

**Estrategia de Comunicación Participativa Externa, Comunicación Interna y Redes
Comunitarias Para La Fundación Sergio Urrego**

Giulliana Calderón García

Asesor

Carlos Andrés Llanos Soto

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Comunicación Social

2025

Resumen

El presente trabajo aborda la experiencia investigativa desarrollada con la Fundación Sergio Urrego, una organización sin ánimo de lucro dedicada a la promoción de los derechos humanos, la inclusión social y la prevención del suicidio motivado por la discriminación. Desde el enfoque de la socio-praxis y las metodologías participativas, el proyecto analiza cómo las dinámicas comunicativas y relacionales dentro de la fundación contribuyen a la construcción de redes sociales de apoyo y a la transformación social.

A través de la observación directa, entrevistas y trabajo de campo, se evidenció que la comunicación participativa es un eje articulador que potencia la cohesión interna y la incidencia social de la organización. Se identificaron fortalezas como el compromiso ético de sus integrantes, la horizontalidad en la toma de decisiones y el impacto de la Línea “Salva Vidas”, así como desafíos vinculados a la falta de estrategias digitales orgánicas y de protocolos de comunicación interna.

El estudio propone acciones orientadas a fortalecer la interacción institucional y la participación de los beneficiarios en los procesos comunicativos. En conclusión, la investigación resalta la relevancia de la socio-praxis como un proceso reflexivo, ético y transformador que permite comprender la comunicación no solo como medio, sino como práctica social para la construcción de comunidad, empatía e inclusión.

Palabras clave: Comunicación Participativa, Fundación Sergio Urrego, Redes Sociales, Socio-Praxis, Inclusión.

Abstract

This research presents the investigative experience developed with the Sergio Urrego Foundation, a non-profit organization devoted to promoting human rights, social inclusion, and the prevention of suicide caused by discrimination. From the perspective of socio-praxis and participatory methodologies, the study analyzes how communicative and relational dynamics within the foundation contribute to building support networks and fostering social transformation.

Through fieldwork, interviews, and direct observation, it was found that participatory communication functions as an articulating axis that strengthens both internal cohesion and the organization's social impact. Strengths such as ethical commitment, horizontal decision-making, and the effectiveness of the "Línea Salva Vidas" were identified, along with challenges related to the lack of organic digital strategies and structured internal communication.

The research proposes actions to enhance institutional interaction and community participation. In conclusion, the study highlights the importance of socio-praxis as an ethical and transformative process through which communication becomes a social practice that builds empathy, inclusion, and community.

Keywords: Participatory Communication, Social Networks, Socio-Praxis, Sergio Urrego Foundation, Inclusion.

Tabla de Contenido

Introducción	8
Aprestamiento	9
Justificación de la Escogencia de la OSP	12
Conceptualización	15
Informe de Identificación	16
Implicación	19
Informe Sociopráxico	21
Construcción	24
Informe de Investigación	26
Proyección	29
Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia Comunicacional de la OSP	29
Conclusiones	37
Referencias Bibliográficas	38

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Información General</i>	9
Tabla 2 <i>Ficha Descriptiva</i>	15
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	19
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	24
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	24

Lista de Figuras

Figura 1 *Sociograma (Fundción Sergio Urrego)*.....23

Figura 2 *Conjuntos de Acción (Fundación Sergio Urrrego)*.....23

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	39
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	40
Apéndice C <i>Preguntas Entrevista Cualitativa</i>	41
Apéndice D <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	42
Apéndice E <i>Enlace Entrevista Cualitativa</i>	43
Apéndice F <i>Registro Fotográfico</i>	44
Apéndice G <i>Enlace Video Devolución</i>	45
Apéndice H <i>Registro Fotográfico</i>	46

Introducción

El presente trabajo surge en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) y se desarrolla en articulación con la Fundación Sergio Urrego. Esta organización, nacida tras un caso emblemático de discriminación escolar, ha consolidado una trayectoria orientada a la defensa de los derechos humanos y la promoción de ambientes educativos inclusivos.

La investigación se fundamenta en el enfoque de la socio-praxis, entendido como un proceso en el que teoría y acción se integran mediante la reflexión crítica y la participación activa de los actores involucrados. Desde esta perspectiva, el propósito del trabajo es analizar cómo las prácticas comunicativas de la fundación contribuyen a fortalecer sus redes sociales internas y externas, y de qué manera dichas dinámicas inciden en su capacidad de transformación social.

El estudio se desarrolló a partir de la observación de campo, entrevistas cualitativas y análisis comparativo con otras organizaciones sociales, con el fin de identificar oportunidades, dificultades y aprendizajes. En este contexto, la Fundación Sergio Urrego representa un escenario idóneo para comprender la comunicación como práctica participativa, horizontal y orientada a la construcción de comunidad.

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
Fundación Sergio Urrego	<p>La fundación Sergio Urrego tiene el propósito de promover ambientes sociales y educativos incluyentes, para la prevención de la discriminación y la defensa de los derechos de los niños, niñas, adolescentes, jóvenes y sus familias contribuyendo a la disminución de las tasas del suicidio motivado por discriminación.</p> <p>Las acciones relevantes que desarrolla son: Ambientes escolares educativos e incluyentes: Servicios de formación dirigidos a NNAJ e instituciones</p>	<p>Se escogió ya que es una fundación sin ánimo de lucro donde se observan relaciones de horizontalidad de educación e intervención que realizan como los talleres de enseñanza que realizan. Su dinámica social busca mejorar las condiciones de vida colectiva desde ámbitos culturales, políticos, educativos y de bienestar social.</p>	<p>Posibles oportunidades: creación de redes de comunicación entre las personas que asisten a esta organización y nuevas estrategias para construir redes sociales.</p>	<p>Posibles dificultades: cooperación en la implementación de estrategias y problemas económicos si estas requieren recursos financieros.</p>

educativas para la construcción y garantía de ambientes escolares educativos e incluyentes.

