

**La Transformación Social desde las Redes Sociales Participativas y Comunicativas en la  
Fundación “Por Los Callejeros”**

Stiven Heccih Meneses Remolina

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 presente trabajo investigativo de acción tiene la finalidad de vislumbrar la construcción social y las estrategias comunicativas necesarias para la concientización y apoyo diverso a la Fundación “Por los Callejeritos” en Valledupar, cuyo principal objeto social es el rescate, cuidado, y adopción de perros sin hogar. Esto con el objetivo de mostrar al entorno donde se establece como una organización social y participativa que logra generar un impacto social importante y que determina una creación de identidad cultural sostenida en la protección de los derechos animales y la concientización del apoyo social, económico y emocional que se debería brindar a todas las organizaciones con esta misión.

El estudio de la red social de la Fundación revela una estructura sólida y colaborativa, donde la participación comunitaria desempeña un papel esencial en el bienestar de los perros sin hogar. Sin embargo, también se identifican posibles conflictos comunicacionales derivados de diferencias en recursos, enfoques y niveles de compromiso. Al establecer canales de comunicación formales, fomentar la inclusión y capacitar en habilidades comunicativas, la Fundación no solo aumentará su capacidad de respuesta y eficiencia, sino que también consolidará su impacto social, garantizando que todas las voces sean escuchadas y valoradas en la búsqueda del bienestar animal y la cohesión comunitaria. Asimismo, es importante reconocer que la investigación-acción, la observación participante y la implicación en la estructura comunicacional y el fortalecimiento desde la red social, a través de una estrategia de comunicación que permita el fortalecimiento de la red social y comunidad desde el entorno de la OSP.

***Palabras clave:*** Red social, Comunicación, Animales, Consciencia social, Comunidad.

### **Abstract**

The purpose of this action investigative work is to glimpse the social construction and the communication strategies necessary for awareness and diverse support to the “Por los Callejritos” Foundation in Valledupar, whose main social objective is the rescue, care, and adoption of dogs homeless. This with the objective of showing the environment where it is established as a social and participatory organization that manages to generate an important social impact and that determines the creation of a cultural identity sustained in the protection of animal rights and the awareness of social, economic and emotional support. that should be provided to all organizations with this mission.

The study of the Foundation's social network reveals a solid and collaborative structure, where community participation plays an essential role in the well-being of homeless dogs.

However, possible communication conflicts derived from differences in resources, approaches and levels of commitment are also identified. By establishing formal communication channels, encouraging inclusion and training in communication skills, the Foundation will not only increase its responsiveness and efficiency, but will also consolidate its social impact, ensuring that all voices are heard and valued in the pursuit of well-being. animal and community cohesion. Likewise, it is important to recognize that action research, participant observation and involvement in the communication structure and strengthening from the social network, through a communication strategy that allows the strengthening of the social network and community from the environment of the OSP.

**Keywords:** Social network, Communication, Animals, Social awareness, Community.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	8
Aprestamiento .....	10
Conceptualización.....	12
Informe de Identificación y Conceptualización.....	15
Implicación.....	17
Informe Sociopráxico .....	19
Construcción .....	22
Informe de Investigación.....	36
Proyección .....	42
Fundamentos Contextuales Y Conceptuales De La Estrategia.....	42
Conclusiones .....	48
Referencias Bibliográficas .....	50

**Lista de Tablas**

<b>Tabla 1</b> <i>Ficha de Información de la OSP</i> .....	10
<b>Tabla 2</b> <i>Ficha Descriptiva de la OSP</i> .....	12
<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> .....	29

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Sociograma de la Fundación Por Los Callejeritos</i> .....	22
<b>Figura 2</b> <i>Conjuntos de Acción</i> .....	23

## Lista de Apéndices

<b>Apéndice A</b> <i>Carta de Intención</i> .....	53
<b>Apéndice B</b> <i>Carta de Aprobación</i> .....	54
<b>Apéndice C</b> <i>Preguntas Entrevista Inicial</i> .....	55
<b>Apéndice D</b> <i>Enlace Entrevista Inicial</i> .....	56
<b>Apéndice E</b> <i>Preguntas Cualitativas</i> .....	57
<b>Apéndice F</b> <i>Enlace Entrevista Cualitativa</i> .....	58
<b>Apéndice G</b> <i>Registro Fotográfico</i> .....	59
<b>Apéndice H</b> <i>Enlace Jornada de Devolución-Validación</i> .....	61

## Introducción

La creación de una determinada estrategia de comunicación cimentada en las necesidades de las Organizaciones Sociales Participativas supone el estudio e interpretación de variables sociales y de comunidad que permiten la intervención de esta en la generación de cambios y la creación de una identidad cultural. En el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación (DCRSC), se presenta este proyecto colaborativo con la Fundación “Por los Callejeritos”, como OSP (Organización Social Participativa) debidamente seleccionada, se dedica al rescate, cuidado y promoción de la adopción de perros sin hogar, buscando mejorar la calidad de vida de estos animales y fomentar una cultura de responsabilidad y compromiso social hacia los mismos.

Este trabajo se desarrollará bajo la metodología de investigación-acción, un enfoque participativo que combina la investigación rigurosa con la acción práctica, permitiendo a los participantes no solo estudiar un fenómeno, sino también intervenir y generar cambios positivos en tiempo real. La investigación-acción nos permitirá identificar las necesidades y desafíos específicos de la fundación, así como las oportunidades para fortalecer su impacto social a través de estrategias efectivas en redes sociales. En este sentido, bajo el contexto contemporáneo de las ciencias sociales y la acción comunitaria, la Investigación Acción Participativa (IAP) emerge como un enfoque transformador que trasciende los límites tradicionales de la investigación y la intervención social. Al abordar la complejidad de los problemas sociales desde una perspectiva participativa, la IAP se convierte en una poderosa herramienta para promover el empoderamiento de las comunidades y fomentar su capacidad de autogestión y autodeterminación.

Por otro lado, el presente proyecto de comunicación y participación se desarrollará desde las seis fases del DCRSC, constituidas inicialmente por la fase de aprestamiento, la cual

comprende la identificación de las prácticas sociales entendidas como una forma de establecer cuales pueden generar una transformación social en las comunidades, así como la evaluación de la posible selección de una OSP que cumpla con los criterios de desarrollo para fortalecer su proyección desde el nivel comunicacional. Además, comprende seguidamente la fase de conceptualización, que se enfoca en la IA; esta etapa es crucial, ya que sienta las bases teóricas y metodológicas para el desarrollo de la investigación y la acción subsiguientes.

Ahora bien, en el desarrollo de la tercera fase, encontramos la implicación. En este proceso, integraremos el enfoque del socio praxis y la integración en el campo de acción, que reconoce la interrelación entre la teoría y la práctica, y la importancia de la reflexión crítica y la acción colectiva para generar cambios a través del fortalecimiento de las redes sociales comunicativas de la OSP “La Fundación Por Los Callejeritos”.

De esta manera, desde la cuarta fase, se busca la construcción a partir del análisis de las redes sociales que componen los factores internos y externos de la OSP, para lograr establecer los niveles de interacción y la comunicación a través de medios digitales o personales, toda vez que, la construcción de la comunidad y la participación requiere la identificación de la intensidad de comunicación entre los diversos actores sociales, y por ende, la adopción de estrategias que solventen las problemáticas de comunicación preexistentes en la organización desde el rol de investigador. En este sentido, para lograr un impacto significativo y sostenible, es esencial no solo contar con recursos adecuados sino también fortalecer la estructura organizativa y comunicacional a través de estrategias que visionen la integración de la red social que compone la OSP.

## 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: Fundación Por los Callejeros	<p>El objeto principal de esta fundación ubicada en Valledupar es brindar soporte alimenticio y veterinario a los animales callejeros que lamentablemente no cuentan con una red de apoyo humana que garantice su subsistencia. Las principales acciones que realiza esta fundación son: alimentación diaria a los perros de su albergue, proyectos de recolección de donaciones par alimentos, apoyo veterinario y asistencial en caso de enfermedades, heridas y demás complicaciones médicas de los animales. Cuenta con respaldo de la comunidad de Valledupar y a nivel nacional, con relación a las donaciones que se efectúan a sus</p>	<p>De acuerdo con su propósito, es una fundación que se encuentra dentro de las Entidades Sin Ánimo de Lucro. Es importante destacar que su sostenibilidad social se debe a la creación, búsqueda de transformación cultural y en educación ambiental y protección a los animales, quienes gozan de ésta, a nivel constitucional y legal. El criterio de selección para la escogencia de esta entidad fue la caracterización de su labor social y el manejo de las redes sociales como canal de conexión entre posibles donantes, la principal intervención de auto reconocimiento es orientar las aptitudes humanas a la construcción de espacios integrales que puedan desarrollar estrategias para la protección,</p>	<p>Estructura de un plan de comunicación en redes sociales. Cuenta con un perfil en Instagram que suministra informaciones constantes de la fundación que puede mejorar a través de un branding. Compartir historias de éxito de los animales, así como organizar eventos comunitarios y voluntariados. Colaboraciones con personas influyentes en las redes sociales. La posibilidad de hacer alianza con empresas.</p>	<p>Una de las principales dificultades podría ser el camino y adopción de la metodología de investigación enfocado a la organización. La ausencia e indiferencia de conciencia social de la comunidad que visibiliza la problemática. Acciones inversas de donación a la fundación, que diariamente enfrenta gastos, lo que podría generar retrasos en ver resultados a las estrategias de comunicación .</p>

cuentas bancarias destinadas exclusivamente a los fines objeto de la fundación.

cuidado y ayuda a los animales desprotegidos. Asimismo, su intención principal es generar una conciencia social que pueda practicarse a través de la contribución a la fundación.

La generación una educación ambiental y social poco eficiente en la sociedad.

