

**Diagnóstico de Comunicación desde las Redes Sociales en la Organización Social  
Participativa "RESCATADOGS"**

Marcela Salazar Rodriguez

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Sociología

2024

## Resumen

La investigación tiene como fin evaluar las redes sociales de comunicación internas y externas de la organización social participativa "Rescatadogs", para conocer su interacción y la manera en cómo se están comunicando y que mensajes están enviando tanto a su comunidad como con los miembros de la misma, ya que es importante conocer como interactúan ya que esto es base para conocer por qué en el éxito de sus proyectos, pero también las falencias que están cometiendo, para esto hicimos un acercamiento por medio de entrevistas, visitas y ejercicios de observación participante para conocer su razón social y elementos característicos con el fin de entender su forma de trabajo, la manera como desarrollan sus actividades y que acciones plantean a futuro, todo esto para poder generar un diagnóstico y estrategia comunicacional que le permita a esta fundación ampliar sus redes sociales, y lograr objetivos de largo alcance para el rescate, rehabilitación y adopción animal que posicionen a la fundación como una de las mejores y puedan ampliar sus actividades.

La estrategia final comprende varias etapas en las cuales cambiar el mensaje que proyecta necesidad y modificarlo a una enseñanza para la comunidad, una invitación al cambio social para erradicar los problemas de animales en situación de calle, junto con aliados estratégicos como famosos o personas que tengan más impacto y seguimiento en redes sociales que apoyen la fundación y finalmente la búsqueda apremiante de una empresa de alto nivel que quiera patrocinar la organización social participativa y de esta manera contar con ingresos fijos de dinero mensualmente.

**Palabras clave:** Redes sociales, Comunicación participativa, Organización social, Sociedad.

### **Abstract**

The purpose of the research is to evaluate the internal and external social communication networks of the participatory social organization "Rescatadogs", to understand their interaction and the way in which they are communicating and what messages they are sending both to their community and to the members of the organization. itself, since it is important to know how they interact since this is the basis for knowing why in the success of their projects, but also the shortcomings they are making, for this we made an approach through interviews, visits and participant observation exercises to know their company name and characteristic elements in order to understand their way of working, the way they carry out their activities and what actions they propose for the future, all of this to be able to generate a diagnosis and communication strategy that allows this foundation to expand its social networks. . . , and achieve long-range objectives for animal rescue, rehabilitation and adoption that position the foundation as one of the best and can expand its activities.

The final strategy includes several stages in which to change the message it projects and modify it to a teaching for the community, an invitation to social change to eradicate the problems of street animals, together with strategic allies such as celebrities or people who have more impact and follow-up on social networks that support the foundation and finally the pressing search for a high-level company that wants to sponsor the participatory social organization and in this way have a fixed monthly income of money.

**Keywords:** Social networks, Participatory communication, Social organization, Society.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	8
Aprestamiento .....	9
Conceptualización.....	10
Informe de Identificación y Conceptualización.....	13
Implicación.....	17
Informe Sociopráxico .....	18
Construcción .....	22
Informe Investigación.....	29
Proyección .....	35
Estrategia de Comunicación a la OSP .....	35
Conclusiones .....	38
Referencias Bibliográficas .....	39

**Lista de Tablas**

<b>Tabla 1</b> <i>Ficha de Información de la OSP</i> .....	9
<b>Tabla 2</b> <i>Ficha Descriptiva de la OSP</i> .....	10
<b>Tabla 3</b> <i>Diario de Campo</i> .....	17
<b>Tabla 4</b> <i>Matriz de Posicionamiento</i> .....	24
<b>Tabla 5</b> <i>Matriz Comparativa</i> .....	27

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Sociograma interno OSP Rescatadogs</i> .....	22
<b>Figura 2</b> <i>Sociograma externo OSP Rescatadogs</i> .....	22
<b>Figura 3</b> <i>Conjuntos de acción OSP Rescatadogs</i> .....	23

## Lista de Apéndices

<b>Apéndice A</b> <i>Carta de Intención</i> .....	42
<b>Apéndice B</b> <i>Carta de Aprobación</i> .....	43
<b>Apéndice C</b> <i>Preguntas Entrevista Inicial</i> .....	44
<b>Apéndice D</b> <i>Enlace Entrevista Inicial</i> .....	45
<b>Apéndice E</b> <i>Preguntas Cualitativas</i> .....	46
<b>Apéndice F</b> <i>Enlace Entrevista Cualitativa</i> .....	47
<b>Apéndice G</b> <i>Registro Fotográfico</i> .....	48
<b>Apéndice H</b> <i>Enlace de Devolución a la OSP</i> .....	49

## **Introducción**

La fundación Rescatadogs es una organización social participativa en la cual priman valores para la construcción de la sociedad, esta fundación rescata, rehabilita y da en adopción responsable a perros y gatos de diferentes ciudades del país queriendo concientizar a las comunidades sobre la problemática de sobrepoblación animal, la importancia de tratar a estos seres como sintientes y transformar la realidad de las comunidades en donde como parte del desarrollo está el no tener animales viviendo y muriendo en la calle. Como construcción de sociedad debemos darnos cuenta de la importancia de cuidar cada aspecto y ser viviente de nuestro diario vivir, y que haciendo parte de acciones colectivas, que estén orientadas a la ayuda de la comunidad podremos construir redes sociales más fuertes, duraderas, estables y que la ayuda que prestamos se pueda ver extendida desde varios puntos débiles que tenemos como sociedad.

La fundación dentro de sus actividades tiene como propósito la adopción de animales, la recaudación de fondos por medio de donaciones, venta de artículos o rifas, para todas estas acciones la red social que apoya a la fundación mueve sus recursos y por el vínculo que los une logran que la fundación permanezca y siga con sus intenciones de ayuda social, por medio de metodologías como cuestionarios abiertos para recolección de información cualitativa y observación participativa se evidencia la necesidad de re direccionar sus redes sociales de comunicación para enviar un mensaje de cambio social a la sociedad y de esta manera cambiar la conducta y crear relaciones de ayuda en pro de toda la sociedad.

## Aprestamiento

**Tabla 1**

*Ficha de Información de la OSP*

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla.	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
OSP "Rescatadogs"	Rescatadogs es una fundación que se encarga de rescatar animales como perros y gatos que viven en la calle, están enfermos, o están con dueños que los maltratan, ahí interviene la fundación para recuperarlos, vacunarlos, esterilizarlos y darles una mejor vida. Dentro de las actividades que realiza están las campañas de alimentación, jornadas de adopción, rescate de nuevos animales, y encuentros con la comunidad que ya ha adoptado anteriormente.	<p>Mi criterio de selección se basa en que la fundación Rescatadogs es una fundación sin ánimo de lucro. Es una organización social que pretende construir y ayudar a la sobrepoblación animal, por lo que los beneficiarios no son solo los animales sino a su vez la comunidad. No es una organización de carácter privado, religioso, ni de militancia política. A su vez es una organización con interés de crecimiento mutuo, en donde se busca que los animales y las personas encuentren una mejor y óptima calidad de vida.</p>	<p>Hay acercamiento actual con la organización, la fundación esta enterada de mi intención de hacer mi diplomado con ellos e investigar, por lo que me abrieron las puertas de la fundación. No hay mucho conocimiento de la organización, por lo que plantear estrategias comunicativas será algo novedoso para ellos y podrían interesarse aún más.</p>	<p>Es una fundación grande en número de voluntarios, pero escasa en su organización interna, por lo que muchas gestiones las maneja una sola persona y los procesos de comunicación no son tan extensos o apropiados, por lo que plantear estrategias será un reto.</p>

*Fuente.* Página principal fundación "Rescatadogs"

