

**Estrategia de Comunicación desde la Participación Comunicativa en la Organización
Social Participativa “FUNDEVIDA”**

Heidy Maria Diaz Pino

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH
Comunicación Social

2024

Resumen

El trabajo se centra en la Organización Social Participativa (OSP) FUNDEVIDA, dedicada a apoyar a niños que luchan contra el cáncer. FUNDEVIDA se destaca por su compromiso inquebrantable, ya que su gran labor es ser un pilar fundamental para las familias afectadas, ofreciendo un apoyo integral y de esperanza. A través de este trabajo se describe una jornada significativa organizada por FUNDEVIDA en la casa hogar y cada una de las intenciones a través de esta magnífica investigación, que más que conocer a FUNDEVIDA permite mirar más allá de lo que es una enfermedad.

Se analizan las estrategias de comunicación y participación para involucrar a las familias y a la comunidad en sus proyectos y campañas. Esto incluye el uso efectivo de herramientas variadas para cumplir su misión y poder mejorar la calidad de vida de los beneficiarios.

Logrando reflexionar sobre el impacto de FUNDEVIDA en la comunidad a través de cada una de las actividades diarias y el uso de redes sociales para difundir la misión y captar apoyo, permitiendo destacar cómo esas mismas prácticas contribuyen al éxito y sobre todo al crecimiento continuo de la organización, posicionándola como un ejemplo de compromiso social y cuidado integral hacia los niños enfermos de cáncer.

FUNDEVIDA busca mostrar a las personas el compromiso y dedicación hacia los niños que enfrentan el cáncer. A través de las acciones y programas, logrando transmitir estos aspectos que son claves; esperanza y apoyo integral, impacto positivo en la comunidad, transparencia y eficacia y compromiso social y participación, todo esto promoviendo valores de solidaridad, esperanza y apoyo mutuo dentro de la comunidad.

Es un papel crucial y bastante significativo el que juega FUNDEVIDA en la sociedad actual, de gran manera integral y compasiva, abarcando las necesidades de niños que enfrentan la

devastadora realidad del cáncer. Más allá de proporcionar apoyo médico, FUNDEVIDA ofrece un soporte integral que abarca aspectos emocionales, educativos y sociales. Esto no solo alivia las cargas prácticas y emocionales de las familias, sino que también fortalece su capacidad para afrontar el desafío del cáncer con resiliencia y esperanza renovada. Fortaleciendo el tejido social involucrar a la comunidad en sus esfuerzos, teniendo en cuenta la participación activa de voluntarios, donantes y colaboradores, no solo amplía el alcance de los servicios de la organización, sino que también fortalece lazos comunitarios.

Palabras clave: Comunicación participativa, Red social, Comunidad, Cáncer, Proyección social.

Abstract

The work focuses on the Participatory Social Organization (OSP) FUNDEVIDA, dedicated to supporting children fighting cancer. FUNDEVIDA stands out for its unwavering commitment, since its great work is to be a fundamental pillar for affected families, offering comprehensive support and hope. Through this work, a significant day organized by FUNDEVIDA in the home and each of the intentions is described through this magnificent research that, more than knowing FUNDEVIDA, allows us to look beyond what an illness is. Communication and participation strategies are analyzed to involve families and the community in their projects and campaigns. This includes the effective use of various tools to fulfill its mission and improve the quality of life of the beneficiaries. Being able to reflect on the impact of FUNDEVIDA on the community through each of the daily activities and the use of social networks to spread the mission and attract support, allowing us to highlight how these same practices contribute to the success and, above all, to the continuous growth of the company organization, positioning it as an example of social commitment and comprehensive care towards children with cancer.

FUNDEVIDA seeks to show people the commitment and dedication towards children facing cancer. Through actions and programs, managing to transmit these key aspects; hope and comprehensive support, positive impact on the community, transparency and effectiveness and social commitment and participation, all of this promoting values of solidarity, hope and mutual support within the community.

It is a crucial and quite significant role that FUNDEVIDA plays in today's society in a highly comprehensive and compassionate way, encompassing the needs of children who face the devastating reality of cancer. Beyond providing medical support, FUNDEVIDA offers

comprehensive support that encompasses emotional, educational and social aspects, this not only alleviates the practical and emotional burdens of families, but also strengthens their ability to face the challenge of cancer with resilience and hope. renewed. Strengthening the social fabric by involving the community in its efforts, taking into account the active participation of volunteers, donors and collaborators, not only expands the scope of the organization's services, but also strengthens community ties.

Keywords: Participatory communication, Social network, Community, Cancer, Social projection

Tabla de Contenido

Introducción.....	10
Aprestamiento	14
Conceptualización.....	15
Informe de Identificación y Conceptualización	16
Implicación.....	19
Informe Sociopráxico.....	20
Construcción.....	25
Informe de Investigación.....	32
Proyección.....	37
Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia	37
Conclusiones	41
Referencias Bibliográficas.....	44

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de información general</i>	14
Tabla 2 <i>Ficha de información descriptiva</i>	16
Tabla 3 <i>Diario de campo</i>	19
Tabla 4 <i>Matriz de posicionamiento</i>	25
Tabla 5 <i>Matriz comparativa</i>	30

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Sociograma FUNDEVIDA</i>	35
Figura 2 <i>Conjunto de Acciones</i>	36

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	48
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	49
Apéndice C <i>Preguntas Entrevista Inicial</i>	50
Apéndice D <i>Enlace Entrevista inicial</i>	51
Apéndice E <i>Preguntas Cualitativas</i> ...	52
Apéndice F <i>Enlace Entrevista Cualitativas</i>	53
Apéndice G <i>Diario de Campo</i>	54
Apéndice H <i>Enlace de Devolución a la organización</i>	56

Introducción

En este trabajo, seguiremos abordando la OSP FUNDEVIDA, con la cual vamos a seguir trabajando en cada una de las fases a realizar en este diplomado. Esta fundación se conoce como un gran faro de esperanza para los niños que enfrentan la dura realidad de batallar contra un cáncer. Día a día su dedicación es incansable, todo esto con el gran fin de brindar un gran apoyo integral, logrando convertirse en uno de los pilares fundamentales para cada una de las familias afectadas.

A través de este trabajo conoceremos más de la OSP y lograremos interpretar su forma de trabajo y equipo, como también exploraremos su invaluable labor y el gran impacto que ha logrado generar en la vida de cada uno de los valientes guerreros.

En el marco de la recolección de información para la organización Social Participativa OSP FUNDEVIDA, es fundamental analizar cómo se vive la praxis en las actividades de la organización. Este informe se centra en una jornada memorable organizada por FUNDEVIDA para los niños de la casa hogar, y en la entrevista realizada a la psicóloga sobre el uso de redes sociales, comunicación participativa y el fortalecimiento de la comunidad. La jornada incluyó un taller de cocina donde los niños aprendieron a preparar sus propias pizzas, creando un ambiente de alegría y compañerismo.

Además, se exploraron estrategias de comunicación y participación utilizadas por FUNDEVIDA para involucrar a las familias y la comunidad en sus proyectos y campañas. Esta evaluación proporciona una comprensión detallada de cómo FUNDEVIDA utiliza diversas herramientas y enfoques para cumplir su misión y mejorar la calidad de vida de sus beneficiarios.

A lo largo del informe, se reflexionará sobre cómo FUNDEVIDA utiliza las redes sociales para difundir su misión y captar apoyo, las estrategias de comunicación participativa que

emplea, el impacto de estas actividades en la comunidad. Este análisis proporcionará una comprensión más completa de cómo la praxis se manifiesta en las actividades diarias de FUNDEVIDA y cómo estas prácticas contribuyen al éxito y crecimiento de la organización.

En el marco de la recolección de información para este estudio, se enfatizará la praxis de FUNDEVIDA, es decir, cómo se llevan a cabo y se integran las actividades cotidianas en la misión y visión de la organización. Así mismo nos adentraremos en el funcionamiento interno explorando de cerca su estructura organizativa, el equipo humano que impulsa sus iniciativas y la forma en que estas se traducen en un impacto tangible en la vida de los valientes niños que enfrentan el Cáncer. Además, se analizará la invaluable labor de la organización, destacando cómo sus esfuerzos han transformado positivamente la realidad de sus beneficiarios, ofreciendo no solo cuidado físico, sino también esperanza y momentos de alegría en medio de tiempos difíciles.

