. Podría ser un medio de convocatoria que aportará mucho a las necesidades y prospectivas del refugio.	dos medios locales de la localidad de Suba en Bogotá, de tipo comunitario, pero no se están tratando tópicos animalistas del sector. Por lo menos no, con los refugios y albergues de la zona, que son quienes rescatan con recursos muy limitados y sin suficiente ayuda por parte de los actores sociales que pertenecen a la localidad, a la ciudad y al país.	establecer alianzas con los refugios rescatistas del territorio para generar contenido y fomentar movimiento de transformación social alrededor de la responsabilidad que toda la sociedad tiene con el cuidado de los animales.	problemática local.
----------------------	--	---	--	---------------------

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada en la OSP y en base al Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal. (2025). Funciones y deberes. Alcaldía Mayor de Bogotá obtenido de <https://www.animalesbog.gov.co>

Tabla 5*Matriz Comparativa*

OSP	OSP Escogida para el ejercicio investigativo Fundación refugio Milagrinós	OSP 1 Fundación Mujer Linda Cats	OSP 2 Fundación Huellas de Amor	OSP 3 Fundación Paraíso de la Mascota
Fines u objetivos (Misión y Visión)	Brindar ayuda, rescate y rehabilitación física y emocional a animales en situación de vulnerabilidad. Ofrecer un hogar amoroso, ya sea temporal o definitivo, a animales abandonados y maltratados. Servir como hogar geriátrico para animales mayores que ya no son considerados para adopción. Educar a la comunidad aledaña de la localidad de Suba en Bogotá, a la sociedad colombiana y a comunidades digitales, mediante el ejemplo, sobre la responsabilidad en la tenencia de animales de compañía, para atacar el problema	Rescatar gatos en condición de abandono, maltrato o peligro. Rehabilitarlos física y emocionalmente antes de ser adoptados. Promover adopciones responsables y permanentes. Sensibilizar a la comunidad sobre el cuidado y la esterilización como medios para controlar la sobrepoblación felina. Crear redes de apoyo y voluntariado para fortalecer la labor de protección animal.	Rescate, cuidado y rehabilitación de animales en abandono. Atiende a los animales con tratamiento veterinario, incluyendo esterilización, vacunación y desparasitación. Promueve la sensibilización y educación sobre tenencia responsable y esterilización.	Rescatar animales maltratados y abandonados para rehabilitarlos física y emocionalmente. Ofrecer un Hogar de paso a animales (perros, gatos, caballos). Promover el respeto a la vida animal, la esterilización y la adopción responsable.

	del abandono, el maltrato y la sobrepoblación de perros y gatos, desde la raíz.			
Localización	Sede Única de la Fundación Refugio Milagros. Vía Suba Cota KM 7, Vereda Chorrillos, Sector 3, Finca La Esperanza, Bogotá.	Calle 6D #1 - 66 Este, Bogotá, Colombia.	Pereira, Colombia.	Calle 3, números 123-146, Cali, Valle del Cauca, Colombia.
Miembros	9 miembros.	6 miembros.	12 miembros aproximadamente.	10 miembros aproximadamente.
Proyectos desarrollados	Rescate de animales, perros, gatos entre otros en situación de vulnerabilidad. Programas de rehabilitación física y emocional. Campañas de adopción. Programa de alimentación a animales callejeros de la localidad en tiempos de pandemia. Y a mascotas de familias económicamente afectadas por dicha situación. Proyecto padrinos. Rescates en sectores de Colombia donde más se presentan	Proyecto de rescate y protección de gatos vulnerables. Campañas de adopción responsable. Programa de rehabilitación física y emocional para gatos rescatados. Apoyo y acompañamiento a gatos en áreas rurales como San Diego, Cesar (proyecto de extensión territorial). Iniciativas para la sensibilización y promoción del bienestar animal a través de ventas	Rescate y rehabilitación de animales abandonados. Campaña permanente de adopciones responsables. Programas de esterilización y sensibilización comunitaria.	Hogar de paso para animales en situación de calle. Campañas de esterilización. Programa móvil quirúrgico para atención en Cali y municipios vecinos.