## Conceptualización

**Tabla 2**

*Ficha Descriptiva de la OSP*

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	La fundación Rescatadogs se dedica a rescatar, rehabilitar y dar en adopción responsable a perros y gatos en situación de calle.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	Concientización y educación de que los animales son seres sintientes y por eso debemos respetarlos, promueven la adopción antes de la compra ya que actualmente hay sobrepoblación animal en Colombia, con el trabajo de la fundación se busca que las tasas de sobrepoblación animal bajen y se promulgue el respeto por los animales.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	Todos los días se tiene contacto entre los trabajadores oficiales de la fundación. Reuniones presenciales una vez al mes. En estos espacios, se hablan de impactos que han tenido, temas económicos como deudas, casos actuales, casos en adopción, las mejoras a realizar según lo que se haya visto en el mes y que fallo y los pendientes por hacer en la fundación.
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	De las 4 personas bases estas son sus características: Brian: Universitario, Economista, hijo, estudiante en diplomado sobre inteligencia artificial. Fredy: Conductor y mensajero de la empresa, es esposo y padre de familia y su nivel educativo es bachiller. Luisa: Abogada en derecho constitucional, hijo. María Alejandra: Comunicadora social, hija.
Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)	El equipo base está conformado por 4 personas, adicionalmente se cuentan con 250 voluntarios 3 hogares de paso, contador y revisora fiscal. La cobertura territorial es en diferentes partes de Colombia, especialmente en Bogotá en barrios como ciudad bolívar, Soacha, Usme y parte de la costa entre barranquilla, santa Marta y Tasajeda en donde falta mucha conciencia animal por este motivo las operaciones se centran en estos lugares donde hay sobrepoblación animal.
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	Brian Montenegro: director financiero y de comunicaciones, responsable de la planificación financiera, gestión del presupuesto, contabilidad y presentación de informes financieros, se asegura que la fundación maneje sus recursos de manera transparente y eficiente, así como es responsable de las estrategias de comunicación y marketing de la fundación incluyendo la gestión de redes sociales y las relaciones públicas. Fredy: Es el conductor, se encarga de transportar a los animales y de

Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	<p>hacer diligencias que se necesiten en la fundación.</p> <p>Luisa María Contreras: directora jurídica y administrativa, responsable del asesoramiento legal, gestión de riesgos, elaboración y revisión de contratos, documentación, organización interna, cumplimiento normativo, y gestión integral del equipo.</p> <p>María Alejandra Checa: directora general y de operaciones, responsable de la dirección y gestión general de la fundación incluyendo la planificación estratégica, recaudación de fondos, supervisión del personal y la representación de la organización ante el público y los medios.</p> <p>Se encarga de la gestión diaria de las operaciones de la fundación incluyendo la coordinación de rescates y cuidado de los animales y la logística de los casos.</p> <p>Entre el grupo de trabajo nuclear, es decir Brian, Luisa, Fredy y María Alejandra hay un vínculo social de intercambio que en algunos casos fue circunstanciales, y terminaron trabajando todos en conjunto para sacar adelante la fundación, con el tiempo estos vínculos se han visto fortalecidos por relaciones afectivas, de amistad, en donde hay más que compañerismo o trabajo en equipo una confianza por el trabajo que realizan cada uno por aparte en las gestiones de la fundación. Se nota una transparencia, calidad, y vinculo social fuerte entre ellos lo que hace más armonioso el trabajo conjunto de la fundación.</p>
Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.	<p>María Alejandra y Brian son las dos personas que más tienen contacto con el exterior, se encargan de sus redes, de hacer videos y son quienes más participan activamente con "un público" aunque todos tratan con voluntarios, hogares de paso, veterinarios, donantes por situaciones del día a día.</p>
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	<p>La comunicación interna a primera vista es de forma horizontal, si bien María Alejandra es la directora, se nota que atiende los problemas sin tratarlos con jerarquía, sino desde una igualdad, todos están constantemente informados de las situaciones y áreas de la fundación, por lo que la comunicación se facilita mucho.</p> <p>Los medios para este fin son:</p> <p>Qiip: aplicación de productividad, que organiza los pendientes, comunica y administra los procesos pendientes, tienen acceso las 4 personas con el fin de organizar el calendario y cumplir los pendientes.</p> <p>Teléfono: Llamadas diarias.</p> <p>WhatsApp: Chats diarios.</p> <p>Correos: Asistenciarescatagods, de este se encarga Luisa para temas legales, para adoptantes, temas de contabilidad y asuntos internos de la fundación.</p> <p>Rescatadogsofficial: lo manejan para el público, reportan nuevos casos, recordatorios de citas veterinarias, envío de exámenes y temas relacionados con los casos que se llevan, promociones para compra</p>

<p>Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.</p>	<p>de comida o artículos que se necesiten en la fundación.  Reuniones presenciales: una vez al mes.  Bitácora: se realiza a diario, la envía Luisa en la noche a los integrantes del equipo para que estén enterados de lo que se logró hacer durante el día, la evolución de los casos y en caso de alguna confusión días posteriores se revisa la bitácora, esto porque al tener muchos animales hay que llevar un control de cada caso incluyendo vacunas o adopciones.  La más usada es Instagram, Luisa, Brian y María Alejandra tienen acceso, todos los días se debe realizar y depurar mensajes ya que en su gran mayoría les escriben para reportar abusos, maltratos y nuevos casos, en minoría mensajes con ayudas o donaciones.  La fundación tiene alrededor de 50 grupos de WhatsApp, ya que, por animal, se crea un grupo con la veterinaria, apadrinamientos, voluntarios, los directivos de la fundación, por lo que de esta manera se da a conocer el trabajo diario que se está realizando con un caso de algún animal en específico.  Página en Linktree para acceder a formularios de adopción, hogares de paso, links de WhatsApp, animales en adopción, a las redes sociales y a donaciones online.</p>
<p>Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.</p>	<p>Red sociales X, YouTube, WhatsApp para el público y TikTok  Planes: contactar empresas que puedan donar mensualmente, para acceder a recursos fijos, ya que actualmente el sostenimiento se debe a actividades, rifas, eventos y donaciones, pero no hay una cifra exacta de cuanto va a llegar en un mes.</p>
<p>Logros de proyectos exitosos.</p>	<p>El ultimo lograr fue entrar a unos cursos en la escuela de gestión de fundaciones, en donde se aprendieron herramientas para manejar la fundación, esto fue en alianza con la fundación "activistas constructivos" los cuales ayudan a otras fundaciones, como Rescatadogs para implementar nuevas estrategias para fortalecer las fundaciones, ampliarlas, generar empleo, y transmitir esperanza a fundaciones pequeñas para seguir en su lucha por el activismo.  Otro logro importante para la fundación son las cifras, ya que han logrado salvar más de 1000 animales, tener una comunidad grande que confía en el trabajo que realizan.</p>
<p>Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.</p>	<p>La falta de conciencia de las personas, aún hay muchas personas que prefieren comprar animales que adoptarlos, y el problema sigue en aumento cuando, los compra y no los esteriliza, por lo que la sobrepoblación animal no para y los casos que reportan tampoco.  Otra de las dificultades es la falta de dinero para poder recibir más casos.  Pocos hogares de paso para ayudarnos a cuidar de los animales en recuperación.</p>
<p>Otros aspectos para comentar.</p>	<p>La fundación cuenta actualmente con 3 alianzas, las cuales les permiten reunir fondos adicionales para sus operaciones:  Animalpride, todas las personas que compran en esta tienda y que</p>

dicen que van de parte de la fundación están donando un porcentaje de esa venta a la fundación, al final del mes se les entrega lo que se logró reunir.

Bylupe, es un emprendimiento que al igual que naturalpride da un porcentaje de sus ganancias a la fundación.

Veterinaria PetFamily, les dan descuentos, aceptan casos sin necesidad de pago inmediato, y amplían sus horarios para las necesidades de la fundación.

La fundación se creó hace 5 años, pero se constituyó legalmente como una fundación sin ánimo de lucro desde diciembre de 2023.

---

*Fuente.* Elaboración propia con base a la información recolectada en la entrevista con la OSP

### **Informe de Identificación y Conceptualización**

El siguiente informe tiene como fin dar a conocer a grandes rasgos las características generales de la comunicación interna y externa de la fundación Rescatadogs, así como sus planes, logros, desafíos y de cómo esta fundación que inicio hace 5 años y que se constituyó legalmente hace 5 meses ha logrado rescatar a más de 1000 animales de situaciones de maltrato, abandono, enfermedades y en general de la calle para recuperarlos, darles un tratamiento, un hogar y una nueva oportunidad.

Inicialmente estos datos han sido recolectados por medio de una entrevista a su directora general, y se ha querido hacer esta investigación con el fin de conocer fortalezas y debilidades en la manera en cómo actualmente se comunican entre los miembros de la fundación, para crear un diagnóstico comunicacional que les permita mejorar como fundación, lograr sus objetivos y que pueda ser una organización social con más participación dentro de la comunidad, que pueda lograr un mayor impacto.