A lo largo de todo esto, se podrá observar sobre el uso estratégico de las redes sociales y cada uno de los mecanismos de participación, así mismo como el impacto positivo que estas actividades generan en la comunidad en general. Logrando un análisis muy crítico que ofrecerá una clara visión un poco más profunda de cómo las prácticas diarias de FUNDEVIDA no solo aseguran su éxito continuo, sino que también contribuyen significativamente al crecimiento y al fortalecimiento de la organización en su conjunto. Por eso se establecen alianzas estratégicas con instituciones médicas, empresas locales y entidades gubernamentales, estas alianzas no solo proporcionan recursos adicionales, sino que también amplían el alcance de los servicios de la organización y facilitan el acceso a tratamientos y apoyos especializados.

Es así como FUNDEVIDA busca posicionarse como una red de apoyo donde voluntarios comprometidos y capacitados desempeñan un papel fundamental en la entrega de servicios personalizados y en el fortalecimiento de la comunidad de apoyo que rodea a los afectados por el cáncer.

FUNDEVIDA ha marcado un antes y un después al transformar radicalmente la experiencia de niños y familia al enfrentar el cáncer. Mediante la expansión de servicios integrales, la mejora continua de infraestructuras acogedoras y seguras, y la implementación de tratamientos innovadores, la organización ha fortalecido su impacto. Además, al establecer alianzas estratégicas y programas sostenibles, FUNDEVIDA ha creado un modelo de apoyo que perdura en el tiempo, elevando así los estándares de cuidado y calidad de vida.

En la era digital, FUNDEVIDA, una organización de sociedad civil, necesita optimizar sus canales digitales para mejorar la comunicación y ampliar su alcance. Para ello, es crucial construir una estrategia comunicativa y organizativa efectiva. El primer paso es analizar sus redes sociales para identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora. Esto implica evaluar la calidad de las publicaciones, la interacción con los seguidores y la relevancia del contenido. La estrategia debe enfocarse en crear un diálogo activo con la comunidad, desarrollando contenido atractivo y relevante que fomente la participación.

En el ámbito organizativo, es esencial capacitar al personal y voluntarios en el uso de herramientas digitales y establecer procesos internos eficientes. Esto incluye definir roles, implementar un calendario editorial y adoptar tecnologías para el monitoreo y análisis continuo del desempeño en redes sociales.

La construcción de una estrategia comunicativa y organizativa para FUNDEVIDA es un proceso integral que busca fortalecer su presencia en el ámbito digital, optimizando el uso de redes sociales para mejorar la comunicación y el alcance de sus actividades. A través de un análisis detallado y la implementación de acciones estratégicas, la organización podrá consolidar su impacto y continuar su labor en beneficio de la comunidad.

Aprestamiento

Tabla 1

Ficha de Identificación General

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
FUNDEVIDA Cartagena	<p>Fundevida tiene un claro objetivo social y es que esencialmente se encarga de apoyar, afectiva, emocional y económicamente a muchas familias, esencialmente de escasos recursos, que tienen hijos que están diagnosticados con cáncer y que tienen enfermedades hematológicas que son provenientes de la zona urbana y rural de la Costa Caribe Colombiana, ayudándolos y cuidándolos, durante el tratamiento, en postramiento y en etapa terminal. Todos estos apoyos se dan a través de actividades de recaudos, la cual es más característica de esta fundación es la de recolectar tapitas, a través de esta actividad han logrado mover muchas masas y crear grandes oportunidades.</p>	<p>El compromiso que se adquiere y con el cual se enfoca para trabajar esta fundación es muy importante y reconocido, guiado siempre a las expectativas de la propia organización, la misión y su visión clara del trabajo.</p> <p>Trabajando el mismo fin social, que es el de beneficiar a una comunidad muy grande, buscando un enfoque que logre abarcar todos los fines sociales y comunitarios</p>	<p>Trabajo en equipo con la comunidad.</p> <p>Colaboración de la alcaldía.</p> <p>Colaboración de las entidades sociales.</p>	<p>Falta de personal.</p> <p>Falta de estrategia.</p> <p>Falta de realización.</p>

Nota. Elaboración propia, con base a la información por la OSP.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha Descriptiva

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	Promover el apoyo a los niños con cáncer de diferentes ciudades, todo esto a través de diferentes actividades y objetivos sociales. Logrando que ellos y sus familias encuentren un refugio seguro.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	Es y siempre será salvaguardar la vida de los niños con cáncer, ese es el principal objetivo de FUNDEVIDA. Pero además de eso se vela por garantizar la vida, el hogar y las comodidades de los niños durante todo su proceso de enfermedad, con el debido acompañamiento de su familia.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	Es un equipo muy pequeño y todo se somete a una mesa de trabajo a través de diferentes reuniones en las cuales se ponen sobre la mesa, ideas y propuestas con un gran objetivo común.
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	Está conformado por, Directora quien es especialista en psicología clínica, Claudia Canedo quien es trabajadora social, se conforma de otra psicóloga clínica, contador, administrador de empresa, líder operativo y abogado. Cabe resaltar que FUNDEVIDA también trabaja con personales de la salud como. Pediatra, Médicos generales y especialistas.
Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)	La parte administrativa está formada por 6 personas. Niños atendemos que vienen de toda la Costa Caribe, Exterior y del Interior del país, actualmente la base de datos está conformada por 380 niños beneficiarios. La sede de FUNDEVIDA está ubicada en la ciudad de Cartagena De Indias, específicamente en el barrio Zaragocilla.
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	FUNDEVIDA es una organización social sin ánimo de lucro privada. Está regida por asamblea general, junta directiva y equipo de trabajo.
Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	Velar por la integridad de los niños, desde el amor, el acompañamiento y el respeto. Mirando siempre a la realidad y sobre todo siendo el apoyo más grande para ellos.
Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.	Es una organización muy abierta y participativa, logrando toma de decisiones de una manera democrática. Somos participes también de las diferentes reuniones organizadas por el ente territorial de salud de la ciudad de Cartagena, como también de nuestro gran aliado; Fundación Hospital Infantil Napoleón Franco Pareja – Casa del Niño. Todo esto con la participación de nuestro gran grupo de trabajo, para grandes tomas de decisiones.
Formas de comunicación interna,	La comunicación es llevada a cabo de diversos grupos, siendo esta una comunicación bastante abierta, claramente encabezada por la

actores, tipo, etc.	directora general, la coordinadora y la secretaria, todo esto con el gran fin de coordinar temas generales.
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	Todo lo manejamos a través de correo, este es nuestro principal canal de información. Adicional a eso tenemos grupos de WhatsApp, pagina web y también la opción de llamadas telefónicas.
Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.	Actualmente el enfoque principal es el proyecto macro, el cual es la remodelación de nuestra sede (Casa Hogar), es un proyecto bastante grande el cual se empezó a desarrollar desde el 2019. Adicional a eso manejamos un cronograma de actividades para la recolección de fondos, los cuales son eventos sociales. Manejamos también un cronograma de actividades con los niños.
Logros de proyectos exitosos.	En la trayectoria de los 22 años, FUNDEVIDA ha tenido muchos proyectos que han sido excelentes y que los logros han sido muy satisfactorios. Pero el que más se rescata de todos es, el proyecto de Reciclaje en el cual FUNDEVIDA fue la organización pionera, los que realmente empezamos con este proyecto, logrando de esa manera dejar este ejercicio durante muchos años. Destacando que también hemos participado en mesas de trabajo con la Secretaria De Salud de la ciudad de Cartagena y la Secretaria de Educación.
Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.	La dificultad más grande que tiene FUNDEVIDA es la de los recursos económicos, ya que esta organización se sostiene a través de las donaciones. Llegando esto hacer un poco limitante, para poder nosotros como organización seguir avanzando en actividades.
Otros aspectos para comentar.	Es importante saber que FUNDEVIDA no solo trabaja por ayudar a los niños, sino que siempre va más allá de eso, logrando siempre que el amor y la entrega sean los principales ejes, logrando no solo apoyar a niños, sino también a toda su familia en el proceso. Para FUNDEVIDA su guía además del aprendizaje es el amor y la de Dios.