	las problemáticas de abandono animal.	solidarias, como la de tapetes y pantuflas cuyos recursos apoyan a los gatos especiales de la fundación.		
Aliados	Empresas privadas Colegios. Voluntarios. Donantes. Otros refugios y albergues de animales.	Rescatistas independientes. Donantes y padrinos. Voluntarios. Compradores de productos en su web de ventas.	Voluntarios. Donantes. Empresas. Compradores de productos solidarios para financiamiento.	Donantes particulares. Empresas. Entidades no gubernamentales de protección animal.
Antigüedad	14 años de funcionamiento.	11 años funcionando.	20 años funcionando.	20 años de funcionamiento.
Descripción de sus redes sociales	Tiene una buena presencia digital y medianamente activa, especialmente en Instagram donde cuenta con aproximadamente 75,000 seguidores y más de 1,800 publicaciones. Su contenido se centra en rescate, rehabilitación y adopción, con una interacción de aceptable a baja en sus publicaciones, reflejada en numerosos "me gusta", comentarios y compartidos. También utilizan Facebook, YouTube y TikTok para diversificar el	Cuentan con unas redes sociales muy nutridas, tanto de contenido como de interacciones. Allí aprovechan para hacer denuncias y exponer casos tanto de abandono y maltrato, como de éxito con adopciones, rehabilitaciones, acontecimientos especiales e historias de gatitos muy representativos de la fundación, que muchas veces tiene problemas de discapacidad física. Además, emplean la red	Activa en Instagram y Facebook con contenido de rescates, adopciones y promoción de productos solidarios que financian los gastos de la fundación. El nivel de interacción no es muy alto proporcionalmente al número de seguidores, mostrando una comunidad involucrada pero aún con potencial de crecimiento en alcance e impacto social. En Facebook presenta publicaciones y videos frecuentes relacionados con sus actividades y	Instagram (@paraisocali) y Facebook, con promoción de adopciones, campañas de apadrinamiento, donaciones y voluntariado. Posee una base amplia de seguidores con contenido dinámico que genera interacciones constantes, apuntando a una comunidad ética comprometida y activa. Utilizan estas plataformas para visibilizar su mano de obra y captar donaciones y voluntarios, con alcance significativo dentro de su área

	<p>alcance. Su comunidad en redes es muy comprometida, mostrando un alto nivel de empatía y respuesta a sus campañas y llamados de apoyo.</p>	<p>para promocionar y vender productos con decoraciones o forma de gatos. De esta manera financian parte de los gastos. Sus seguidores, son fieles y muy involucrados en las causas de la fundación. El alcance social es más reducido y concentrado en nichos específicos y grupos pequeños que apoyan activamente.</p>	<p>campañas, con interacciones moderadas que reflejan un público dedicado, pero no masivo.</p>	<p>local, aunque sus cifras exactas de seguidores e interacciones son menores comparadas con organizaciones más grandes, lo que señala una buena base comunitaria, pero margen para expansión en redes.</p>
Tipo de comunidad ética	<p>Gran calidad humana y alta empatía frente a las problemáticas relacionadas con animales. Inclusivos tanto con personas como con animales. Abiertos a escuchar, fáciles de contactar, creativos, respetuosos de las normas, comprometidos y apasionados profundamente con su labor social.</p>	<p>Su directora y fundadora es bastante desconfiada y prevenida, por malas experiencias que ha tenido con las personas a las que les ha abierto las puertas anteriormente. Son empáticos con los animales, pero no mucho con las personas. Es una fundación muy cerrada. Cuando uno interactúa directamente percibe un ambiente de altos niveles de estrés.</p>	<p>Empática, inclusiva, comprometida con la responsabilidad social y el bienestar animal.</p>	<p>Dedicada al amor y respeto por los animales, comprometida con la tenencia responsable y la lucha contra el maltrato, abierta a la colaboración social.</p>
Fuentes (de	Elaboración	Elaboración	Elaboración propia	Elaboración propia

dónde extrajo la información para esta matriz o tabla)	propia con base a la información recolectada en la OSP.	propia con base a la información conocida durante años de sus redes sociales como seguidora de las mismas y anteriores interacciones directas con la OSP.	con base a la información contenida en la web oficial de la OSP y sus redes sociales.	con base a la información contenida en la web oficial de la OSP y sus redes sociales.
--	---	---	---	---

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada en las OSP.

Informe de Investigación

La Fundación Refugio Milagrinós constituye una red solidaria conformada por actores sociales diversos: su directora, empleados, voluntarios, padrinos, donantes, hogares de paso, empresas aliadas y comunidad virtual. Esta pluralidad vincular refleja una estructura horizontal basada en la cooperación y la empatía hacia los animales vulnerables, más que en jerarquías rígidas. Según lo indagado, la fundación busca alianzas con personas y empresas de la comunidad que contribuyen a su misión de rescate y rehabilitación. Este entramado evidencia el principio esencial de las redes sociales comunitarias: la articulación de actores motivados por objetivos solidarios comunes.