Atención, contención de crisis y prevención del suicidio: Servicios de intervención en crisis por situaciones de riesgo asociadas a discriminación, conductas suicidas en contextos de emergencia y aislamiento, a través de acciones directas de prevención y orientación psicosocial.

Incidencia política: Participación en espacios políticos para construir un marco normativo donde se priorice la prevención del suicidio, la discriminación y violencia basada en género.

Fundación
Grupo Social

La Fundación Grupo Social contribuye a superar las causas

Es una fundación sin ánimo de lucro donde se

Oportunidades: al ser una fundación con historia y

Dificultades: al ser sin ánimo de lucro, puede enfrentar

	<p>estructurales de la pobreza para construir una sociedad justa, solidaria, productiva y en paz. Buscan la transformación real de la sociedad colombiana basados en la solidaridad, la ética, los valores trascendentes, el bien común y el desarrollo de los sectores marginados. Se proponen ser testimonio de una forma diferente de actuación, a través de sus empresas y del acompañamiento que realizan en las comunidades más necesitadas.</p>	<p>observan relaciones de horizontalidad de educación e intervención. Su dinámica social busca mejorar las condiciones de vida colectiva desde ámbitos culturales, políticos, educativos y de bienestar social.</p>	<p>legitimidad, facilita alianzas y acceso a recursos; ofrece la posibilidad de trabajar en lo cultural, educativo, político y social, adaptándose a diferentes contextos.</p>	<p>limitaciones financieras que afectan la continuidad de proyectos. El trabajo participativo requiere tiempo y no siempre genera resultados inmediatos.</p>
<p>Fundación Gilberto Alzate</p>	<p>La Fundación desarrolla talleres, laboratorios de co-creación y espacios de reflexión. En 2024 ofreció 'Construyendo futuro a través de la moda sostenible', con 73 actividades que beneficiaron a más de 1.100 personas. Además, otorga</p>	<p>El criterio de selección fue diferenciado ya que su propósito no es económico, sino social y cultural, enfocándose en generar valor colectivo y transformación en la ciudad. De manera participativa con artistas,</p>	<p>Oportunidades: aporta diagnósticos y estrategias que ayudan a consolidar redes de apoyo y cooperación entre grupos que usualmente trabajan de manera aislada; ofrece la posibilidad de documentar y dar a conocer procesos</p>	<p>Dificultades: no todos los actores tienen los mismos objetivos, lo que puede generar tensiones, resistencias o falta de compromiso. Algunas comunidades pueden mostrar desinterés en integrarse o temer ser instrumentalizadas por la investigación.</p>

estímulos a creadores y artistas: en ese mismo año destinó 132 apoyos en diversas disciplinas.	colectivos, emprendedores y comunidades, crea espacios de co-creación. Esto favorece dinámicas horizontales donde las comunidades no son receptoras pasivas, sino protagonistas.	exitosos de articulación social, que pueden servir de modelo en otros contextos.
Impulsa la economía y cultura del centro con la estrategia 'Tardeando el Centro', que agrupa más de 100 establecimientos como galerías, cafés, librerías, teatros y museos. A través de la plataforma 'En El Centro Encuentro', visibiliza más de 120 marcas y 200 productos y 150 servicios de emprendedores de las localidades del centro, incluyendo turismo comunitario.		

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

Justificación de la Escogencia de la OSP

La Fundación Sergio Urrego es una entidad sin ánimo de lucro dedicada a la defensa de los derechos humanos, la inclusión social y la construcción de ciudadanía, con especial énfasis en la diversidad sexual, de género y cultural. Su labor se centra en la educación, la

sensibilización social y el acompañamiento a comunidades que enfrentan discriminación o exclusión. En este sentido, su elección como organización aliada resulta coherente con los principios de la Investigación-Acción Participativa (IAP), pues existe una coincidencia entre sus objetivos institucionales y la metodología propuesta.

En particular, la Fundación promueve procesos de horizontalidad y participación activa de las comunidades, lo cual refleja los fundamentos de la IAP. Como señala López Rojas (2011), la comunicación participativa latinoamericana se ha caracterizado por el énfasis en el diálogo, la construcción colectiva y la transformación social, aspectos presentes en el quehacer de la organización. De esta manera, su incidencia social no se limita a la teoría, sino que se traduce en transformaciones concretas en la vida de jóvenes y comunidades, al generar espacios de reflexión, resiliencia y acción colectiva.

Ahora bien, estas características ofrecen múltiples oportunidades para el proceso investigativo. Entre ellas, se destacan el empoderamiento comunitario, ya que la población atendida puede asumir un rol protagónico en la construcción de soluciones conjuntas, y el fortalecimiento de redes sociales, que, como plantea Gallego Trijueque (2011), cumplen una función esencial en la integración y la acción colectiva. Asimismo, la colaboración con la Fundación facilita la producción de conocimiento situado y genera retroalimentación institucional, lo cual permite ajustar y enriquecer sus programas en marcha.

Sin embargo, es necesario reconocer que también pueden presentarse dificultades en la implementación de la IAP. La diferencia entre las expectativas de cambio inmediato de la comunidad y los tiempos propios de la investigación puede generar tensiones, al igual que las limitaciones económicas y logísticas de los equipos. A esto se suman las posibles barreras

comunicativas entre lenguajes académicos y comunitarios, que requieren mediación constante, y el desafío de asegurar la sostenibilidad de los procesos más allá de la duración del proyecto.

