

**Comunicación participativa y fortalecimiento organizativo en la Corporación Somos
Bogotá: Una estrategia integral desde la construcción de redes sociales de comunicación**

Álvaro Andrés Vargas Araujo

Asesor

Vivian Juliette Blanco García

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH

Comunicación Social

2025

Resumen

Este informe resume, consolida el proceso sociopráxico llevado a cabo con la Corporación Somos Bogotá, esto fue en el contexto del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación de la UNAD. Mediante un enfoque de Investigación-Acción Participativa (IAP) y, empleando herramientas de sociopraxis, se desarrollaron cinco fases clave: caracterización, conceptualización, implicación, construcción y, por último, la proyección. El diagnóstico reveló tres problemas principales: comunicación interna desorganizada, escasa presencia digital y pocos espacios formales para el liderazgo juvenil. Considerado estos hallazgos, se elaboró una Estrategia Integral de Fortalecimiento Comunicacional. La cual comprende varias líneas de acción que buscan mejorar la organización interna, la visibilidad digital, y promover la formación de liderazgo juvenil. La estrategia se validó, realizándose una jornada de devolución con un actor clave de la organización, permitiendo ajustes y asunción de compromisos de implementación. Este documento adjunta las evidencias, instrumentos y apéndices relevantes, es decir, todo para la implementación y seguimiento de la propuesta.

Palabras clave: comunicación participativa; sociopraxis; liderazgo juvenil; comunicación organizacional; estrategia comunicacional.

Abstract

This report consolidates the sociopraxis process carried out with Corporación Somos Bogotá within the Diploma in Construction of Social Communication Networks at UNAD. Using a Participatory Action Research (PAR) approach and sociopraxis tools, five phases were developed: characterization, conceptualization, implication, construction, and projection. The diagnosis identified three key problems: unstructured internal communication, low digital presence, and lack of formal youth leadership spaces. Based on these findings, an Integrated Communication Strengthening Strategy was designed focusing on internal organization, digital visibility, and youth leadership development. The strategy was validated through a return session with a key organizational actor, enabling adjustments and commitments for implementation. The report compiles evidence, instruments and appendices for implementation and follow-up.

Keywords: participatory communication; sociopraxis; youth leadership; organizational communication; communication strategy

Tabla de Contenido

Introducción	8
Aprestamiento	10
Conceptualizacion.....	12
Implicacion	16
Construccion	30
Proyeccion.....	34
Comunicacion Transformadora	38
Conclusiones.....	41
Referencias	45

Lista de Figuras

Figura 1 *Sociograma Corporacion Somos Bogota* 23

Figura 2 *Conjuntos de accion* 25

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de informacion general</i>	12
Tabla 2 <i>Ficha de informacion descriptiva</i>	16
Tabla 3 <i>Diario de campo</i>	19
Tabla 4 <i>Matriz de posicionamiento</i>	26
Tabla 5 <i>Matriz comparativa</i>	28
Tabla 6 <i>Lineas de accion y actividades</i>	31

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de intencion</i>	45
Apéndice B <i>Carta de aprobacion de la OSP</i>	46
Apéndice C <i>Preguntas entrevista inicial</i>	47
Apéndice D <i>Enlace entrevista inicial</i>	49
Apéndice E <i>Preguntas entrevista cualitativa</i>	50
Apéndice F <i>Enlace entrevista cualitativa</i>	52
Apéndice G <i>Registro fotografico</i>	53
Apéndice H <i>Enlace video socializacion</i>	54

Introducción

La creación de redes sociales comunicativas es fundamental para robustecer las organizaciones sociales, posibilitando así consolidar la participación, coordinar actores, y dinamizar el diálogo hacia un cambio social profundo. El Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación de la UNAD, además, propone un enfoque metodológico fundado en la Investigación-Acción Participativa (IAP) y la sociopraxis donde el saber se erige colectivamente, mediante la crítica sobre la práctica.

Este documento presenta el trabajo final del diplomado, integrado todo el recorrido y muestra la implementación gradual de cinco fases metodológicas: aprestamiento, conceptualización, implicación, construcción, y proyección. Estas fases hicieron posible el avance, desde el entendimiento del contexto organizativo hasta la creación de una estrategia comunicacional y organizacional, enfocada al fortalecimiento de una OSP.

Durante la fase inicial, el acercamiento a la realidad organizativa se dio. Se identificaron distintas OSP locales para después seleccionar una organización propicia para el desarrollo sociopráxico. En esta etapa, se definieron los actores, fijaron pactos de participación, y se identificaron, por primera vez, las problemáticas comunicativas, lo cual fundamentó las siguientes fases.

Luego, la fase conceptual permitió un entendimiento más profundo, tanto teórico como contextual, de la organización seleccionada, integrando referentes de la comunicación participativa, redes sociales, organización comunitaria, y sociopraxis. Mediante estos marcos, se generó un informe descriptivo que promovió la lectura crítica de la realidad organizacional y comunicativa, vinculando la teoría a las prácticas observadas.

En la fase de implicación, se desarrolló un ejercicio de participación activa en el territorio; se aplicaron técnicas cualitativas, tales como entrevistas, observación participante y diario de campo.

En esta etapa, se propició el análisis sociopráxico de las interacciones internas, los 10 canales comunicativos y los juegos de poder internos en la organización, de este modo se consolidó la comprensión de los retos y perspectivas desde el punto de vista de los miembros de la misma.

La fase constructiva, enfocada al estudio relacional y estratégico de los datos compilados, utilizando técnicas como sociogramas, matrices de posicionamiento y cuadros comparativos. Con estos instrumentos fue posible detectar actores cruciales, grados de influencia, vínculos de cooperación y roces internos, proporcionando elementos básicos para la concepción de iniciativas que apuntalen la comunicación.

Para concluir, en la etapa de proyección, se esbozó una estrategia comunicacional y organizacional, armónica con los descubrimientos del proceso, con el propósito de fortalecer la comunicación interna, mejorar la visibilidad de la organización y reforzar el liderazgo juvenil. Esta fase contempló una sesión de retroalimentación con los actores de la OSP, momento en que se divulgaron los resultados, se avalaron las propuestas y se establecieron acuerdos para su eventual aplicación.