Además, esta articulación se fortalece mediante la comunicación constante entre sus miembros, que se da por canales digitales como redes sociales, grupos de mensajería y correo electrónico. Estos espacios permiten coordinar actividades, compartir casos de rescate, organizar contenidos y visibilizar resultados, fortaleciendo así la cohesión del grupo. Cada actor cumple un rol o roles que, aunque son distintos se entre mezclan, convirtiéndose en complementarios, lo que da lugar a una red interdependiente donde la confianza y el compromiso emocional son los principales motores de acción. Por ello, la OSP no solo conecta actores, sino que construye una trama de apoyo mutuo sustentada en la reciprocidad y el propósito compartido de transformar la realidad social de los animales.

Las relaciones que sostienen a la organización se tejen alrededor del amor por los animales y la búsqueda de transformación socio cultural frene a temáticas animalistas. Predomina la armonía a través del trabajo colaborativo y la participación empática, pero surgen tensiones derivadas de la sobrecarga de roles en la dirección, una cultura animal predominante de abandono, falta de cuidados apropiados y responsabilidad general con dichos seres sintientes y

los desafíos comunicacionales, relacionados con un mayor impacto en la transformación cultural, como raíz del problema, no lograr establecer ciertas relaciones con el sector público y mantenerse vigentes e incluso crecer en el mundo de las redes sociales, en lo cual se profundizará más adelante. Del mismo modo la ausencia de un terreno propio y la falta de compromiso estatal real, agudizan las dificultades organizativas. Estas tensiones reflejan lo señalado por el manual de metodologías participativas, donde se indica que en todo proceso social “es lo que interesa saber, dónde están los puntos de fricción y dónde los intereses comunes, precisamente para ponerlos de manifiesto en las devoluciones, y poder potenciar los elementos comunes y superadores.” (CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, 2010, p. 42).

El sentido comunitario dentro del refugio se sustenta en valores como la solidaridad y la afectividad. Los actores internos mantienen vínculos basados en el respeto y la colaboración; cada persona puede expresarse libremente y aportar ideas. De esta manera, la organización no funciona solo como albergue, sino como comunidad de práctica que promueve la ética del cuidado y la responsabilidad social hacia los animales. Coincide con la definición de comunidad participativa descrita por el manual, donde “la gente implicada tiene que ser protagonista, aportando propuestas que marcarán las líneas de actuación para el futuro” (CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, 2010, p. 6).

Entre las ideas que se expresan libremente destacan las relacionadas con la mejora del bienestar animal, incluyendo también a los animales vulnerables y mascotas de familias de bajos recursos de la comunidad más cercana territorialmente hablando, al refugio. La creación de contenidos educativos, la planificación de jornadas de adopción y el fortalecimiento de la imagen institucional en redes sociales. Dichas ideas se traducen en acciones concretas, como la

elaboración de contenidos de sensibilización, la participación en escenarios tanto locales como nacionales y la implementación de estrategias colaborativas para la consecución de recursos. Así, la libertad de expresión dentro del grupo impulsa la creatividad y refuerza el sentido de pertenencia, permitiendo que cada integrante sienta que sus aportes repercuten directamente en el desarrollo de la fundación y en la consolidación de una comunidad solidaria orientada al cambio social.

Milagros evidencia prácticas de comunicación horizontal en sus reuniones internas, espontáneas y abiertas. Así mismo en las plataformas digitales donde la comunidad opina y propone temas a tratar, mediante encuestas a través de la red social de YouTube. O el hecho de que en su página web oficial, al ingresar al link de Donar, se muestra de forma directa el total del dinero donado hasta el momento, información que se actualiza en cada donación. Estas acciones amplifican la voz de los participantes y fortalecen el sentido de pertenencia colectiva. Es decir que han sido capaces de aplicar algunos de los diez mandamientos mencionados en Noguera Vivo (2011), sobre el ejemplo de una compañía llamada Zappos, en cuanto a su uso asertivo de las redes sociales como vehículo promocional” (P.174). Los cuales son “6. construir relaciones transparentes basadas en una buena comunicación, 7. trabajo en equipo y espíritu familiar, 8. Hacer más con menos, 9. pasión y 10. humildad” (Noguera Vivo, 2011, p. 174).

Aunque las decisiones finales de temas relevantes, son tomadas por la directora basada en la opinión profesional legal, contable o veterinaria, la fundación utiliza medios audiovisuales y actividades presenciales, como jornadas de adopción o celebraciones temáticas, para crear consensos simbólicos en torno al bienestar animal. Estas experiencias colectivas integran a humanos y animales bajo una narrativa compartida de cuidado, cuya difusión en redes refuerza el imaginario social de empatía. En este sentido, las redes democráticas participativas facilitan el

protagonismo de la gente para presentarse ante los poderes con una voz colectiva (CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, 2010, p. 42).