---

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

## Conceptualización

**Tabla 2**

*Ficha Descriptiva de la OSP*

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	El objeto social de la OSP “Fundación Por los Callejeros” es una construcción social de esfuerzo y dedicación de transformación cultural y ambiental en pro del cuidado, protección y padrinaje de perros callejeros en la ciudad de Valledupar, su principal característica es el servicio de hogar, alimentación e higiene de perritos sin hogar. Desarrollan actividades sociales como recolección de insumos para su funcionamiento, fomentan la adopción de perritos que estaban en malas condiciones, dejando a un lado la compra de perros. Asimismo, promueven campañas de esterilización de perritas y buscan la financiación de sus proyectos a través de las donaciones, siendo una organización sin ánimo de lucro e influencias políticas.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	Brindar condiciones óptimas para los perros callejero. Promover la adopción de los perros sin hogar. Garantizar la salud, bienestar e higiene de los animales en la fundación. Fomentar la identidad cultural y ambiental en relación con el cuidado de los animales. Aportar una ideación de procesos de adopción seguros, espacios libres de maltrato y protección de los animales. Resguardar a los animales. Impulsar unas políticas públicas de protección y bienestar animal.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	De acuerdo con lo establecido por las directoras, no se realizan reuniones a menudo entre los participantes. Se han desarrollado actividades de integración con otras fundaciones, como la Fundación “Por los Callejeros” con el objeto social, líderes sociales de los barrios, la alcaldía municipal, la gobernación y demás actores sociales que tienen participación directa en la protección de los animales callejeros. Se reúnen 2-3 veces cada dos meses, aproximadamente.
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	Actualmente está compuesta por la directora Karen Sierra, posee una Junta Directiva compuesta por 5 miembros mayores de edad; Margarita López Sierra, Edgar, Lucy, Alberto y José. Sin embargo, activamente trabajan en la casa hogar y por el tema de conciencia animal, Maria Margarita López y Karen Sierra. Los mencionados son profesionales en administración, derecho y psicología.
Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)	El tamaño de organización de la OSP es reducido a dos integrantes activas, que realizan labores de adecuación de la casa hogar a diario, suministro de alimentos, limpieza y desinfección, gestión de adopciones y recolección de donaciones para la subsistencia de los perritos. A nivel territorial se cuenta con otras fundaciones en cooperación con la presente, desde varios puntos clave de bienestar animal, mientras la mencionada OSP promueve el cuidado y resguardo de perros, otras cuidad de felinos y demás animales que necesiten

Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	<p>cuidado veterinario y que estén en situación de calle.</p> <p>La fundación tiene una junta directiva constituida para el registro mercantil de la organización sin ánimo de lucro. No se cuenta con la organización de comités, pero sí la designación de la dirección y subdirección; la primera a cargo de Karen Lopesierra y la segunda por Margarita Lopesierra. De lo anterior, es menester mencionar que, según Santos Requena, F. (1989), a partir de la concepción de una estructura social y la colaboración conjunta, en la presente organización se evidencia un estructura no sólida fundada en la consecución del objeto social propuesto por la misma, ya que, una magnitud es los actores de la red y otra los intermediarios para conectar, la accesibilidad de los objetivos de la OSP deben ir de la mano de un canal de comunicación interno y sin ponderación de poder sobre los demás.</p>
Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	<p>Es importante reconocer los vínculos sociales de la OSP, partiendo de la dirección y subdirección, se encuentra una delimitación entre las decisiones de control y adjudicación de actividades diarias a las mencionadas actoras. Bajo lo cual, puede decirse que actualmente la fundación sigue funcionando por las donaciones, altruismo de las directoras y el apoyo de la administración por medio de la proyección de políticas públicas. Aunque desde el interior debe analizarse la difusión de información y control organizacional de la red social que cimienta la fundación, no debe dejarse de lado el cambio que las influencias en el entorno (Santos Requena, F. p. 150, 1998).</p>
Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.	<p>Las formas de participación de la OSP interna y externamente van en dirección a la gestión de actividades de recolección de dineros o los utensilios necesarios para la finalidad de la casa hogar, y por otro lado, la construcción de la red social junto con otras fundaciones para dar a conocer recíprocamente sus prioridades y necesidades, logrando conectar con el entorno de acuerdo con los objetivos sociales de cada organización.</p>
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	<p>De acuerdo con lo expuesto por Beltrán, L. (1979), la comunicación de tipo electrónica en el caso de fuentes y receptores se cimienta en el poder brindar información por medio de un mensaje que será recibido por un destinatario. De esta manera, se avizora que la comunicación interna de los principales actores es clara e integradora, ya que cada persona conoce sus funciones y comunica los resultados de estas, ya sea personalmente o por medio electrónicos como llamadas telefónicas, mensajes de textos o videos por aplicaciones como WhatsApp, Instagram y Facebook, permitiendo que también el público conozca a través de las redes sociales puntos clave en la relación con las actividades de la fundación.</p>
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	<p>Se hace por medio de las redes sociales, primordialmente:  Página en Instagram: @fundacionredporloscalejeritos  Videos e información compartida por redes sociales como Instagram y Facebook.</p>

	<p>Alianzas entre fundaciones y visitas de estas a la casa hogar.</p> <p>Participación en ferias de emprendimientos con accesorios para perros con el fin de obtener recursos para la fundación.</p> <p>Afiches informativos por las redes sociales: perritos en adopción, cuentas bancarias para donaciones, e información general de la fundación.</p> <p>Publicación de rescates, cuidados médicos y procesos de adopción de los perritos de la fundación.</p>
<p>Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.</p>	<p>La fundación cuenta con un plan de acción y metas a desarrollar en los puntos de i) necesidades diarias de los perros, ii) donde organizar el punto de partida de recaudo de donaciones, iii) jornadas de cuidado animal y concientización de los derechos de los animales, iv) actividades diarias para el cuidado en la casa hogar, v) manejo de redes sociales para crear conciencia a diario de la importancia de cuidar los animales y fomentando la adopción. Los proyectos que actualmente visualiza la fundación van encaminados a recolectar los recursos necesarios para adecuar una mejor infraestructura para los perritos, así como poder administrar diariamente el alimento para todos los perros, garantizándoles así una salud y alimentación nutritiva. La fundación actualmente visualiza la reestructuración de sus redes sociales para llegar a mayor público y manejar la audiencia de manera asertiva.</p>
<p>Logros de proyectos exitosos.</p>	<p>La mayoría de los proyectos culminados con éxito en la fundación, son los procesos de resguardo, cuidado veterinario, recolecta de útiles de aseo y cuidado médico para animales rescatados y heridos, lograr su pronta y eficiente recuperación y mostrar a través de las redes sus labores para generar conciencia y lograr que adopten a la mayoría de los perros que posee la fundación.</p>
<p>Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.</p>	<p>Evidencian la proyección de políticas públicas sobre el cuidado de los animales y la puesta en marcha del Centro del Bienestar, puesto que actualmente se cuenta con el formalismo jurídico de este proceso, se han creado comités, pero es necesario el tiempo, la destinación presupuestal de la administración al control público de sanidad animal. Otra de las dificultades es la negación o no aporte de la comunidad en las actividades que realiza la fundación para el recaudo de elementos de aseo, alimentación, vacunas, suplementos, entre otras cosas. Así como la administración y arriendo de la casa hogar, que actualmente presenta deterioro en su infraestructura que impide un correcto cuidado de los perritos en situación de vulnerabilidad por cambios climáticos (lluvias) y manejo del espacio para momentos de recreación y distribución de zonas de descanso.</p>
<p>Otros aspectos para comentar.</p>	<p>Actualmente la situación de la fundación es preocupante, bajo lo cual, es necesaria la intervención de los donantes y la administración pública en relación con el control de la sobrepoblación de perritos sin hogar, así como el funcionamiento de esta para poder albergar y brindar buenas condiciones a los animalitos.</p>

---

*Nota.* Elaboración propia, con base en la información suministrada en la entrevista.

## **Informe de Identificación y Conceptualización**

La Fundación por los Callejeritos ha sido seleccionada como la (OSP) para el estudio debido a su enfoque en el cuidado y resguardo de perros en situación de calle y su inalcanzable labor de concientización en el municipio de Valledupar sobre la problemática de sobre población de perritos sin hogar en las calles, expuestos a enfermedades y peligros por la ausencia de cuidado y sentido de pertenencia de algunos habitantes del municipio. Este informe busca argumentar la elección de esta OSP en relación con las lógicas de horizontalidad en sus relaciones en red, y cómo esto se alinea con las intencionalidades de la Investigación – Acción de acuerdo con el Diplomado en curso.

Es importante mencionar que esta fundación es una organización sin ánimo de lucro que subsiste y cumple sus actividades diarias a partir de los comportamientos altruistas de sus directoras y las donaciones de las personas que se solidarizan con la situación que enfrentan los animales, siendo este uno de los requisitos primordiales de escogencia, la capacidad de la organización en generar un reconocimiento e identidad cultural y personal frente la participación comunitaria, puesto que de la adopción de estrategias constructivas de una sociedad cambiante, es necesario que se generen redes sociales que generen un contenido general, tal como afirmaba Santos Requena (1989): “el aspecto más importante en la interacción es la cualidad del vínculo que existe en la red de una persona, pues el contenido de un vínculo se refiere al contenido del flujo de comunicación a través de la red” (p. 143), es decir, pueda ampliarse la intencionalidad de la comunicación entre individuos que comparten un vínculo, en este enfoque, el interés por los animales y las actitudes altruistas de garantizar su bienestar sin esperar algo a cambio.

Así entonces, la fundamentación de la comunicación y la red social de la fundación es una construcción de relaciones recíprocas entre quienes visualizan el objeto social y los actores

en la misma. La horizontalidad en las relaciones en red implica un enfoque colaborativo donde todas las partes involucradas son consideradas como iguales, sin jerarquías marcadas (Beltrán, 1979, p. 3). La Fundación por los Callejeros ha demostrado un compromiso con este principio al trabajar en colaboración con voluntarios, otras organizaciones, y la comunidad en general para abordar el problema de los perros callejeros. Esta estructura horizontal promueve la participación activa de todos los actores involucrados y fomenta la toma de decisiones compartida. Por otro lado, la organización, al trabajar en estrecha colaboración con la comunidad y los voluntarios, permite que estos actores participen activamente en la identificación de problemas, la búsqueda de soluciones y la implementación de acciones concretas.

Esta dinámica participativa es fundamental para generar cambios significativos y sostenibles en la problemática abordada, que, además, a través del acompañamiento académico relacionado a las fases de investigación, se podrán generar estrategias y medidas enfocadas en la consecución de integrantes que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de los animales y la protección de estos en el municipio.