Nota. Claudia Canedo Miranda.Coordinadora General de la OSP.

Informe de Identificación y Conceptualización

Seleccioné esta organización teniendo en cuenta que es una gran entidad que trabaja por el bienestar de los niños y, sobre todo, que busca integrar a todas las familias de bajos recursos que sus hijos son diagnosticados con Cáncer, logrando brindarles apoyo y una mejor calidad de vida. En Fundevida, veo grandes oportunidades de poder realizar actividades que logren integrar el bienestar de las familias y los niños, logrando analizar su metodología y acompañamiento real de la fundación en cada uno de los procesos formativos desarrollados en los niños, quienes son el

mayor foco y eje de esta fundación. Según la OPS/OMS (Organización Mundial de la Salud), se entiende que en muchos países el cáncer es la segunda causa de muerte en niños mayores de un año, resaltando que los niños son completamente diferentes a los adultos, sus síntomas suelen ser de manera diferente y este proceso puede ser tomado desde diferentes expectativas. Por eso el cáncer se conoce como un gran término global, el cual agrupa diferentes enfermedades que todas esas se caracterizan por el desarrollo de unas células que son anormales, es decir, se dividen, crecen y por su puesto se diseminan. Según el (Javier Puente, 2019, p. 2) “El cáncer se extiende a los tejidos y órganos vecinos a través de un proceso de invasión, emigrando e infiltrando directamente las áreas contiguas. Es lo que se denomina “invasión local”.

Se sabe que el cáncer pediátrico no es prevenible, pero lo que se busca a través de las fundaciones, así como Fundevida es lograr una detección que sea temprana y sobre todo el acompañamiento psicológico y de la salud. Logrando relacionar el gran concepto de la OPS/OMS y la labor que hace la fundación por lograr una esperanza más de vida. Según (Lautaro Vargas, 2000, p. 1) “La incidencia del cáncer es baja en el niño en comparación con otras patologías pediátricas, lo que incide en que el diagnóstico sea tardío en muchos casos”.

En mi facultad y todo lo que he aprendido a lo largo de mi carrera, considero realmente que estoy interesado en lograr aportar, construir y conocer oportunidades y desventajas en los problemas de comunicación y cada uno de los caminos que conduzcan a una mejor calidad de vida.

Desde Fundevida se estudia al niño y su familia, logrando de tal manera que ellos entiendan y acojan la gravedad de esta enfermedad, claramente pasando por distintos

tipos de apoyo, pero sobre todo logrando desarrollar la labor social y, sobre todo, el fin.

Siento que será una experiencia muy bonita, trabajar con niños es difícil, pero lo más bonito es conocer su historia y los testimonios de cada uno de ellos, ojalá desde mi experiencia se pueda lograr un buen objetivo comunitario y social.

Algunas estrategias comunicacionales que puedo sugerir:

Un manejo más amplio de las informaciones compartidas en las redes sociales.

Reforzar capacitaciones donde se dialogue una comunicación más transformadora.

Trabajar mucho más en el acompañamiento de los padres a través de los diversos canales de comunicación.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

<p>OSP: FUNDEVIDA</p> <p>Hora inicio: 9:00.A.M</p> <p>Participantes: OSP FUNDEVIDA NIÑOS FAMILIAS</p>	<p>Actividad: Recreación Fiesta Unión Hogar. (Versión #30)</p> <p>Hora finalización: 3:00.P.M</p> <p>Investigador: Heidy Maria Diaz Pino</p>	<p>Fecha: 20 – 04 - 2024</p> <p>Lugar: Finca Villa Leida Turbaco</p>
<p>Descripción (de la observación)</p> <p>La fundación FUNDEVIDA organizó una gran jornada memorable para todos los niños de la casa hogar, creando de esa manera un ambiente lleno de alegría y compañerismo. El día comenzó con un divertido taller de cocina, donde los pequeños se convirtieron en grandes chefs por un día y cada uno preparo sus propias pizzas. Con gran entusiasmo, aprendieron a amasar la masa, elegir ingredientes y sobre todo ver cómo sus creaciones se horneaban.</p> <p>Después de disfrutar sus grandiosas y deliciosas pizzas, cada uno de los niños participo en varias actividades lúdicas, las cuales fueron diseñadas para de alguna u otra manera estimular su creatividad y lograr fomentar el trabajo en comunidad. Hubo juegos al</p>	<p>Interpretación (de la observación)</p> <p>La jornada que fue organizada por la fundación, fue una gran experiencia bastante enriquecedora y profundamente conmovedora. Ya que observamos la alegría y la emoción en cada uno de los rostros de todos los niños mientras participan en cada una de las actividades pensadas para ellos, logrando una perspectiva única sobre la importancia de promover espacios de esparcimiento.</p> <p>El taller de cocina no solo fue una actividad divertida, sino que también esta sirvió como una gran oportunidad para que cada uno de ellos con sus familias, aprendieran grandes habilidades prácticas y sobre todo desarrollaran la creatividad. Todo esto observado desde la ayuda de los unos a los</p>	<p>Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)</p> <p>Como investigador, observar la jornada organizada por FUNDEVIDA fue profundamente emotiva y reveladora, Lograr ver la alegría de los niños mientras preparaban pizzas, participan en actividades lúdicas y lograban disfrutar de la piscina me llenó de mucha felicidad y reflexión. Fue bastante conmovedor para mí ver el impacto positivo de estas grandes actividades en su bienestar.</p> <p>Esta se convierte en una experiencia que reafirma mi compromiso de apoyar cada una de las iniciativas que logren en gran medida proporcionar espacios de esparcimiento y crecimiento para los niños en situación de vulnerabilidad.</p>

aire libre, actividades artísticas y muchas dinámicas grupales que los mantuvo activos a todos y sobre todos comprometidos. De esa manera la jornada culminó en la piscina, aquí los niños disfrutaron del agua y de un rato muy agradable bajo el sol. Entre risas y juegos acuáticos, cada uno de ellos logro compartir momentos de diversión. Creando para cada una de sus memorias momentos inolvidables.

La dedicación de FUNDEVIDA, con estos niños es única ya que permitió que ellos vivieran nuevas experiencias y disfrutaran ratos de felicidad, logrando alejarlos un rato del mundo en el que viven día a día y de esa manera lograr una jornada especial para ellos.

otros. Compartiendo creaciones resaltando el trabajo en equipo.

Mediante las actividades lúdicas los niños se expresaron libremente y fortalecieron lazos de amistad. A través de cada juego y dinámicas no solo se divertían, sino que también aprendían valiosas lecciones sobre la importancia de colaborar y el acto del compañerismo.

Con la piscina llego la felicidad y los gritos de alegría que se escuchaban mientras cada uno de ellos se bañaba en la piscina y jugaban juntos.

Convirtiéndose este día en algo muy especial que nos mostró a todos la gran necesidad y el impacto positivo que tienen estas actividades en la vida de los niños. Logrando ofrecer no solo un día de diversión, sino también sembrar esperanza y alegría en los corazones de ellos.

Nota. Claudia Canedo Miranda.Coordinadora General de la OSP.

Informe Sociopráxico

La fase de recolección de información en el contexto de la OSP FUNDEVIDA ubicada en la ciudad de Cartagena de Indias, es crucial para lograr comprender el impacto y sobre todo la dinámica de las actividades comunitarias. En este informe, analizaremos cómo se vivió la praxis durante una actividad específica organizada por la fundación FUNDEVIDA. Donde la jornada,

incluyó un taller de cocina para todos los niños de la casa hogar, brindando un valioso espacio de interacción y de gran aprendizaje para los niños.

También logramos abarcar un espacio de entrevista en el cual se conocieron aspectos fundamentales de la OSP, para lograr de esa manera ampliar la información y lograr conocer y tocar temas como; Redes Sociales, comunicación participativa y comunidad.