Esta fundación cuenta con 4 personas de base, es decir; cuatro personas que trabajan constantemente 24 horas a disposición de la fundación y están informadas de todos los casos de animales que llegan o salen de la fundación, salir es que un animal logro ser adoptado. Estas

cuatro personas hacen los roles de directora general y de operaciones, director financiero y de comunicaciones, directora jurídica y administrativa y conductor, mensajero. Debido al alto volumen de voluntarios, adoptantes, seguidores de redes sociales, se hace necesario que la fundación cuente con canales de comunicación internos y externos amplios, el uso de tecnologías de la información TIC, como los celulares, computadores y de herramientas como correo electrónico, WhatsApp, Qiip e Instagram como principales fuentes de comunicación. Hay alrededor de 50 grupos de WhatsApp en los que diariamente se están actualizando los casos activos de la fundación, pero en estos grupos no participan todas las personas, muchos están de espectadores de las situaciones que suceden, de lo que se necesita, pero sin prestar una ayuda tangente.

Los cuatro miembros principales como se mencionó anteriormente mantienen un proceso de interacción en el cual hay direccionalidad de relación recíproca, en donde los flujos de comunicación a través de la red mantienen un contenido que logra que el vínculo mantenga un propósito específico que es el de sostener la fundación y seguir rescatando animales, este vínculo adicional al profesional es de amistad, como se identificó en la entrevista sin embargo, en el proceso de comunicación de la fundación la directora es quien lleva la voz de mando. Beltrán (1979) afirma que: “el igualitarismo es un concepto relativo. La absoluta igualdad no es posible. No puede lograrse la simetría total en la distribución de las oportunidades para emitir y recibir mensajes” (p. 19).

Como vemos, por más vínculos de amistad y de horizontalidad que haya dentro de la fundación no podemos decir que los 4 miembros principales tomen las decisiones finales, o que lleven el propósito de la fundación, cuando realmente es María Alejandra quien maneja los

grados de implicación de los actores, y quien dirige y administra los temas mas importantes de la fundación.

La fundación cuenta con una página web, también manejada por los administrativos, quienes se reparten los roles según las necesidades del día, uno de los aspectos importantes a destacar es que la fundación funciona con un día a día, y así se va desarrollando la dinámica dentro de la fundación, porque no hay presupuesto, o una planificación exacta para saber cual es el paso a seguir, o cuales son las metas de determinado periodo, sus administrativos consideran que al no tener recursos fijos es muy difícil organizar actividades, o asumir responsabilidades que después no saben si pueden costear, adicional a esto las enfermedades que pueden llegar a adquirir los animales, la cantidad de animales que lleguen nuevos a la fundación o que salgan al ser adoptados es muy variada, no hay una estadística, un estimado, la suerte es un factor con el que la fundación quiere contar y de esto también depende la continuación de sus actividades sociales que desarrolla.

Las herramientas como la aplicación Qiiip y la bitácora diaria son una forma de comunicación interna muy buena, ya que están utilizando medios tecnológicos para estar al pendiente de tareas por desarrollar, lo que ayuda a compaginar la información que todos manejan, y que estén enterados de las labores que se realizan diariamente y de lo que falta por organizar. Las reuniones presenciales, por cronograma y organizadas con antelación se realizan una vez al mes, ya que la principal fuente de comunicación entre todos la realizan por teléfono, esto sin duda simplifica las cosas ahorra tiempo, dinero y desplazamiento para todos, sin embargo, para ser una organización que trabaja 24/7 una sola reunión al mes es poco, y los temas a tratar son de lo que sucedió en el mes, y los logros que tuvieron en ese mes vencido.

Santos (1989) señala que: “la accesibilidad dentro de una red se puede resumir por las distancias en una matriz” (p. 142). como vemos en la fundación la accesibilidad en las redes sociales es muy buena, ya que no se deben tener pasos extensos, o un conducto con varias personas para lograr transmitir o recibir información necesaria para las decisiones de la fundación.

## Implicación

**Tabla 3**

*Diario de campo*

OSP: Rescatadogs	Actividad: jornada de adopciones	Fecha: sábado 11 de mayo de 2024
Hora inicio: 8:00 am	Hora finalización: 4:00 pm	Lugar: Parque las rampas, Cedritos.
Participantes: 4 miembros de la fundación y 11 voluntarios.	Investigador: Marcela Salazar Rodríguez	
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
<p>Se reunieron en el parque las rampas en cedritos 15 personas entre voluntarios y miembros de la fundación Rescatadogs, quienes tenían como misión dar en adopción a 15 perros en su gran mayoría de raza criolla y 3 de raza fina. Ellos estaban citados con anterioridad vía WhatsApp y la red social Instagram.</p> <p>Se colocaron dos carpas, una blanca grande, para dejar ahí a los perritos con sus respectivos cuidadores, y una verde pequeña para en este lugar colocar las cosas que se iban a vender, la fundación como medio para recolectar fondos hizo una venta de garaje y de materas hechas con latas de cerveza reciclables para que las personas compraran y de esta manera conseguir dinero para la fundación. Paralelamente se ofrecían productos de las marcas aliadas que de sus ventas dan un porcentaje a la fundación, en este caso asistió Animalpride.</p> <p>Los miembros de la fundación</p>	<p>Hay un programa de invitación a la comunidad por medio de redes sociales, esta es una manera efectiva para convocar a la comunidad a hacer parte del evento ya que si asistieron unas 100 personas a lo largo del día. En su mayoría los voluntarios son jóvenes entre 20 y 35 años, pero los interesados son familias con niños, o personas mayores que quieren tener una compañía en casa.</p> <p>Muchas personas pasan de lado, no muestran ternura con los animales y no les interesa llevar un animal a casa.</p> <p>Los niños se emocionan más, pero los adultos cohiben ese sentimiento, son mas conscientes de la responsabilidad que es llevar un animal al cuidado de las personas, los niños se dejan llevar por los sentimientos y algunos hasta lloran cuando les dicen que no, a los que les dicen que si se les ve una reacción de felicidad muy autentica.</p> <p>Las personas en su mayoría se interesan más por perros de color blanco, café, mono y no negros, también por los cachorros que fueron los primeros en adoptar.</p>	<p>En horas de la mañana fui al parque las rampas en cedritos, observe la falta de logística ya que la actividad empezaba a las 8 pero por dificultades de transporte para llevar los animales, las carpas y las cosas que se iban a vender, retraso el inicio de la actividad.</p> <p>Las personas son empáticas, pero desde lejos con los animales, muchos iban era a mirar la ropa, da malgenio, pero al fin y al cabo la idea es que se recauden fondos.</p> <p>Al final de la jornada llore mucho, todo el día luche con sentimientos de esperanza al pensar que las familias iban a llevar a los perritos, para después de casi dos horas decir que no, o decir ya vuelvo y no regresaban, alegría cuando habían personas que al final firmaban los formularios y se llevaban los perritos a casa, pero también decepción a cada rato por que las personas</p>

usaban gorras con el logo de rescatadgos para que fueran más fáciles de identificar, se usaron letreros, carteles, posters donde plasmaban las necesidades y valores de la fundación, como por ejemplo "ayudemos peluditos en problemas", "adopta no compres", "bríndanos un hogar de paso por unos días", "hazte voluntario" o "dona". Durante toda la jornada se acercaban muchas personas a preguntar por las adopciones, algunos de antemano habían llenado formularios de adopción por lo que al llegar al lugar ya sabían que iban a llevarse a un perro a su casa. Toda la jornada se Tarata de ser amables, invitar a las personas interesadas en adoptar, darles información básica de cada animal, por lo que los cuidadores saben de antemano características básicas como la edad, enfermedades, y un poco de la historia de cada uno por lo que las personas deciden al final si adoptan o no. Las carpas ayudaron mucho ya que estuvo lloviendo y escamando toda la jornada

Hay horarios de mas afluencia de gente, entre las 2 y 4 de la tarde, se siente un ambiente familiar en toda la jornada, muchas personas se paran a observar los animales, hablan entre sí, comparten historias de sus actuales mascotas o de algunos fallecidos, en general el espacio une a los participantes.

En la comunidad en general hay un buen recibimiento de estas acciones, sin embargo, en esta actividad se dieron en adopción 8 perros, por lo que se logra el objetivo de la fundación, pero no del todo porque para lograr el objetivo completamente se necesita de la comunidad y de su aceptación a ayudar y adoptar los perritos.