Las limitaciones en la producción y difusión de contenidos digitales por falta de tiempo, recursos y asesoría técnica, debilitan la comunicación externa del refugio, generando un vacío entre la acción social y una visibilidad, con suficiencia, frente a sus necesidades, requerimientos y expectativas. Este déficit comunicativo impide construir una red digital más fuerte para conseguir apoyo o monetizar sus cuentas, por ejemplo, que es una manera legítima de conseguir recursos. Reconociendo que sus redes sociales digitales, han tenido impacto lo suficientemente amplio y positivo para lograr muchas cosas hasta el momento, pero que, falta.

Además, hay relaciones externas que no se han aprovechado en todo su potencial, para aportar más al propósito social de transformación cultural frente al tema de tenencia responsable de animales. Lo cual se ve asociado directamente con sus vínculos con instituciones de educación formal como lo son los colegios. Ignorando la aplicación de estrategias propias de la educomunicación que, aunque no se limitan para nada a los escenarios de educación formal, tampoco son ajenas a estos.

Las recomendaciones para fortalecer la comunicación, sería buscar alianza con empresas de marketing digital, para voluntariados que puedan ayudar a reforzar el alcance e impartir de las redes sociales digitales. O se recomienda considerar invertir recursos económicos en la gestión y fortalecimiento de las redes sociales de la Fundación, pues esta inversión estratégica permitirá a largo plazo aumentar significativamente las donaciones, atraer más voluntarios y abrir la posibilidad de monetizar contenidos, especialmente en plataformas como YouTube. Esta monetización no solo proporcionará una fuente adicional de ingresos, sino que también ampliaría el alcance de la organización para sensibilizar y conectar con audiencias más amplias. Además,

esta apuesta por la inversión en comunicación digital es una estrategia sostenible que fomenta la visibilidad y la consolidación de la red social del refugio para amplificar su impacto social.

Debido a que algo que ya se ha implementado es la integración de un equipo de comunicación colaborativo, involucrando voluntarios con formación en redes sociales y producción audiovisual. Pero al ser con voluntarios, se han conseguido importantes aportes y avances graduales, pero no una continuidad en estos procesos.

Diseñar contenidos estratégicos planificados, siguiendo la lógica del marketing social y la comunicación participativa.

Promover talleres de autoformación sobre el uso de medios digitales para toda la comunidad de la fundación.

Vincular medios locales que visibilicen las historias de los animales y del voluntariado. Ya que es necesario “Utilizar los medios de comunicación locales (radio, televisión y prensa) para la difusión: si los tenemos en cuenta desde el principio y los hacemos sentir parte del proceso, ellos también nos darán cancha a lo largo del mismo” (CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, 2010, p. 42).

Estas recomendaciones concuerdan con el enfoque participativo, que propone equipos multimedia como dinamizadores de la difusión y la creatividad colectiva (CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, 2010).

Se recomienda para fortalecer la red, fortalecer alianzas con colegios, mediante propuestas educomunicativas enfocadas a la comunidad educativa que vayan más allá de los estudiantes y la prestación de su servicio social obligatorio.

Crear mesas permanentes de articulación entre refugios y entidades gubernamentales.

Fomentar la red virtual de padrinos y donantes mediante plataformas interactivas y campañas transparentes.

Establecer un grupo motor interno que garantiza la planificación y el seguimiento participativo de cada proyecto.

Fundamentos de la Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional

Contextuales

La Fundación Refugio Milagrinós, creada en 2014 por su actual directora Sussy Delgado, se ha consolidado como referente en el rescate y rehabilitación de animales en situación de vulnerabilidad, iniciando su labor en la localidad de Suba, Bogotá, y extendiendo su alcance a nivel nacional. La organización ha incidido directamente en la visibilización y abordaje de una problemática social apenas reconocida en años recientes, con un impacto sociocultural transformador como proyecto animalista sostenido y en crecimiento. Destaca la creación y fortalecimiento de redes de apoyo social, junto al posicionamiento en el entorno digital, alcanzado pese a sus limitaciones de recursos humanos y materiales dedicados a la comunicación organizacional; comportamiento que evidencia la necesidad y pertinencia de continuar profesionalizando y potenciando sus acciones en este ámbito. El refugio opera en un espacio rural arrendado, representando uno de los gastos mensuales más significativos para la fundación. En este ambiente seguro, armónico y amoroso, habitan actualmente unos 260 animales entre perros y gatos, muchos de ellos en proceso de rehabilitación física y emocional, otros listos para adopción, algunos en hogares de paso y los de mayor edad con residencia definitiva como hogar geriátrico.