La fundación FUNDEVIDA organizó una jornada que fue memorable para todos los niños de la casa hogar, creando un ambiente de alegría y compañerismo. Partiendo desde el taller de cocina, donde cada uno de ellos tuvo la oportunidad de convertirse en chefs por un día, con un gran entusiasmo cada uno de ellos aprendió amasar la masa, seleccionar los ingredientes y observar el gran proceso de horneado de sus propias pizzas. En la actividad no solo se fomentaron habilidades prácticas y creativas, sino que también reforzó la confianza y el trabajo en equipo.

Al hablar de Sociopraxis, entendemos la práctica social basada en la teoría crítica y la participación, esta se vio reflejada en varios aspectos de la jornada:

Abarcando puntos clave y partiendo de; la participación y el empoderamiento, donde se relacionan los protagonistas que fueron los niños en el taller de cocina, desde la elección de cada uno de los ingredientes hasta la elaboración de pizzas, cada paso del proceso permitió a los niños tomar decisiones y colaborar entre sí. Este enfoque participativo no solo promovió habilidades culinarias, sino que también empoderó a los niños al otorgarles el control sobre la actividad.

Construcción de comunidad y vínculos Sociales: Esta jornada promovió un fuerte sentido de comunidad. Los niños y los organizadores compartieron un espacio de interacción y colaboración, fortaleciendo los lazos sociales, la cocina como actividad central, logró convertirse en un gran medio para construir relaciones basadas en la cooperación y el apoyo mutuo. Por eso

importa lo que cita; (Luhmann y Giddens, 1995, p. 61) “Luhmann considera la comunicación como base cuando hay comprensión y Giddens a partir de la teoría de la estructuración. Considera amena la socialización estructural de la comunidad”.

Aprendizaje y Desarrollo Personal: El taller logró no solo enseñar cocina, sino que también incluyó lecciones sobre higiene, nutrición y la importancia de trabajar juntos. Estas experiencias contribuyeron al gran desarrollo personal de los niños, enseñándoles habilidades valiosas y fomentando un sentido de logro y satisfacción, para que ellos logaran salir de la rutina y también admiraran lo valioso que es el desarrollo personal.

Contamos también con una entrevista realizada a la psicóloga de la OSP FUNDEVIDA: Reflexiones sobre redes sociales y comunicación participativa.

Además del taller, se realizó una entrevista con la psicóloga que abordó temas cruciales para complementar el trabajo de la comunidad FUNDEVIDA, la cual utiliza las redes sociales de manera estratégica para difundir su misión y actividades, alcanzando en gran medida una audiencia amplia y diversa. Plataformas como Facebook, Instagram y YouTube son empleadas para publicar actualizaciones frecuentes sobre sus programas, eventos y logros. Esta estrategia no solo aumenta la visibilidad de la organización, sino que también sensibiliza al público sobre el cáncer infantil y fomenta la participación comunitaria. Por eso es importante lo que cita; (Mony Elkaim, 1989, p. 27) “Red Social es un grupo de personas, sea familia, vecinos, amigos y otras personas, capaces de aportar una ayuda y un apoyo tan reales como duraderos a un individuo o una familia.

Cada plataforma social tiene su tipo de contenido preferido y de mayor interacción: Facebook: Historias de éxito y testimonios en video, que logran generar una fuente de conexión emocional y motivan a la audiencia a interactuar mediante comentarios y compartidos.

Instagram: Imágenes impactantes y citas inspiradoras que captan la atención visual y emocional de cada uno de los seguidores, resultando en números “me gustas” y comentarios.

YouTube: Videos documentales y entrevistas que profundizan en las experiencias de las familias, atrayendo más visualizaciones y suscripciones por el contenido detallado.

Este tipo de contenido resuena porque conecta emocionalmente con las personas, mostrando el impacto tangible del trabajo de la OSP FUNDEVIDA y fomentando un sentido de comunidad y apoyo.

Adentrándonos en la comunicación participativa, FUNDEVIDA involucra a las familias beneficiarias a través de; grupos de apoyo, talleres y charlas, plataformas digitales y encuestas y feedback. Logrando que la participación comunitaria sea más la parte de organización de eventos, permitiendo promover el voluntariado y logrando la colaboración de instituciones locales, todo esto utilizando como medio principal las redes sociales y el sitio web. Así como lo destaca el autor; (Sluski, 1996, p. 31). Las Redes Primarias componen “La suma de todas las relaciones que un individuo percibe como significativas o define como diferenciadas de la masa anónima de la sociedad”. Permitiendo entender que las redes sociales son visualizadas como círculos donde cada uno tiene su área. Todo esto haciendo frente desde el año 2002, FUNDEVIDA ha mejorado la calidad de vida de niños con cáncer y sus familias, aumentado la conciencia sobre esta enfermedad y sobre todo ha reducido la desigualdad en el acceso a tratamientos. Logrando crear una comunidad solidaria y de apoyo que fortalece a la comunidad local. A través de la participación, la construcción de vínculos sociales y el fomentar el desarrollo personal, las actividades y conocimientos no solo fueron un éxito en términos de aprendizaje, sino que también reforzaron los principios de la OSP. Haciendo de esas experiencias

algo muy fundamental para fortalecer la comunidad y promover un ambiente inclusivo y participativo.

Logrando una fase de recolección de información en la OSP, ejemplificada por una jornada y el éxito de una entrevista, demostrando el impacto positivo de las actividades diseñadas, ejecutando la importancia de la participación y el empoderamiento comunitario.

Construcción

Tabla 4

Matriz de Posicionamiento

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Directiva OSP FUNDEVIDA	Esta lleva una relación de la mano y un gran apoyo que se convierte mutuo con el equipo de la fundación FUNDEVIDA, logrando crear lazos y colaborando en gran medida a la ejecución y la planificación de cada una de las estrategias, abordando en gran medida la toma de las decisiones.	Se centra en lograr preservar y mantener un gran enfoque que sea guiado desde todo el plan de acción, donde participan entidades y el gobierno local, logrando ejecutar en gran medida un bienestar y acciones para el beneficio de los niños y familias.	En este segmento se considera que las empresas que son locales, son ajenas en gran parte a los intereses de la fundación en gran medida comerciales y sobre todos los que no tienen el foco en el desarrollo del proyecto de campo que se ha desarrollado año tras año.	Personas y organizaciones que trabajan por el bienestar y que en gran medida priorizan el desarrollo y la salud de los niños que entran a los planes de la fundación, logrando ejercer uso de lo que se les brinda desde primera instancia.
Equipo de proyectos	Este segmento se involucra de la mano con todo el equipo de trabajo del voluntariado, que es lo que realmente tiene foco en FUNDEVIDA, claro está todo esto sin dejar de lado a la	Destaca variaciones en los enfoques y sobre todo las prioridades que se logran acordar con el gobierno, todo esto respecto a regularidades y sobre todo a las políticas que se logran concretar	Se logra percibir de las empresas que son locales, cada uno de los distintos intereses los cuales van predominando en lo comercial y en lo que es menos orientado hacia	Algunas de las empresas que son locales, se les olvida el gran sentido de priorizar el entorno de la salud y priorizan primero la industria.