El documento, considerándose una amalgama analítica, une consistentemente los estudios, las herramientas, la evidencia empírica, y anexos que sostienen la trayectoria seguida; De este modo, se rige como un valioso con tributó tanto académico como funcional, todo esto en miras de entender y robustecer las comunicaciones en organizaciones sociales de base, enfocándose en una óptica participativa y transformadora.

Aprestamiento

Tabla 1

Ficha de Información General

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla	Criterio de Selección *	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
OSP 1: <i>Corporación Somos Bogotá</i>	Fortalecer procesos comunitarios, educativos y culturales en sectores vulnerables de Bogotá. Acciones: talleres formativos, jornadas comunitarias, acompañamiento psicosocial, articulación con líderes barriales y proyectos participativos.	-Pertinencia territorial (trabaja en varias localidades del sur). - Disposición para participar en procesos de comunicación. - Trabajo comunitario consolidado. - Acceso directo a población diversa.	Crear canales digitales oficiales. - Visibilizar los procesos comunitarios. - Documentar actividades. - Ampliar redes de apoyo institucionales.	- Poco uso de medios digitales. - Escasa documentación audiovisual. - Limitado personal en comunicaciones.
OSP 2: <i>Fundación Un Ángel para mi Barrio</i>	Brindar alimentación, acompañamiento solidario y apoyo a familias vulnerables. Acciones: comedor comunitario, voluntariado, jornadas solidarias, actividades de integración barrial.	- Alto impacto social. - Comunidad activa y participativa. - Necesidad urgente de fortalecer comunicación.	- Construcción de identidad institucional. - Creación de redes sociales. - Campañas audiovisuales de sensibilización.	- Recursos económicos limitados. - Alta dependencia del líder. - No cuenta con canales oficiales.

OSP 3: <i>AMUTEP – Mujeres Tejedoras de Paz</i>	Empoderar mujeres mediante procesos artesanales, emocionales y comunitarios.	- OSP establecida y organizada. - Interés por capacitarse en comunicación.	- Crear marca comunitaria sólida. - Diseñar estrategias de venta digital.	- Limitado manejo tecnológico. - Falta de estrategia comunicativa.
	Talleres de tejido, círculos comunitarios, ferias de emprendimiento, mentorías y redes de apoyo.	- Necesidad clara de visibilizarían externa.	- Incrementar la presencia en redes sociales.	- Poco registro de procesos

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada de las organizaciones.

Justificación de la escogencia de la OSP

La Corporación Somos Bogotá emergió como foco de estudio, atrayendo nuestra atención por su fuerte arraigo comunitario, su dedicación a los jóvenes y su entusiasta participación en la investigación-acción. Este colectivo resulta ser un campo idóneo para el análisis sociopráxico, al integrar dinámicas sociales, comunicativas y organizativas dentro de un territorio puntual.

A demás, seleccionar esta Organización Social Partícipe (OSP) obedeció a consideraciones metodológicas propias del diplomado, facilitando el acceso, un diálogo abierto, la oportunidad de intervenir y la importancia social de su labor.

Manifestando interés en robustecer su comunicación, la organización entendió la necesidad de estrategias para refinar la coordinación interna, así como la proyección externa.

En definitiva, la escogencia de la Corporación Somos Bogotá se fundamentó en su capacidad para tejer redes comunicativas participativas, impulsando el liderazgo juvenil y generando un impacto en la comunidad; todo esto convergiendo con los fines del diplomado y los pilares de la comunicación transformadora.

Conceptualización

La fase de conceptualización buscó la profundización teórica y contextual de la Organización Social de Base escogida, entrelazando los primeros hallazgos de preparación con conceptos clave de la comunicación participativa, las redes sociales y la sociopraxis. Así, esta etapa definió un marco analítico, direccionando una lectura crítica de la realidad organizacional y comunicativa, y, por ende, no quedándonos en una mera descripción.

A través de una ficha descriptiva y un informe analítico, se trató de relacionar las prácticas comunicativas de la organización con los conceptos aprendidos en el diplomado, entendiendo la comunicación como un proceso relacional, político y estratégico en la organización.

Tabla 2*Ficha de Información Descriptiva*

Dimensión de análisis	Descripción analítica
Naturaleza organizacional	Organización Social de Base (OSP) de carácter comunitario y juvenil, orientada al fortalecimiento del liderazgo juvenil y la participación social mediante acciones colectivas en el territorio.
Contexto social y territorial	La organización desarrolla su labor en un contexto urbano diverso, donde confluyen dinámicas comunitarias, expresiones culturales juveniles y necesidades de fortalecimiento organizacional. El territorio presenta oportunidades de articulación social, pero también desafíos en términos de sostenibilidad de los procesos comunitarios.
Enfoque comunicativo	Predomina una comunicación de tipo informal, basada en relaciones de cercanía y confianza entre los miembros. Esta característica favorece la cohesión del grupo, pero limita la sistematización y proyección de los mensajes organizacionales.
Liderazgo y toma de decisiones	El liderazgo se ejerce principalmente desde referentes juveniles con alta motivación y reconocimiento interno. La toma de decisiones es participativa, aunque no siempre se encuentra documentada ni estructurada mediante mecanismos formales.
Canales de comunicación interna	Se emplean encuentros presenciales y herramientas de mensajería digital para la coordinación de actividades. No obstante, la ausencia de protocolos comunicativos genera dispersión de la información y dependencia de algunos actores clave.
Comunicación externa y visibilidad	La organización cuenta con una presencia incipiente en redes sociales, utilizada de manera esporádica y sin una estrategia comunicacional definida, lo que limita su visibilidad y alcance territorial.

Participación de los actores	Los integrantes muestran una alta disposición a participar en espacios de diálogo, reflexión y construcción colectiva, evidenciando interés por fortalecer sus prácticas organizativas y comunicativas.
Problemáticas comunicativas	Se identifican dificultades en la planificación de la comunicación, la definición de roles comunicativos y la articulación de mensajes institucionales coherentes.
Fortalezas organizativas	Cohesión grupal, sentido de pertenencia, liderazgo juvenil activo y compromiso comunitario.
Oportunidades estratégicas	Diseño de una estrategia comunicacional participativa que permita estructurar canales, fortalecer la visibilidad y consolidar redes sociales de comunicación.
Lectura sociopráctica	La organización presenta condiciones favorables para un proceso de Investigación-Acción Participativa, ya que combina problemáticas reales con disposición al cambio y apertura al trabajo colaborativo.

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada de las organizaciones.