En conclusión, la Fundación Sergio Urrego constituye un escenario idóneo para la implementación de la IAP, ya que su misión transformadora y su compromiso con la inclusión social y los derechos humanos coinciden con los objetivos de la investigación. Aunque existen limitaciones, estas se convierten en retos y aprendizajes que fortalecen tanto a la organización como a las comunidades vinculadas. De esta manera, la articulación entre los principios de la comunicación participativa (López Rojas, 2011) y el enfoque de redes sociales como base del desarrollo humano (Gallego Trijueque, 2011) refuerza la pertinencia de esta elección y le otorga coherencia al proceso planteado.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha Descriptiva

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	La fundación Sergio Urrego nace hace 10 años, a raíz de la muerte de Sergio Urrego el hijo de Alba Reyes, la directora. Se crea con el fin social de trabajar temas de prevención de discriminación en ámbitos escolares, trabaja específicamente con personas LGBTIQ+ para generar espacios inclusivos y trabajan con brigadas salvavidas con el tema de primeros auxilios psicológicos, todo alrededor de la salud mental
Objetivos o intenciones de ayuda social.	La intención de ayuda social que tiene la fundación es de brindar una línea de comunicación gratuita a la cual se le llama “Línea salvavidas” esta funciona las veinticuatro horas del día, los siete días de la semana donde se da ayuda psicológica. Además de realizar otros espacios como charlas, talleres o eventos que vayan en pro de evitar el suicidio y la discriminación de niños, niñas y adolescentes. Se evidencia que hay reuniones cada quince días para gestionar los proyectos de la fundación, existe un correo corporativo que es el canal comunicación oficial entre los integrantes.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	La mayoría de los practicantes de la fundación son voluntarios, en la línea salva vidas son practicantes de psicología y voluntarios quienes atienden las llamadas.
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	La cobertura de la fundación es cubierta completamente en Colombia, en el último informe atendieron 2431 llamadas para el país. A nivel mundial se reciben llamadas de: USA, Mexico, Venezuela, Bolivia, Australia, EAU, Honduras, Perú e Israel. Y se aproxima que el número de integrantes de la fundación sean 60 personas.
Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)	La organización de la fundación se divide en: Dirección, subdirección, coordinación de comunicaciones, departamento de psicología, proyectos, talento humano y el departamento jurídico. La fundación tiene un gran sentido de familiaridad pues el origen de esta fue de la directora Alba y posterior del subdirector David quienes eran los únicos atendiendo la línea. Con los años la fundación logró ampliarse gracias los voluntarios quienes lo hacen con el fin de ayudar lo cual ocasiona que entre los mismos integrantes haya un mismo objetivo y al ser un tema de salud mental
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	
Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	

Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.	ellos mismos son su apoyo pues trabajar con temas que se tornan pesados psicológicamente es necesario tener una red de apoyo. A nivel de participación interna se valoran todas las estrategias y/o propuestas de los integrantes, suelen realizar eventos de informes, casa cultural, talleres donde todos son invitados y hay actividades de integración. A nivel, exterior funciona similar se realizan talleres, visitas a centros educativos, las líneas salvavidas también funcionan, en la página web hay una sección de escuela virtual donde cualquiera puede informarse, al igual, existe el sello Sergio Urrego el cual certifica a los centros educativos en pro de evitar la discriminación.
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	La única comunicación interna que existe en la fundación es por medio del correo corporativo y grupos de WhatsApp que se delegan.
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	La comunicación externa se da por los canales como: Instagram, página web, Tik tok, X y la línea salvavidas.
Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo. Logros de proyectos exitosos.	Desde la coordinación de comunicaciones se realiza una parrilla de contenido mensual, este mes se presentó el informe anual de la línea salvavidas donde se atendieron más de 2000 llamadas. El proyecto más exitoso de la fundación ha sido la Sentencia T-478 de 2015 de la Corte Constitucional, emitida el 3 de agosto de 2015, resolvió el caso de Sergio Urrego tras la tutela interpuesta por su madre. La Corte determinó que el colegio vulneró derechos como el libre desarrollo de la personalidad, la igualdad y la intimidad, al sancionarlo por su orientación sexual. Ordenó revisar los manuales de convivencia para eliminar disposiciones discriminatorias y garantizar entornos inclusivos. También exigió al Ministerio de Educación implementar medidas contra el acoso escolar y asegurar la aplicación de la Ley 1620 de 2013.
Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales. Otros aspectos para comentar.	La principal dificultad para la fundación son los recursos económicos ya que al trabajar con voluntarios no siempre el personal es fijo y hay proyectos que requieren de un presupuesto fijo. A nivel de comunicación se ve un problema de comunicación interna ya que no hay una estrategia y lo mismo pasa con Tik Tok ya que la fundación cuenta con una alianza con esta red y no se ha potencializado.

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

Informe de Identificación

La Fundación Sergio Urrego es una organización que surge tras la muerte de Sergio Urrego y se constituye desde hace una década como un espacio dedicado a la prevención de la discriminación y a la promoción de entornos inclusivos, especialmente en instituciones

educativas. Su práctica social se centra en la defensa de los derechos de personas LGBTIQ+, la prevención del acoso escolar y la atención en salud mental mediante acciones como brigadas de primeros auxilios psicológicos y acompañamiento psicosocial.

La fundación orienta su acción social a través de la Línea Salvavidas, un mecanismo gratuito y permanente de apoyo emocional disponible las veinticuatro horas del día. Este canal permite brindar atención psicológica en situaciones de riesgo y articular procesos complementarios como talleres, charlas y actividades pedagógicas que buscan prevenir el suicidio y reducir la discriminación hacia niños, niñas y adolescentes. La práctica organizativa interna se estructura mediante reuniones quincenales para la gestión de proyectos y el seguimiento de procesos, apoyándose en canales formales como el correo corporativo y en medios operativos como grupos de WhatsApp.

Los integrantes de la fundación se caracterizan por un alto componente de voluntariado. La línea de atención está conformada principalmente por estudiantes en práctica de Psicología y colaboradores que aportan su conocimiento y tiempo. Se estima que la organización cuenta con cerca de sesenta integrantes, lo que le permite una cobertura nacional sólida. El último informe reportó más de dos mil cuatrocientas llamadas atendidas en Colombia, además de interacciones internacionales provenientes de países como Estados Unidos, México, Venezuela, Bolivia, Australia, Emiratos Árabes Unidos, Honduras, Perú e Israel.

La estructura organizativa se compone de dirección, subdirección, coordinación de comunicaciones y áreas especializadas como psicología, proyectos, talento humano y jurídico. Esta división facilita el abordaje interdisciplinar de los objetivos institucionales. Al interior, la organización mantiene vínculos sociales fuertes que se fundamentan en el sentido de apoyo

mutuo y solidaridad, construido desde sus orígenes familiares y reforzado por la exigencia emocional del trabajo en salud mental.