	comunidad y a las familias que son el mayor grupo de trabajo, logrando priorizar y rescatar que el trabajo sea en pro y beneficio de todos los niños que sufren cáncer.	al momento de iniciar una campaña.	el tema de la salud, siendo este el eje principal de la fundación.	
Voluntarios	Estos están completamente entregados y alineados con FUNDEVIDA, son realmente el foco y el pilar de sostenibilidad. Logrando a través de cada uno de ellos hablar, relacionar y compartir los objetivos y las acciones que ayudaran al desarrollo de cada uno de los planes de acciones a ejecutar.	Se conocen diferencias con otras organizaciones, en cuanto a cada uno de los ejes a realizar en proyectos de desarrollo por el bien común de cada uno de los niños con cáncer.	No aplica	No aplica
Medios de comunicación	Se logra abarcar espacios y relaciones de colaboración y trabajo mutuo,	Sostiene discrepancias con el gobierno, todo esto con relación a la	Las empresas locales se perciben como distantes debido a que sus	Las empresas que logran llegar en gran medida a afectar el proceso y

	logrando mostrar a FUNDEVIDA desde cada uno de los diferentes aspectos, logrando ir de la mano con el equipo directivo en la implementación y ejecución de cada una de las metas y de los logros que sean dispuesto para la fundación.	política y sobre todo al apoyo que se le brinda en el tema de los ámbitos de la salud.	intereses comerciales y a su menor enfoque en el ámbito de desarrollo de los proyectos propuestos por la fundación.	sobro todo el entorno de la OSP.
Comunidad de apoyo	Esta misma trabaja de la mano con todo el equipo de la OSP FUNDEVIDA, logrando afianzar lo que se quiere alcanzar y sobre todo el desarrollo de que muchos niños más llegaran y sean participe de ese hermoso hogar.	Se tienen ciertas diferencias que se ponen en dialogo con el gobierno y grupos de apoyo, en cuanto a cada una de las facetas de normas, políticas y sobre todo del apoyo que se necesita para la proyección a la salud.	Las empresas locales se perciben como distantes debido a que sus intereses comerciales y a su menor enfoque en el ámbito de desarrollo de los proyectos propuestos por la fundación.	Las empresas que logran llegar en gran medida a afectar el proceso y sobro todo el entorno de la OSP.
Gobierno local	Esta misma trabaja en estrecha colaboración con la Directiva OSP	Se evidencian discrepancias con la OSP FUNDEVIDA en la parte de la ejecución de los	Se considera en una medida muy pequeña, que muchas veces los grupos y	Oposición algunos proyectos de la salud.

	FUNDEVIDA, en la gran implementación de grandes campos para el bienestar y la salud.	planes de acción y del planteamiento de los recursos.	comunidad se vuelven distantes en cuanto a las prioridades y necesidades.	
Empresas locales	Gran colaboración del gobierno y de las empresas aliadas, logrando cubrir el ámbito financiero y cada uno de los recursos expuestos, logrando un enfoque que es orientado a la realidad misma.	Evidencia discrepancias con la OSP FUNDEVIDA en todo el tema relacionado a lograr priorizar la salud y la vida de los niños con cáncer, abarcando el campo de los objetivos.	Toda la comunidad y personas participantes, se logran desestabilizar un poco en cuanto a la participación que se vuelve directa en cada uno de los ámbitos de los proyectos.	Pequeños grupos que priorizan otras situaciones, antes de regular los intereses primordiales.
Directores	Eje central de la OSP, quienes siempre buscan velar por la integridad y desarrollo de cada uno de los pasos y competencias que se proponen en el desarrollo.	Se evidencian discrepancias con ciertas tomas de decisiones que no incluyen en su medida el funcionamiento del perímetro de la salud y los acuerdos materializados.	Se vuelve ajena cuando se deja de cumplir un papel y no se miran los puntos objetivos del plan de acción.	Grupos que no apoyan las funciones o no regulan las metas plateadas.
Beneficiarios	Comunidad de red de niños, quienes son el objetivo primordial de FUNDEVIDA,	Se evidencian discrepancias con aspectos sociales y públicos al momento de	Se vuelve ajena cuando otros beneficiarios no están directamente involucrados en	Grupos que no incluyen la misión y visión o no comprende el objetivo de la salud.

los cuales son el eje y foco central para desarrollar y sobre todo para velar por la ejecución de cada uno de los proyectos.	enviar la información y ejecutarla.	los programas que se desarrollan a lo largo del nardo de la fundación.
--	-------------------------------------	--

Nota. Elaboración propia, con base a la información por la OSP.

Tabla 5*Matriz Comparativa*

OSP	OSP: FUNDEVIDA	OSP 1: Fundación Pies Descalzos	OSP 2: Fundación Proyecto Unión	OSP 3: Fundación Sol en los Andes
Fines u objetivos (Misión y Visión)	<p>Misión: Asistir y brindar cuidados a niños, niñas y adolescentes con cáncer y enfermedades hematológicas, apoyándolos con programas de salud preventiva, de acceso al tratamiento hematoncológico, el cubrimiento de necesidades para la permanencia en él y el seguimiento al pos tratamiento, para que logren una recuperación o restablecimiento del equilibrio emocional, espiritual y físico, y promoviendo el mejoramiento de la calidad y las esperanzas de vida.</p> <p>Visión: Brindarles a las familias que nos necesitan, servicios con calidad y humanismo, basados en los valores de: amor a la vida, respeto, responsabilidad, sensibilidad y</p>	<p>Misión: Ejecutar proyectos de infraestructura educativa, para aumentar la cobertura, el acceso y la permanencia escolar con espacios para el aprendizaje.</p> <p>Así mismo desarrollar los proyectos que inciden en cada uno de los procesos de enseñanza – aprendizaje trabajando de la mano con los docentes para lograr incrementar las expectativas educativas y laborales del país.</p> <p>Visión: Se quiere que la próxima generación de colombianos vea en la educación un gran vínculo de cambio para soñar, construir y cumplir su proyecto de vida.</p>	<p>Misión: Levantarnos todos los días para recuperar la esperanza de los seres humanos en condición de vulnerabilidad que la han perdido. Visión: Soñar y trabajar para lograr mejorar la atención en salud de nuestra infancia de manera continua, oportuna y sobre todo de calidad, así como también trabajamos por la dignificación de la vida del adulto mayor habitante de calle.</p>	<p>Misión: Entidad sin ánimo de lucro que brinda un gran sistema de apoyo en la ciudad de Bogotá a niños y niñas diagnosticados con cáncer, especialmente a aquellos provenientes de regiones vulnerables de Colombia, ofreciéndoles un hogar con las condiciones apropiadas durante su tratamiento.</p> <p>Visión: Sol en los Andes quiere ser una organización líder en la ayuda a niños con cáncer, consolidada como una gran entidad auto sostenible, con reconocimiento nacional e internacional por su labor solidaria con la población infantil más vulnerable y desprotegida de nuestro país. Logrando brindar</p>

	<p>solidaridad; contando con un equipo profesional altamente calificado y recursos apropiados para el cuidado y el mejoramiento de todos nuestros usuarios.</p>			<p>acompañamiento y así mismo un hospedaje que sea el refugio para ellos y sus familias.</p>
Localización	Cartagena, Bolívar	Cartagena, Bolívar	Bogotá, Colombia	Bogotá, Colombia
Miembros	Directora, psicóloga, trabajadora social y voluntarios.	Equipo directivo, equipo clínico, coordinadores, voluntarios, equipo global, gerentes de marca y empresaria operativa.	Equipo clínico, voluntarios nacionales e internacionales y director de asuntos públicos sostenibilidad y comunicaciones de Coca-cola.	Director general, subdirectora, coordinador de recursos, coordinadora eco- ambiental, coordinador de misión, community manager, conductor y parte administrativa.
Proyectos desarrollados	Reciclemos por la vida, bingo por la salud, concierto FUNDEVIDA, novenas FUNDEVIDA.	Rio, juego y aprendo, jóvenes emprendedores, creando juntos, conectando emociones y transitando a la escuela.	Proyecto vida, cuidado día, dejando huellas, hogar lejos de casa, cadena de bondad y misiones de esperanza.	Elevando nuestro espíritu, ECO- AMBIENTAL, tapas amigas, niños felices, planeta limpio y comprando ayudo.
Aliados	Alcaldía, gobierno local, empresas aliadas, hospitales.	Universidades, empresas privadas, gobierno, fundaciones, instituciones, empresas de comunicación y equipo de futbol.	Alcaldía de Bogotá, empresas del sector privado, fundaciones, hospitales, y empresas de comunicación.	Alcaldía de Bogotá, hospital, fundaciones, voluntarios, equipo de formaciones y arquidiócesis episcopal.
Antigüedad	20 años	27 años	25 años	14 años
Descripción de sus redes sociales	Tienen presencia en Instagram, Facebook, twitter	Tienen presencia en Facebook, Instagram,	Activas en Facebook, Instagram y	Activas en Facebook, Instagram,

	y su página web, donde se suben las actividades y se en informa de todo el proceso que se lleva a realizar.	YouTube y twitter, logrando llevar sus campañas y el proceso de cada uno de los proyectos a otro nivel a lo largo del tema de la educación.	YouTube mostrando sus procesos y alcances.	YouTube, buscando enfoque y más reconocimientos para crecer y progresar más.
Tipo de comunidad ética	Comunidad activa y participativa que trabaja por el bienestar de los niños con cáncer.	Comunidad activa y colaborativa que busca avanzar y enfocarse en la educación.	Comunidad de sociedad enfocados en la construcción de un mejor bienestar.	Comunidad activa que vela por la salud de los niños desde cada una de las distintas enfermedades.
Fuentes (de dónde extrajo la información para esta matriz o abla)	Red social, pagina web de FUNDEVIDA.	Sitio web de fundación Pies Descalzos.	Sitio web de fundación Proyecto Unión	Sitio web de fundación Sol en los Andes.