Se distingue por su estructura organizativa democrática y colaborativa, donde la comunicación horizontal y los vínculos de confianza y empatía entre sus miembros y la comunidad en general son el eje del trabajo social y animalista. Su impacto se potencia gracias a la articulación de diversos actores sociales: directora, empleados, voluntarios, padrinos,

donantes, hogares de paso, empresas aliadas, instituciones educativas y seguidores en redes digitales.

Conceptuales

A menudo la comunicación horizontal igualitaria es definida como un proceso dialógico basado en la igualdad de los interlocutores, donde estos construyen juntos el conocimiento y todos aprenden de todos, constituyendo esta comunicación el fundamento para la transformación social hacia una sociedad más justa y equitativa (Freire, 2009).

En el caso de Refugio Milagrinós la horizontalidad se refleja en espacios de participación libre, reuniones espontáneas y la posibilidad de que todos los miembros aporten ideas para mejorar las prácticas y resultados internos y externos, e incluso mediante la participación de su comunidad en línea no solo mediante interacciones como comentarios y likes, sino a través de encuestas online. Este contexto ha facilitado la aplicación de estrategias de investigación-acción y metodologías participativas, ajustadas al ritmo y necesidades reales de la organización, promoviendo el protagonismo colectivo y la construcción comunitaria del conocimiento y la acción social (Kamlongera & Mafalopulos, 2008).

Se identifican, sin embargo, aspectos comunicacionales por fortalecer: la ausencia de vínculos con medios locales, el desaprovechamiento de relaciones con la comunidad educativa del sector, y la limitada articulación con fundaciones de apoyo a refugios. Igualmente, desde el punto de vista de la comunicación estratégica, la sobrecarga de roles en la fundadora/directora, y la escasa relación con el Estado dificultan la sostenibilidad institucional. “La comunicación estratégica implica la planificación y ejecución deliberada de mensajes y acciones comunicacionales, con el fin de alcanzar objetivos específicos y construir relaciones sólidas con diversos públicos” (Scheinsohn, 2010, p. 97).

Con base en estos hallazgos, se propone una estrategia dividida en tres líneas de acción:

- Nuevas alianzas.
- Fortalecimiento de alianzas existentes.
- Expansión de redes de apoyo para obtención de recursos materiales e intelectuales.

Línea 1. Nuevas alianzas

Objetivo

Establecer vínculos con medios de comunicación locales de Suba para aumentar la visibilidad del refugio mediante contacto directo, convocatoria a actividades especiales y generación de contenidos colaborativos.

Tabla 6

Acciones a realizar (línea 1)

Acción	Paso a paso	Responsable	Medios y espacios	Tiempo estimado	Resultados esperados
Contactar medios locales	Identificar medios comunitarios. Elaborar propuesta de alianza. Gestionar reuniones de presentación.	Directora en su rol de equipo de comunicación. Y si se le permite, voluntaria estudiante de comunicación social de la UNAD Valentina Ortiz.	Correo electrónico, llamadas, chats y reuniones presenciales o virtuales.	1 mes	Establecimiento de al menos una alianza o convenio de visibilización.
Invitar periodistas al refugio	Elegir evento abierto destacado del mes o temporada.	Directora, empleados y voluntaria, Valentina Ortiz.	Refugio, redes sociales, correo electrónico	1 mes Continuo	Generar notas periodísticas y publicaciones colaborativas.

	Enviar invitaciones personalizadas		y Chats.		
	Documentar cobertura y participación.				
Crear contenido narrativo y audiovisual.	Formar equipo de voluntarios. Asignar roles de redacción, fotografía y edición. Publicar en redes y enviar a medios	Directora. Equipo de contenidos formado por voluntarios. Se puede contar con Valentina Ortiz.	Plataformas digitales, prensa local.	2 meses	Incremento de alcance digital y reconocimiento social.

Nota. En esta tabla se evidencian las labores por realizar.

Línea 2. Fortalecimiento de alianzas educativas

Objetivo

Consolidar las relaciones con instituciones educativas de la localidad para la sensibilización sobre la responsabilidad animal desde la familia y la captación de nuevos voluntarios con diferentes profesiones y donantes, mediante la realización de escuelas de padres.

Tabla 7

Acciones a realizar (línea 2)

Acción	Paso a paso	Responsable	Medios y espacios	Tiempo estimado	Resultados esperados
Realizar escuelas de padres como escenario de comunicación entre el refugio	Presentar propuesta a directivos escolares. Programar escuelas de padres sobre	Coordinación académica de las instituciones educativas y directora del refugio	Colegios, aulas múltiples, plataformas institucionales	4 meses	Mayor participación de familias, nuevos voluntarios y donaciones.

y una mayor parte de la comunidad local. Y complemento a la ley Empatía.	tenencia responsable. Incorporar padres y tutores a actividades del refugio y a la base de datos.	en su rol de equipo de comunicación .			
Integrar profesionales a la producción de contenidos.	Identificar docentes o padres interesados. Coordinar talleres de creación digital. Difundir materiales elaborados.	Directora en su rol de Líder de alianzas y comunicación	Colegios, Fundación, redes educativas, talleres presenciales.	6 meses	Producción de materiales de difusión de calidad y colaboración sostenida.