## Implicación

**Tabla 3**

*Diario de Campo*

OSP: Fundación Por Los Callejeritos	Actividad: Donación de concentrado por parte de emprendimientos y creadores de contenido.	Fecha: 30 de marzo de 2024
Hora inicio: 3:30 pm	Hora finalización: 6:00 pm	Lugar: Casa Hogar de la Fundación Por Los Callejeritos.
Participantes: Directora de la Fundación, Felipe Díaz, Iván Córdoba López “DimeloNegritow” y Víctor de “El Barril de Víctor”		Investigador: Stiven Heccih Meneses Remolina
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
<p>La realidad que enfrenta la casa hogar de los Callejeritos es una situación que toca los corazones de las personas que conocen de los casos de tratamiento y cuidado de los perros sin hogar que allí habitan.</p> <p>La actividad realizada en conjunto con Felipe Diaz, emprendedor y de corazón noble del restaurante “Frutopping”, Víctor, dueño del restaurante “El Barril de Víctor” e Iván Córdoba López comúnmente conocido como “DimeloNegritoW” en las redes sociales, unieron recursos para realizar una generosa donación de concentrado a los perritos de la casa hogar.</p> <p>Primeramente, se comunicaron con Margarita, quien es la directora de la Fundación y Karen, quien también está al frente de la misma. Quienes recibieron la</p>	<p>Desde el contexto de red social, comunidad y comunidad participativa, la observación sobre la casa hogar de los Callejeritos resalta la importancia de la colaboración y el impacto de las redes sociales en la resolución de problemas comunitarios. En este sentido, las redes sociales actúan como un catalizador para la acción comunitaria, permitiendo una amplia difusión de problemas específicos y movilizando recursos y apoyo de manera rápida y eficiente. En este caso, la situación crítica de la casa hogar de los Callejeritos se convierte en un tema visible para una audiencia mayor gracias a las publicaciones y actividades compartidas por figuras influyentes como Iván Córdoba López (“DimeloNegritoW”) y los empresarios locales.</p>	<p>De acuerdo a la actividad descrita y el testimonio de felicidad relatado por parte de Margarita y Karen, como investigador siento una profunda admiración por el trabajo que diariamente realizan, de forma altruista, personas reales que también se cansan, se frustran, pero siguen adelante por los que no tienen voz, por quienes son olvidados en la ciudad, sin hogar, comida y un techo donde pasar las noches, donde puedan sentirse amados, ellas, sin esperar nada a cambio, transforman el mundo de los peludos sin imaginar que son ellos quienes proyectan felicidad al sentir el amor. La donación de concentrado que hicieron estos empresarios y creadores de contenido no deja más que un sentimiento de inspiración y esperanza, ver cómo ellos utilizan sus recursos y</p>

noticia de manera alegre, puesto que la situación que más acompleja a la Fundación es la escasez de alimentos y la necesidad de suministrarlo especialmente a perros que necesitan tomar medicamentos y no pueden hacerlo hasta no comer. Los mencionados empresarios y creadores de contenido generaron un impacto positivo a través de las redes sociales y la participación directa en la casa hogar, puesto que, a través de la muestra de la donación, generaron que una mayor audiencia tuviese visibilidad del problema de la fundación y también decidieran ayudar a través de donaciones económicas o de elementos de aseo necesarios para la casa hogar. Luego de tener los kilos de concentrado, Iván Córdoba y su amigo, se movilizaron a la casa hogar y pudieron ser partícipes de la condición de los animales que allí residen, sintieron como el cuidado a cargo de las directoras y con apoyo de la comunidad a través de las redes y de los voluntariados, han permitido que muchos perros hayan mejorado su estado de salud e incluso, ser adoptados por personas con un gran corazón. La unidad de redes sociales desde el punto de vista tecnológico genera una transformación social importante y determinante de la interacción entre comunicación, cimentación de

Asimismo, la participación activa de Felipe Díaz, Víctor e Iván Córdoba López no solo implica una donación tangible de alimentos para los perros sin hogar, sino también la generación de un sentido de pertenencia y responsabilidad colectiva en la audiencia que sigue sus actividades en las redes sociales.

Por otro lado, la participación en una evaluación de tipo investigativa y que conlleva a una acción de campo, permite que, como persona del entorno, se deba involucrar directamente para comprender la dinámica entre los actores sociales y las plataformas tecnológicas. La observación de primera mano de la situación de los animales y el impacto de las donaciones permite una evaluación más precisa de las necesidades y los resultados obtenidos. Además, la interacción con las directoras de la Fundación y los benefactores ofrece insights valiosos sobre la efectividad de las estrategias empleadas para movilizar a la comunidad.

plataformas para hacer una diferencia significativa genera sentimientos importantes. Poder como cualquier otra persona, asumir el rol de transformar socialmente a las personas a través de las redes es una motivación gigante para estudiar, crear e implementar las estrategias necesarias para seguir promoviendo la misma iniciativa.

Se que como profesional de la Comunicación Social e investigador de la construcción social que brinda la OSP, me permitió ser testigo del impacto positivo de la colaboración y la visibilidad que las redes sociales pueden proporcionar generándome una sensación de satisfacción y constante compromiso por mejorar la situación de los Callejeritos.

ideas y puesta en marcha de acciones conjuntas que permiten una concientización y cambios socioculturales necesarios en el entorno.

---

*Nota.* Elaboración propia con base a la información recolectada de la OSP y sus redes sociales.

### **Informe Sociopráxico**

La implementación de herramientas de investigación-acción requieren de estructuras de experimentación que permitan la adopción de metodologías, herramientas tecnológicas e información recolectada a través de entrevistas. Es importante establecer la importancia de la participación activa de la comunidad en el proceso de investigación. En la OSP, la recolección de información no se limitó a un proceso de observación pasiva; implicó una interacción constante y bidireccional con los miembros de la comunidad. Como investigador, a través de la observación participante, se trabajó directamente con la directora de la casa hogar de la Fundación Los Callejeritos, los voluntarios y los donantes, lo que permitió una comprensión más profunda y matizada de las dinámicas y necesidades del lugar.

De acuerdo con Hein, K., et. al (2013), a través de herramientas que permiten la interacción entre la comunidad y los puntos clave de participación comunitaria, está evidenciada la unificación del uso de las redes sociales, desde el inicio de las fases del trabajo investigativo, han sido necesarias para la materialización de encuentros, entrevistas y explicación de actividades realizadas en la fundación. Poder diseñar una investigación que integre un enfoque cualitativo permite reconstruir las fuentes de la información a través de experiencias, acontecimientos positivos y negativos y la comunicación entre agentes que colaboran al sustento de la Fundación Por Los Callejeritos.

Siguiendo el enfoque compartido por los anteriores autores, la sociopraxis implica una dialéctica continua entre la teoría y la práctica. En la recolección de información en la OSP,

como investigador apliqué principios teóricos de participación y empoderamiento comunitario mientras ajustaba métodos y enfoques en respuesta a las realidades observadas en el entorno de la actividad realizada. Esta dialéctica permitió que la investigación no solo fuera un ejercicio académico, sino una herramienta viva y adaptable para el cambio social.

La idea sobre la materialización de la investigación-acción participativa fue central en este proceso. En el rol de observación participante es importante reconocer que no actúe como mero recopilador de datos, sino como facilitador que permití la interacción entre la comunidad para que esta co-creara el conocimiento necesario para abordar sus problemas, así como mencionaba Villasante (s.f.): "...es colocarse más allá del cerebro, cuando observador y observado sienten que están aprendiendo juntos, cuando vibran en una tarea conjunta y creativa para ambos, aunque lo vivan de forma distinta" (p. 4). La inclusión de las voces de Margarita, Karen, Felipe Díaz, Víctor e Iván Córdoba López fue crucial, permitiendo que el conocimiento generado fuera más relevante y aplicable a sus necesidades.

Por otro lado, la reflexividad fue un punto fundamental en la fase de recolección de información. La labor de sociopraxis constantemente permitía evaluar una posición y el impacto de su presencia en la comunidad, asegurando de que el trabajo respetara la autonomía y dignidad de los participantes. De acuerdo con lo anterior, reitera Fresno et. al (2014), en relación con la dificultad que puede significar la recolección de información a través de redes sociales: "depender exclusivamente de mecanismos formales para difundir la información y el conocimiento puede dejar en el olvido prácticas esenciales en la información y, potencialmente, conducir a la falta de rigor en la implantación...incluso amenazar la sostenibilidad del esfuerzo" (p. 330).

Esta reflexividad garantizó una práctica ética y responsable, esencial para una sociopraxis auténtica, ya que, la sola adecuación de la información a partir de las redes sociales no supone una fuente estrictamente explícita de lo que contenía realizar alguna actividad en relación a la creación y concientización de estrategias que mejoren la calidad de vida de los perros sin hogar, sino que, a partir de la entrevista cualitativa y la observación participante, se pudieron recolectar experiencias y emociones a partir de la actividad de donación, logrando crear pensamientos de orgullo y motivación.

Ahora bien, la sociedad en red, el uso de redes sociales y tecnologías de la información fue un componente vital en la sociopraxis de la OSP. Las plataformas digitales no solo facilitaron la recolección y difusión de información, sino que también potenciaron la movilización de recursos y el apoyo comunitario. La visibilidad lograda a través de las redes sociales amplificó el impacto de las acciones realizadas y promovió una mayor participación y conciencia social.

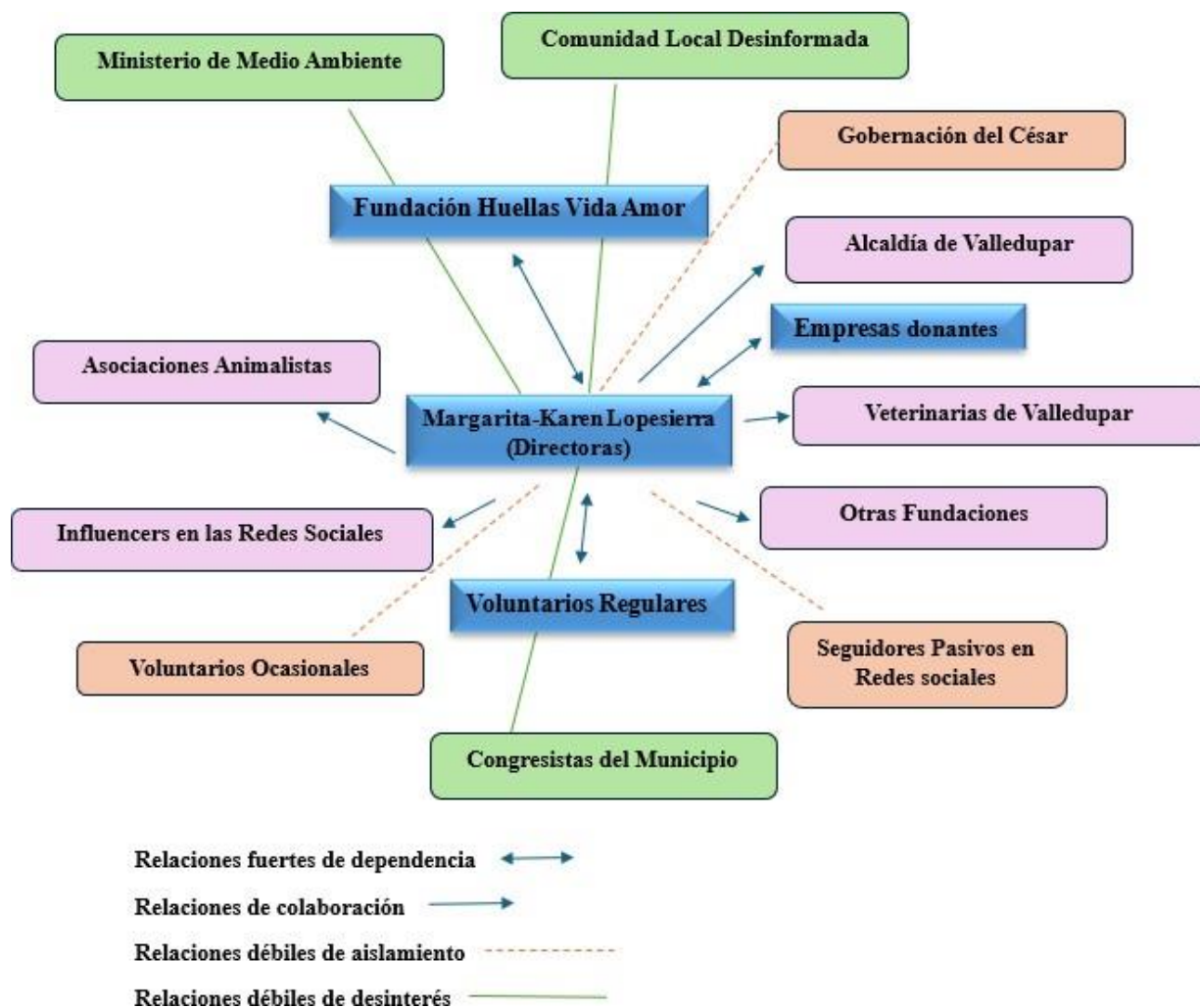
La sociopraxis en la OSP buscó no solo entender la realidad de los Callejeritos, sino transformarla. El impacto de las actividades de recolección de información se tradujo en acciones concretas que mejoraron las condiciones de los perros y fortalecieron la red de apoyo comunitario. La práctica de recolección de información en la OSP, vivida a través de la sociopraxis, demostró la importancia de la participación comunitaria, la dialéctica entre teoría y práctica, y la co-creación de conocimiento. La reflexividad y la ética guiaron cada paso del proceso, mientras que el uso estratégico de tecnologías amplificó el impacto de las acciones.