Los voluntarios muestran desconocimiento de la labor que ha tenido la fundación con los animales, algunos van a ayudar, pero es solo cuestión de un día, no están muy involucrados, las relaciones entre todos son cordiales, pero manteniendo una distancia, es decir, están unidos por una causa, pero hasta ahí. El objetivo no es solo el de dar en adopción, sino recolectar dinero, hay siempre una necesidad constante de que las personas donen para poder cubrir los gastos que se tienen.

no ven a los perros criollos como opción, que adoptan primero a los de raza pura, todo esto me hizo llorar, pensar que somos muy indolentes con los animales, y que al comprar perros de raza nunca se va a acabar esta problemática. Las personas aun no son conscientes de la problemática animal, siguen creyendo que un perro de raza es mejor que otro, y ponen a parir a sus perros para venderlos, hay que cambiar esa conciencia de la gente, hay que educar.

Adicionalmente el impacto también fue grande porque estando allá ves el esfuerzo y la inversión que hace una fundación, para llevar a los perritos hasta cierto lugar, algunos traídos desde Cajicá o Chía, y poder realizar estas jornadas para que al final se regresen con animales es muy frustrante.

---

*Fuente.* Elaboración propia con base a la información observada en la actividad de la OSP

## **Informe Sociopráxico**

Para un acercamiento con fines investigativos dentro de la fundación Rescatadogs se realizaron diferentes metodologías aplicadas en nuevas estrategias emergentes para lograr dar

cuenta de que está haciendo la fundación y como sus formas de comunicación con la comunidad y sus redes sociales están causando un impacto en los resultados de la fundación. Para esto Hein et. al (2013), señalan que:

Lo típico es recoger la información mediante cuestionarios e instrumentos que permitan reconstruir y visualizar las redes sociales de una persona. Luego se complementa tal información mediante una entrevista semiestructurada o abierta que permite obtener información acerca de la perspectiva subjetiva y las lógicas de acción de los entrevistados. (p. 60).

Por este motivo se inició planteando nueve preguntas de respuesta abierta, en una entrevista a la directora de la fundación y en la cual se busca conocer el papel que juega la comunicación dentro de la fundación, así como hacia dónde va orientada, ya que el mensaje que ellos quieren proyectar tal vez está llegando de manera errónea al receptor, en medio de la entrevista también se pretende que la fundación haga un ejercicio de reflexión y cavilación sobre su aporte social a la comunidad, se encontró que en la organización social participativa han venido realizando un trabajo participativo con la comunidad, que constantemente están innovando en maneras de recoger fondos para poder sostener los gastos de la fundación, y de que como ellos mismos dicen el fin es ayudar a los animales, sin embargo hace falta escuchar a la comunidad y lo que ellos entienden que está pidiendo la fundación, ya que son cosas diferentes. El uso de redes sociales tecnológicas como la aplicación Instagram es un gran canal de comunicación entre la fundación y la comunidad, ya que es el medio principal por el cual se pone en conocimiento de los procesos que lleva la fundación con los casos de los animales, sin embargo, hay procesos internos que no se ponen en conocimiento de la comunidad porque para la fundación no es relevante pero para la comunidad si, por lo que se evidencia inicialmente un

error en la cadena de comunicación. La metodología aplicada en la entrevista cualitativa dejó ver puntos de vista desde diversas posturas en la fundación, sus miembros, su red social y la comunidad, todas estas dan respuesta a las necesidades individuales que para cada parte de la fundación es importante comunicar y solicitar, ya que el apoyo y ayuda entre los vínculos sociales de la fundación son básicos para el buen funcionamiento de la misma, este ejercicio se encontró enriquecedor, una efectiva forma de recoger información de primera mano y combinar las perspectivas al interior de la comunidad.

Otra de las metodologías que se usaron para este análisis fue la de observación participante, Hein et. al (2013), plantean que: “otra forma de articular las distintas perspectivas de investigación consiste en implementar un diseño mixto secuencial exploratorio. Tales estudios comienzan con una exploración de tipo cualitativa, por ejemplo, a través de una observación participante” (p. 61). Por lo que se aplicó esta metodología integrándonos como observadores a una actividad dinámica de jornada de adopción, que es una de las más realizadas por la fundación y en la cual el objetivo principal es encontrar hogar a los animales que tiene la fundación, para esto se utilizó como herramienta un diario de campo para hacer las anotaciones pertinentes de las conductas encontradas, acciones ejecutadas por los miembros, voluntarios y participantes de dicha jornada, así como los sentimientos propios experimentados con la visualización de esta actividad, el ejercicio social que se realizó fue bastante extenso, basada en el análisis de las dinámicas relacionales entre individuos, encontrando que un mismo objetivo social puede mover a un colectivo de personas en pro de la fundación, la fuerza de relaciones sociales dentro de la fundación se identificaron al momento de trabajar todos en conjunto para lograr la meta que se propusieron.

La comprensión de todos los involucrados en el problema de sobrepoblación animal abre la oportunidad de trabajar en equipo por lo que la investigación fue fructuosa viendo al equipo en práctica, todos preocupados y optimistas en hacer lo mejor posible para convencer a las personas que se acercaban a preguntar por los animales, para que los llevaran a casa ya si darles una nueva oportunidad. Desde el punto de vista comunicacional todos hablan abiertamente de tener los mismos intereses, el mismo amor y respeto por los animales y culturalmente se evidencio que a todos les preocupa el problema de la violencia contra los animales, por lo que el problema social todos lo conocen, lo evidencian y quieren cambiarlo.

Como investigadora me parece importante el acercamiento que tuve con la comunidad y las redes sociales de la fundación, ya que de esta manera puedo entrar a distinguir entre las necesidades, y creatividad de los procesos que se tienen, y también hacer un acoplamiento estructural de las situaciones que vive la fundación y que no conocía de primera mano. Desde el punto de vista de Villasante (s.f.), el intercambio de conocimiento:

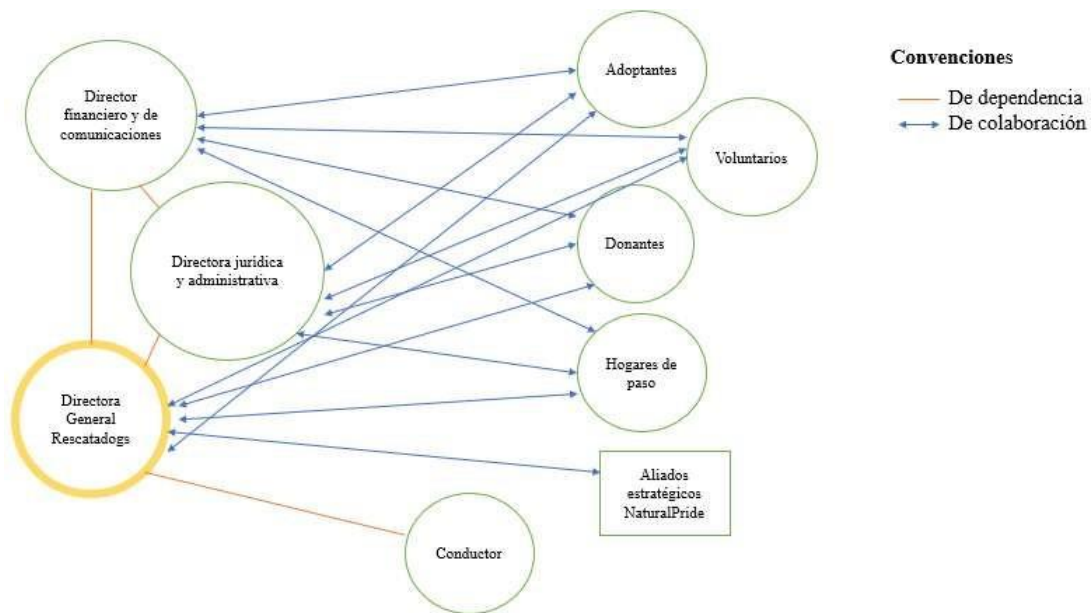
Es precisamente la capacidad de aprender del investigador o del experto el primer indicador de que estamos ante metodologías participativas. No estamos en unas relaciones de sujetos con objetos, sino de sujetos con sujetos, donde todos han de aprender de todos, y construir juntos. (p. 15).

Es por esto que estas experiencias de conciencia reflexiva permiten aprender constantemente tanto a la fundación como a mí en estrategias nuevas que deben ser replanteadas para que Rescatadogs funcione socialmente y operativamente respondiendo a las necesidades de la comunidad y enriqueciéndose de la creatividad popular que sin duda son base para el fortalecimiento de esta organización.