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

Informe de Investigación

En FUNDEVIDA, vi una gran oportunidad para realizar un trabajo que une la vida de las familias y los niños, analizando procesos y organizando el apoyo laboral para los efectos de cada ciclo formativo que se desarrolla para los niños. En muchos países, el cáncer es la segunda causa de muerte en niños mayores de un año, lo que demuestra que niños y adultos y sus síntomas son diferentes. Se puede hacer con diferentes expectativas. Sin embargo, es de conocimiento mundial que el cáncer infantil no se puede prevenir. Así que, lo que pretendemos no sólo a través de FUNDEVIDA sino también a través de nuestra fundación, es lograr detectar tempranamente Y enfocar el apoyo a la salud mental.

En FUNDEVIDA trabajamos con los niños y sus familias para que comprendan y acepten la gravedad de esta enfermedad, y logramos que pasen por diversos apoyos, pero, sobre

todo, desarrollando su labor social y sus objetivos. Trabajar con niños es difícil, pero lo más bonito es entender sus historias y expresiones. Espero que a través de mi experiencia se puedan lograr los objetivos positivos de la sociedad y la sociedad. De esta forma mostramos la participación y la comunicación asertiva, como describieron (Kamlongera y Mefalopulos, 2008, p. 8) “El fin de diseñar una estrategia de comunicación es tratar y resolver los problemas a nivel de la comunidad, utilizando las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación”.

Ahora bien, es importante conocer las conceptualizaciones de las diferentes ideologías y/o pensamientos respecto a lo que se trabaja el día a día en FUNDEVIDA. Para analizar el impacto es importante conocer diversidad de conocimientos, en el área de recolección de información es importante para comprender el impacto y mayor potencial de las actividades sociales.

La Fundación FUNDEVIDA creó un día memorable para todos los niños del pueblo, creando un ambiente de alegría y amistad. Comenzando con un taller de cocina, donde todos tuvieron la oportunidad de ser chef por un día, aprendieron a hacer la masa, elegir los ingredientes y ver el increíble proceso de cocinar tu propia pizza.

Esta actividad no sólo promovió habilidades prácticas y creativas, sino que también fomentó la confianza y el trabajo en equipo. De esta forma mostramos el acoplamiento colectivo en forma constructiva. Este enfoque participativo no sólo mejoró las habilidades culinarias, sino que también empoderó a los niños para la mejora futura de su vida por medio de actividades como. Construcción y conexiones comunitarias: Hoy promueve la fuerza de la comunidad. Según (Cueto Gómez, 2019, p. 57) “El refuerzo de estos vínculos comunitarios es fundamental para la renovación social y la colaboración efectiva”.

Los niños y sus responsables compartieron un espacio de interacción y cooperación, fortaleciendo los vínculos sociales; la cocina, como actividad principal, se convirtió en una buena forma de construir relaciones basadas en la cooperación y el apoyo mutuo. Logrando conectar (Beltrán, 1979, p. 31) “El libre e igualitario proceso de comunicación por acceso Y participación sobre la estructura de derechos-necesidades-recursos y se dirige al cumplimiento de múltiples propósitos”, en este sentido, la OSP FUNDEVIDA nos dio la oportunidad de comprendernos a nosotros mismos y a los demás y crecer a nivel emocional. Ser capaz de comunicarse le ayuda a adoptar y mantener sus propias ideas, valores, creencias e intereses antes que los demás, no solo fue aprendizaje culinario, también nos enseñó higiene, nutrición y trabajos en equipo.

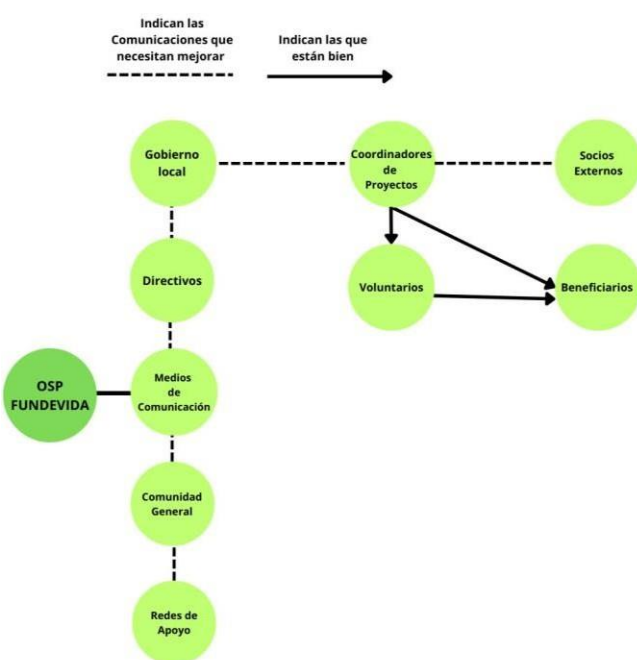
Además de los talleres, se realizaron entrevistas a psicólogos sobre temas importantes para complementar las actividades de la comunidad FUDEVIDA, que utiliza estratégicamente las redes sociales para difundir su misión y actividades y llegar a un público cada vez más amplio. Se utilizan plataformas como Facebook, Instagram y YouTube para proporcionar actualizaciones sobre eventos, proyectos y logros. Esta estrategia no sólo aumenta la visibilidad de la organización, sino que también aumenta la conciencia pública sobre el cáncer infantil y fomenta la participación de la comunidad. En este sentido (Martín, 1999, p. 134) “Estas conexiones entre personas forman un capital social esencial para el rendimiento y prosperidad de cualquier entidad”. Por eso es amplio el mundo de las plataformas digitales y que cada una de ellas ayudan a la comunidad a lograr integrarse más en la organización.

La participación comunitaria le brinda la oportunidad de involucrar a otros e involucrarlos en la acción. En otras palabras, la comunidad participa en todas las actividades de cambio y mejora del estado de ánimo de chicos. El participar ampliará enormemente su

perspectiva sobre el cambio y creará un espacio para compartir opiniones o las decisiones importantes necesarias para un cambio positivo. Para la Fundación FUNDEVIDA, una buena participación logra que se puedan crear procesos de diálogo, donde cada uno puede expresar sus puntos de vista, como nos explica (Beltrán, 1979, p. 20) esto muestra que la participación es parte de una historia hipotética: "La oportunidad es el pináculo de la comunicación horizontal, porque si no todos tienen la misma oportunidad de transmitir su mensaje, unos pocos seguirán haciéndolo".

Figura 1

Sociograma FUNDEVIDA



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

Figura 2*Conjunto de Acciones*

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

Proyección

Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia

La comunicación digital y las redes sociales conforman un papel importante en la conexión de comunidades y públicos diversos; OSP FUNDEVIDA se encuentra en una posición estratégica para fortalecer su impacto organizativo, a través del conocimiento generado y la experiencia adquirida, la OSP FUNDEVIDA está preparada para implementar una estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional enfocada en redes sociales.

Esta estrategia no solo busca optimizar la visibilidad y la efectividad de las comunicaciones de la organización, sino también potenciar la interacción significativa con la audiencia clave. Al aprovechar las plataformas digitales de manera estratégica, la OSP FUNDEVIDA aspira a consolidar su misión, ampliar su alcance y fortalecer la comunidad que apoya a sus iniciativas de desarrollo y bienestar social, logrando abrir camino entre las personas de la OSP y cada uno de sus objetivos planteados, permitiendo incentivar la participación colectiva de la comunidad y personas pertenecientes. Como señala Villalobos (2012): “En las redes sociales, la comunicación no solo une a la comunidad, sino que la fortalece para actuar colectivamente en pos del cambio y la participación” (p. 6).