Nota. Elaboración propia a partir de las actividades por realizar.

Línea 3. Expansión de redes de apoyo

Objetivo

Vincular al refugio a la Fundación Animal Care Project para ampliar la red de apoyo en recursos tangibles e intangibles, completando el proceso formal de inscripción, documentación y seguimiento de beneficios.

Tabla 8

Acciones a realizar (línea 3)

Acción	Paso a paso	Responsable	Medios y espacios	Tiempo estimado	Resultados esperados
Inscribir a refugio Milagros a la Fundación Animal Care	Ponerse en contacto con la fundación para Averiguar sobre el	Directora en su rol de asistente administrativa	Plataforma web de la Fundación Animal Care Project.	1 mes	Acceso a capacitaciones, recursos y alianzas.

Project. proceso de inscripción.
Recopilar documentos legales del Refugio de ser necesario.
Completar proceso de postulación en Fundación Animal Care Project.
Mantener constante seguimiento a los beneficios ofrecidos

Nota. Elaboración propia a partir de las actividades de la línea 3 por realizar.

Conclusiones

La Fundación Refugio Milagros ofrece un entorno propicio para la aplicación de la investigación-acción gracias a sus prácticas comunitarias con tendencia a la horizontalidad comunicacional. Las prácticas comunitarias horizontales de la Fundación Refugio Milagros se desarrollan mediante la participación activa y la colaboración de todos los miembros, independientemente de su formación académica. La estructura organizativa es flexible y se basa en la cooperación mutua en el mantenimiento diario del refugio y el cuidado de los animales. Por ejemplo, en los días de voluntariado, cada persona asume tareas según sus habilidades, como reparaciones, baños a los animales, rehabilitación o logística para eventos de adopción. La directora también participa en este enfoque horizontal, además de sus responsabilidades administrativas, de gestión y distribución de todas las tareas diarias, ella también realiza todo tipo de labores, junto a su grupo de trabajo. Logrando así mantener un contacto directo y cercano con el equipo y los voluntarios. Esta estructura organizativa permite a los miembros apoyarse mutuamente en momentos de necesidad, garantizando la eficiencia de las tareas y fortaleciendo vínculos basados en la confianza y el compromiso. Por lo que, fortalecer sus redes de comunicación y crear unas nuevas, puede contribuir a visibilizar la relevancia ética y social de su labor contra el maltrato y el abandono animal. Ayudando a cumplir sus objetivos tanto institucionales acorto y mediano plazo, como sociales a corto, mediano y largo plazo.

Las principales limitaciones son la sostenibilidad material y la concentración de funciones administrativas en la dirección, lo que dificulta el desarrollo de procesos de comunicación estructurados. Por lo tanto, el reto de la investigación-acción reside en desarrollar soluciones sencillas y prácticas adaptadas a las operaciones diarias de la fundación,

aprovechando la horizontalidad de sus conexiones y consolidando su papel pionero en el rescate y la rehabilitación animal.

Las metodologías para la recolección y el análisis de información sobre las redes sociales comunicacionales de una OSP que implican, por ejemplo, la realización de un trabajo de campo que permita observar directamente estas dinámicas, así como desarrollar ejercicios de acercamiento dialógico con los sujetos que integran la organización. Demanda asumir una posición de sujeto que, aunque investiga, también aprende, reflexiona y construye conocimiento de manera conjunta con los demás actores implicados. Todo ello resulta esencial para llevar a cabo procesos de investigación en los que la socio-praxis impulsa la transformación de realidades sociales mediante el diseño de estrategias comunicativas adaptadas a contextos y circunstancias específicas. Solo de esta manera será posible planificar y aplicar maniobras efectivas que respondan a necesidades concretas.

La investigación sobre la Fundación Refugio Milagrinos permite concluir que esta organización se configura como una comunidad solidaria que trasciende el simple rescate animal, convirtiéndose en un tejido social articulado por la empatía, la cooperación y la responsabilidad compartida. Su fortaleza radica en la red de vínculos humanos y digitales que la sostienen, donde la comunicación horizontal es el hilo conductor que posibilita el aprendizaje mutuo y el ejercicio constante de la participación. Sin embargo, enfrenta el desafío de profesionalizar su comunicación institucional y expandir sus alianzas estratégicas para sostener su misión ética y comunitaria. En esencia, Milagrinos representa un modelo vivo de transformación social desde la ternura, donde la cooperación entre especies y actores sociales abre rutas hacia una cultura de respeto, diálogo y equidad afectiva.