Informe de Identificación

El análisis conceptual de la Corporación Somos Bogotá se basó en los cimientos de la comunicación participativa, concebida como un proceso horizontal que fomenta el diálogo, la construcción conjunta de significados y la participación activa de los agentes sociales. Desde este enfoque, la comunicación trasciende la simple emisión de mensajes, transformándose en una herramienta estratégica para afianzar la organización, el liderazgo, y la acción colectiva. Adicionalmente, el estudio del enfoque de redes sociales de comunicación hizo posible entender las conexiones internas y externas de la organización, un tejido de vínculos sociales que posibilitan o dificultan los flujos de información, la toma de decisiones, y la colaboración con otros participantes del territorio. Por ende, la falta de una estructura comunicativa oficial no forzosamente sugiere una fragilidad total, pero sí introduce desafíos en lo tocante a la durabilidad organizacional y a su proyección.

En un marco sociopráxico, se admitió que la realidad organizacional no puede ser estudiada de forma estática, o desde una posición ajena. En contraste, para comprender la Corporación Somos Bogotá fue mandatorio una lectura contextualizada, elaborada a partir del involucramiento con los partícipes, el reconocimiento de sus conocimientos, y la reflexión crítica de su accionar. Dicha aproximación facilitó la detección de fricciones entre el impulso y el pacto juvenil, en relación a la exigencia de consolidar procesos organizativos más definidos.

El informe, de naturaleza descriptiva, reveló que los problemas comunicativos esenciales de la organización estaban relacionados con la falta de planeación estratégica, la dispersión de los canales comunicativos.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

OSP: Corporación Somos Bogotá	Actividad: Jornada comunitaria cultural y participativa	Fecha: 04 de octubre de 2025
Hora inicio: 9:00 a.m.	Hora finalización: 12:30 p.m.	Lugar: Espacio comunitario del barrio – Suba Bogotá
Participantes: Jóvenes líderes de la OSP, voluntarios, familias del sector, colectivos artísticos y líderes comunitarios		Investigador: Álvaro Vargas
Descripción	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿qué siente el investigador frente a lo observado?)
La jornada se desarrolló mediante un encuentro comunitario liderado por la Corporación Somos Bogotá, en el que se integraron jóvenes, familias y actores culturales del territorio. Durante la actividad se realizaron expresiones artísticas como murales, música en vivo y un conversatorio abierto sobre participación juvenil y comunicación comunitaria. La convocatoria se realizó principalmente a través de la voz a voz y redes sociales de la organización, logrando una asistencia diversa y activa.	Se evidenció una dinámica de comunicación participativa basada en la horizontalidad, la interacción constante y la construcción colectiva de significados. Las manifestaciones artísticas funcionaron como mediadoras del diálogo y fortalecieron la identidad comunitaria. Desde una perspectiva sociopráctica, se observó cómo la OSP articula redes sociales presenciales que facilitan la toma de decisiones colectivas y la apropiación del espacio comunitario, pese a limitaciones de recursos materiales.	La experiencia generó una percepción positiva frente al compromiso social y la capacidad organizativa de los jóvenes. Resultó significativo observar cómo, a través de la creatividad y el trabajo colaborativo, la comunidad logra fortalecer vínculos y afrontar dificultades estructurales. Este ejercicio reafirmó la importancia de la comunicación como herramienta de transformación social y motivó una reflexión sobre la necesidad de sistematizar estos procesos para garantizar su sostenibilidad.

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada de las organizaciones.

Informe Soxiopràxico

El despliegue implicado con la Organización Social de Base "Somos Bogotá" reveló la participación comunitaria, vista como un proceso vivaz, erigido sobre las relaciones sociales, la comunicación cooperativa y la conexión con el territorio. La observación partícipe, el diario de campo, y la proximidad con los actores sociales demostró que la organización enlaza prácticas comunicativas direccionadas a robustecer el entramado social y la identidad compartida.

Desde la sociopraxis, la labor comunitaria develó que las metodologías participativas no se emplean de forma estática o estricta, pero más bien se ajustan a las realidades socioculturales del entorno. En este orden de ideas, Villasante (2007) indica que la sociopraxis se basa en el engranaje de estrategias metodológicas flexibles, dispuestas a transformarse según las necesidades auténticas de los actores sociales, algo evidente en las dinámicas gestadas por la OSP.

En el encuentro comunitario, expresiones artísticas y culturales sirvieron como mecanismos comunicativos facilitando el diálogo, la interacción horizontal y las decisiones colectivas.

A continuación, se presenta una reformulación del contenido, manteniendo el propósito original.

Estas praxis contribuyeron a apreciar el significado de la comunicación más allá de la mera divulgación informativa. Esta se manifestó, como un proceso vincular que afianza la confianza, cohesión social y el sentimiento de arraigo a la comunidad. Además, se constató que la heterogeneidad de los involucrados expandió la trama de vínculos sociales, estrechando lazos entre juventudes, núcleos familiares y figuras de liderazgo del área.

En cuanto a la utilización de tecnologías y plataformas digitales, se determinó que los contextos físicos mantienen un rol fundamental para la conexión comunitaria, aun así, se puso en evidencia el potencial de los ámbitos digitales, actuando como un respaldo para la organización, la divulgación de eventos y la consolidación de la identidad grupal. Gallego (2016) postula, que las redes sociales digitales expanden los márgenes de interacción y comunicación social, 20 cualidad que se observa en la imperiosa necesidad de incorporar de manera estratégica estos canales en los procesos comunitarios de la OSP.

El análisis cualitativo reveló problemas principales, sobre todo la falta de fondos y dificultades en logística; sin embargo, esos contratiempos se contrarrestan con imaginación, dedicación juvenil y la participación activa de los miembros, Estos componentes, al final, son importantes para la continuidad de los proyectos sociales, evidenciando que el cambio social no es sólo una cuestión de dinero, sino también de la capacidad de la comunidad para organizarse y comunicarse.

En resumidas cuentas, la fase de participación mostró que la sociopraxis es una práctica activa y transformadora, dónde la comunicación con la gente se afianza como base para crear lazos sociales y fortalecer la comunidad. Trabajar con la OSP “Somos Bogotá” recalca lo importante de juntar teoría y práctica en los proyectos sociales, considerando la comunidad el motor de su propio progreso.