## Construcción

**Figura 1**

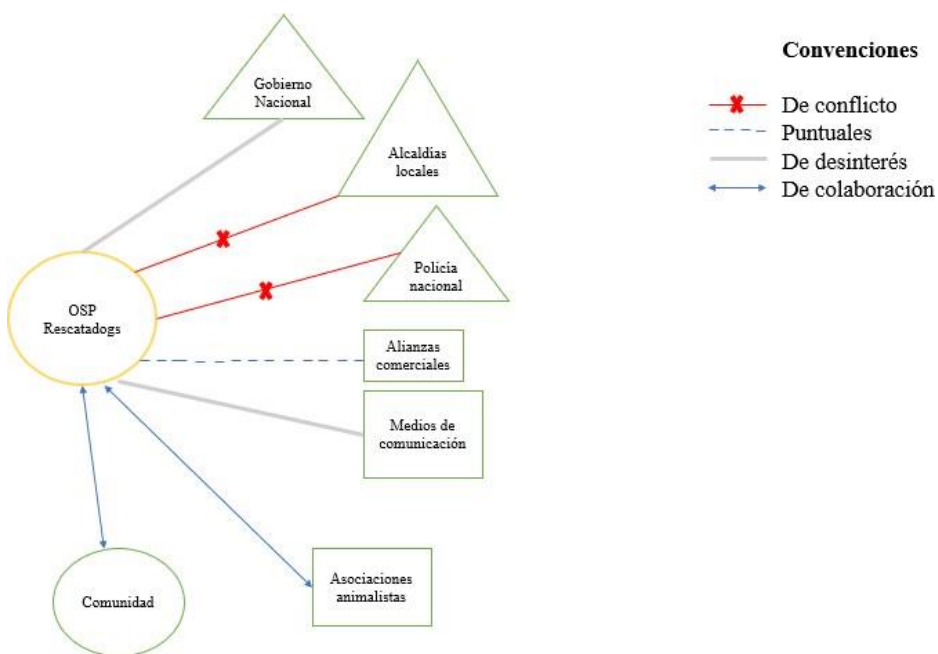
*Sociograma interno OSP Rescatadogs*



Fuente. Elaboración propia.

**Figura 2**

*Sociograma externo OSP Rescatadogs*



Fuente. Elaboración propia.

Figura 3

## Conjuntos de acción OSP Rescatadogs



Fuente. Elaboración propia.

**Tabla 4***Matriz de posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Gobierno nacional	El gobierno se mantiene al margen de las acciones que realiza la fundación.	El gobierno no presenta ninguna intención de hacer las cosas de otra manera, sino que deja a la fundación hacer y tomar decisiones.	Al gobierno le da igual lo que se haga con las problemáticas dentro de la fundación.	El gobierno no toma acciones opuestas para las acciones de la fundación.
Alcaldías locales	Algunas alcaldías locales, al enterarse de algún caso de maltrato animal interviene y a veces ayuda a la fundación para poder quitar la mascota a sus dueños por maltrato, hay algunas localidades donde la problemática es mayor, como Soacha o Usme, en donde adicional no es posible entregar animales en adopción.	La alcaldía no presenta ninguna intención de hacer las cosas de otra manera, sino que deja a la fundación hacer y tomar decisiones.	A las alcaldías locales les da igual lo que se haga con las problemáticas dentro de la fundación.	Las alcaldías en algunos casos no prestan ayuda necesaria para quitarle un animal maltratado a sus dueños, por lo que iría en contra de las acciones que quiere tomar la fundación.
Policía	La policía en algunos casos ayuda a la fundación, para poder detener los casos de maltrato contra los animales, se alían en causas y hacen el proceso	La policía presta ayuda cuando lo solicita la comunidad, pero ellos por iniciativa propia no sugieren hacer las cosas de otra manera.	En muchas ocasiones a la policía le da igual lo que haga o no la fundación.	Se han visto casos en donde la policía ha maniobrado en contra de los intereses de la fundación, específicamente cuando son ellos los que golpean

	más fácil a la fundación.			animales en situación de calle. No aplica
Equipo directivo	El equipo directivo de Rescatadogs tiene unanimidad en la toma de decisiones con respecto al manejo que se le da a la fundación, así mismo están comprometidos con las causas en pro de los animales.	Si una de las partes del equipo directivo no está de acuerdo con alguna de las decisiones que se van a tomar en los casos de algún animal, no se hace efectiva la acción ya que todos deben estar afines en lo que van a hacer en la fundación.	No aplica	No aplica
Comunidad	La comunidad en general apoya las causas de la fundación y presta su ayuda según lo que el equipo directivo solicite.	La comunidad en caso de tener una opinión diferente la puede comunicar al equipo directivo, de igual manera la comunidad también da opciones nuevas de colaboración que se implementan con el tiempo.	Dentro de la comunidad hay personas que les da igual lo que haga la fundación, porque el problema de sobrepoblación y maltrato animal no les importa.	Hay personas dentro de la comunidad que no apoyan causas a los animales, porque
Alianzas comerciales	Hay algunas alianzas comerciales que estratégicamente y por el bien común, comulgan y apoyan las causas de la fundación, no solo de manera ideológica sino económica también, ya que	Por ser una relación de ganancia económica no se encuentra una posición diferente.	Por ser una relación de ganancia económica no se encuentra una posición ajena.	Por ser una relación de ganancia económica no se encuentra una posición opuesta.

Medios de comunicación	<p>es una relación de gana-gana. Los medios de comunicación en su gran mayoría noticieros nacionales están a favor de la resolución de los conflictos de la fundación, es por esto que en diversas ocasiones visibilizan a la comunidad sobre las problemáticas, casos nuevos y necesidades de la fundación.</p>	<p>Los medios de comunicación se limitan a visibilizar a la comunidad de la problemática, pero no aporta soluciones o da algún aporte de cómo hacer las cosas de manera diferente.</p>	<p>Cuando los casos de maltrato animal se exponen, tienen mucho impacto, y finalmente se viraliza por las denuncias ciudadanas. Los medios de comunicación replican la noticia de manera masiva para que llegue a más personas, pero si un caso no es muy conocido los medios toman una posición ajena.</p>	<p>No se encuentra que los medios de comunicación sean opuestos a los procesos de la fundación.</p>
Asociaciones animalistas	<p>Las asociaciones animalistas son afines a la resolución de conflictos y del manejo que le da Rescatadogs a la fundación.</p>	<p>Las asociaciones animalistas en su diversidad plantean diferentes soluciones para manejar sus problemáticas con cada uno de sus recursos y estrategias, así que de esta manera hacen de manera diferente su trabajo.</p>	<p>Todas las asociaciones animalistas promueven y trabajan sobre los mismos intereses y deseos, por lo que no se encuentran posicionamientos ajenos.</p>	<p>Todas las asociaciones animalistas promueven y trabajan sobre los mismos intereses y deseos, por lo que no se encuentran posicionamientos opuestos.</p>

---

*Fuente.* Elaboración propia con base a la información recolectada en la OSP.

**Tabla 5***Matriz Comparativa*

OSP	OSP Escogida para el ejercicio investigativo "Rescatadogs"	OSP 1 "Animal Safe Colombia "	OSP 2 Fundación "Tepa"	OSP 3 Organización por el respeto y cuidado de los animales "ORCA"
Fines u objetivos (Misión y Visión)	Concientización y educación de que los animales son seres sintientes y por eso debemos respetarlos, promueven la adopción antes de la compra ya que actualmente hay sobrepoblación animal en Colombia, con el trabajo de la fundación se busca que las tasas de sobrepoblación animal bajen y se promulgue el respeto por los animales.	Ser vistos como la mejor Fundación de Protección Animal de Sur América. Seguir ofreciendo Calidad de Vida a los más de 1.000 animales del Refugio Canino	Buscamos proteger la vida de perros y gatos en estado de maltrato y abandono. Les brindamos alimentos, medicamentos y albergue, con el fin de mejorar su calidad de vida y conseguirles un hogar.	Creación de redes sociales que involucren voluntades en torno al cambio cultural en beneficio de los animales no humanos que habitan en las calles, aportando desde las posibilidades de acción, diferentes herramientas que permitan garantizar su rehabilitación y reingreso a la sociedad, donde puedan disfrutar de nuevas oportunidades de vida, acorde al respeto y dignidad que emana de su condición de seres vivos.
Localización	Chía-Cundinamarca	Kilómetro 3 de la vía Ginebra – Buga, Vereda el Guabito	Vereda San Vicente- Suesca.	Ciudad de Medellín, Área Metropolitana y alrededores.
Miembros	Equipo directivo tres personas, conductor, y grupo de alrededor de 250 voluntarios 3 hogares de paso, contador y revisora fiscal	Se cuenta con doce trabajadores de planta, que incluyen un veterinario graduado con veinte años de experiencia, 1 técnico	No se especifican.	Grupo interdisciplinario de personas (Voluntarios) quienes entre todos apadrinan y buscan recursos para pagar veterinarios, esterilizar y buscar hogares a los