En cuanto a la participación, la fundación promueve espacios internos de integración y construcción colectiva, valorando las propuestas de sus integrantes. Hacia el exterior, mantiene una presencia activa en instituciones educativas, opera su escuela virtual e impulsa el Sello Sergio Urrego, una certificación que reconoce a las instituciones que trabajan en la prevención de la discriminación. La comunicación externa se realiza mediante redes sociales como Instagram, TikTok, X, la página web y la propia Línea Salvavidas. Aun así, se identifica la necesidad de fortalecer la estrategia digital, especialmente en torno a la alianza con TikTok que aún no ha sido plenamente aprovechada.

Dentro de los proyectos más significativos, la fundación destaca la Sentencia T-478 de 2015 de la Corte Constitucional, un logro histórico que ordenó revisar los manuales de convivencia para eliminar prácticas discriminatorias y fortalecer entornos educativos inclusivos en el país. Entre las principales dificultades se encuentran la disponibilidad limitada de recursos económicos y la inestabilidad del recurso humano voluntario, lo cual impacta la continuidad de los proyectos. Finalmente, se evidencia la necesidad de consolidar una estrategia de comunicación interna más robusta que optimice los procesos y fortalezca la coordinación entre áreas.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

<p>OSP: Fundación Sergio Urrego</p> <p>Hora inició: 6:00PM</p> <p>Participantes: directora de la fundación, voluntarios, que hacen parte de la fundación, psicólogos de la línea, coordinadora de comunicaciones, estudiantes asistentes grupo musical, personal de la secretaria de salud.</p>	<p>Actividad: Presentación informe #6 salva vidas y celebración de los 10 años de la fundación</p> <p>Hora finalización: 9:30 PM</p> <p>Investigador: Giulliana Calderón García</p>	<p>Fecha: 11/09/2025</p> <p>Lugar: U. Compensar av. 68 #68b-10</p>
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
<p>Asistí el día once de septiembre a la presentación del sexto informe de la línea salvavidas de la fundación, al mismo tiempo que a celebración de los 10 años de aniversario de la fundación.</p> <p>El evento estaba citado para las cinco de la tarde, pero inició cerca de las seis y media.</p> <p>Para destacar a la entrada del salón ubicaron la tienda que posee la fundación con el fin se sostener la casa cultural.</p> <p>Previamente tuve una reunión con Jessica Ríos coordinadora de comunicaciones quien me</p>	<p>Al ser un ente observador en este evento y al mismo tiempo ser la primera vez que conocía a los participantes de la fundación pude recibir y comprender muy bien a lo que se dedican.</p> <p>En el transcurso de la ceremonia la fundación supo explicar de manera concreta a los asistentes con datos cuantitativos a que partes de Colombia llega la línea y también a nivel internacional, su objetivo que es prestar un servicio de apoyo a niños, jóvenes y adolescentes que llaman a esta línea por temas de salud mental, suicidio o temas afines.</p>	<p>En cuanto al tema comunicacional si bien existió una parrilla de contenido siento que el contenido no estaba diseñado para ser genuino u orgánico. Ya que se tomaba una foto sin mucho contexto por ejemplo de una pizarra y se colocaba en caption a cuantas personas a llegado la línea y pienso que este contenido no conecta con el público, no incita a que haya una conversación en los comentarios solo se coloca para informar pero se deja de un lado que para tener exposición en redes sociales hay que generar actividad incitando a que la audiencia sienta la necesidad de responder en los comentarios, de compartir y esto se hace desde lo que se pone en el caption y el post tiene que ser pulido o editado no solo tomar una foto de la persona que está hablando.</p>

mostro la parrilla de contenido y me explico que había una directriz de creación de contenido para cada red social, ya tenían indicado si era una foto, video o en vivo y también ya tenía el caption estructurado.

La ceremonia inició con las palabras de una presentadora quien indicaba el orden de los puntos de la ceremonia.

En su orden hablaron representantes de la secretaria de salud, psicólogos que trabajan para la línea salvavidas, hubo un panel con expertos en psicología y educación, hubo una intervención musical del grupo Flor de Lava, palabras de la directora, la presentación oficial del informe salvavidas a cabo de los investigadores, voluntarios y coordinadores.

Se culminó con un brindis y aperitivos para la celebración de los 10 años de la fundación.

Con respecto al tema comunicacional durante la reunión que tuve con Jessica cada intervención (palabras de la fundadora, palabras de la psicóloga, etc) estaba dirigida hacia una red social diferente, decía específicamente si se subía una foto o video. En el caso de Tiktok se tenía que hacer un video ya que la fundación tiene convenio con esta red social con respecto a que Tiktok está promoviendo una línea educativa y refiere a la fundación para que quien lo necesite llame.

Las palabras de cada persona fueron importantes y le dieron sentido y autoridad al informe como la explicación por parte del coordinador de cómo funciona la línea, que atienden los veinticuatro horas del día, que las personas que la atienden son voluntarios y practicantes de psicología, al igual, como desde la secretaria de salud y educación tienen relación con la fundación y se apoyan.

Al igual, la presentación de Flor de Lava fue muy acorde pues las letras de sus canciones van a fin a la salud mental y el amor propio.

Lo que me di cuenta fue que tocaba montar el post apenas la persona hablara lo cual no da tiempo de editar, por esto pienso que sabiendo quien iba hablar y teniendo los datos se pudieron haber realizado piezas previamente.

Con respecto a los en vivos se realizó uno permanente por Facebook, pero los presentadores nunca interactuaron con él en vivo por ejemplo a hacer un panel de preguntas por Facebook, lo mismo paso con Tik Tok y en Instagram solo hubo una historia al inicio. Se pudo haber hecho un cubrimiento por medio de las historias de Instagram interactuando colocando encuestas o cajas de preguntas.