La fundación es un ejemplo de transformación social desde la empatía y la cooperación, que ha logrado sostenerse, generar transformaciones, cambiar la vida de los más vulnerables, no solo rescatándolos, rehabilitándolos y dándoles un hogar, sino siendo su voz en medio de una sociedad acostumbrada a mirar para otro lado cuando ve a un animal necesitado o que simplemente los trata como objetos desechables y sin sentimientos. Y sí, esto ha venido cambiando afortunadamente en los últimos tiempos gracias a labores como esta, que han venido despertando la conciencia humana frente a estas realidades.

Pero sin duda Milagros como toda organización, enfrenta desafíos sobre todo en la sostenibilidad de su labor a largo plazo, debido, por ejemplo, a que no se cuenta con un terreno propio, y este gasto mensual es muy significativo. Por lo que una forma de enfrentar la situación sin duda es ampliando y fortaleciendo sus redes para mejorar la gestión institucional. Ya que por medio de la obtención de más colaboradores se puede lograr la profesionalización de sus procesos comunicacionales, por ejemplo, para fortalecer sus redes sociales, llegar a monetizar canales a realizar programas de inscripción mensual que posibiliten la obtención de recursos de una manera más constante. Es decir que desde allí se pueden seguir logrando grandes cosas que continúen robusteciendo una cultura más animalista, permitiendo atacar las raíces del problema. Porque la idea ante todo es educar y sensibilizar a la sociedad para prevenir el abandono y el maltrato animal, y que a largo plazo los rescates que se requieren sean muchos menos, en lugar de que aumentar.

Referencias Bibliográficas

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnie. *Papeles del CEIC (1)*.
- Balcázar, F. E. (2019). Investigación Acción Participativa (IAP): aspectos conceptuales y dificultades de implementación. En F. E. Balcázar, *Fundamentos En Humanidades* (págs. 7-8, 59-77).
- Beltrán, L. R. (1979). Un adiós a Aristóteles: La comunicación horizontal. *Comunicación y Sociedad 6(1) - Editorial Cotéz*, 5-35.
- CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. (2010). *Manual de metodologías participativas*. http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf
- COPAL. (2025). *Comunidades Organizando el Poder y la Acción Latina*. Obtenido de COPAL: <https://copalmn.org/>
- Freire, P. (2009, 28 de marzo). *Didáctica Educomunicación*. <https://didacticaeducomunicacion.wordpress.com/2009/03/28/autor-y-modelo-teorico-de-comunicacion-paulo-freire/>
- Gallego, S. (2011). Redes Sociales y desarrollo humano. *Revista Castellano Manchega de Ciencias Sociales (12)*, 113-121.
- Kamlongera, C.& Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación (2ª ed.). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)*. <http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- López, J., & Salgado, D. (2012). *Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado*.

- 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>
- MILLA. (2025). *Minnesot Latino Leadership Alliance*. Obtenido de MILLA: <https://hacer-mn.org/milla/>
- Noguera Vivo, J. M. (2011). *Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online*. Editorial UOC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533%208>
- Novoa, N. (2022). *OVI Comunicación y Redes Sociales*. Obtenido de Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/52034>
- Scheinsohn, D. (2010). *Comunicación estratégica: origen y evolución del concepto*. *Revista de Comunicación y Sociedad*, 3(3), 95-110.
<https://es.scribd.com/document/657178508/Comunicación-Estrategica-Daniel-Scheinsohn>
- Villasante, T. (s.f.). *La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas*. Recuperado el 15 de noviembre del 2025. <https://ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf>
- Villasante, T. R. (2010). *Reflexividades socio-práxicas: esquemas metodológicos participativos*. *Red Cimas*, 2-25.

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención

Bogotá, septiembre 03 de 2023

Señores
Fundación Refugio Milagros
Atm. Sussy Varón
Fundadora y directora

Cordial saludo,

Mi nombre es Angelica Valentina Ortiz Vargas identificado(a) con C.C. **28540080** del municipio de **Ibagué**, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad portas de recibir el título de Comunicador Social.

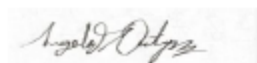
Escogí como trabajo de grado una opción muy interesante que es el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. El Diplomado busca posibilitar que, a través de un trabajo académico e investigativo, el estudiante proponga una acción o acciones de fortalecimiento comunicacional dirigidas a la organización con la cual se desarrolló la investigación. Estas acciones hacen parte de una estrategia que será formulada a partir de un juicioso proceso de contacto, indagación, y conocimiento de la organización, obviamente acogiéndose a los parámetros que las dinámicas propias de esta exijan.