En última instancia, esta sociopraxis no solo documentó una realidad, sino que contribuyó activamente a su transformación, cumpliendo con los principios fundamentales de la investigación-acción participativa y la educación liberadora.

## Construcción

**Figura 1**

*Sociograma de la Fundación Por Los Callejeros*



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

**Figura 2***Conjuntos de Acción*

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

**Tabla 4***Matriz de Posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Directivas	Las fundadoras o directoras Margarita y Karen Lopesierra, son las representantes de la actividad generada en la fundación. Su principal papel radica en la gestión estructural y financiera de la casa hogar, en atención a las necesidades de los animales integrantes de estas. Asimismo, buscan la obtención de recursos a través de la comunicación en redes y a través de personas que realizan voluntarios en la fundación.	En el aspecto de diferenciación, no aplica en este caso, puesto que, desde la organización de la fundación, actualmente quienes desempeñan labores administrativas de la casa hogar y demás gestiones encaminadas a la preservación de sus misiones y la salud de los animales, solo son ellas dos, a pesar de que la constitución de la organización cuenta con tesorero, secretario y demás roles en su estructura normativa, hoy en día, es una crisis que ha sido contenida por las antes mencionadas.	Se presenta actualmente situaciones de ausencia de comunicación e intervención de los demás roles dentro de la fundación. Inicialmente parece ser una problemática de organización, pero en realidad es una situación de falta de compromiso por parte de quienes constituyeron la fundación, lo cual se evidencia por la aguda situación financiera y estructural que presenta la casa hogar donde se albergan los perros.	El aspecto de opuesto no aplica en este caso.
Fundación Huellas Vida	Ambas fundaciones	La Fundación de los Callejritos	Aunque ambas fundaciones se	En este aspecto no aplica una

Amor	<p>comparten una misión y visión similares, centradas en el rescate, cuidado y rehabilitación de perros sin hogar, así como en la promoción de la adopción responsable. Asimismo, las fundaciones colaboran activamente con la comunidad, involucrando a voluntarios y donantes para apoyar sus actividades y aumentar la conciencia sobre la problemática de los animales sin hogar.</p>	<p>podría depender más de donaciones individuales y eventos organizados por influencers locales como Felipe Díaz y Víctor, mientras que Huellas Vida Amor podría tener una estrategia más diversificada que incluye subvenciones, patrocinadores corporativos, y campañas en línea. Además, Huellas Vida Amor presenta instalaciones mejor equipadas, mientras que la Fundación Por Los Callejeritos opera con recursos más limitados, pero con una red de apoyo comunitario más fuerte.</p>	<p>enfocan en los perros sin hogar, Huellas Vida Amor tiene programas específicos para diferentes tipos de animales o enfocarse también en la esterilización y control de poblaciones callejeras, mientras que la Fundación de los Callejeritos se enfoca en el cuidado y adopción.</p>	<p>situación de oposición entre los actores sociales.</p>
Administración Municipal	<p>En relación de comunicación entre los actores, se tiene que tanto la Fundación</p>	<p>En el aspecto de diferenciación, la Alcaldía y el Consejo cuentan con mayores</p>	<p>Con relación a la estructura de ajenidad, los actores sociales presenten</p>	<p>La Fundación opera como una entidad no gubernamental, sin ánimo de</p>

<p>como la Alcaldía Municipal y el Consejo comparten el objetivo común de mejorar el bienestar de los animales y la calidad de vida en la comunidad. Esta afinidad se centra en la salud pública y el manejo de animales callejeros. Asimismo, la Fundación y las entidades gubernamentales tienen un interés compartido en desarrollar y aplicar políticas públicas que aborden el problema de los perros sin hogar, incluyendo programas de esterilización, vacunación y control de poblaciones.</p>	<p>recursos financieros y logísticos en comparación con la Fundación, lo que les permite implementar programas a una escala más amplia y sostenida. Por otro lado, la Fundación puede ser más ágil y flexible en su respuesta a las necesidades inmediatas de los perros sin hogar, mientras que la Alcaldía y el Consejo deben seguir procedimientos administrativos y regulaciones más rígidas que pueden ralentizar su capacidad de respuesta.</p>	<p>aspecto de convergencia, ya que, la motivación principal de la Fundación es el bienestar animal, mientras que la Alcaldía y el Consejo, deben tener en cuenta una variedad de prioridades públicas y políticas que pueden no siempre estar alineadas con las necesidades específicas de la Fundación.</p>	<p>lucro, con un enfoque comunitario y basado en voluntariado y donaciones altruistas de la comunidad, mientras que la Alcaldía y el Consejo funcionan dentro de una estructura gubernamental jerárquica con funcionarios públicos y empleados. Por ende, la relación comunicacional entre los actores y la comunidad difiere y es opuesto a como se desarrollan las actividades en cada uno.</p>	
<p>Asociaciones animalistas</p>	<p>La Asociación de Animalistas y Ambientalistas, desempeña funciones en orden la misión</p>	<p>La Asociación puede tener enfoques específicos como la educación en bienestar animal,</p>	<p>La estructura organizativa puede variar; algunas asociaciones animalistas</p>	<p>En este aspecto no generan oposición entre los actores sociales. Sin embargo, en</p>

	principal de la Fundación, en orden a que, la Fundación hace parte de la asociación y su relación es de dependencia y comunicación bidireccional, en el sentido de que, ambas estructuran proyectos que buscan el rescate, cuidado y promoción de hogares sanos para los perros sin hogar, así como la protección y bienestar ambiental y animal dentro del territorio.	formulación de proyectos de políticas públicas y gestión normativa en pro de lo ambiental o refugios especializados para ciertos tipos de animales (por ejemplo, perros de raza peligrosa o gatos), mientras que la Fundación Por Los Callejeritos podría centrarse más en el rescate y adopción de perros sin hogar de raza canina, porque son los que actualmente están en la casa hogar.	pueden tener una estructura más formal y profesionalizada, con empleados a tiempo completo y departamentos específicos, mientras que la Fundación de los Callejeritos podría operar más como una organización comunitaria con voluntarios.	ciertas situaciones pueden enfrentarse a diferencias, por ejemplo, desde el punto de vista de la asociación animalista, pueden adoptar posturas radicalistas frente a ciertos temas con industrias como laboratorios que usan animales o abandono estatal, mientras que la Fundación Por Los Callejeritos tiene un enfoque más conciliador y comunitario frente a varias áreas.
Voluntarios e influencers	La relación entre los actores es positiva y directa, en el sentido de que, son las personas que sin interés de cualquier tipo realizan donaciones o brindan su trabajo para el beneficio de la fundación,	Pueden darse situaciones en las que las personas que realizan las donaciones quieren algún tipo de beneficio de la Fundación por haber realizado labores de mantenimiento de la casa hogar, o el	Los voluntarios tienen una experiencia directa y personal con los perros y el funcionamiento diario de la Fundación, mientras que los influencers pueden tener una conexión más superficial y	Los voluntarios tienden a tener un compromiso sostenible y de largo plazo con la Fundación, mientras que los influencers pueden mostrar un interés temporal o condicionado por la popularidad de la causa en un

permiten generar un efecto positivo en las personas y construyen una perspectiva social diferenciadora.	agradecimiento recurrente en orden a ganar seguidores en redes sociales o mayor reconocimiento en redes, lo cual se diferencia el enfoque social y sin ánimo de lucro que sostiene la Fundación.	mediada por las redes sociales.	momento dado, lo cual puede ser visto como una oposición a la continuidad necesaria en el trabajo de la Fundación.
---	--	---------------------------------	--

---

*Nota.* Elaboración propia con base a la información recolectada de la OSP.

**Tabla 5***Matriz Comparativa*

OSP	OSP Fundación Por Los Callejeros	OSP 1 Fundación Rescátame	OSP 2 Fundación Animal Safe	OSP 3 Fundación ORCA
Fines u objetivos (Misión y Visión)	El objeto principal de esta fundación es brindar soporte alimenticio y veterinario a los animales callejeros que lamentablemente no cuentan con una red de apoyo humana que garantice su subsistencia. Las principales acciones que realiza esta fundación son: alimentación diaria a los perros de su albergue, proyectos de recolección de donaciones para alimentos, apoyo veterinario y asistencial en caso de enfermedades, heridas y demás	La Fundación Rescátame Bogotá es una fundación sin ánimo de lucro cuya misión es rescatar y rehabilitar animales en condición de calle y vulnerabilidad o abandono con el objetivo de otorgarles una segunda oportunidad a través de una adopción responsable. Asimismo, la fundación determina que hay posibilidad en la expansión, construyendo un lugar con mayor capacidad de alojamiento, donde los animales sean amados y	La misión Institucional desde hace 21 años se basa en cuatro (4) grandes frentes en la lucha contra el maltrato de animales, y debe ser atendida en cuanto a sus causas mediante: 1. La Judicialización de casos violatorios de las Leyes 84 de 1989 y 1774 de 2.016 o la que se encuentre vigente. 2. El Desarrollo de Proyectos Legislativos para crear nuevas leyes y modificar y/o mejorar las leyes de protección existentes. 3. La Educación y sensibilización de la comunidad en todos sus niveles. 4. La rehabilitación física y emocional de los caninos albergados en el Refugio, esterilizándolos/castrándolos y dándolos en adopción a personas responsables. Su visión, por su parte, es ser vistos como la mejor Fundación de Protección Animal de Sur América. Seguir ofreciendo Calidad de	La Fundación O.R.C.A. tiene como misión, la 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. Y como visión, consolidar la semilla de la conciencia social