Informe Sociopráxico

La socio-praxis se entiende como un modo de investigación-acción que no se limita a describir, sino que implica al investigador y a la comunidad en un proceso de reflexión y transformación conjunta. En la fase de recolección de información en la Organización Social de Participación (OSP), esta perspectiva se materializó en prácticas que desbordaron la observación pasiva para convertirse en un ejercicio de implicación activa, diálogo crítico y construcción compartida de significados. El diario de campo elaborado durante la experiencia permitió constatar cómo el conocimiento se construyó desde la interacción situada y las vivencias concretas de los actores sociales.

Durante la actividad de presentación del informe de la línea “Salva Vidas” y la celebración de los 10 años de la Fundación Sergio Urrego, la recolección de información no se redujo a levantar datos, sino que se vivió como un espacio de encuentro entre discursos institucionales, saberes comunitarios y prácticas culturales. La socio-praxis se hizo evidente en la manera en que cada intervención (psicólogos, coordinadores, representantes de la Secretaría de Salud) se articuló con un propósito comunicativo y transformador. Como señalan Gutiérrez y Villasante (2007), las metodologías participativas no buscan únicamente conocer el “cómo es” de la realidad, sino preguntarse “para quién y para qué es el conocimiento”, con una pretensión transformadora de las redes sociales (p. 125).

El diario de campo mostró que las dinámicas comunicativas durante el evento estaban fuertemente mediadas por las redes sociales digitales. La planificación previa de contenidos para TikTok, Facebook o Instagram no fue solo un ejercicio técnico, sino una forma de tejer vínculos y ampliar la presencia de la OSP en distintas audiencias. Esto conecta con lo que Hein et al. (2013) plantean al destacar que la investigación de redes sociales cualitativas busca incluir la

perspectiva subjetiva y la agencia de los actores involucrados, complementando lo cuantitativo con narrativas y sentidos (p. 59).

La vivencia de la socio-praxis se expresó también en la tensión entre lo planificado y lo emergente. Aunque existía una parrilla estructurada de publicaciones, el investigador observó que el contenido carecía de organicidad y no generaba suficiente interacción. Esa crítica reflexiva es parte esencial de la praxis, entendida como una espiral de acción-reflexión-acción. Villasante (2006) lo explica al señalar que la praxis supone “la unidad entre lo objetivo y lo subjetivo, en la cual la teoría se integra como un momento necesario, pero siempre nutrida de la experiencia vivida y del compromiso en la acción” (p. 2). En este sentido, el aprendizaje no fue solo metodológico, sino también ético y político: la necesidad de producir comunicación más dialógica y participativa para fortalecer los vínculos con las comunidades.

La socio-praxis, en la fase de recolección de información de la OSP, se vivió como un proceso de construcción colectiva donde la experiencia práctica se convirtió en conocimiento compartido. La observación del evento permitió reconocer que los datos no son neutrales ni meramente descriptivos: son expresiones de redes, tensiones y narrativas en disputa.

El análisis desde la socio-praxis muestra que la información solo cobra sentido cuando se articula con la agencia de los actores y con fines de transformación social. La práctica comunicativa de la Fundación, aunque perfectible, se constituyó en un laboratorio vivo de reflexión crítica sobre cómo generar vínculos más horizontales y genuinos.

En síntesis, la recolección de información en la OSP trascendió lo técnico para situarse en un plano de praxis: una experiencia de implicación, crítica y transformación, coherente con los principios de las metodologías participativas y de la investigación-acción.

Construcción

Figura 1

Sociograma



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

Figura 2

Conjuntos de Acción



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

Tabla 4*Matriz de Posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Equipo directivo (representante legal, directora, coordinadores y dependencias)	X			
Otras OSP u organizaciones sin ánimo de lucro	X			
Línea Salvavidas (voluntarios y psicólogos)	X			
Beneficiarios (niños, adolescentes y adultos atendidos)	X			
Gobierno local		X		
Escuelas y universidades	X			

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

Tabla 5*Matriz Comparativa*

Categoría	OSP Escogida: Fundación Sergio Urrego	OSP 1: Fundación Grupo Social	OSP 2: Fundación Gilberto Álzate Avenidaño
Fines u objetivos (Misión y Visión)	Promover ambientes educativos y sociales incluyentes, prevenir la discriminación y defender los derechos humanos de niños, niñas, adolescentes y jóvenes, especialmente de la población LGBTIQ+. Su visión es contribuir a una sociedad libre de prejuicios y violencia, donde se garantice la diversidad y la vida digna.	Superar las causas estructurales de la pobreza mediante la solidaridad, la ética y el desarrollo de los sectores marginados. Busca la transformación de la sociedad colombiana hacia una más justa, solidaria, productiva y en paz.	Fortalecer la cultura y la economía creativa del centro de Bogotá mediante procesos de co-creación, apoyo a artistas y emprendedores, y articulación entre ciudadanía e instituciones públicas. Su visión es consolidar el centro como un territorio cultural, incluyente y sostenible.
Localización	Bogotá D.C., con cobertura nacional y atención internacional a través	Presencia nacional, con sedes en distintas regiones del país.	Bogotá D.C., principalmente en el centro histórico y cultural de la ciudad.

	de la Línea Salva Vidas.		
Miembros	Aproximadamente 60 integrantes entre voluntarios, practicantes de psicología, coordinadores y equipo directivo.	Amplia red de colaboradores, profesionales y comunidades acompañadas. Estructura formal con equipos técnicos y administrativos consolidados.	Personal administrativo, curadores, gestores culturales, artistas y emprendedores aliados; estructura flexible según los proyectos culturales.
Aliados	Secretaría de Salud, Ministerio de Educación, TikTok (alianza educativa), instituciones educativas y universidades.	Entidades públicas, privadas, y comunidades locales; empresas del grupo económico asociado.	IDARTES, Secretaría de Cultura, comercios y colectivos artísticos del centro de Bogotá.
Antigüedad	10 años (creada en 2014 tras el caso de Sergio Urrego).	Más de 100 años de trayectoria en Colombia.	Más de 20 años de gestión cultural (fundada en 2001).
Descripción de sus redes sociales	Activa en Instagram, TikTok, X, Facebook y sitio web. Comunicación centrada en la empatía, prevención y educación. Falta estrategia integral de interacción y contenido orgánico.	Comunicación institucional sólida, enfocada en la transparencia, los resultados y la relación con aliados estratégicos.	Uso de redes para visibilizar actividades culturales, promover eventos y generar participación ciudadana; manejo profesional de imagen pública.
Tipo de comunidad ética	Comunidad solidaria y empática, orientada al bienestar emocional, la inclusión y la defensa de la vida. Se basa en valores de respeto, diversidad y colaboración horizontal.	Comunidad ética de servicio, centrada en la equidad social, la justicia y la solidaridad.	Comunidad creativa y colaborativa, que promueve el arte como medio de transformación social y participación colectiva.