Es así como a continuación se delinearán los fundamentos conceptuales y contextuales que sustentan esta iniciativa, delineando un camino claro hacia un futuro donde la comunicación efectiva y el fortalecimiento organizativo convergen para alcanzar resultados impactantes y sostenibles.

Toda estrategia parte de un punto clave, el cual es diagnóstico y preparación; partiendo desde un análisis interno y externo para entender el entorno y las necesidades de la audiencia y sobre todo identificar claramente los públicos objetivos (donantes, beneficiarios, colaboradores)

y sus comportamientos en redes sociales. Todo esto, abarcando la estrategia desde lo organizacional y comunicacional desde las redes sociales.

Así mismo se empalman los objetivos; es claro partir desde unos objetivos que sean claros y específicos para las redes sociales, como aumentar visibilidad, captar donaciones y educar sobre la misión de la OSP, logrando que las plataformas digitales sean la principal fuente de información para reconocer el trabajo de FUNDEVIDA.

Ya adentrándonos un poco más a lo que es la estrategia de contenido, esta se contaría como el “Plus”, ya que es el apoyo central del estudio. El empalme empieza desde el desarrollo de un calendario que sea editorial que claramente este mismo tenga contenido relevante y variado, es decir (historias de impacto, actualizaciones de proyectos y llamados a la acción de la fundación). Así mismo, personalizar el contenido según sea el interés de cada segmento, permitiendo conectar y sobre todo movilizar a la comunidad de la OSP FUNDEVIDA y, sobre todo, buscar centrar al público objetivo y lo que se quiere dar a conocer. “La argumentación en redes sociales, se convierte en un arte que no solo persuade, sino que también conecta y moviliza a comunidades” (Beller, 2018, p. 26).

Así mismo es como se abarca el ámbito de plataformas digitales y canales, lo cual consiste en seleccionar plataformas adecuadas basadas en la demografía y sobre todo el comportamiento de la audiencia, para poder entrar al canal de estudio de la misma; así como optimizar el perfil con la información clara sobre la misión y actividades de la OSP FUNDEVIDA, logrando abrir campo a los diferentes medios y plataformas digitales como una opción de crecimiento más amplia y con mayor valor.

A lo largo de esta estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional, también se conoce la participación e interacción, la cual busca fomentar la interacción mediante

respuestas activas a comentarios y mensajes, todo esto desde el objetivo claro de diseñar campañas interactivas (concursos, encuestas) para así poder involucrar a la comunidad, la cual es la mayor voz al momento de participar e interactuar en estos canales de comunicación. Esto será seguido de un gran monitoreo y evaluación, donde se utilicen herramientas de análisis para medir el rendimiento de las publicaciones y sobre todo el crecimiento de la comunidad de la OSP, para luego de esa manera poder lograr ajustar la estrategia según los resultados obtenidos y poder maximizar el impacto de la misma.

Ya culminando la planificación y ejecución de esta estrategia, la misma debe contar con capacitación y desarrollo, es decir, lograr capacitar al equipo en el uso efectivo de redes sociales y prácticas recomendadas, obteniendo de esa manera establecer alianzas estratégicas con muchas más organizaciones, canales regionales y medios de comunicación para lograr ampliar el alcance. Permitiendo de esa manera desarrollar propuestas de proyectos detalladas para así presentar posibles voluntarios y aumentar la posibilidad de seguir obteniendo fondos a través de organizaciones de eventos, semilleros y ferias comunitarias, logrando generar ingresos que son adicionales y, sobre todo, que logran dar visibilidad a la OSP. “Las tareas de difusión con la prensa y los medios locales son cada vez más importantes. Siempre hay alguien en la comunidad dispuesto a formar un equipo para estas coberturas” (CIMAS, 2010, p. 25).

Es así como se llega al final con la evaluación continua y los ajustes, todo esto basado en todo lo planteado anteriormente, a través de revisiones trimestrales para así poder ajustar acciones y recursos según el proceso, encuestas y feedback, donde se recopilan datos de empleados y comunidad para evaluar la efectividad y sobre todo la realización de informe que sea anual, el cual tenga resumen de logros, desafíos y ajustes necesarios para el próximo año.

La implementación de esta Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional posicionará a FUNDEVIDA como una organización más fuerte, eficiente y resiliente, capaz de cumplir con su misión y generar un impacto duradero en la comunidad.

Conclusiones

Se puede observar la labor incansable de la OSP FUNDEVIDA la cual representa un rayo de esperanza y de apoyo para los niños que enfrentan el cáncer. Su compromiso con la intención integral y el bienestar de estos valientes guerreros deja un impacto duradero en las vidas de las familias afectadas. Todo esto a través de su dedicación, resaltando cómo la organización demuestra que juntos se puede hacer una diferencia significativa en la lucha contra esta enfermedad. Cada uno de estos conceptos y apuntes en el trabajo de campo son de gran ayuda para seguir conociendo la OSP, pero sobre todo para seguir trabajando unidos para un futuro brillante.

La recolección de información en la OSP FUNDEVIDA ha sido crucial para entender y mejorar la participación y apoyo en la comunidad. A través del análisis de una jornada especial y entrevista con un funcionario de la OSP, se ha demostrado el impacto positivo de las estrategias de FUNDEVIDA en sus beneficiarios. Logrando demostrar impactos grandes que los podemos desglosar en el impacto de la jornada de cocina, uso de redes sociales, comunicación participativa, fortalecimiento de la comunidad, atención a necesidades específicas y el impacto en la comunidad.

La sociopraxis en FUNDEVIDA muestra la importancia de la participación activa, la comunicación efectiva y el apoyo comunitario. Cada una de las estrategias no solo mejora la vida de cada uno de los beneficiados, sino que también fortalece la cohesión social. FUNDEVIDA es un ejemplo inspirador de cómo las organizaciones sociales pueden utilizar herramientas modernas para lograr un impacto duradero.

Este análisis proporciona una comprensión clara de cómo FUNDEVIDA, a través de sus actividades y estrategias, contribuye significativamente al bienestar de sus beneficiarios y al

fortalecimiento de la comunidad. La organización continúa siendo un modelo de dedicación, innovación y compromiso con su causa, destacándose como un pilar en la lucha contra el cáncer infantil.

La recolección de información en FUNDEVIDA ha sido fundamental para entender y mejorar la participación y el apoyo en la comunidad. Al analizar eventos especiales y entrevistas a personas claves, hemos logrado evidenciar cómo las estrategias de la organización generan un impacto positivo claro en los beneficiarios, todo esto desde cada una de las jornadas antes mencionadas.

A través de cada uno de los puntos observados y trabajados analizamos cómo FUNDEVIDA trabaja por el bienestar de los niños, es bueno saber que cada una de las situaciones y cada uno de los acompañantes hacen parte de los procesos que son sometidos a estudios con el único objetivo de que los mismos puedan dar resultados. Todo esto con ayuda del gobierno local y cada una de las entidades que aportan sus grandes granitos de arena para que cada vez más la fundación logre un objetivo claro y, sobre todo, siempre busque velar por el desarrollo de los niños y su mejora.

FUNDEVIDA también tiene como objetivo central fortalecer la comunidad que rodea a los niños. Esto se logra mediante la sensibilización pública sobre los desafíos del cáncer infantil, la educación continua sobre la importancia del diagnóstico temprano y el apoyo continuo a través de alianzas estratégicas con otras organizaciones y actores claves en el ámbito de la salud y el bienestar infantil.

Por eso FUNDEVIDA no solo busca aliviar el sufrimiento causado por el cáncer infantil, sino que aspira a transformar vidas, fortalecer comunidades y avanzar en la lucha contra esta enfermedad devastadora. Cada proyección y acción emprendida por la organización refleja el

compromiso inquebrantable de brindar esperanza y apoyo a aquellos que más lo necesitan en su camino hacia la curación y la recuperación.