Construcción

Figura 1

Sociograma Corporación Somos Bogotá



Nota. elaboración propia con base en información recolectada en la OSP

Descripción, Análisis e Interpretación del Sociograma

El sociograma de la OSP “Somos Bogotá” delinea una red de conexiones principalmente horizontal, donde la organización funge como un punto de enlace en los flujos comunicativos. En el corazón de esta red, se sitúa la OSP, que está en contacto directo con los jóvenes líderes y voluntarios; ellos protagonizan un papel fundamental en la concepción, implementación, y promoción de las actividades comunitarias, transformándose en figuras indispensables para el impulso de la comunicación y la participación social.

Alrededor de ese centro neurálgico, se vislumbran figuras como las familias del área y los grupos artísticos asociados, con quienes se forjan lazos permanentes cimentados en la confianza, el trabajo conjunto y la edificación de una identidad cultural compartida. Estos actores

refuerzan el sentimiento de arraigo comunitario y le confieren legitimidad social a las 22 iniciativas de la organización. En un plano exterior, se ubican las instituciones educativas, entidades estatales y organizaciones colaboradoras; su vinculación con la OSP se caracteriza por una interacción variable, por lo regular relacionada con proyectos concretos o respaldos provisionales, hecho que demuestra una menor solidez en estos vínculos.

El estudio sociográfico revela, sin duda, que la red comunicacional de "Somos Bogotá" se sustenta primordialmente sobre conexiones próximas y participativas, evidenciando un liderazgo distribuido y una significativa participación de jóvenes, agentes que impulsan la actividad. Dicha estructura facilita una comunicación en plano horizontal, promoviendo la toma de decisiones conjuntas y fortaleciendo el entramado social dentro de la comunidad. Sin embargo, se constatan igualmente algunas carencias en las relaciones con actores institucionales y aliados externos, notándose menor frecuencia y constancia, una limitación que puede comprometer la perdurabilidad de los procesos comunitarios a largo plazo.

Figura 2*Conjuntos de acción*

Nota. elaboración propia con base en información recolectada en la OSP

Descripción del Gráfico de Conjuntos de Acción

El gráfico de conjuntos de acción, un instrumento útil, permite identificar a los actores involucrados en los procesos comunitarios, liderados por la OSP "Somos Bogotá". También, nos revela los grados de implicación, articulación y corresponsabilidad existentes entre estos. Esa herramienta visualiza cómo diversos grupos sociales e institucionales convergen en acciones conjuntas, compartiendo intereses y forjando maneras de comunicación participativa enfocadas en la transformación social.

En el centro del conjunto, como epicentro de la red, se encuentra la Corporación Somos Bogotá, sirviendo de organización articuladora. Su misión es convocar, coordinar y dar impulso a los procesos comunitarios. Alrededor, emergen los jóvenes líderes y voluntarios, participando de forma activa en la creación y el desarrollo de actividades culturales, pedagógicas y comunicativas. Este grupo, de alguna forma, es el corazón operativo de las acciones conjuntas, estableciendo una relación constante con la organización.

En una etapa subsiguiente, se distinguen las familias del área geográfica y los colectivos artísticos colaboradores. Ellos, su contribución se manifiesta en el respaldo a los procesos comunitarios, la presencia en eventos, así como el sustento simbólico y social a las propuestas de la OSP. Esta implicación solidifica la cohesión comunitaria, la validación territorial y la internalización social de los proyectos.

A nivel externo al conjunto de la actividad, se observan las instituciones educativas, las entidades gubernamentales locales y distritales y, además, otras organizaciones sociales asociadas. Su intervención se define por ser irregular y dependiente de proyectos particulares, acuerdos temporales o llamados institucionales, circunstancia que restringe la perseverancia de su participación en las iniciativas comunitarias.

Análisis y Valoración del Conjunto de la Actuación

El estudio del diagrama de conjuntos de acción revela que las iniciativas promovidas por “Somos Bogotá” se apoyan esencialmente en la participación dinámica de los agentes comunitarios próximos, en especial los jóvenes y las familias de la zona.

Aquellos actores conforman el epicentro, sumamente entregado y persistente, de la red. Desde ese núcleo, se impulsa la acción en grupo y emergen flujos comunicativos de manera horizontal y colaborativa.

La OSP, en su esencia, funge como un puente esencial, mediando entre la comunidad y las instituciones. Esto agiliza la comunicación en ambos sentidos, permitiendo la difusión de datos, recursos, y conocimientos. Pese a ello, la fugacidad de los participantes externos señala una fragilidad importante en la conexión interinstitucional, impactando la duración de los proyectos. De hecho, muchas de estas iniciativas dependen de respaldos esporádicos en lugar de alianzas estratégicas duraderas.

Analizado desde la sociopraxis, la práctica social demuestra que la transformación defendida por la OSP no emana exclusivamente de las instituciones. Surge, principalmente, de la actuación en conjunto de los miembros de la comunidad, compartiendo afinidades, experiencias y objetivos similares. El desafío primordial radica, por lo tanto, en robustecer la planificación conjunta, así como la responsabilidad compartida con entidades externas, resguardando la independencia y el carácter participativo de la organización.

Tabla 4*Matriz de posicionamiento*

Actor	Tipo de actor	Nivel de influencia en la red	Tipo de relación comunicacional	Descripción ampliada y análisis
Coordinadora General (Blanca Rodríguez)	Interno	Alto	Directa, horizontal, participativa y mediadora	Actúa como nodo articulador de la red comunicacional. Su liderazgo se caracteriza por la mediación, la escucha activa y la promoción del diálogo colectivo. Facilita la toma de decisiones compartida, conecta actores internos y externos, y garantiza la coherencia entre los objetivos sociales y las prácticas comunicativas de la OSP.
Jóvenes líderes y voluntarios	Interno.	Alto	Horizontal, colaborativa y comunitaria	Constituyen el núcleo operativo y simbólico de la organización. Participan activamente en la creación, ejecución y difusión de proyectos culturales y sociales. Son agentes dinamizadores de la red, fortalecen los vínculos.

Comité de comunicación	Interno	Medio.	Bidireccional, organizativa y digital.	Responsable de la gestión de redes sociales y la producción de contenidos. Aunque cumple una función estratégica en la visibilización institucional, presenta debilidades en la planificación y sistematización de los mensajes, lo cual limita su impacto a mediano y largo plazo.
Familias del territorio	Externo cercano	Medio.	Comunitaria, afectiva y de confianza	Aportan legitimidad social y sostenibilidad comunitaria a las acciones de la OSP. Su relación se basa en la cercanía territorial, la confianza mutua y la participación constante en eventos culturales y procesos formativos. Funcionan como respaldo social de la organización.
Aliados	Externos	Medio	Colaborativa, creativa y horizontal	Contribuyen con expresiones artísticas, identidad cultural y creatividad.