Nota. Elaboración propia con base en la observación directa, entrevistas y trabajo de campo (Fase 3 del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, 2025). Información complementaria de las páginas oficiales y documentos institucionales de las OSP comparadas.

Informe de Investigación

El presente informe recoge los hallazgos obtenidos durante la fase de recolección de información en la Organización Social de Participación (OSP), representada por la Fundación Sergio Urrego. Desde la perspectiva de la socio-praxis, se analizan las relaciones, la comunicación y la dinámica organizacional como procesos que articulan reflexión, acción y transformación. Asimismo, se aborda el funcionamiento de la fundación como una red de vínculos humanos e institucionales que promueve la inclusión, la diversidad y el respeto por los derechos humanos.

La OSP se configura como una red dinámica de relaciones entre distintos actores directora, coordinadores, voluntarios, beneficiarios e instituciones aliadas, quienes comparten una motivación común orientada a la defensa de los derechos humanos y la promoción de la diversidad. Esta estructura relacional refleja lo expuesto por Martín Gutiérrez (1999), quien afirma que las redes sociales deben entenderse como sistemas interdependientes donde los vínculos generan significados compartidos y procesos de transformación colectiva.

Durante la recolección de información, la socio-praxis se manifestó en prácticas colaborativas que propiciaron el diálogo, la crítica constructiva y la generación colectiva de conocimiento. Actividades como la presentación del informe de la línea “Salva Vidas” y la conmemoración de los 10 años de la Fundación fueron espacios de encuentro entre saberes institucionales y comunitarios. En estos escenarios, la investigación se vivió como un ejercicio ético y político, orientado a la comprensión del otro y a la construcción de sentido común.

Tal como señalan Gutiérrez y Villasante (2007), las metodologías participativas no solo buscan conocer la realidad, sino también transformarla mediante la reflexión y la acción

compartida. Esta perspectiva se evidenció en la Fundación al observar cómo la comunicación funcionó como un eje articulador del tejido social, más allá de su función informativa.

Las relaciones dentro de la organización se caracterizan por la empatía, la corresponsabilidad y la solidaridad. La línea Salvavidas simboliza un espacio de acompañamiento y contención emocional, donde el lenguaje se convierte en puente de resiliencia y construcción comunitaria. Este ejercicio encarna lo que Villasante (2006) denomina *praxis social*, entendida como la unión entre teoría y acción que se nutre de la experiencia vivida.

Sin embargo, también se identificaron tensiones entre los lenguajes técnicos institucionales y los comunitarios, lo que puede generar distancias simbólicas y dificultades en la comunicación digital. Como indican Hein et al. (2013), las redes sociales cualitativas permiten analizar cómo los significados y las subjetividades influyen en la construcción de vínculos; en este caso, tales diferencias ponen de relieve la necesidad de promover una comunicación más orgánica, participativa y coherente con los valores de la fundación.

Las prácticas comunicativas que favorecen la armonía social se evidencian en la escucha activa, la toma de decisiones colectivas y el reconocimiento del trabajo colaborativo. No obstante, los conflictos comunicacionales surgen cuando los canales son unidireccionales o poco claros, lo que afecta la participación y la cohesión del grupo. Reflexionar sobre estas situaciones permite entender que la comunicación no se limita a transmitir mensajes, sino que constituye un proceso continuo de construcción de sentido y de comunidad.

Para fortalecer la comunicación y las redes de la Fundación Sergio Urrego, se propone: Diseñar un protocolo institucional de comunicación interna, con roles y tiempos definidos que garanticen una circulación eficiente de la información.

Consolidar estrategias digitales más participativas, que integren la voz de voluntarios y beneficiarios en los contenidos de redes sociales.

Fortalecer alianzas interinstitucionales con entidades educativas, gubernamentales y otras OSP, fomentando espacios de intercambio y cooperación.

Capacitar al equipo humano en comunicación asertiva, liderazgo colaborativo y resolución pacífica de conflictos.

La experiencia en la Fundación Sergio Urrego permitió reconocer que la comunicación participativa es el eje que sostiene la cohesión institucional y el desarrollo comunitario. La socio-praxis, al integrar la acción con la reflexión, evidenció que los procesos comunicativos son también procesos de transformación social. Cada vínculo dentro de la red de la fundación representa una oportunidad para construir comunidad, promover la empatía y fortalecer el compromiso ético con la diversidad y la inclusión.

Proyección

Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia Comunicacional de la OSP

Como plantean Gutiérrez y Villasante (2007), la comunicación en redes debe organizar los flujos para que la acción sea colaborativa y no caótica. Y desde Putnam, una organización sin capital social estructurado sufre desgaste relacional. Por ello, un protocolo es una herramienta praxiológica: organiza la acción diaria, reduce tensiones y fortalece la red humana interna.

Protocolo ampliado: reglas, tiempos y roles

Tiempos de respuesta claros

Emergencias psicosociales (Línea Salvavidas):

Respuesta entre 15 y 30 minutos.

Responsables: psicólogos de turno + voluntarios entrenados.

Coordinación operativa (talleres, agendas, informes):

4 horas en horario laboral.

Responsables: coordinadores de área.

Logística administrativa (talento humano, contratos, radicaciones):

24 horas.

Responsables: administración.

Correos institucionales formales:

48 horas.

Responsables: cada dependencia.