		veterinario, un Administrador del Refugio, un jefe de mantenimiento y ocho personas a cargo del aseo de las instalaciones y de la atención y cuidado de los animales.		animales.
Proyectos desarrollados	Rescate, rehabilitación y adopción de más de 1000 animales que estaban en situación de calle.	Adquirir un hospital o clínica móvil, con el fin de esterilizar a bajo costo animales en el Departamento del Valle del Cauca.	Rescate de más de 950 animales.	Rescate, esterilización y desparasitación de animales.
Aliados	La fundación cuenta actualmente con 3 alianzas ByLupe, animal Pride y la veterinaria Pet family.	Convenio con la Empresa LEGIS S.A. que a través de su línea de cuadernos Keep ermate lanzó "Huellas con corazón", la cual utilizaba en sus carátulas fotos de los animalitos de nuestro Refugio Canino	Hogares de paso, empresas aliadas no especificadas.	Café fundación, es una pastelería que permite el ingreso de animales, también "PetsCare" que es una tienda de mascotas, ambas donan un porcentaje de ganancias a la fundación.
Antigüedad	5 años.	23 años.	3 años.	4 años.
Descripción de sus redes sociales	Rescatadogs mantiene una comunicación rápida, efectiva y horizontal entre sus miembros, y la comunidad en general, adicional a que usan sus	Las redes sociales de comunicación en la fundación implican el uso de plataformas y grupos para la interacción, coordinación y	Sus redes se caracterizan por ser constantes, ya que se evidencia suben contenido regular a sus redes tecnológicas, como Instagram,	Se promueve una participación activa por medio de actividades y de la sociabilización de historias de éxito y testimonio de los animales para motivar a la

	redes sociales para promover cambios para el bienestar animal y las problemáticas que actualmente afrontan.	promoción de las actividades de la fundación.	en donde se responden a comentarios y preguntas de las personas para fomentar una comunicación participativa.	comunidad.
Tipo de comunidad ética	La comunidad urbana está al pendiente de la fundación, ya que al estar la fundación en un área urbana proyectos como adopción y voluntariado son muy comunes, así como la ayuda que la comunidad presta para la promoción de políticas de bienestar animal.	En esta fundación diversas comunidades étnicas pueden ayudar organizacional ente para las actividades y el alcance que quiere lograr la fundación, por ejemplo, la comunidad rural, ya que ellos son claves en rescate y rehabilitación de los animales.	La fundación tiene diversidad étnica en su comunidad, lo que ayuda a que haya una amplia gama de voluntarios para la solución de problemas que presenta, al trabajar desde varios lugares urbanos, rurales, y hasta de comunidades migrantes.	En la estructura organizativa de la fundación participan comunidades rurales quienes se especializan en la sensibilización de bienestar animal.
Fuentes (de dónde extrajo la información para esta matriz o tabla)	Con base en la información recolectada en la OPS.	Página Web oficial de la fundación animal safe.	Página Web oficial de la fundación.	Página Web y redes sociales oficiales de la fundación.

*Fuente.* Elaboración propia con base a la información recolectada en las OSP y redes tecnológicas de comunicación y páginas Web.

## **Informe de Investigación**

Rescatadogs es una fundación en la cual la red de relaciones y vínculos es primordial a la hora de ejercer efectivamente las tareas que ellos se proponen, al ser una institución sin ánimo de lucro hace que su propósito social no permita una ganancia económica, pero si una gran

necesidad de recaudar dinero para poder realizar sus acciones, esto sin contar de la dependencia en gran medida del trabajo voluntario que hace la comunidad para poder colaborar en lo que se necesita, este vínculo es el más importante y fundamental para las acciones que se desarrollan ya que es desde el inicio es la comunidad la que interviene para reportar casos de maltrato animal, para pagar los gastos de llevar al animal al veterinario, pagar su tratamiento, posteriormente darle un hogar de paso y finalmente adoptarlo, en todo este recorrido la fundación, y sus directivos deben asegurarse de mantener una comunicación con las personas que colaboran, dando el paso a paso del desarrollo del caso, esto para seguir promoviendo la ayuda, y que la comunidad este enterada al cien por ciento de en qué se utilizan los recursos que ellos mismos aportan a los casos, lo que ocasiona que la participación de la comunidad genere una gestión participativa dentro de los casos de ayuda animal que se presentan, la comunicación entre ellos siempre es de manera participativa, ya que la comunidad da ideas para recoger fondos, llama a la fundación a ofrecer su ayuda para dar donaciones económicas o de enceres, y siempre es valorada cuando la comunidad quiere intervenir a aportar y apoyar a Rescatadogs.

Noguera (2011) revela que: "El análisis de redes sociales estudia la estructura social aplicando la teoría de grafos e identificando las entidades como nodos o vértices y las relaciones como enlaces o aristas" (p. 13). Por medio de un análisis realizado a las redes sociales de la OSP Rescatadogs se pudo identificar mediante sociogramas diferentes formas de relación, desde la comunicación interna y externa de la fundación, teniendo como nodos relaciones con los directivos de la misma, las alianzas comerciales, la comunidad, el gobierno nacional, las alcaldías locales, la policía y asociaciones animalistas afines a estas causas, con cada uno de estos vértices se pudo identificar la manera en cómo se comunican y como pueden o no colaborar a la fundación.

La comunicación con la comunidad es importante, pero vital es la comunicación dentro de la junta directiva de la fundación, ya que ellos son los que deben cumplir con la misión y la visión de la fundación haciéndose cargo no solo de la ayuda social sino en la toma de decisiones clave para que puedan continuar, esta comunicación en lo largo del tiempo se ha ido transformando, han puesto estrategias y límites para que todos se sientan cómodos al comunicar las cosas que deben saber siempre dentro de un margen del respeto, igualdad, y y transparencia, ya que al tener finanzas puestas encima de la mesa, es importante tratar en sus informes, auditorias y rendición de cuentas claras para la comunidad y también para ellos mismos, este tipo de obras generan armonía entre los miembros internos de Rescatadogs, y también con la comunidad.

Uno de los puntos débiles que se observan en la comunicación, es la falta de financiación diversificada, es decir; falta el patrocinio de empresas y subvenciones gubernamentales como medio para obtener recursos, ya que al momento su única forma de financiación es la donación de particulares, y la recaudación de fondos por medio de actividades, ya que estrategias como las cuotas de apadrinamiento no han resultado efectivas, haciendo que no haya una entrada de dinero fija mensual, con la cual la fundación pueda contar y hacer presupuestos en base a estos.

El impacto social que ha causado la fundación ha sido positivo el grupo destinatario, es decir en el grupo interesado en el bienestar animal, este impacto decimos es positivo por la ayuda que sigue prestando la comunidad, por el crecimiento del grupo de ayuda y por la visibilizarían que tiene la fundación en comparación a otras con el mismo propósito social.

La fundación presenta total autonomía en cuanto a la toma de decisiones y gestiones a realizar, ya que no tienen ayuda o regulación de alguna entidad pública o privada que le exija, de hecho, el gobierno nacional, las alcaldías locales y el gobierno se mantienen al margen de las

acciones que se realizan, en algunas ocasiones la fundación debe contactar a la policía nacional para en casos de maltrato animal tener un poco de apoyo para quitarle el animal a las personas que los están maltratando, pero no es una relación o un vínculo con el que siempre tengan que contar, y tampoco las alcaldías ya que estas no intervienen, situación que genera también conflicto, desanimo, desilusión de la fundación hacia las entidades que tienen más poder y que en teoría podrían ayudar a tomar acciones más prontamente y que sean castigados los abusadores de animales, por lo que la independencia de la fundación significa que también queda un poco desprotegida legalmente, y los maltratadores sin castigo.