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada de las organizaciones.

Tabla 5*Matriz Comparativa*

Aspecto de comparación	OSP Somos Bogotá	Corporación Casa Joven	Análisis interpretativo
Contexto territorial y población	Localidad de Suba; jóvenes y familias del barrio	Localidad de Kennedy; jóvenes en condición de vulnerabilidad social.	Ambas trabajan con juventudes urbanas; sin embargo, Casa Joven opera en contextos de mayor riesgo social, lo que exige mayor institucionalización.
Enfoque comunicacional	Comunicación participativa, horizontal y comunitaria	Comunicación mixta: participativa e institucional	Somos Bogotá privilegia el diálogo comunitario; Casa Joven combina participación con estructuras formales.
Canales de comunicación	Redes sociales, encuentros comunitarios, talleres y asambleas	Página web, boletines informativos, talleres y redes digitales	Ambas emplean medios digitales; Casa Joven presenta mayor sistematización comunicativa.
Nivel de participación	Alta participación voluntaria y espontánea	Participación guiada y mediada por profesionales	Somos Bogotá destaca por su apropiación comunitaria; Casa Joven por su organización técnica
Relación con el Estado	Intermitente con alcaldía local y secretarías	Convenios estables con entidades distritales	Casa Joven cuenta con mayor estabilidad institucional.
Fortalezas principales	Cohesión social, identidad territorial y creatividad juvenil.	Experiencia técnica, sostenibilidad y acceso a recursos	Las fortalezas se complementan de manera estratégica.

Debilidades identificadas	Falta de recursos, planeación y continuidad	Menor participación comunitaria espontánea	Las debilidades revelan modelos organizativos distintos.
Potencial de articulación	Alto, orientado al aprendizaje mutuo	Medio, condicionado por lineamientos institucionales	Se identifican oportunidades de cooperación entre ambas organizaciones.
Tipo de comunidad ética	Comunidad de mujeres tejedoras que promueven la sororidad, la equidad de género, la paz y la justicia social.	Comunidad educativa solidaria centrada en la protección de derechos de la niñez.	Comunidad de mujeres resilientes y constructoras de paz.
Fuentes (de dónde extrajo la información para esta matriz o tabla)	Elaboración propia con base en la información recolectada durante la observación participante en AMUTEP y las fichas descriptivas de las OSP.	Documento guía del Diplomado, información institucional y fichas de observación de OSP.	Elaboración propia con base en la información recolectada en campo.

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada de las organizaciones.

Informe de Investigación

La Organización Social de Participación (OSP) Corporación Somos Bogotá emerge, si se quiere, como una red social de raíz comunitaria. Está formada, más concretamente, por jóvenes líderes entusiastas, dedicados voluntarios, familias arraigadas al territorio, diversos colectivos artísticos, e instituciones que actúan en calidad de aliadas; Todos interactúan por medio de relaciones comunicacionales que, en su esencia, son horizontales. Tales relaciones se entrelazan alrededor de procesos culturales, pedagógicos y comunicativos, todos encaminados al robustecimiento del tejido social, así como al impulso de la participación ciudadana en la localidad de Suba.

Visto desde la óptica del análisis de redes sociales, la OSP funciona como un nodo vertebral que articula, al mismo tiempo, los principales flujos de comunicación entre los diversos actores. Un sociograma pone de manifiesto que los jóvenes líderes, junto con la coordinación general, desempeñan roles fundamentales como motores de la red, agilizando el flujo de información, la adopción de decisiones colectivas y, de manera primordial, la convocatoria comunitaria. De manera similar a lo postulado por Martín (1999), el sociograma permite discernir estructuras relacionales que, aunque no siempre resultan manifiestas, sirven de base a la dinámica social y organizativa.

Las agrupaciones familiares arraigadas en el territorio y los grupos artísticos asociados, detentan un posicionamiento próximo al centro neurálgico de la red. Esto forja conexiones cimentadas en la confianza, la identidad cultural compartida, y la colaboración activa. Por otra parte, los entes institucionales foráneos, pensemos en la Alcaldía Local y secretarías distritales, exhiben lazos más tenues e irregulares. Dicha condición se suele vincular a proyectos puntuales, o bien a apoyos con plazos definidos.

Las interacciones comunicativas al interior de la OSP, emergen fundamentalmente de tres pilares: la participación juvenil, la comunicación a nivel comunitario, y la administración conjunta de proyectos con un carácter social. Estos pilares ofician como factores de unión, aun cuando, sin la gestión adecuada, pudiesen ser caldo de cultivo para la tensión. La armonía se constata en la considerable participación de jóvenes y voluntarios. A su vez, se observa en el empleo del arte urbano como un instrumento de expresión colectiva, y en la presencia de foros para el diálogo que impulsan la toma de decisiones con enfoque participativo.

Empero, surgen también tensiones vinculadas a la merma de recursos, el exceso de deberes en ciertos individuos, y la interrupción en el auxilio institucional. Desde la sociopraxis, estos encontrones no se ven como lastres, sino cual vías para pensar y metamorfosear las dinámicas organizativas. Villasante (2007) argumenta, el conflicto integra los procesos participativos y es capaz de propulsar cambios si se administra mediante la comunicación sin tapujos y el dialogo en grupo.

El análisis ejecutado permite concluir que la Corporación Somos Bogotá funciona como una red comunitaria robusta, afincada en relaciones de confianza, cooperación y participación activa.

La mayor virtud se encuentra en el capital social forjado por jóvenes líderes y voluntarios, aunque, el reto primordial consiste en afianzar vínculos externos perdurables y formalizar estrategias comunicativas asegurando la viabilidad de los procesos.

Este estudio revela, la comunicación no es meramente un canal informativo, mas bien, es una actividad social que modela las interacciones, crea identidades y facilita la evolución conjunta del territorio.