Roles comunicativos

Coordinación de comunicaciones: define lineamientos, valida piezas y dirige flujos formales.

Voceros temáticos: psicología, proyectos, dirección.

Voluntarios: reportan en un formulario interno, no en chats múltiples (resolviendo la saturación descrita en el diario).

Dirección: aprobaciones finales de comunicaciones sensibles (prevención de suicidio, institucionalidad)

Canales oficiales

WhatsApp “anuncios” (solo comunicación unidireccional).

WhatsApp “equipo operativo” (máximo 20 miembros).

Correo corporativo para temas formales.

Drive institucional con carpetas: protocolos, informes, parrillas y bases de datos.

Formulario de solicitudes (Google Forms):

Diseño gráfico

Publicaciones

Reportes de actividades

Solicitudes de apoyo psicológico interno

Horarios oficiales

lunes a viernes 8:00 am – 6:00 pm

sábados solo logística de eventos.

Emergencias psicológicas: 24/7.

Resolución de dudas y conflictos

Basado en Freire (diálogo horizontal):

Reuniones de mediación de 15 minutos.

Tres momentos: escuchar, acordar, registrar.

Informe breve al coordinador general.

Implementación operativa

Semana 1: socialización del protocolo en reunión general.

Semana 2: entrega de documento PDF de 1 página + infografía.

Semana 3: creación de grupos oficiales y cierre de chats alternos.

Día 30: evaluación interna de cumplimiento.

Micro boletín semanal (por correo)

El análisis indicó ausencia de narrativas internas orgánicas y falta de cohesión emocional.

Según Bruner (1990), las narrativas construyen identidad; un micro boletín crea comunidad simbólica.

Cada lunes (8 am) se enviará un mensaje con:

3 anuncios importantes (eventos, informes, agenda).

1 actividad semanal donde cualquier miembro puede participar.

1 logro emocional/social (impacto de un voluntario, historia breve).

Breve recordatorio del protocolo cuando sea necesario.

Implementación

Elaboración por comunicaciones.

No exceder 250 palabras.

Enviado por correo y WhatsApp “Anuncios”

Historias internas

Las redes humanas de la Fundación funcionan como “familia ampliada” por ende compartir historias fortalece vínculos.

Tipos de historia

“Voluntario del mes”

“Un día en Línea Salvavidas”

“Detrás del proyecto”

Implementación

Publicación interna mensual (texto + foto).

1 video corto opcional para redes internas

Comunicación Digital

El análisis mostró:

Contenido poco orgánico.

Publicaciones apresuradas sin edición (diario de campo).

Poca interacción en vivo.

TikTok desaprovechado pese a alianza.

La estrategia digital parte de López Rojas (2011): comunicación participativa, dialógica y no meramente informativa

Podcast “Historias que Salvan”

Las narrativas de resiliencia son capital simbólico fundamental (Ahmed, Butler). La

Fundación tiene testimonios valiosos, pero sin sistematizar.

Desarrollo

Duración: 15–25 minutos

4 episodios por mes

Testimonios protegidos (ética y consentimiento)

Clips reutilizables para redes

Se integra voluntarios y psicólogos (reduciendo brecha institucional-comunitaria observada)

Implementación

Guion base por comunicaciones.

Grabación semanal.

Publicación en YouTube + Spotify.

Clips: 4 por episodio.

“Detrás de la Fundación” (Instagram, Facebook, X)

La observación del evento mostró que “las publicaciones eran inmediatas, sin edición ni interacción”. Esta estrategia corrige eso.

Contenido

Videos cortos (1–2 minutos) mostrando procesos reales.

Primeros 30 segundos altamente narrativos para retención.

Voces: psicólogos, voluntarios, beneficiarios (con consentimiento).

Formato

Planos medio-cortos, subtítulos, mensaje preventivo.

Implementación

Grabación previa a cada actividad.

Edición ligera estilo documental.

Publicación 3 veces por semana.

Micronarrativas para TikTok

TikTok es la red con mayor alianza para la Fundación, pero según tu diario, no se usa de manera estratégica.

Contenido

Casos reales anonimizados (máx. 90–120 segundos).

Consejos breves de salud mental.

Historias de voluntarios (“turno en la línea”).

Retos colaborativos con creadores afines.

Implementación

3 micropiezas semanales.

Edición vertical profesional.

Uso de tendencias responsables.

Redes Comunitarias

Círculos narrativos “Jueves de Voces que Salvan”

El sociograma revela varios “conjuntos de acción” fragmentados. Los círculos narrativos actúan como espacios que conectan nodos (Hein, 2013) y permiten praxis colectiva (Villasante, 2006). Desarrollar un ciclo de talleres todos los jueves durante un mes en la Casa Cultural Sergio Urrego donde el aporte de la entrada será voluntario, invitando a creadores de contenido afines a la filosofía de la Fundación que hayan compartido públicamente experiencias relacionadas con la salud mental y la prevención del suicidio, con el fin de atraer nuevos públicos, generar espacios seguros de diálogo, fortalecer las redes comunitarias y promover narrativas de resiliencia, apoyo mutuo y acompañamiento emocional. Además correlacionamos cuatro teorías importantes de:

Terapéutica narrativa (Bruner).

Comunidad afectiva (Ahmed).

Redes de apoyo (Gallego Trijueque).

Comunicación dialógica (Freire).

Estructura del evento

Bienvenida (10 min)

Presentación del invitado (5 min)

Charla del creador de contenido (30–40 min)

Preguntas abiertas / diálogo seguro (20 min)

Actividad de taller participativo (20 min)

Cierre y mensaje preventivo (10 min)

1. Foto/registro + invitación al siguiente jueves (5 min)

Invitados potenciales

Juan Jose tejada @juanjosetejada

JuanDaa @juandam__

Valentina Lazaro @valentinolazaroh

Sofia Castro @sofiaalcastro

4. Indicadores Breves

Cuantitativos:

Utilizar Metricool o alguna herramienta donde se puedan visualizar y comparar las estadísticas de:

4 episodios mensuales del podcast.

12 clips semanales en redes.