La organización no se compromete a implementar la estrategia que el estudiante diseñe y proponga, pero si la organización lo considera adecuado y provechoso, sería muy importante realizar dicha implementación, lo cual además evidenciaría la pertinencia de la estrategia diseñada y posibilitaría alcanzar los objetivos propuestos en esta. Los resultados del trabajo realizado con la organización serán publicados en un documento académico en el cual quedará consignado todo el proceso.

Por lo anteriormente expuesto, solicito comedidamente que me permitan realizar con ustedes este trabajo durante los próximos cuatro (4) meses, en los cuales además de desarrollar el ejercicio investigativo, se buscará que los frutos de esta, sean acciones que fortalezcan y mejoren las dinámicas comunicativas dentro de su organización.

Mil gracias por su atención,

Atentamente,



Angelica Valentina Ortiz Vargas
Cel. +1 6514176833
E-mail: darmangel27@hotmail.com

Apéndice B

Carta de aprobación

Bogotá, septiembre 04 de 2025

Señora
Angélica Valentina Ortiz Vargas
Estudiante de Comunicación Social - UNAD
Bogotá

Cordial saludo,

En nombre de la **Fundación Refugio Milagrinos**, recibimos con gran satisfacción su solicitud para desarrollar, junto con nuestra organización, el trabajo de grado en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

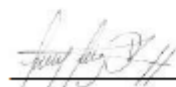
Queremos expresarle que su propuesta es de gran importancia para nosotros, ya que confiamos en que este proceso investigativo y académico contribuirá al fortalecimiento de nuestras dinámicas comunicativas internas y externas, así como al mejoramiento de la proyección social de la Fundación.

Estamos totalmente dispuestos a brindarle el apoyo necesario durante el tiempo que dure el proyecto. Para ello, quedamos atentos a la metodología y cronograma de trabajo que nos comparta, así como a los requerimientos de información que precise, de manera que podamos acompañarla en la construcción de los insumos que requiera para el desarrollo de su investigación.

Le reiteramos nuestro agradecimiento por habernos seleccionado como la organización con la cual adelantará este valioso trabajo, y le manifestamos nuestra disposición para facilitar el cumplimiento de sus objetivos académicos.

Con sentimientos de aprecio y gratitud,

Atentamente



Susy Delgado
Fundadora y directora
Fundación Refugio Milagrinos
email: milagrinos.refugio@email.com
Contacto telefónico: 3123069460



Apéndice C

Preguntas cualitativas

Sobre Red Social

¿Qué papel cree que juegan las relaciones entre el refugio, otras personas y organizaciones, para la consecución de sus objetivos?

¿Cómo evalúa el impacto y el alcance que tienen actualmente las redes sociales digitales del Refugio Milagrinos frente a los principales desafíos que enfrenta la organización en este momento?

Siendo la Fundación Refugio Milagrinos una organización legalmente constituida, ¿podría compartir las razones por las cuales no existe actualmente ninguna relación con entidades estatales para la gestión o consecución de recursos, a pesar de que en Colombia la normatividad vigente fundamenta y garantiza beneficios tributarios, acceso a programas oficiales, supervisión estatal y la eventual posibilidad de obtener predios, recursos o participar en contratos públicos para fundaciones animalistas?

Sobre Comunicación Participativa

¿Qué mecanismos o canales formales e informales existen en la fundación para que los miembros y voluntarios expresen sus ideas y opiniones?

¿Puede explicar el proceso por medio del cual se toman las decisiones importantes dentro de la organización?

¿Qué espacios o medios de comunicación internos y externos utiliza la fundación para fomentar la participación, el intercambio de información, ideas y opiniones, entre sus miembros, voluntarios y la comunidad en general?

Sobre Comunidad

¿Qué significado considera que tiene para usted y para los demás, ser parte de la comunidad de la Fundación Refugio Milagrosos?

¿Cómo describiría la manera en que la fundación crea un sentido de pertenencia entre sus integrantes?

¿Qué características o acciones cree que fortalecen la unión y colaboración entre las personas, que conforman esta comunidad?

Apéndice D*Enlace Entrevista 1*<https://youtu.be/DPrZu336828>

Apéndice E

Enlace Entrevista 2

<https://youtu.be/FZZxBu8wkXA>

Apéndice F

Registro fotográfico



Collage fotografías tomadas en la celebración del día del amor y la amistad en el Refugio Milagrinosa

Apéndice G

Enlace grabación de la Reunión de Estrategia de Devolución Con la OSP

<https://youtu.be/d-KCPwChL4>