

**Construcción de Redes Sociales de Comunicación en la Fundación Payapeutas como
Organización Social Participativa de la Ciudad de Tunja**

Monica Yaritza Ruiz Gamba

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Comunicación Social

2025

Resumen

Este trabajo analiza las dinámicas relacionales y comunicativas de la Fundación Payapeutas como Organización Social Participativa (OSP). Se examinan las interacciones entre actores internos y externos, destacando la importancia de la comunicación horizontal y participativa para fortalecer los vínculos y la cohesión social. Asimismo, se identifican desafíos como la sensibilización de donantes y la integración de nuevos voluntarios, junto con propuestas para diversificar alianzas estratégicas y mejorar las redes comunitarias

Además, se profundiza en la estructura organizativa de la fundación, evidenciando cómo su modelo de gestión horizontal facilita la toma de decisiones colectivas y la adaptación a los retos del entorno social. Se destaca la necesidad de optimizar los canales de comunicación interna y externa mediante estrategias digitales y narrativas transmedia, permitiendo una mayor visibilidad y participación de actores estratégicos. La implementación de un protocolo formal de comunicación y el fortalecimiento del voluntariado a través de capacitaciones garantizan la sostenibilidad de la fundación y la consolidación de su impacto comunitario.

La estrategia busca consolidar la Fundación Payapeutas como una red social participativa, mejorando su comunicación interna y externa, fortaleciendo su estructura organizativa y ampliando su impacto comunitario. A través de metodologías como el sociograma organizacional, el storytelling digital y la optimización de alianzas estratégicas, se garantizará su crecimiento sostenible, alineando sus objetivos con dinámicas colaborativas que refuercen su misión y contribuyan al bienestar de los niños hospitalizados.

Palabras clave: Comunicación, Redes, Cohesión, Vínculos, Comunidad.

Abstract

This paper analyzes the relational and communicative dynamics of Fundación Payapeutas as a Participatory Social Organization (OSP). It examines the interactions between internal and external actors, highlighting the importance of horizontal and participatory communication to strengthen ties and social cohesion. Challenges such as donor awareness and the integration of new volunteers are also identified, along with proposals to diversify strategic alliances and improve community networks.

In addition, the organizational structure of the foundation is examined in depth, showing how its horizontal management model facilitates collective decision-making and adaptation to the challenges of the social environment. It highlights the need to optimize internal and external communication channels through digital strategies and transmedia narratives, allowing greater visibility and participation of strategic actors. The implementation of a formal communication protocol and the strengthening of volunteerism through training guarantee the sustainability of the foundation and the consolidation of its community impact.

The strategy seeks to consolidate the Payapeutas Foundation as a participatory social network, improving its internal and external communication, strengthening its organizational structure and expanding its community impact. Through methodologies such as organizational sociogram, digital storytelling and optimization of strategic alliances, its sustainable growth will be guaranteed, aligning its objectives with collaborative dynamics that reinforce its mission and contribute to the well-being of hospitalized children.

Keywords: Communication, Networks, Cohesion, Ties, Community.

Tabla de Contenido

Introducción	8
Aprestamiento... ..	9
Justificación de la Escogencia de la OSP	11
Conceptualización	13
Informe de Identificación.....	15
Implicación.....	17
Informe Sociopráxico	18
Construcción	21
Informe de Investigación	24
Proyección.....	27
Estrategia de Fortalecimiento Comunicativo y Organizacional Payapeutas	27
Conclusiones... ..	37
Referencias Bibliográficas	38

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Información General</i>	9
Tabla 2 <i>Ficha de Información Descriptiva</i>	13
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	18
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	22
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	23
Tabla 6 <i>Cronograma de Aplicación de la Estrategia</i>	33

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Sociograma Payapeutas</i>	21
Figura 2 <i>Conjuntos de Accion</i>	22

Lista de Apéndices

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

Introducción

La Fundación Payapeutas se presenta como un espacio dinámico donde confluyen actores comprometidos con el bienestar emocional de niños hospitalizados. En el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, esta investigación tiene como propósito analizar las dinámicas relacionales, comunicativas y organizativas que estructuran su funcionamiento como una Organización Social Participativa (OSP). Partiendo de un enfoque metodológico que privilegia el socio praxis, se abordan las conexiones entre los diversos actores, sus motivaciones, las tensiones emergentes y las formas en que se gestiona la comunicación horizontal y participativa.

Este análisis, fundamentado en referentes teóricos como Noguera Vivo (2011), Martín (1999) y CIMAS (2010), permite desvelar cómo la interacción entre los actores contribuye al fortalecimiento de la red social de la fundación. Asimismo, se identifican aspectos clave relacionados con las formas de comunicación que promueven el consenso y aquellos que generan conflictos, evidenciando tanto las fortalezas como los desafíos de este tipo de redes comunitarias. A través de recomendaciones específicas, se busca contribuir al fortalecimiento de las redes sociales de comunicación de la fundación, ampliando su impacto en las comunidades que atiende y consolidando su papel como agente transformador en contextos de alta sensibilidad social.