Proyección

La etapa proyectiva constituye el puente de transición entre la indagación y la implementación, traduciendo los conocimientos y descubrimientos adquiridos en las etapas precedentes, a una propuesta pragmática para la optimización comunicacional de la Organización Social de Participación (OSP) Corporación Somos Bogotá. Derivado del diagnóstico comunicacional, el análisis sociopráxico, y la evaluación de las herramientas de la Fase 4, se detectó la imprescindible consolidación de procesos comunicativos más definidos, preservando el espíritu participativo, horizontal y comunitario que caracteriza a la organización.

El estudio de la red comunicacional reveló que Somos Bogotá atesora un capital social considerable, sustentado primordialmente en el liderazgo juvenil, la confianza mutua entre sus integrantes, y el empleo del arte y la cultura como mecanismos de cohesión social. No obstante, se reconocieron igualmente carencias asociadas a una sistematización deficiente de la comunicación interna, una continuidad restringida en las alianzas institucionales, y la falta de una estrategia comunicacional capaz de integrar, de manera consistente, los procesos presenciales y digitales.

Ante este escenario, la previsión se centra en el diseño de una estrategia comunicativa comunitaria participativa. concibiendo así, un proceso colectivo destinado a robustecer la organización, acrecentar su visibilidad y impulsar la colaboración con agentes externos. Esta estrategia valora a los jóvenes líderes como comunicadores esenciales y fomenta su intervención activa, en la creación de contenido, la administración de redes sociales, y la dinamización de lugares de debate comunitario.

La proposición se basa en los fundamentos de la comunicación participativa y la sociopraxis; entendidas éstas, como prácticas sociales enfocadas en propiciar transformación,

empoderamiento, y la construcción conjunta de significado. Desde este punto de vista, la comunicación no es mera transmisión informativa, sino que se alza como una herramienta esencial para fortalecer el entramado social, promover acuerdos y gestionar constructivamente 34 los conflictos suscitados en el ámbito comunitario.

La piedra angular de esta proyección consiste en estructurar un comité de comunicación comunitaria, vital para orquestrar el flujo informativo, asignar funciones específicas y asegurar la persistencia de las actividades comunicativas. Por añadidura, se sugiere la implementación de programas educativos diseñados para robustecer las habilidades comunicativas, el empleo estratégico de plataformas digitales sociales y la edificación de narrativas comunitarias, haciendo visibles los avances, éxitos y aprendizajes de la OSP.

La estrategia también incluye el fortalecimiento de los vínculos con instituciones académicas, organizaciones sociales y entidades gubernamentales, con el objetivo de cimentar relaciones más firmes y duraderas. Así, la jornada de devolución comunitaria se visualiza como un foro crucial de socialización, debate y retroalimentación, donde se exhibirán los hallazgos del proceso emprendido y se desarrollarán, conjuntamente, ajustes y perspectivas futuras. En resumen, la fase proyectiva posibilita la fusión del análisis comunicacional con una propuesta de intervención específica, en consonancia con la realidad del territorio y las potencialidades de la organización.

La proyección en cuestión, coadyuva al robustecimiento estructural de la Corporación Somos Bogotá, afianzando los cimientos para una comunicación más estratégica y con participación activa de la comunidad, así se fomenta la sostenibilidad y se pavimenta la senda hacia la consolidación del proceso durante la Fase 6.

Tabla 5*Líneas de Acción y Actividades*

Acción	Objetivo	Actores	Canales	Resultados esperados
Comité de comunicación comunitaria	Fortalecer la organización comunicativa interna	Jóvenes líderes, voluntarios, coordinación	Reuniones, WhatsApp	Mayor claridad, coordinación y participación
Formación en comunicación participativa	Desarrollar capacidades comunicativas	Jóvenes de la osp	Talleres, encuentros	Emprendimiento juvenil
Producción de contenidos comunitarios	Visibilizar procesos y fortalecer identidad	Comité de comunicación	Redes sociales	Mayor reconocimiento y alcance
Articulación con aliados externos	Consolidar alianzas sostenibles	OSP e instituciones	Reuniones formales	Continuidad de proyectos
Jornada de devolución	Socializar resultados y recibir retroalimentación	Comunidad y aliados	Encuentro y video	Ajustes colectivos y apropiación.

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada de las organizaciones.

Comunicación Transformadora

La comunicación transformadora se concibe como un proceso social; encaminado a la edificación colectiva de significados, a consolidar el entramado social, así como, a propiciar transformaciones perdurables en las realidades comunitarias. En el contexto del diplomado Construcción de Redes Sociales de Comunicación, el apoyo brindado a la Organización Social de Participación OSP Corporación Somos Bogotá posibilitó comprobar cómo la comunicación participativa funciona como un pilar fundamental, vital para la dinamización de procesos organizativos, para el robustecimiento de identidades colectivas, también, para fomentar la participación ciudadana.

Durante las varias fases del proceso investigativo–participativo, se consiguió captar que la comunicación no debe acotarse a la divulgación de información. Más bien, debe generar ámbitos de diálogo, de escucha atenta y construcción conjunta de saberes. Desde esta óptica, la comunicación transformadora se revela en prácticas horizontales, que facultan a los actores sociales para identificarse como sujetos activos dentro de la red; quienes son capaces de influir y tomar decisiones, según Kaplún 2002.

El examen de la dinámica comunicativa en Somos Bogotá reveló una robusta apropiación comunitaria de los foros participativos, con especial énfasis en los jóvenes líderes, que sirven como catalizadores de los quehaceres sociales y culturales del área. Tales prácticas resuenan con lo expuesto por Freire (1970), quien afirma que el diálogo resulta ser un requisito esencial para la transformación social, pues fomenta la consciencia crítica y el empoderamiento de quienes se involucran.

Desde el ángulo sociopráxico empleado durante el diplomado, la comunicación se interpreta como una práctica contextualizada que se ajusta a las realidades de un sitio específico.

Según Villasante (2006), la sociopraxis permite vincular la teoría con la práctica a través de 37 metodologías participativas que surgen de las propias necesidades de la comunidad. En el caso de la OSP, estas metodologías posibilitaron el reconocimiento de puntos fuertes internos, y de igual modo, puntos débiles en la coordinación con entidades institucionales externas, destapando retos claves para la perdurabilidad de los procesos comunitarios.

El papel del comunicador social, en esta realidad, se redefine. No simplemente un agente externo, sino, de manera más fundamental, un mediador y facilitador de esfuerzos colectivos. El comunicador ahora participa, interpreta, y potencia las dinámicas existentes. Se fomenta la creación de estrategias comunicativas que resuenan con la identidad y los propósitos de la organización (Beltrán, 2005). De este modo, la comunicación evoluciona. Es una herramienta potente para la transformación social, al servicio del desarrollo comunitario e inclusivo.