Otra de las relaciones en conflicto en algunos escenarios es el de Rescatadogs con los medios de comunicación, estos solo han intervenido en la fundación para casos "virales" que se propagan en redes sociales, pero no tienen una relación estrecha, de ayuda continua o de comunicación para poder dar voz y visibilizar las acciones de la fundación con la sociedad que muchas veces no esta tan informada, de las situaciones que viven los animales en situación de calle, por lo que la fundación prefiere mantenerse al margen de estos medios y no solicitar ayuda, que saben va a ser cuestión momentánea, Martín (1999) aduce que: "la visión compleja en el análisis de redes se muestra al contemplar los vínculos entre actores sociales y no las meras relaciones diádicas, las normas o valores interiorizados o los atributos individuales que se expresan las variables clásicas" (p. 132). Los vínculos entre medios de comunicación, gobierno, alcaldías y policía no muestran una relación diádica, pero si es importante ver la relación de tensión entre estos.

La forma más utilizada de comunicación entre los directivos y la comunidad son el uso de redes tecnológicas de comunicación como Instagram o WhatsApp, y es que de acuerdo con Noguera (2011) revela que:

Algunas empresas han ido incorporando el concepto de RES (responsabilidad social empresarial) para convertirlo en el motor de la innovación de sus políticas, buscando construir organizaciones más sostenibles y responsables, incluyendo aquí el papel de las redes sociales ya que muchas empresas utilizan estas para comunicar su compromiso social. (p. 18).

Y es precisamente el uso de estas redes lo que ha utilizado Rescatadogs para poder sensibilizar, mostrar y hasta educar a la comunidad sobre el trabajo que vienen realizando hace 5 años, tratando de que por medio de la visibilización de los casos la comunidad quiere aportar y apoyar su trabajo.

Cueto (2019) manifiesta que: “Es allí donde la comunicación, como estrategia de educación masiva cumple con un papel fundamental en la búsqueda de esa transformación social” (p. 32). Y es que adicional a la búsqueda de ayuda económica en la comunicación entre Rescatadogs y la comunidad, ellos quieren dentro de su mensaje promover el cuidado y protección animal, enseñando que la calidad de vida de los animales también se identifica al tratar con respeto y cuidado a los mismos y que esto contribuye a la coexistencia armoniosa con los humanos. Así mismo Villalobos (2012) plantea que: “en esta era de expansión de las TIC, el tema o debate es como lograr que la comunicación haga aportes reales y efectivos al cambio social y político, que se materialice en escenarios ciudadanos” (p. 5). Y es que sin duda el uso de las TIC en la comunicación de Rescatadogs, aduce a un cambio social, y se ha visto materializado en escenarios ciudadanos como en las actividades de jornadas de adopción, rifas, juegos, basares entre otros, solo faltaría tomar más relevancia y más auge para que se pueda lograr el cambio político que la sociedad necesita para minimizar los casos de maltrato animal.

Por último, al evidenciar que la comunicación de la OSP con la comunidad, maneja herramientas de comunicación digitales y técnicas para una comunicación efectiva como la escucha activa y la empatía, queda una escasez en las vías de comunicaciones con alianzas comerciales, con alcaldías, policía nacional y medios de comunicación que apoyen las necesidades de la fundación, el apoyo de estas redes sería muy bueno para visibilizar a más personas del error fundamental para que existan este tipo de problemáticas sociales, como lo es la sobre población animal, hace falta en la comunicación consolidar la semilla de conciencia social en donde cada individuo se haga cargo de la responsabilidad de tener un animal, de tenerlo en buenas condiciones, y que los valores éticos también garanticen el respeto hacia estos seres. Si se fortalecen todo tipo de vínculos entre organizaciones y colectivos para crear esta conciencia podríamos estar disminuyendo los casos de maltrato animal, de situación de calle y así el trabajo de este tipo de fundaciones sería menor y daría la posibilidad de una real transformación social.

## Proyección

### Estrategia de Comunicación a la OSP

De acuerdo a las necesidades identificadas durante el diagnóstico participativo comunicacional, se ha encontrado que hay dos problemas clave que no permiten que los objetivos planteados para Rescatadogs puedan llevarse a cabo de una manera más natural, eficiente y con un alto impacto.

Kamlongera y Mafalopulos (2008) revela que: “antes de empezar a pensar en la estrategia de comunicación se deben tener en cuenta objetivos muy claros. Estos objetivos ayudan a determinar el cómo enfrentar la solución de los problemas” (p. 14). Por lo cual el diseño de esta estrategia pretende brindar a la fundación una orientación de que se puede mejorar para mejorar la calidad de vida de los animales, que es el objetivo principal de Rescatadogs.

Primeramente se identifica que la comunicación que tiene la fundación con la comunidad se limita a expresar sus necesidades económicas debido a los casos que tiene la fundación, es decir; la organización constantemente está solicitando ayuda económica a la comunidad, por lo que son un grupo cerrado de personas a las cuales les interesa el bienestar animal y que quieren ayudar, pero el problema principal es que hay muchos animales en situaciones de maltrato y abandono, situación que es generada específicamente por una sociedad que no tiene conciencia de la importancia de la castración, de que este problema se solucionaría de raíz adoptando animales y no comprándolos en criaderos, de cómo sociedad concientizar que el mantenimiento de un animal es hasta la muerte de este y no hasta la vejez para después abandonarlo, este tipo de mensaje es también importante que la fundación lo visibilice, ya que es el origen del problema. Por lo que implementar mensajes educativos a la comunidad sería el primer gran cambio en la comunicación, este se puede lograr mediante campañas en canales de comunicación como sus

redes sociales que se identificó tienen gran acogida por la comunidad, pero adicional buscar colaboraciones con influencers y celebridades que cuenten con redes, podcast o espacios donde puedan ayudar a difundir el mensaje a más personas, otra estrategia sería la de hacer talleres y charlas en colegios en las cuales se les enseñe a los niños sobre la responsabilidad de la tenencia de animales, en sus jornadas de adopción también se debe reiterar y educar a los adoptantes en temas de concientización, de difundir el mensaje y la campaña de adoptar y no comprar para que más familias sigan el ejemplo. Estas estrategias necesitan de personal para poderlos llevar a cabo, por lo que el voluntariado y participación comunitaria es importante, así que ampliar las redes de voluntarios enfocados en estos temas son los que deben incluirse en el grupo de la fundación. Kamlongera y Mafalopulos (2008) expone que: “una manera de organizar a la población, en grupos alrededor de temas y objetivos específicos. El fin del modo de movilización de grupos es reforzar las posibilidades para una acción exitosa” (p. 35). Actualmente la fundación no tiene grupos de voluntarios organizados en acciones específicas por lo que la organización de los mismos ayudara a que se centren en los objetivos y resultados que se quieran lograr con la nueva estrategia.

Al cambiar el mensaje de necesidad de ayuda económica por el de la concientización puede que se vean afectadas las donaciones a las causas de la fundación, por lo que el segundo gran problema y segunda estrategia entran en acción. En una de las entrevistas iniciales se identificó que Rescatadogs no cuenta actualmente con una entrada de dinero fija, con la que puedan contar mensualmente y tener una planificación y proyección en sus operaciones, esto debido a la falta de alianzas empresariales, que podrían proporcionar una ayuda económica. Para una organización con tantos gastos es importante contar con recursos fijos que permitan una mayor estabilidad, para lograrlo se deben empezar a buscar empresas con responsabilidad social

que quieran apoyar las causas de la fundación por que se interesan o se identifican con los valores y propósito de la misma, adicional se deben preparar una propuesta en donde se busque resaltar porque necesitan la alianza, mostrando su trayectoria, los casos más representativos o de mayor impacto, las estrategias comerciales que tienen actualmente y adicional los beneficios que traerá a la empresa, para que sea una oferta interesante.

Si se lograra una alianza empresarial de gran magnitud sería un paso enorme para la fundación y se lograrían muchos sueños y propósitos como una guardería propia, el rescate de más animales y un alcance a más lugares de Colombia. Finalmente, Kamlongera y Mafalopulos(2008), señalan que:

La creatividad siempre ha sido altamente estimada en las sociedades humanas, porque es debido a la creatividad del hombre que éste ha podido sobrevivir y evolucionar a través de un medio ambiente hostil. Se aplica a cada aspecto de la vida humana, pero juega una importante parte en la comunicación. Es un valor agregado a la estrategia de comunicación y puede hacer la diferencia entre el fracaso y el éxito. (p. 53).

La creatividad al momento de comunicar lo que necesita Rescatadogs va a hacer la diferencia del cambio social, y del apoyo económico que en este momento demanda la fundación.