	complicaciones médicas de los animales. Cuenta con respaldo de la comunidad de Valledupar y a nivel nacional, con relación a las donaciones que se efectúan a sus cuentas bancarias destinadas exclusivamente a los fines objeto de la fundación.	respetados como se merecen, a través de nuestra labor cambiaremos positivamente la vida de animales y humanos.	Vida a los más de 1.000 animales del Refugio Canino, en el albergue privado con la mayor población y con las mejores instalaciones de América Latina, proporcionándoles una vida digna al mejorar las instalaciones en espacio y comodidad.	en torno a los animales no humanos, donde cada integrante de la sociedad se haga partícipe del cambio cultural que permita generar ambientes armónicos que brinden el respeto y la dignidad inter-especies que cada miembro merece.
Localización	Valledupar, César	Bogotá, D.C	Ginebra, Buga, Valle del Cauca	Medellín, Área Metropolitana
Miembros	El tamaño de la OSP es reducido a dos integrantes activas, que realizan labores de adecuación de la casa hogar a diario, suministro de alimentos, limpieza y desinfección, gestión de adopciones y recolección de donaciones para la subsistencia de	Cuenta con los siguientes miembros: Fundadora y Directora, content & RRSS manager, web designer, content manager 1, content manager 2, community manager y un miembro de relaciones públicas.	Cuenta con los siguientes integrantes: presidente, vicepresidente, revisor fiscal, integrante de la mesa directiva. Además, cuenta con doce (12) trabajadores de planta, que incluyen un veterinario graduado con veinte (20) años de experiencia, 1 técnico veterinario, un Administrador del Refugio, un (1) jefe de mantenimiento y ocho (8) personas a cargo del aseo de las instalaciones y de la atención y cuidado de los animales. Todo el personal está bajo	A nivel general, la fundación cuenta con un equipo base de 20 personas, voluntarios todos. Es un equipo multidisciplinario que aporta conocimiento a la fundación.

los perritos. A nivel territorial se cuenta con otras fundaciones en cooperación con la presente, desde varios puntos clave de bienestar animal, mientras la mencionada OSP promueve el cuidado y resguardo de perros, otras cuidad de felinos y demás animales que necesiten cuidado veterinario y que estén en situación de calle.

el cargo del director Operativo del Refugio, que pertenece al nivel directivo de la Fundación.

Proyectos desarrollados	Proyectos como; jornada de esterilización, recaudación de fondos por rifas de productos, ventas de productos caninos en ferias locales, casos positivos de rescate y cuidado	Recaudación de fondos para adecuaciones, realizaron 270 adopciones de perritos, programas de esterilización y castración, programa de hogar de paso, actualmente cuentan con 6 hogares de	Colección de cuadernos Keepermate “Huellas con corazón”, se donó el 9% de las ventas al refugio. Realizaron proyecto a corto plazo: que consistía en la construcción de seis (6) patios más de 100 M2 cada uno con casetas para pernoctar de 20 M2. en un espacio disponible de 800 M2. Bajo estas condiciones podríamos contar con un área libre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ORCA al parque: voluntarios para pasear, jugar y recrear a los animales.</li> <li>- Jornas informativas de adopciones</li> </ul>
-------------------------	--	---	---	---

veterinario de animales con heridas y demás condiciones, casos de adopción por medio de fotos en redes sociales.

paso para recuperaciones, proyecto de apadrinamientos y programa de Servicio Social con estudiantes de colegios.

por animal de al menos 6.0 M2. Las Normas Internacionales establecen un área libre por animal de 2.5 M2. Y tienen un proyecto a mediano plazo: que es conseguir a través de organismos locales y/o internacionales, los recursos para adquirir un hospital o clínica móvil fabricada en Colombia, y cuyos diseños ya existen, con el fin de esterilizar a bajo costo animales en el Departamento del Valle del Cauca.

.

- Donación Conmemorativa: una donación a nombre de un ser querido y esa persona recibirá una tarjeta de acuerdo con la ocasión.
- Apoya a la manada: donaciones a cuentas bancarias para reducir la deuda del refugio.

Aliados	Cuenta con alianzas comunitarias, con otras fundaciones, entidades gubernamentales, influencers locales, empresas como Drummond LTD, y la Cámara de Comercio.	Thanks to you Tabs: Al activarla, cada nueva ventana que se abre en el navegador genera automáticamente donaciones para Fundación Rescátame. Es 100% segura, anónima, nunca solicita	Realizan alianzas con las empresas y personas naturales que realicen donaciones. Les brindan beneficios tributarios en relación con el descuento del 25% del valor donado en el año o periodo gravable, sin que tal valor supere el 25% del monto de dichos impuestos. También le brindan a las empresas de orden local y nacional, publicidad en las redes sociales a	Posee alianzas estratégicas con dos sectores importantes de la economía y que generan donaciones a partir de sus ventas o servicios. Café.fundación: es un lugar que brinda el servicio de cafetería y restaurante y que además de ser pet
---------	---	--	--	--

		<p>ni captura información personal. Tienen un programa llamado “pasantes de cuatro patas” en este programa se busca que las marcas patrocinen a perritos sin hogar, dándole una pasantía para que ellos vayan a las oficinas a “trabajar” llevando amor al personal de la marca.</p>	<p>cambio de donaciones al refugio ya que cuentan con gran número de seguidores.</p>	<p>friendly, permite el trabajo remoto en sus instalaciones, donde podrán estar acompañados de perros adoptables del refugio. Y por otro lado, está PetsCare: que es una marca que vende productos para animales de compañía, como collares especiales y con sus ventas, generan aportes de donación al refugio.</p>
Antigüedad	<p>Creada hace 8 años</p>	<p>Creada hace 7 años</p>	<p>Creada hace 13 años</p>	<p>Creada hace 15 años</p>
Descripción de sus redes sociales	<p>Las redes sociales de la Fundación son activas a nivel general. Principalmente la red social Instagram, es un fomento necesario para la divulgación de casos, testimonios, y solicitud de voluntarios y</p>	<p>La fundación cuenta con redes sociales y correos electrónicos, pero su principal método de divulgación es a través de la página web, donde se realizan publicaciones periódicas</p>	<p>Aunque a nivel de redes sociales tecnológicas como Instagram o Facebook, no se evidencie mucha interacción, es importante destacar la difusión de información y publicación de casos de éxito a través de la página web de la fundación, así como también, lograr mostrar el refugio que tienen las mascotas y como es su cuidado, ya</p>	<p>Es una fundación muy activa en sus redes sociales, ya que, en apoyo a sus alianzas estratégicas, generan publicaciones, videos y demás contenido en conjunto, para llegar a una misma audiencia. Su página web está</p>

	<p>donaciones para la casa hogar, asimismo, genera un impacto positivo en las personas que interactúan con el contenido. Sin embargo, es importante destacar que se necesita estructurar una estrategia de comunicación más interactiva en sus redes sociales.</p>	<p>importantes que permiten la generación de visualizaciones de varias personas. Asimismo, brindan transparencia con sus documentos legales que brindan seguridad a quienes tienen interés de generar aportes económicos o ayudar en la adopción de perros sin hogar permanente.</p>	<p>que por medio de la página existe el ítem de ver las cámaras en vivo del refugio, para así tener un control público de lo que allí se realiza, y procurando el bienestar de las mascotas en el mismo.</p>	<p>constantemente actualizada con sus eventos, sitios de recaudo de donaciones y demás información necesaria para quienes quieren hacer voluntariado o adoptar un perro para brindarle excelentes condiciones de vida.</p>
Tipo de comunidad ética	<p>La comunidad ética de la Fundación por los Callejeros es un colectivo comprometido con el bienestar de los animales callejeros, basado en la compasión, el respeto por la vida y la responsabilidad. Sus miembros actúan con</p>	<p>La fundación pone un fuerte énfasis en la educación y concienciación pública, promoviendo la importancia del cuidado adecuado, la adopción responsable y la esterilización para controlar humanamente</p>	<p>Los miembros de esta fundación actúan con una profunda empatía hacia los animales, esforzándose por entender y aliviar su sufrimiento a través de acciones compasivas y cuidadosas. La integridad es un pilar central, guiando todas las acciones con honestidad y coherencia, asegurando que las promesas y compromisos se cumplan de manera fiel. El</p>	<p>Esta fundación es una de la más destacadas en la ciudad de Medellín, principalmente por compartir una experiencia en apoyo a su alianza estratégica que permite un acercamiento de los animales con el ser humano en un entorno diferente a una</p>

<p>transparencia y honestidad, fomentando la colaboración y la solidaridad entre voluntarios y la sociedad. La educación y concienciación pública son esenciales para promover la adopción responsable y la esterilización, mientras que la justicia y la equidad aseguran un trato digno para todos los animales.</p>	<p>la población canina. La justicia y la equidad son valores centrales, garantizando que todos los perros reciban un trato justo y digno, sin discriminación alguna. La sostenibilidad es otro componente crucial, con prácticas que aseguran la continuidad y el impacto a largo plazo de las iniciativas, gestionando recursos de manera responsable y promoviendo soluciones duraderas.</p>	<p>servicio a la comunidad y a los animales es una prioridad, con un enfoque en proporcionar atención y apoyo no solo a los perros, sino también a las personas que interactúan con ellos, creando un ambiente de cuidado y apoyo mutuo.</p>	<p>oficina o biblioteca. De lo cual, se puede deducir que su comunidad ética se cataloga desde el punto de vista de los valores sociales como el coraje, ya que los miembros enfrentan desafíos difíciles con determinación y valentía, defendiendo los derechos y el bienestar de los animales sin temor.</p>
--	--	--	--

<p>Fuentes (de dónde extrajo la información para esta matriz o tabla)</p>	<p>Elaboración propia con base a la información recolectada de la OSP</p>	<p>Elaboración propia y en apoyo a las redes sociales, página web y búsqueda profunda en internet.</p>	<p>Elaboración propia y en apoyo a las redes sociales, página web y búsqueda profunda en internet.</p>	<p>Elaboración propia y en apoyo a las redes sociales, página web y búsqueda profunda en internet.</p>
---	---	--	--	--

---

*Nota.* Elaboración propia con base a la información recolectada en las OSP mencionadas y con apoyo a consulta profunda de internet.