La comunicación transformadora se manifiesta, a su vez, en la propuesta comunicacional planteada para la OSP. Su meta es robustecer la visibilidad de sus actividades, consolidar redes de apoyo, y expandir su impacto social, siempre preservando su esencia participativa. Por lo tanto, la comunicación estratégica se alinea con los fundamentos de la comunicación popular y comunitaria, aspirando a crear procesos duraderos y con impacto social genuino (Gumucio Dagron, 2011).

Concluyendo, este proceso académico nos ha permitido discernir que la comunicación transformadora no se materializa de la noche a la mañana. Es, en verdad, un viaje de construcción incesante que exige compromiso, reflexión crítica, y una participación activa y significativa.

Los conocimientos adquiridos durante el diplomado robustecen, sin duda, las aptitudes académicas y profesionales. Además impactan la faceta ética del comunicador social, ese

profesional entregado al cambio social, la equidad, y a la creación de comunidades más justas y participativas.

Conclusiones

El proceso desarrollado con la Corporación Somos Bogotá permitió comprender la comunicación participativa como un eje estructurante del fortalecimiento organizativo en contextos comunitarios. A lo largo de las fases sociopráxicas se evidenció que la organización posee un capital social significativo, sustentado en el liderazgo juvenil, la cohesión grupal y la apropiación territorial, elementos que favorecen la participación activa y la construcción colectiva de sentido dentro de la comunidad.

El análisis de las dinámicas comunicativas internas y externas reveló que, aunque la OSP mantiene relaciones horizontales sólidas y una alta participación de sus miembros, presenta debilidades asociadas a la falta de sistematización de la comunicación, la escasa planificación estratégica y la limitada articulación con actores institucionales. Estas condiciones restringen la visibilidad de sus procesos y pueden afectar la sostenibilidad de sus iniciativas comunitarias en el largo plazo.

La aplicación del enfoque de Investigación-Acción Participativa y de herramientas sociopráxicas permitió no solo diagnosticar estas situaciones, sino también generar procesos reflexivos con los actores de la organización, reconociendo que la comunicación no es únicamente transmisión de información, sino un proceso relacional que fortalece vínculos, identidad y capacidad de acción colectiva. En este sentido, el trabajo evidenció que las prácticas comunicativas comunitarias constituyen un recurso fundamental para la transformación social desde el territorio.

A partir del análisis relacional, los sociogramas y la valoración de los conjuntos de acción, se identificó que la Corporación Somos Bogotá funciona como un nodo articulador de redes sociales locales, donde los jóvenes líderes y voluntarios actúan como dinamizadores

principales de la comunicación y la participación. No obstante, se constató la necesidad de consolidar vínculos más estables con instituciones y aliados externos que permitan ampliar recursos, continuidad y alcance territorial de los procesos comunitarios.

La estrategia de fortalecimiento comunicacional propuesta se configura como una respuesta contextualizada a estas necesidades, orientada a estructurar procesos comunicativos internos, potenciar la visibilidad digital y promover la formación de liderazgo comunicativo juvenil. Su enfoque participativo asegura coherencia con la identidad comunitaria de la organización y favorece la apropiación colectiva de las acciones planteadas, condición esencial para su sostenibilidad.

En términos formativos, la experiencia reafirmó el valor de la sociopraxis como enfoque que integra teoría y práctica en el análisis de realidades sociales complejas. El trabajo con la OSP permitió reconocer que la comunicación comunitaria, cuando se gestiona de manera participativa y estratégica, contribuye al fortalecimiento organizativo, la cohesión social y la proyección territorial de las organizaciones sociales de base.

En conclusión, la Corporación Somos Bogotá posee condiciones favorables para consolidarse como una red comunitaria comunicativa sólida, capaz de ampliar su impacto social mediante la estructuración de sus procesos comunicativos y el fortalecimiento de sus alianzas. El proceso desarrollado demuestra que la comunicación participativa constituye una herramienta clave para el empoderamiento comunitario y la sostenibilidad de las organizaciones sociales, especialmente cuando se fundamenta en la participación activa de sus propios actores.

Referencias Bibliográficas

Alfaro Moreno, R. M. (2006). Otra brújula para la comunicación. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

<https://scholar.google.com/scholar?q=Otra+br%C3%BAjula+para+la+comunicaci%C3%B3n>

Alfaro Beltrán Salmón, L. R. (1993). Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Una revisión. *Comunicación y Sociedad*, 18, 17–34.

<https://scholar.google.com/scholar?q=Comunicaci%C3%B3n+para+el+desarrollo+en+Latinoam%C3%A9rica+Beltr%C3%A1n>

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas: Sobre la teoría de la acción*. Anagrama.

<https://scholar.google.com/scholar?q=Razones+pr%C3%A1cticas+Bourdieu>

CIMAS. (2010). *Manual de metodologías participativas*. Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible.

<https://scholar.google.com/scholar?q=Manual+de+metodolog%C3%ADas+participativas+CIMAS>

Díaz Bordenave, J. (1989). *La comunicación participativa como medio para el desarrollo rural*. FAO.

<https://scholar.google.com/scholar?q=La+comunicaci%C3%B3n+participativa+como+medio+para+el+desarrollo+rural>

Fresno, M. del, Paunero, D. S., & Marqués, P. (2014). *Conectados por redes sociales: Introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos*. Editorial UOC.

<https://scholar.google.com/scholar?q=Conectados+por+redes+sociales+Fresno>

- Gallego, S. (2016). *Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el siglo XXI*. Universidad Complutense de Madrid.
<https://scholar.google.com/scholar?q=Redes+sociales+digitales+informaci%C3%B3n+comunicaci%C3%B3n+Gallego>
- Gumucio-Dagron, A. (2004). El cuarto mosquetero: La comunicación para el cambio social. *Investigación y Desarrollo*, 12(1), 2–23.
<https://scholar.google.com/scholar?q=El+cuarto+mosquetero+Gumucio> Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa*. Taurus.
<https://scholar.google.com/scholar?q=Teor%C3%ADa+de+la+acci%C3%B3n+comunicativa+Habermas>
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre.
<https://scholar.google.com/scholar?q=Una+pedagog%C3%ADa+de+la+comunicaci%C3%B3n+Kapl%C3%BA>
- Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Convenio Andrés Bello.
<https://scholar.google.com/scholar?q=De+los+medios+a+las+mediaciones+Mart%C3%A>
 D n-Barbero
- Martín, P. (1999). El sociograma como instrumento que desvela la complejidad. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 2, 129–151.
<https://scholar.google.com/scholar?q=El+sociograma+como+instrumento+que+desvela+la+complejidad>
- Noguera Vivo, J. M. (2011). *Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online*. Editorial Ulibro.