Incremento del 40% en interacción digital.

1.000 suscriptores en YouTube en 6 meses.

Cualitativos:

Mayor cohesión interna.

Participación activa en creación de contenidos.

Percepción positiva de cercanía y acompañamiento.

Impacto Esperado

Mejora del capital social interno (Putnam).

Comunicación más orgánica (según observación de campo).

Redes externas fortalecidas (sociograma).

Participación activa estilo IAP (López Rojas).

Resultados

Mayor presencia digital.

Crecimiento de redes humanas.

Ingresos complementarios para programas.

Comunidad fortalecida desde la voz y la memoria.

Conclusiones

La experiencia desarrollada con la Fundación Sergio Urrego permitió reconocer que la comunicación participativa externa, la comunicación interna y las redes comunitarias son el eje que sostiene las relaciones de cohesión institucional y el desarrollo comunitario dentro de la organización. A través del enfoque de la socio-praxis, se evidenció que los procesos comunicativos no solo transmiten información, sino que construyen sentido, fortalecen vínculos y propician transformaciones sociales reales.

La integración entre teoría y práctica demostró que el conocimiento se genera en la interacción, la reflexión conjunta y el compromiso ético de los actores involucrados. Las redes sociales, tanto humanas como digitales, se revelaron como espacios fundamentales para la articulación de esfuerzos, permite visibilizar las causas y la creación de comunidades solidarias. Sin embargo, también se identificó la necesidad de fortalecer la comunicación interna mediante estrategias estructuradas y más orgánicas, que promuevan la participación activa y el diálogo constante entre voluntarios, beneficiarios y coordinadores.

En síntesis, la investigación permitió concluir que la socio-praxis ofrece una ruta transformadora para comprender la comunicación como una práctica social y emancipadora. En la Fundación Sergio Urrego, esta perspectiva se traduce en acciones que reafirman la empatía, la inclusión y la defensa de la vida como pilares esenciales de una ciudadanía más justa y humana.

Referencias Bibliográficas

- Gallego Trijueque, S. (2011). *Redes sociales y desarrollo humano. Barataria*. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, (12), 113–121.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Gutiérrez, P. M., & Villasante, T. R. (2007). Redes y conjuntos de acción: Para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. *Política y Sociedad*, 44(1), 125-140.
- Hein, K., Cárdenas Tomažič, A., Henríquez, K., & Valenzuela, S. (2013). *Aproximación al análisis cualitativo de redes sociales: Experiencias en el estudio de redes personales mediante*. *Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 24(2), 58–66.
- López Rojas, J. H. (2011). *Breve recorrido por la investigación en la comunicación participativa de Latinoamérica*. *Revista Desbordes*, 1(1), 31-43.
https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/03_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf.
- Martín Gutiérrez, P. (1999). *El sociograma como instrumento que desvela la complejidad de las redes sociales*. Universidad Complutense de Madrid.
- Villasante, T. R. (2006). *La socio-praxis: Un acoplamiento de metodologías implicativas*. Universidad Complutense de Madrid.

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención

Bogotá D.C. Septiembre 05 de 2024

Señores

Fundación Sergio Urrego

Nayibe Camacho

Talento humano

Cordial saludo, Mi nombre es Giulliana Calderón García identificado(a) con C.C. 1000255632 de la ciudad de Bogotá, 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,

Giulliana Calderón García



Apéndice B

Carta de Aprobación



Fundación Sergio Urrego

Bogotá D.C., 11 de septiembre de 2025

Señora

Giulliana Calderon

Bogotá. D.C.

Asunto: Aceptación de propuesta de investigación

Estimada Giulliana:

Reciba un cordial saludo.

Por medio de la presente, me permito confirmarle que su propuesta de investigación ha sido aceptada por la Fundación Sergio Urrego. Consideramos que se trata de un proyecto muy valioso y estamos muy complacidos de poder colaborar con usted en su desarrollo.

Para acompañarla en los siguientes pasos, hemos designado a la señora Jessica Ríos, quien se pondrá en contacto con usted para guiar el proceso y facilitar la coordinación requerida.

Adicionalmente, nos complace invitarla a participar en el informe de la línea “Salva Vidas”, que se llevará a cabo el próximo jueves 11 de septiembre. Esta será una excelente oportunidad para que conozca más de cerca el trabajo que realizamos desde la Fundación.

Agradecemos profundamente su interés y la propuesta presentada.

Cordialmente,

Nayibe Camacho

Coordinadora de Talento Humano

Fundación Sergio Urrego

Apéndice C

Enlace Entrevista Inicial

<https://youtu.be/taaClcif8fs>

Apéndice D

Preguntas Entrevista Cualitativa

Categoría Red Social

1. ¿Cómo describiría la manera en que la fundación construye y mantiene sus redes sociales (tanto digitales como humanas)?
2. ¿Qué experiencias positivas o negativas han tenido en la construcción de vínculos a través de redes sociales?
3. ¿Cómo influyen las redes sociales en la visibilidad y el alcance de las causas que promueve la fundación?

Comunicación Participativa

1. ¿Cómo se fomenta la participación activa de los integrantes en los procesos de comunicación de la fundación?
2. ¿Qué mecanismos utilizan para que todas las voces, incluso las más vulnerables, sean escuchadas dentro de la organización?
3. ¿Qué significa para ustedes la comunicación participativa dentro del trabajo comunitario de la fundación?

Comunidad

1. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta la comunidad vinculada a la fundación en términos de participación y organización?
2. ¿Qué papel juega la comunicación en la construcción de identidad y sentido de pertenencia dentro de la comunidad de la fundación?
3. ¿Qué cambios consideran necesarios para fortalecer los procesos comunitarios y de comunicación participativa en el futuro?

Apéndice E

Enlace Entrevista Cualitativa

https://youtu.be/L0_Z5P_pO70

Apéndice F

Registro Fotográfico



Apéndice G

Enlace Vídeo Devolución

<https://youtu.be/b7tqh2my6Yc>

Apéndice H

Registro Fotográfico Reunión de Devolución