## Conclusiones

La fundación en si ha logrado grandes cosas, más de 1000 animales han sido sacados de las calles, de maltrato y han sido recuperados y puestos en adopción, la ayuda comunitaria que la fundación ha realizado es grandiosa, sin embargo hay muchos animales más en las calles padeciendo el olvido de una sociedad que mira de reojo el sufrimiento de estos seres, por eso la fundación necesita estrategias reales, más fuertes, con más impacto para lograr rescatar más animales, para ampliar sus ingresos y de esta manera se pueda masificar la ayuda que prestan, también es importante realizar un trabajo de comunicación externa, para que la fundación reciba más donaciones, se puedan generar alianzas con empresas que puedan brindar apoyo económico y que mensualmente reciban un rubro o un valor fijo para continuar con sus operaciones.

La fundación aun no está enfocada en planes de trabajo o de acción, sino como se identificó inicialmente, están viviendo del día a día, lo que dificulta aún mas el sostenimiento de la misma, se necesita que dentro de la comunicación interna y externa se deje clara la estrategia a seguir, los puntos a tener en cuenta y las metas que se quieren lograr para llevarlo a cabo.

Otro de los puntos débiles que se evidencio fue el tema de una única reunión mensual para hablar de temas generales de la fundación, por lo que se podría generar una nueva iniciativa que ayudaría a mejorar los canales de comunicación y es el de ampliar las veces de reuniones que se tienen, ya que una al mes es muy poco para los temas que hay que tocar, tomando más tiempo entre ellos para hablar de las fallas que se tuvieron y los cambios correctivos estarían con más tiempo para planificar hacia dónde quieren llegar.

### Referencias Bibliográficas

- Bernal, C. Navarro, C. & Santoveña, S. (2018). *Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación*. Ediciones Octaedro. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820>
- Beltrán, L. (1979). “*Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal*”. Open this document with ReadSpeaker docReader Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35. <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Chadi de Yorio, M. R. (2007). *Redes sociales en el trabajo social*. Espacio Editorial. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>
- CIMAS. (2010), Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. *Manual de Metodologías participativas*. [http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual\\_2010.pdf](http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf)
- Cueto Gómez, I. (2019). *Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>
- Fresno, M. D. Paunero, D. S. y Marqués, P. (2014). *Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos*. Editorial UOC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1>
- Gallego, S. (2011). *Redes sociales y desarrollo humano*. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>

Gallego, S. (2016). *Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI*.

Open this document with ReadSpeaker docReader

<https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>

Hein, K., Cárdenas, A., Henríquez, K., Valenzuela, S. (2013). *Aproximación al análisis*

*cualitativo de redes sociales*. Experiencias en el estudio de redes personales mediante

Ego.Net.QF. Revista hispana para el análisis de redes sociales. (24).

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93129550003>

Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008). *Diseño participativo para una estrategia de*

*comunicación*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la

Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>

López, J. (2013). *Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de*

*Latinoamérica*. Open this document with ReadSpeaker docReader Revista Desbordes.

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD.

[https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003\\_](https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_)

[Breve\\_recorrido\\_por\\_la\\_investigacion.pdf](https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf)

Martín, P. (1999). *El Sociograma como instrumento que desvela la complejidad*. EMPIRIA.

Revista de Metodología de Ciencias Sociales. N.º 2, 1999. pp. 129-151.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199632>

Noguera Vivo, J. M. author. (2011). *Redes sociales para estudiantes de comunicacion: 50 ideas*

*para comprender el escenario online*. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533)

- Santos Requena, F. (1989). *El concepto de red social*. Reis. Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 48, 1989, págs. 137-152.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>
- Vélez, G. (2011). *Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación*. En Razón y Palabra (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- Villalobos, O. (2012). *Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales*. Quórum Académico, Vol. 9, No. 1, 2012.  
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>
- Villasante, T. R. (2010). *Redes sociales para la investigación participativa*. En: Sociedad Hoy, núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>
- Villasante, T. (s.f.). *La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas*. Open this document with ReadSpeaker docReader <http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf>
- Villasante, T., Gutiérrez, P. (2007). *Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social*. En: Política y Sociedad, (44), pp 125-140. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>

## Apéndices

### Apéndice A

#### Carta de Presentación

Bogotá, 29 de abril de 2024

Señores  
Fundación Rescatadogs  
María Alejandra Checa  
Directora general y de operaciones  
E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es Marcela Salazar Rodríguez identificado(a) con C.C.1.010.208.217 de la ciudad de Bogotá actualmente me encuentro cursando el programa de sociología en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad-portas de recibir el título de socióloga.

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,



Marcela Salazar Rodríguez  
Cel. 3112308027  
E-mail: marcela01727@hotmail.com

## Apéndice B

### *Carta de Aprobación*

Bogotá 29 de abril de 2024

**A QUIEN INTERESE.**

Asunto: Autorización trabajo académico e investigativo.

Me place extenderles un cordial saludo, la presente con el fin de presentar mi autorización y bienvenida a **Marcela Salazar Rodríguez**, Estudiante de sociología de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, para llevar a cabo un proceso de registro investigativo en la fundación Rescatadogs de la cual estoy a cargo, lo anterior corresponde al desarrollo del proyecto de investigación del diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. Agradezco la oportunidad de ayuda mutua considerando este proyecto oportuno para la fundación, y que contribuirá e impactará positivamente a la fundación.

La estudiante mencionada puede visitar nuestras instalaciones para obtener información que le permita completar su investigación y estaremos atentos a sus necesidades.

Agradezco la atención que amerite la presente.

Atentamente,



---

**María Alejandra Checa**

Directora general y de operaciones fundación Rescatadogs.

## Apéndice C

### *Preguntas Entrevista Inicial*

1. ¿Qué hace la fundación en cumplimiento de su objeto social?
2. ¿Cuáles son los objetivos o intenciones de ayuda social?
3. ¿Con que regularidad se reúnen las personas que trabajan en la fundación? ¿En dónde lo hacen? que temas se tratan en las reuniones? ¿Hay algunos puntos seguir?
4. ¿Cuál es el rol social, el nivel profesional, ¿y el rol dentro de la institución de las personas que trabajan en la fundación?
5. ¿Cuántos son los integrantes de la fundación y cuál es la cobertura territorial de sus operaciones?
6. ¿Como está estructurada la fundación, hay equipos, comités o cargos?
7. ¿Como son los vínculos sociales entre ustedes como trabajadores de la fundación?
8. ¿Cuáles son las formas de participación al interior y hacia el exterior de la fundación?
9. ¿Cuáles son las formas de comunicación interna que usan entre los miembros de la fundación?
10. ¿Como son las formas de comunicación externa con las personas que quieren ayudar en la fundación?
11. ¿Tienen algún plan, cronograma o proyecto en desarrollo para la fundación?
12. ¿Cuáles cree han sido los logros más exitosos de la fundación?
13. ¿Como buscan los voluntarios que quieren ayudar a la fundación?
14. ¿La fundación está legalmente sustituida?
15. ¿Tienen alianzas empresariales como medios para recaudar fondos?

**Apéndice D**

*Enlace Entrevista Inicial*

<https://youtu.be/i8GXsbsIVHQ>

## Apéndice E

### *Preguntas Cualitativas*

1. ¿Qué papel ha jugado la comunicación entre los miembros del equipo para el buen desarrollo de la fundación?
2. ¿Qué cambiaría en la forma de comunicarse con los miembros de la fundación, y con la comunidad que sigues su trabajo?
3. En sus redes tecnológicas sociales de comunicación, ¿Cuáles son los canales con los que más se comunica la gente y que características tiene esta comunicación?
4. ¿Cómo la comunidad se entera de las actividades y necesidades de la fundación?
5. ¿Cómo es el proceso de comunicación y participación de un tercero que quiere aportar a la fundación, ya sea para ser hogar de paso, dar una donación, o hacer un voluntariado?
6. ¿Qué recursos se están utilizando para lograr el apoyo de empresas terceras a la fundación, para conseguir mas capital económico?
7. ¿Qué considera que aporta la fundación a la comunidad?
8. ¿Cuál es el mensaje que la fundación quiere transmitir a la comunidad?
9. ¿Qué hace falta para que los valores de la fundación sean adoptados por la sociedad, y haya un verdadero cambio en la forma de ver y tratar a los animales?

**Apéndice F**

*Enlace Entrevista Cualitativa*

[https://youtu.be/KWEF\\_yMrjkw](https://youtu.be/KWEF_yMrjkw)

## Apéndice G

### Registro Fotográfico



**Apéndice H**

*Enlace de Devolución a la OSP*

<https://www.youtube.com/watch?v=6q9OZSA8t14>