<https://scholar.google.com/scholar?q=Redes+sociales+para+estudiantes+de+comunicaci%C3%B3n+Noguera>

Servaes, J. (2008). Comunicación para el desarrollo y el cambio social. Icaria.

<https://scholar.google.com/scholar?q=Comunicaci%C3%B3n+para+el+desarrollo+y+el+cambio+social+Servaes>

Villasante, T. R. (2007). La sociopraxis: Un acoplamiento de metodologías participativas.

<https://scholar.google.com/scholar?q=La+sociopraxis+Villasante>

Apéndices

Apéndice A

Carta de intención

Anexo 2 – Carta de Solicitud del Diplomado

Bogotá D.C., 10 de Septiembre de 2025

Señores

Corporación Somos Bogotá

Atn: Representante Legal / Director(a)

Ciudad

Respetados(as) señores(as):

Reciban un cordial saludo.

Mi nombre es Álvaro Vargas, identificado con cédula de ciudadanía No.1136889650, estudiante del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, código del curso 441011.

El motivo de la presente es solicitar su autorización para desarrollar un ejercicio académico con su organización, en el marco de la Fase 2 del Diplomado. El propósito es realizar una Investigación-Acción Participativa (IAP) que permita reconocer los procesos comunicativos, sociales y comunitarios de la Corporación Somos Bogotá, así como identificar oportunidades de fortalecimiento desde la comunicación participativa y digital.

Este ejercicio no genera ningún compromiso económico para la organización; se trata únicamente de un proceso de observación, entrevistas y análisis académico, cuyos resultados estarán disponibles para ustedes como insumo de retroalimentación.

Agradezco de antemano su colaboración y quedo atento a su aprobación.

Cordialmente,

Álvaro Vargas

Álvaro Vargas

Estudiante Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Correo: alvaroandresvargasaraujo@gmail.com

Celular: 3057543862

Apéndice B

Carta de aprobación de la OSP

Carta de Aprobación de la OSP

Bogotá D.C., 15 de Septiembre de 2025

Señores
Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD
Atn: Tutores del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

Respetados(as) señores(as):

Por medio de la presente, la Corporación Somos Bogotá, en cabeza de su representante legal, manifiesta su aprobación y consentimiento para que el estudiante Álvaro Vargas, identificado con cédula de ciudadanía No. 1136889650, desarrolle el ejercicio académico correspondiente a la Fase 2 del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

Reconocemos que este proceso se enmarca en una Investigación-Acción Participativa (IAP) con fines académicos, y no genera compromisos económicos para nuestra organización. Nos comprometemos a brindar el acompañamiento necesario para la recopilación de información, entrevistas y actividades de observación que permitan cumplir con los objetivos del diplomado.

En nombre de la Corporación Somos Bogotá reiteramos nuestro interés en fortalecer los procesos comunicativos y comunitarios a través de este tipo de iniciativas académicas.

Atentamente,



Jacobo Miranda

Jacobo Miranda

Representante Legal
Corporación Somos Bogotá

Apéndice C

Preguntas Entrevista Inicial

1. ¿Podrías presentarte, por favor?
2. ¿Cuál es el principal objetivo social de la Corporación Somos Bogotá?
3. ¿Me podrías contar un poco más a fondo de las actividades que se realizan actualmente en la corporación?
4. ¿Qué poblaciones participan en la organización?
5. ¿Cómo se organiza internamente la Corporación Somos Bogotá?
6. ¿Qué medios usan para coordinarse internamente?
7. ¿Cómo es la comunicación con la comunidad externa de la corporación?
8. ¿Cuál ha sido el logro más importante que han tenido hasta ahora en la corporación?
9. ¿Qué dificultades o problemas han podido enfrentar en el proceso que llevan?
10. ¿Cómo logra sostenerse actualmente la Corporación Somos Bogotá?
11. ¿Qué metas tienen a corto plazo en la corporación?
12. ¿Y a largo plazo qué tienen en mente?
13. ¿Qué papel cumplen las redes sociales dentro del trabajo de la corporación?
14. ¿Cómo se vincula la comunidad a sus proyectos? ¿Cómo puede acceder a ellos?
15. ¿Han tenido algún apoyo del sector público?
16. ¿Qué alianzas han logrado con otras organizaciones?
17. ¿Creen que la corporación tiene un impacto dentro de la sociedad?
18. ¿Cómo manejan los conflictos internos o diferencias dentro del grupo?
19. ¿Qué sueñan para la corporación dentro de 5 años?

Apéndice D

Enlace Entrevista Inicial

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

Apéndice E

Preguntas Entrevista Cualitativa

1. ¿Podrías describir cómo la red social conforma la organización?
2. En tu experiencia, ¿cuáles dirías que son los vínculos más relevantes dentro de esta red?
3. ¿Cómo se ha hecho para que la Corporación Somos Bogotá amplíe su red en los últimos años?
4. ¿Qué estrategias utilizan para integrar a la comunidad en los distintos proyectos?
5. ¿Cómo logran que los miembros de la comunidad sientan que hacen parte activa de la comunicación y no solo sean receptores?
6. ¿Qué limitaciones encuentran en los procesos de comunicación participativa?
7. ¿Cómo percibe la comunidad a la Corporación Somos Bogotá? ¿Qué papel sienten que cumplen en el territorio?
8. ¿Han visto cambios sociales en la comunidad a partir de lo que ustedes hacen?
9. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta la comunidad y la corporación para sostener estos procesos colectivos?
10. Para cerrar, ¿qué esperas que pase con la Corporación Somos Bogotá en los próximos años

Apéndice F

Enlace Entrevista Cualitativa

<https://www.youtube.com/watch?v=VpvsW9s6rtgh>

Apéndice G

Registro Fotografico



Apéndice H

Enlace Video Socialización

<https://youtu.be/fbLSLrHpZbM>