## **Informe de Investigación**

La construcción de redes sociales es la determinación de interacciones entre el entorno y los actores dentro del mismo, desde la posibilidad de crear un espacio de comunicación, hasta la oportunidad de generar cambios significativos en las relaciones. La Fundación Por Los Callejeros es un actor social que permite la interacción positiva entre los demás agentes, principalmente por la importancia de incentivar a la conciencia social y ambiental y seguido a ello, la identidad cultural de normalizar el cuidado y protección de los animales en situación de calle. La misión de la fundación no es solo el rescate o la adopción de un perro, es el camino de situaciones que permiten que el entorno pueda resaltar la importancia de un ambiente sano y generar una comunidad ética cimentada en valores como la empatía, el amor y el respeto por la vida animal.

Desde la socio praxis realizada en la misma, hasta la construcción de una estrategia de comunicación que logre la resolución de posibles conflictos u oposiciones dentro de la misma, es la ideación de un conjunto de alianzas estructuradas que permitan el correcto funcionamiento de la fundación y permita la creación de políticas, lugares y testimonios relevantes al tema de la protección y cuidado de los caninos en la ciudad de Valledupar, a nivel nacional e internacional. La implementación de estrategias y una influencia social dentro de la actividad investigativa, supone la relación de la practica comunicacional y el diagnostico obtenido desde la evaluación del sujeto en complemento con la observación propia del entorno y donde se develan sus posibilidades de construir situaciones comprometidas con el aporte a los actores sociales de la fundación y su relación interna y externa para con ella (Villasante, s.f, p. 8).

Desde la órbita de variaciones culturales y sociales, los conjuntos de acción o grupos de actores sociales que intervienen en la relación ya sea interna o externamente, generan una

planificación estratégica desde los conflictos, problemas y objetivos de la fundación. Según Villasante (s.f): “creatividad social significa de esta manera que ha sido creada colectivamente, y con objetivos para el cambio más allá del propio sujeto o grupo que se está moviendo” (p. 14), la fundación, de esta forma, posibilita la creación de una identidad y conciencia ambiental desde la creatividad social, puesto que implementa el dialogo constante entre los actores sociales de su entorno, realiza reuniones periódicas y asiste a eventos de interés para la fundación donde puede participar y compartir experiencias vividas, casos de éxito y comunicar sus necesidades para lograr ayudas al refugio.

No debe dejarse de lado, tampoco, que el objetivo común de mejorar la vida de los perros sin hogar une a la Fundación, voluntarios, influencers y otras asociaciones animalistas, ya que, por medio de actividades conjuntas como campañas de adopción, recaudación de fondos y jornadas de esterilización fomentan un espíritu colaborativo. Dentro de los actores externos a nivel nacional, aunque su función de tipo legal permite el apoyo a políticas públicas desde la protección animal, la esencia de la fundación se limita a la consecución de fondos de manera altruista y a título de donaciones, a diferencia de actores sociales como el Ministerio de Ambiente o la Gobernación del César, que, en forma económica, sus pagos se recaudan de diversas fuentes como regalías o el presupuesto nacional. Asimismo, la prevalencia de relaciones por fondos y recursos puede generar tensiones entre la Fundación y otras asociaciones o incluso dentro de la propia Fundación.

Además, es importante reconocer que, de las relaciones bajo las cuales participa la fundación, pueden surgir conflictos de tipo comunicacional, por ejemplo, las críticas no constructivas o los ataques personales pueden deteriorar los vínculos y crear un ambiente hostil.

Por otro lado, otros autores han afirmado que:

Por medio de la investigación-acción, la socio praxis, y la implicación del rol de investigador a través de entrevistas, se pudo recolectar la información los datos por métodos cualitativos, desde la aplicación de redes sociales como Instagram y Facebook, podemos interpretar las características de relación como la participación comunitaria en eventos, situaciones o solución de conflictos internos y externos, así como también, poder identificar la información necesaria para la consecución de objetivos más claros y específicos dentro de la creación de una estrategia de comunicación que fomente la participación comunitaria, por ende, los diversos tipos de recolección de datos empleados en las anteriores fases concretan la identificación de las relaciones de los diversos actores sociales que componen el sociograma o el conjunto de acción (Hein et. al, 2013, p. 61).

Ahora bien, desde la OSP “Fundación Por Los Callejitos”, con actores principales e internos, Karen y Margarita Lopesierra, buscan, junto con los voluntarios, una interacción regular que cree vínculos personales y un sentido de pertenencia, ya que las actividades que se realizan en orden a la misión de la organización fomentan la socialización y el fortalecimiento de las relaciones sociales. En este sentido, todos los actores involucrados comparten un compromiso hacia el bienestar de los animales, creando un sentido de propósito común, así como también, existe un apoyo mutuo entre los miembros de la fundación, los voluntarios y colaboradores o donantes externos, facilitando un ambiente comunitario. Sin embargo, de la evaluación de las características obtenidas de las matrices de posicionamiento y comparación, la fundación presenta ciertos puntos que requieren una fundamentación de la comunicación y comunidad. Como primer punto identificado, se requiere tener como modelos, fundaciones que cuentan con mayor organización interna, desde la delegación consciente de actividades dentro de las

organizaciones, hasta la obtención de fondos a partir de las redes sociales y las alianzas estratégicas.

La posibilidad de idear una estrategia o lograr el análisis de las redes sociales junto con las interacciones posibles entre el entorno de la OSP, determina un punto clave dentro de la modernidad, y es lograr a través de las redes sociales tecnológicas, unificar las relaciones sociales entre actores con los cuales no se tiene comunicación directa de manera eficaz y rápida, ya que, según Noguera (2011): “cuando nacemos, con el inicio del proceso de socialización, y la incorporación a los grupos sociales primarios, en potencia, estamos comenzando a formar parte en el entramado de más de una red social: aquella a la que pertenecen nuestros padres...” (p. 12), refiere que, los primeros pasos de la socialización, se concretan desde la comunicación, desde la ideación de pensamientos, situaciones y acciones que nos llevan a relacionarnos, de tal manera que, desde el ámbito de la OSP, la utilización de las redes sociales permite los primeros pasos de comunicación y relación, los intereses conjuntos y las actividades guías de la organización. Es así entonces, que la fundación brinda constantemente una comunicación horizontal y participativa, con ayuda de las redes sociales, por medio de plataformas como Facebook y WhatsApp para mantener una comunicación bidireccional entre todos los actores. En este sentido, es menester determinar que los actores sociales externos son los menos implicados en las formas de comunicación que permitan un consenso y unificación del entorno (Gobernación, entes gubernamentales de orden nacional), que aunque tengan bajo su dirección diferentes organizaciones sociales, la participación de ellos en el territorio es una de las razones por las cuales se presentan situaciones de información asimétrica, es decir, la falta de información o comunicación desigual crea desconfianza, sentimientos de abandono y poco interés en los temas que proyecta el trabajo social que desempeña la fundación Por Los Callejitos. Por ello, desde

los procesos investigativos es importante la implicación y el análisis de las relaciones sociales que influyen en la OSP, inicialmente por entender qué actores brindan la posibilidad de proyección similar, como la Fundación Huellas Vida Amor, o la Asociación Animalista, e incluso, la responsabilidad legislativa en materia pública a cargo de las secretarías de la Alcaldía y Consejo Municipal, siendo estos, actores directos con los que la fundación mantiene una relación fuerte de comunicación, es importante reconocer, tal como mencionaba Martín (1999): “si consideramos que la realidad social no es preexistente, sino construida socialmente, el proceso del investigador no puede ser considerado como mero recopilador de dato, sino que es un productor de información, creador de la realidad...” (p. 5), la influencia de los roles de actores, investigador e integrantes de la OSP es un trabajo conjunto para la fortalecer las labores de la fundación desde la organización y las redes sociales con un enfoque que solvete las problemáticas a nivel comunicacional.

En este sentido, para lograr un fortalecimiento de la OSP a nivel de las redes sociales y sus niveles de interacción, es importante que se realicen reuniones mensuales para mantener a todos los integrantes más unidos e informados de la actividad de la organización. Asimismo, se debe asegurar que todas las voces de la OSP sean escuchadas y consideradas en las decisiones, especialmente la de los voluntarios y colaboradores, todo ello puede realizarse a través de talleres de comunicación efectiva y resolución de conflictos para los actores que tienen relación con la fundación. Por ende, antes de analizar por problemas y la posibilidad de fortalecer la comunicación y la red social, se debe tener en cuenta que el diseño de la estrategia de comunicación debe ir desde la construcción de los miembros involucrados, resultaría perjudicial para la organización y sus actores, que de la estrategia y posible solución no se desprendan las razones justificadas y el enfoque propio de la identidad de la misma, puesto que, en fin de la OSP

sigue siendo el mismo, la protección, cuidado y concientización de los animales ante la situación de calle y el abandono de personas irresponsables.

En este sentido, para lograr un bienestar comunitario de las relaciones sociales desde el punto de vista económico, solidario y aporte de valores dinámicos, se deben tener como principios básicos, los que mencionaba un estudioso de las relaciones sociales, Martín, P. (1999), quien argumentó que, desde las relaciones sociales, hay que tener claras aquellas que brindan intensidad, diferencias y aquellas que pueden a su vez, vincular más miembros por medio de interacciones de acuerdo al contexto, sea social, político o económico (p. 11).

Asimismo, según Kamlongera y Mafalopulos (2008), a la hora de iniciar la estructuración de una estrategia comunicacional, manifiestan que se debe realizar inicialmente un diagnóstico de campo de la OSP, y posterior a ello, definir los objetivos que se lograrían en un tiempo determinado, los cuales deben ir de la mano con la problemática identificada dentro de la fundación (problemas de comunicación interna-externa y relaciones directas débiles con poco interés), para así entonces, producir una actividad creativa que permita que la fundación pueda organizarse.

## Proyección

### Fundamentos Contextuales y Conceptuales de la Estrategia

La construcción de una perspectiva social, comunicativa y educativa suponen la creación de una serie de estrategias que permitan la participación de los miembros de la Fundación Por Los Callejeritos, dedicada especialmente al cuidado y resguardo de perros en situación de calle. Esta causa no solo es relevante en términos de bienestar animal, sino que también tiene implicaciones sociales y ambientales significativas. La elección de esta OSP y su análisis, interpretación y acompañamiento en el proceso educativo del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, el cual, brinda los fundamentos conceptuales y prácticos que finalizan con la adopción de medidas que fortalecen los procesos comunicativos en las organizaciones escogidas, en este caso, la Fundación Por los Callejeritos.

Según Santos Requena (1989): “la red social significa la interacción entre personas que entre sí comparten una imagen sociológica desde la diferencia o la similitud de perspectivas, ello, determina que sus relaciones tengan mayor influencia o poca interacción, aunque estas permanezcan al mismo grupo” (p. 3). En este sentido, una red social, en el contexto de la Fundación "Por los Callejeritos", es un sistema interconectado de individuos y organizaciones que colaboran activamente para el rescate, cuidado y adopción de perros sin hogar. La red promueve una cultura de respeto y protección hacia los animales, contribuyendo a la concientización social en Valledupar.