La construcción de una estrategia comunicativa y organizativa para FUNDEVIDA es esencial para mejorar sus canales digitales y maximizar su impacto en la comunidad; a través de un análisis exhaustivo de sus redes sociales, la organización puede identificar áreas de mejora y oportunidades para fortalecer su presencia en el ámbito digital. La implementación de una estrategia bien definida permitirá a FUNDEVIDA no solo difundir su misión y actividades de manera más efectiva, sino también fomentar un mayor compromiso y participación de su audiencia, la clave está en desarrollar contenido relevante y atractivo, y en mantener una comunicación bidireccional con sus seguidores. Además, la capacitación del personal y voluntarios, junto con la adopción de procesos internos eficientes, garantizarán una gestión adecuada y sostenible de las plataformas digitales.

En este proceso, es fundamental establecer métricas claras para evaluar el desempeño y realizar ajustes continuos basados en los resultados obtenidos, de esta manera, FUNDEVIDA podrá adaptarse a las necesidades y expectativas de su audiencia, consolidando su reputación y ampliando su influencia.

Esta estrategia comunicativa y organizativa bien planificada y ejecutada es crucial para que la OSP logre sus objetivos y continúe su valiosa labor en beneficio de la comunidad. A medida que la organización se adapta y crece en el entorno digital, podrá fortalecer su impacto y contribuir de manera significativa al bienestar social.

Referencias Bibliográficas

- Alfonso, S., & Katherine, A. (2022). *Fortalecer las redes sociales y relaciones familiares de la comunidad desde la comunicación participativa para afianzar el desarrollo de la niñez en la Fundación Somos Torre Fuerte*. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/56818>
- 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>
- 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>
- Contreras, T., & Savier, S. (2022). *La comunicación participativa como base del accionar de la red social de la Emisora comunitaria Urabá Estéreo*. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/47692>
- CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader (2010), Manual de Metodologías participativas (p.27). 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*. Abrir este documento utilizando 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., y Mefalopulos, P. (2008). *Diseño participativo para una estrategia de comunicación*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. <http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- Meyer, S., Ward, P., Coveney, J. y Rogers, W. (2008). *Confianza en el sistema de salud: un análisis y extensión de las teorías sociales de Giddens y Luhmann*. Revisión de sociología de la salud: Revista de la Sección de Salud de la Asociación Australiana de Sociología , 17 (2), 177–186. doi:10.5172/hesr.451.17.2.177 net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820
- 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>
- Oa, D. E. H. (2001). *Centro Interamericano de Investigaciones Psicológicas y Ciencias Afines*. Recuperado el 19 de junio de 2024, de Redalyc.org website: <https://www.redalyc.org/pdf/180/18011326004.pdf>
- Open this document with ReadSpeaker docReader <http://www.ecosad.org/laboratorio->
- Sanchis, S. C. (s/f). LA COMUNICACIÓN Y LAS REDES SOCIALES. Recuperado el 19 de junio de 2024, de 3ciencias.com website: <https://3ciencias.com/wp-content/uploads/2013/01/comunicacion-y-redes-sociales.pdf>
- 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>
- Vargas P., Lautaro. (2000). Cáncer en pediatría: Aspectos generales. *Revista chilena de pediatría*, 71(4), 283-295. <https://dx.doi.org/10.4067/S0370-41062000000400002>
- 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>
- Villasante, T., Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. En: *Política y Sociedad*, (44), pp 125-140. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>
- Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas. Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader <http://www.ecosad.org/laboratorio->

virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-
acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf

Villalobos, O. (2012). Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales. Quórum Académico, Vol. 9, No. 1, 2012. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención

Cartagena De Indias, abril 30 de 2024

Señores
Fundevida
Fundación Esperanza de Vida
Atn. Nacira Villadiego Ulloa
 Directora
 E. S. M.

Recibido
 Heidy M. Diaz
 06/05/24
 6:20 PM

Cordial saludo,

Mi nombre es Heidy Maria Diaz Pino identificado(a) con C.C. [1007964396](#) del municipio de **Cartagena**, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad portas de recibir el título de Comunicador Social.

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

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

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

Mil gracias por su atención,

Atentamente,

Agradeciendo la atención.



Nacira Villadiego Ulloa
 DIRECTORA GENERAL

Heidy Maria Diaz Pino
 Cel. [3113388866](tel:3113388866)
 E-mail: hei-mary@hotmail.com

Apéndice B

Carta de Aprobación

Cartagena; mayo 06 de 2024



SEÑORES
Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.
Ciudad

Respetados Señores

Comendidamente manifestamos nuestro interés en recibir a la joven Heidi María Díaz Pino, en calidad de estudiante del programa de Comunicación social, para que realice su proyecto de grado en nuestra organización.

Para lo siguiente la persona en contacto serán nuestra coordinadora general Claudia Canedo Miranda, cel. 314 59 50 577 email: info@fundevidcartagena.org

Agradezco la atención.

Nacira Isabel Villadiego Ulloa
DIRECTORA GENERAL

Recibido
Hedy M. Dicks
06/05/24
6:20. PM

Nit. 806012118-6 info@fundevidcartagena.org
(57) (5) 675 5888 Zaragocilla,
(57) 316 271 9790 Av. El Consulado N° 49 – 26
www.fundevidcartagena.org



Apéndice C

Preguntas de Entrevista Inicial

1. ¿Qué tipo de práctica realiza la OSP en el cumplimiento de su objeto social?
2. ¿Cuáles son los objetivos o intenciones de ayuda social de la OSP?
3. ¿Cuál es la regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP?
4. ¿Cuáles son las características de los participantes o actores dentro de la OSP?
5. ¿Cuál es el tamaño de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)?
6. ¿Cómo es la organización, estructura, equipos, comités y cargos, dentro de la organización?
7. ¿Cuáles son las características de los vínculos sociales al interior de la OSP?
8. ¿Cuáles son las formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS?
9. ¿Cuáles son las formas de comunicación interna, actores, tipo de comunicación y entre otros?
10. ¿Cuáles son las formas de comunicación externa, actores, tipo de comunicación externa y entre otros?
11. ¿Qué metas, planes, cronogramas y Proyectos en desarrollo tiene FUNDEVIDA?
12. ¿Cuáles son logros que hasta ahora la OSP, tiene como proyectos exitosos?
13. ¿Cuáles son las dificultades para desarrollar sus objetivos sociales como organización?

Apéndice D

Enlace Entrevista Inicial

https://youtu.be/vh88iUV8_QY?si=8nSu3N1KJX1k9xUR

Apéndice E

Preguntas Cualitativas

Redes Sociales, comunicación participativa y comunidad.

1. ¿Cómo la OSP Fundevida utiliza las redes sociales para difundir su misión y actividades?
2. ¿Cuál es el tipo de contenido que recibe mayor interacción en cada una de sus plataformas sociales y por qué cree que es así?
3. ¿De qué manera las redes sociales han logrado contribuir a la captación de las donaciones y los voluntariados para la organización?
4. ¿Qué estrategias de comunicación participativa emplea la OSP Fundevida para lograr involucrar a las familias que son beneficiarias en el proceso del tratamiento y recuperación?
5. ¿De qué manera la organización fomenta la participación activa de la comunidad en sus proyectos y campañas?
6. ¿Qué métodos utiliza la OSP Fundevida para recoger y responder a las opiniones y sugerencias de las familias y la comunidad?
7. ¿Qué iniciativas ha logrado implementar la OSP Fundevida, para fortalecer el sentido de comunidad entre las familias que apoyan?
8. ¿Cómo se asegura la organización de que las necesidades específicas de las familias tanto de zonas urbanas como rurales sean atendidas adecuadamente?
9. ¿Qué impacto ha observado la OSP Fundevida en la comunidad local desde el inicio de sus actividades en 2002?

Apéndice F

Enlace Entrevista Cualitativa

<https://youtu.be/eN1TNVVU-6A?si=4vrZpbhwaeFVVMi0>

Apéndice G

Evidencias Fotográficas de Observación Participante





Apendice H

Enlace de devolución

<https://youtu.be/wDUx4ovDTio?si=k9-FSq7na5-maFKL>