Por medio de los procesos educativos y prácticos desarrollados en el diplomado, se logró la elección de la OSP teniendo en cuenta las características anteriores, entre esas, que por medio de ella se genere una identidad cultural y participativa libre de un provecho económico propio, lo cual, permitió determinar que, por su capacidad para abordar una problemática que no solo afecta

a los animales, sino que también impacta en la calidad de vida de las comunidades, genera un conciencia pública sobre la responsabilidad hacia los seres vivos y por ende, se debería contar con estructuras sociales que generen mayor comunicación y una participación que enriquezca la comunidad creada en la fundación y su entorno. En este sentido, a partir de las redes sociales identificadas, se tienen que la Fundación Vida Amor, la Asociación Ambientalista, junto con diversos actores sociales y entes gubernamentales mantienen una comunicación constante y trabajo directo con las actividades que realiza la Fundación Por Los Callejitos, por medio de la regulación en contra de las personas que comenten violencia o maltrato contra los animales, especialmente, los que están en condición de calle. Adicional a ello, es importante reconocer que, a raíz del estudio realizado en el informe de investigación, se evidenció la necesidad de establecer relaciones y comunicación participativa más fuerte entre los miembros de la fundación y demás entidades de orden nacional que velan por los derechos de los animales. Una de las principales razones de problemas de comunicación, nacen de la disparidad de formas de pensar o adoptar un apoyo eficaz a las labores dentro de la OSP, como se mencionó en el informe, muchos de los miembros fundadores de la organización sin ánimo de lucro, como tesoreros y demás, actualmente no mantienen relación y comunicación personal o digital con las directoras Karen y Margarita, siendo estas, quien aún están enfrentando las situaciones de escasez de recursos económicos, alimentos y de limpieza dentro de la casa hogar.

Debido a las crisis que enfrenta el refugio, es importante planificar y ejecutar una estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional con base en los lineamientos de comunidad y red social, pudiendo afirmar, a grandes rasgos que la OSP es una comunidad que genera un fuerte impacto en el entorno y en las personas que visualizan su trabajo, en especial, generan una identidad cultural-ambiental que permiten la relación entre donantes, directores y

beneficiarios, en este caso, los caninos sin hogar. Sin embargo, es importante tener presente que, la presente estrategia no entra a resolver las problemáticas estructurales o económicas que enfrenta desde anterioridad la fundación, sino, que se busca dar un uso efectivo a las relaciones, comunicaciones y agentes sociales que presenta la misma, para lograr fortalecer y mitigar dichas problemáticas a través del diálogo constructivo y el trabajo unificado de habilidades en comunicación. Según Kamlongera y Mafalopulos (2008): “el proceso de diseño de una estrategia de comunicación empieza en el campo con la recolección de datos, conociendo a la comunidad e intercambiando información. Una estrategia efectiva se origina en estas conclusiones de campo” (p. 12), supone entonces que, la dirección de una estrategia debe establecerse a partir de la resolución de conflictos de comunicación desde la comunidad, por ello, se desarrollará la estrategia teniendo como base el área de oportunidades desde el compromiso comunitario de voluntarios y posibles donantes.

El principal fundamento de mejoramiento y fortalecimiento dentro de la fundación se establece desde los conflictos comunicaciones por diferencias en recursos y recursos, así como la necesidad de formalizar canales de comunicación y mejorar la inclusión de los agentes sociales externos en la toma de decisiones. Como objetivo general se establece que es necesario mejorar la organización y la comunicación de la Fundación “Por los Callejeritos” mediante el enfoque de Red Social, mejorando la participación comunitaria, la cohesión interna y la efectividad en la comunicación para lograr un mayor impacto social en la protección y adopción de perros sin hogar. Asimismo, a través de los objetivos específicos los cuales se estructuran desde mejorar la eficacia de la comunicación entre los miembros de la fundación, aumentar la eficiencia en el uso de los recursos en comunicación, hasta el poder consolidar la identidad y el impacto social de la fundación, se busca que:

Lo anterior, en concordancia con el apoyo en las herramientas tecnológicas de la comunicación, conocidas con las TIC, las cuales, logran un impacto en el arte de comunicar una situación, un problema o una solución, por medio de las redes sociales, generamos una construcción de dialogo de la sociedad que a su vez logra edificar valores (Villalobos, 2012, p. 4).

Es importante reconocer el impacto positivo de las redes sociales en la capacidad de idear estrategias que permitan un mejoramiento de la identidad de una fundación con un objeto social que carece de respaldo por parte de la comunidad externa, y es importante fortalecer el dialogo entre los actores internos que ejemplifiquen y demuestren la unión en el trabajo que realizan a diario.

En razón a lo anterior, la presente estrategia desarrolla acciones específicas para lograr los puntos clave de fortalecimiento organizativo y comunicacional. Primeramente, se desarrollarán capacitaciones en una tipología de programa de voluntarios y miembros de la fundación, para lograr aprender habilidades como primeros auxilios para los animales, gestión de proyectos que beneficien a los mismos, y la creación de espacios de comunicación efectiva entre los miembros, esto, a través de la asignación de labores a cada miembro activo o posible voluntario. Seguido a ello, se implementará una plataforma digital para gestionar donaciones, recursos disponibles y evidenciar las necesidades en tiempo real (diseño de una página web para la fundación). En este sentido, se fomentará las alianzas con empresas locales, emprendimientos y entidades gubernamentales de orden nacional que permitan ampliar la base de recursos para la organización, a través de la participación en eventos empresariales o venta de productos que puedan generar un porcentaje de aporte al funcionamiento de la OSP. Ahora bien, también se logrará un fortalecimiento comunicacional a través de publicaciones en redes sociales a

voluntarios, donantes e interesados en la fundación, sobre las actividades, necesidades y casos de éxito de la fundación, asimismo, es importante establecer reuniones mensuales para revisar el avance, dialogo de problemáticas y planificación de planes que mitiguen riesgos, creen ahorros y permitan el desarrollo de actividades futuras. Para ellos, se planea crear espacios virtuales o presenciales donde los miembros puedan compartir ideas y sugerencias, así como también, se puedan realizar encuestas periódicas que permitan valorar la gestión de la fundación. Para lograr un objetivo claro y específico de comunicación interna y externa en orden a estipular una participación de la red social en la OSP, es importante que se organicen talleres para mejorar las habilidades de comunicación enfocados en la resolución de conflictos, trabajo en equipo y la capacidad de tomar decisiones bajo presión, ya que es una de las problemáticas imperantes en la fundación a la hora de decidir sobre los problemas económicos que enfrenta y su sostenimientos y futuro funcionamiento.

Para la consecución de las acciones anteriormente descritas, es importante tener presente lo siguiente; para el fortalecimiento organizativo, se crearán las actividades y asignación de los miembros responsables, estará en cabeza principalmente de las directoras de la Fundación, bajo lo cual, se aplicará en un espacio dentro de la fundación donde se puedan reunir en un tiempo de aplicación de 1 mes, para identificar las áreas clave de intervención en la OSP y asignar las personas que desempeñarán actividades dentro de la misma como limpieza, recaudo de fondos, alimentación de caninos, revisión de carnets de vacunación y comunicación en redes sociales.

Seguido a ello, se hará la acción destinada a la capacitación de los miembros y voluntarios, se desarrollará en un tiempo de 1 mes, en el cual, se identificarán necesidades de capacitación y se fijarán los talleres a realizar, tales como comunicación asertiva, resolución de conflictos y trabajo en equipo. En el siguiente mes, se hará la implementación de la plataforma o

página web, a cargo de una persona que conozca de redes sociales y diseño web, asimismo, se explicará a los miembros y voluntarios y posibles donantes sobre su uso en un tiempo de 2 meses. Para lograr el fortalecimiento de alianzas comerciales, se programarán a cargo de las directoras reuniones con los posibles aliados, previa socialización con los demás miembros y cita aprobada por las empresas, para comentarles sobre ideas o proyectos que se quieran realizar en beneficio de la fundación, lo cual, se desarrollará en un tiempo de 2-4 meses. Por otro lado, para lograr un canal de comunicación fuerte, se realizarán publicaciones en redes sociales como Instagram y Facebook que permitan evidenciar las actividades y necesidades de la fundación a los posibles donantes o voluntarios. La acción que comprende la reunión y discusión de problemas o soluciones a necesidades se desarrollará mensualmente presencial o virtualmente a cargo de las directoras y se controlará el número de reuniones realizadas, asistencia y participación.

La implementación de esta Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional con un plan de acción claro y un cronograma definido permitirá a la Fundación "Por los Callejitos" consolidar su red social, mejorar la eficiencia en el uso de recursos y maximizar su impacto social. Si se implementa correctamente, esta estrategia permitirá a la Fundación lograr varios objetivos clave. En primer lugar, se mejorará la colaboración y la participación de todos los actores involucrados, desde voluntarios hasta aliados estratégicos, creando un entorno más cohesivo y comprometido. En segundo lugar, se optimizará el uso de recursos, garantizando que las necesidades de los perros sin hogar sean atendidas de manera más eficiente y efectiva. Además, al fortalecer la comunicación, se fomentará un mayor entendimiento y resolución de conflictos, lo que reducirá las tensiones internas y aumentará la satisfacción de todos los miembros de la Fundación.

## Conclusiones

En resumen, este trabajo tiene como objetivo principal explorar las fases de aprestamiento, conceptualización e implicación de una Investigación Acción Participativa en una organización social, con el propósito de empoderar a la comunidad como agente de cambio y protagonista de su propia transformación. A través de un enfoque integrador que combina la teoría y la práctica, con sustento en una sociopraxis cimentada en aportes bibliográficos importantes que aspiramos generen conocimientos relevantes y acciones significativas que contribuyan al fortalecimiento de la capacidad de autogestión y la emancipación de la comunidad. Asimismo, la elección de la Fundación por los Callejeritos como la OSP objeto de estudio del presente diplomado se justifica por su enfoque en la horizontalidad en las relaciones en red, su compromiso con la participación activa de los actores implicados y su relevancia social y ambiental.

Estas características hacen que esta OSP sea pertinente para llevar a cabo una investigación-acción efectiva que pueda generar un impacto positivo en la problemática abordada. En este orden de ideas, es importante establecer que mediante la investigación-acción y la construcción de herramientas fundantes a partir de las redes sociales, la comunicación y la comunidad participativa, la identidad que efectuó la OSP mencionada no delimita el constante cambio y transformación social que su objeto o misionalidad pretender generar en el entorno, al contrario, a través de relaciones entre agentes, se puede establecer estrategias de ayuda por medio de la identidad digital y la concientización de los problemas sociales y culturales que delimita el abandono de los perros en las calles.

Es importante destacar que a través de las herramientas tecnológicas podemos idear una solidificación de valores y sentimientos que permiten el mejoramiento de la calidad de vida de los animales sin hogar por medio de donaciones, trabajo voluntario y una muestra de cariño.

En este sentido, la puesta en práctica del análisis de la red social de la Fundación de la casa hogar de los Callejitos revela una estructura robusta y colaborativa, donde la participación comunitaria desempeña un papel crucial en el bienestar de los perros sin hogar. La implicación de voluntarios, influencers y actores locales demuestra una fuerte cohesión y un compromiso compartido hacia los objetivos de la Fundación. Sin embargo, también se identifican potenciales conflictos comunicacionales derivados de diferencias en recursos, enfoques y niveles de involucramiento. La implementación de canales de comunicación formales, desde la proyección y la red social, se busca la promoción de la inclusión y la capacitación en habilidades comunicativas para fomentar un diálogo abierto y transparente. Al fortalecer estas áreas por medio de una estrategia de comunicación cuyo enfoque se determine desde lo social, interno y externo, se pueda no solo mejorar su capacidad de respuesta y eficiencia, sino que también consolidar su impacto social, asegurando que todas las voces sean escuchadas y valoradas en la búsqueda del bienestar animal y la cohesión comunitaria.

### Referencias Bibliográficas

- Balcázar, F. E. (2003). *Investigación acción participativa (IAP): aspectos conceptuales y dificultades de implementación*. Fundamentos En Humanidades, 7-8, 59–77.  
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/20765>
- Beltrán, L. (1979). “*Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal*”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortés, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35.  
<http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- 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>
- 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 Castellanomanchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- 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., y Salgado, D. (2012). *Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado*. <http://hdl.handle.net/10596/10861>
- López, J. (2013). *Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica*. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD.  
[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>
- Novoa, N. (2022). *OVI Comunicación y redes sociales*. [Archivo de video]. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/52034>
- 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>

- 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>
- Villasante, T. R. (2010). *Redes sociales para la investigación participativa*. En: *Sociedad Hoy*, núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>
- Villasante, T. (s.f.). *La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas*. <http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf>

## Apéndices

### Apéndice A

#### Carta de Intención

Valledupar, César, 20 de abril de 2024

Señores  
**Fundación Red Adopción Por los Callejeros**  
Karen Sierra  
Cargo: Creadora y directora de la fundación.  
E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es **Stiven Heccih Meneses Remolina** identificado(a) con C.C 1.065.846.541 del municipio de **Valledupar**, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad-por-tas 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 acogándose 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,

  
Stiven Heccih Meneses Remolina  
Cel. 3006473585  
E-mail: [menezstiven10@gmail.com](mailto:menezstiven10@gmail.com)

## Apéndice B

### Carta de Aprobación

Valledupar, César

25 de abril de 2024

Señor

**STIVEN HECCIH MENESES REMOLINA**

Cordial saludo,



Nos place poder contar con su intención de participación a través de su futura profesión para la contribución al cambio social y ambiental que genera la fundación Por los Callejeros, ya que estamos en una sociedad que olvida la importancia de la vida de los animalitos que no tienen un hogar ni una forma saludable de supervivencia en la ciudad de Valledupar.

Mediante esta carta de aprobación queremos comentarte que permitiremos que desarrolles tu investigación y estrategias comunicacionales con nosotros, ya que tu misión va acorde al fortalecimiento de la misma y por ende, nos ayudas a llegar a más personas que puedan contribuir con esta labor tan importante y necesaria con los más indefensos.

Espero podamos trabajar conjuntamente para lograr mejores condiciones de vida para los animalitos y que genere para ti un espacio de aprendizaje.

Estamos en contacto para todo lo que necesites.

Atentamente,

Karen Sierra Nuñez

CC. 49.607.983

Cel. 3225907610

Gmail. loscallejerosoutlook.es

## Apéndice C

### *Preguntas Entrevista Inicial*

1. ¿Cómo nació la Fundación Por los Callejitos?, ¿qué te motivó a realizar la creación de la misma?
2. ¿Cuál es el objeto social de esta Fundación, su finalidad en concreto?
3. Actualmente, ¿Cuántos perritos están a cargo de la fundación?
4. ¿Hace cuánto tiempo fue creada la Fundación?, coméntanos como fueron sus inicios.
5. ¿Cómo percibes el acompañamiento social y administrativo en tus labores?, ¿es positivo o negativo?
6. ¿Ustedes realizan algún tipo de reunión con otras fundaciones con la misma labor?
7. ¿Qué actividades realizan en esas reuniones?
8. ¿Quiénes hacen parte de la fundación?
9. ¿Podrías compartirnos sus funciones o su nivel académico o profesional?
10. 8. ¿Cuántas personas conforman la fundación?
11. ¿Cuáles son las formas de participación social de la fundación con el entorno? Teniendo en cuenta el objeto social y la protección de los animalitos.
12. ¿la fundación cuenta con algún tipo de organización económica, cronograma de actividades, funciones, labores o un tipo de control de actividades diarias?
13. ¿Qué tipo de proyectos sociales o al interior de la fundación tienen visualizados realizar?
14. ¿Cuáles han sido los mejores momentos de la fundación? Alguna anécdota breve sobre un caso de rescate o cuidado de un perrito.
15. ¿Cuáles han sido las dificultades que ha tenido la fundación a lo largo de los años?  
¿Qué dificultades posee actualmente la fundación para continuar con su misión?

**Apéndice D**

*Enlace Entrevista Inicial*

<https://on.soundcloud.com/Z74M9nVsgvtGaz3q8>

## Apéndice E

### *Preguntas Cualitativas*

#### Red social

1. ¿De qué manera contribuye el uso de las redes sociales tecnológicas al crecimiento de la fundación y la concientización social en la ciudad de Valledupar? Podrías brindar un ejemplo...
2. ¿Cuál es la principal dificultad originada desde la construcción de redes sociales o apoyos de comunidades para la fundación?
3. ¿Qué impacto a nivel social y ecológico brinda la fundación desde la comunicación entre las directoras y el entorno?

#### Comunicación participativa

1. ¿Cómo logran generar un impacto social en el entorno que visualiza sus labores de ayuda a los perros sin hogar?
2. ¿Cómo se manejan las relaciones de comunicación y participación de otras fundaciones con el mismo objeto social?, ¿han tenido algún conflicto respecto a ello?
3. ¿Cuáles son las principales razones por las que la fundación permite las ayudas voluntarias de trabajo físico en la casa hogar?, ¿crees que son comportamientos netamente altruistas?

#### Comunidad

1. ¿Cómo materializan las relaciones interpersonales en pro del mejoramiento de la fundación?, ¿han presentado algún conflicto con veterinarias o ayudas no brindadas?
2. ¿De qué manera contribuyen a la consecución del objetivo de la fundación, la comunidad en general y la administración pública, al tema de la esterilización?
3. ¿Qué medidas de protección animal y recursos económicos, reconocen como fundación, que hayan sido brindados por empresas, alcaldía o gobernación y personas en general?

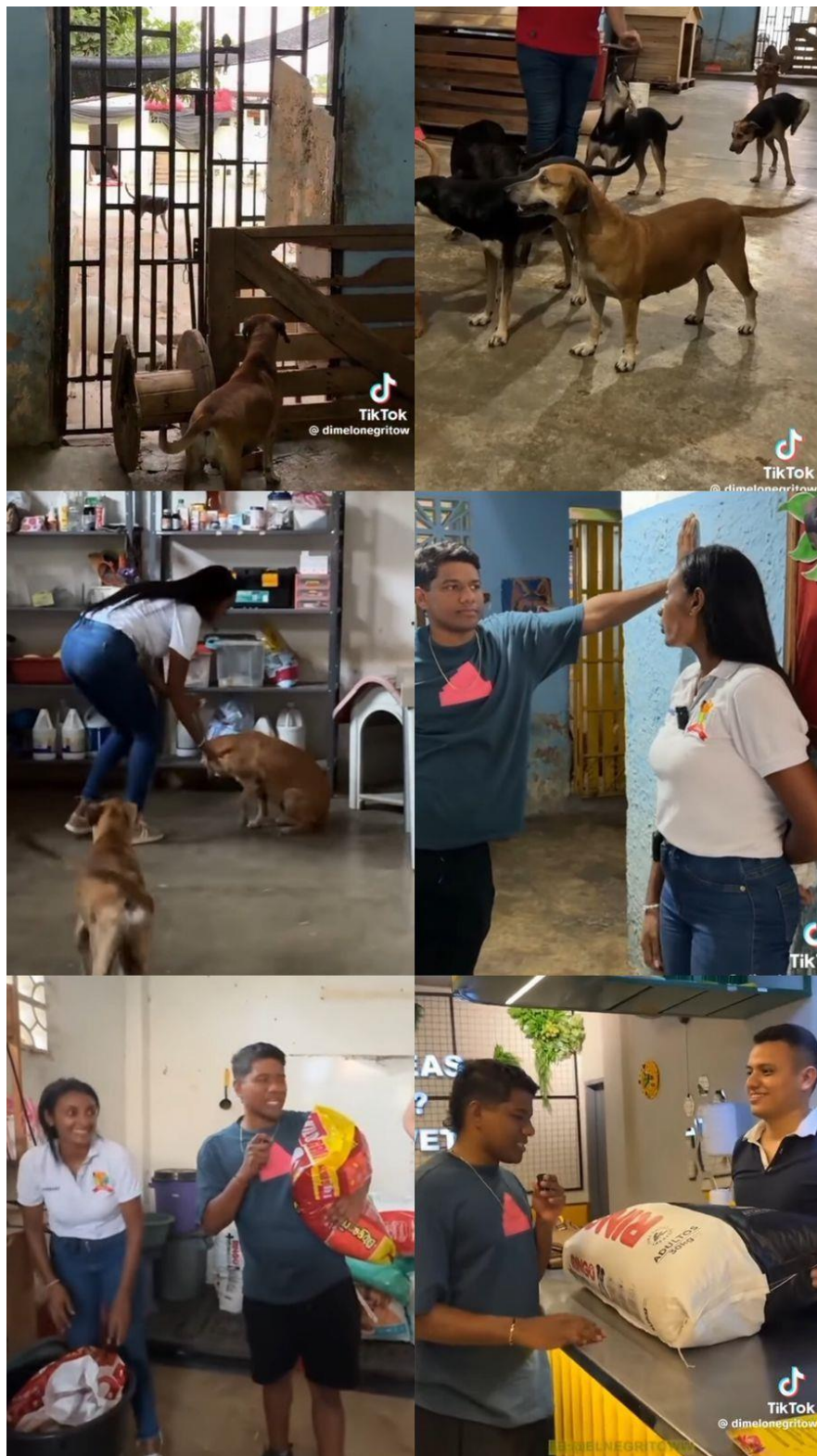
**Apéndice F**

*Enlace Entrevista Cualitativa*

<https://youtu.be/cEhYq3sMVpU>

## Apéndice G

### Registro Fotográfico





## **Apéndice H**

*Enlace Jornada de Devolución-Validación*

<https://youtu.be/gVrR5fx0N-o>