Aprestamiento

Tabla 1

Ficha de Identificación General

Nombre de la OSP	Descripción de su Objeto Social y Acciones Relevantes que Desarrolla.	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
OSP 1 Organización San Francisco	Ofrece servicios funerarios y de apoyo emocional a las familias en momentos difíciles.	Elegir esta organización puede ser ideal si estás buscando un servicio integral y humano en momentos de pérdida. Además, esta organización tiene una presencia fuerte y reconocida en la comunidad, lo que garantiza un apoyo confiable y respetuoso.	También proporcionan servicios complementarios como atención psicológica y servicios de repatriación. Además, tienen programas como "Huellitas de vida" y "Tejidos de amor" que buscan brindar apoyo emocional y social a quienes lo necesitan.	<p>Gestión emocional: Trabajar con familias en momentos de duelo puede ser emocionalmente desafiante para el personal, lo que podría afectar su bienestar.</p> <p>Recurso limitado: Los servicios funerarios y de apoyo emocional pueden requerir recursos significativos, y la demanda podría superar la capacidad de la organización.</p> <p>Aceptación cultural: En algunas culturas, hablar sobre la muerte y el duelo puede ser un tabú, lo que podría dificultar la participación y aceptación de los servicios ofrecidos.</p> <p>Adaptación al enfoque alternativo: No todos los estudiantes y padres pueden adaptarse fácilmente al enfoque educativo alternativo, lo que</p>
OSP 2 Centro pedagógico Mándala	Implementa experiencias educativas alternativas para el desarrollo integral de los individuos.	Esta organización es ideal si estás interesado en innovaciones educativas	Ofrece experiencias educativas alternativas con un enfoque Waldorf, donde la educación es	

		que complementen la educación tradicional. El CPM se destaca por su enfoque holístico y su compromiso con la formación de personas integrales y conscientes de su entorno.	vista como una aventura. Proveen educación en niveles preescolar, básica primaria, secundaria y media, con jornadas completas ⁴ . Su enfoque integral busca el desarrollo de individuos conscientes y comprometidos con su entorno	podría generar resistencia o desinterés. Recursos didácticos: Implementar un enfoque educativo alternativo puede requerir recursos y materiales específicos que pueden ser costosos y difíciles de obtener. Capacitación docente: Los docentes necesitan una capacitación continua para aplicar eficazmente el enfoque Waldorf, pues representa un desafío.
OSP 3 Fundación Payapeutas	Es una fundación sin ánimo de lucro dedicada a brindar apoyo emocional y social en hospitales y centros de salud mediante actividades de voluntariado que llevan amor, sonrisas y esperanza a niños, niñas y adultos, a través de talleres, dinámicas recreativas y campañas de sensibilización, con el compromiso de promover el bienestar y la	Elegir esta fundación significa contribuir al bienestar emocional de quienes más lo necesitan, ya que su labor se centra en llevar amor, esperanza y alegría a través de actividades de voluntariado profesional en hospitales y centros de salud. Apoyándola, ayudas a crear momentos significativos	La fundación tiene la oportunidad de crecer a través de alianzas estratégicas con empresas y organizaciones, campañas creativas de recaudación de fondos, promoción de voluntariado corporativo, implementación de programas educativos sobre bienestar emocional, fortalecimiento de su presencia digital para atraer más apoyo, búsqueda	La fundación podría enfrentarse a desafíos como la falta de recursos económicos para sostener las actividades, la dificultad para captar y retener voluntarios comprometidos, la competencia con otras organizaciones por donaciones y apoyos, la necesidad de visibilidad para atraer más colaboradores, y el reto de mantener el equilibrio entre la profesionalidad y el espíritu solidario. Además, puede ser complejo adaptarse a las distintas necesidades emocionales y culturales de las

solidaridad en las comunidades.	que transforman vidas y promueven una cultura de solidaridad y humanidad en las comunidades.	de certificaciones que validen su impacto, y expansión a nuevas comunidades necesitadas, ampliando así su alcance y transformando más vidas.	comunidades atendidas.
---------------------------------	--	--	------------------------

Nota. Descripción de las tres OSP escogidas, con información brindada por las mismas.

Justificación de la Escogencia de las OSP

La elección de la Fundación Payapeutas está basada en el cómo esta es un claro ejemplo de horizontalidad en sus relaciones en red y encarna los principios de la Investigación-Acción (IA) promovidos en el Diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación (DCRSC). Esta organización local, dirigida por dos profesionales en psicología y trabajo social, fomenta vínculos sociales basados en la colaboración, la empatía y la participación activa de los voluntarios. Este enfoque horizontal se refleja en cómo cada integrante de la red tiene voz, contribuyendo desde sus habilidades y experiencias para alcanzar objetivos comunes, como lo sugiere Villasante (2010) en su análisis sobre redes sociales participativas.

Además, su trabajo con hospitales y clínicas locales como aliados estratégicos evidencia un compromiso con la acción transformadora en contextos reales. Desde la perspectiva de Beltrán (1979) la fundación opera bajo un modelo de comunicación horizontal, donde no existe una jerarquía rígida, sino una fluidez en la interacción que fortalece la cooperación para generar bienestar social. Es esta capacidad de movilizar actores diversos en una red colaborativa lo que hace que Payapeutas sea una elección alineada con los valores del DCRSC.

Dentro del proceso de IA que la fundación puede emprender, vislumbro múltiples posibilidades. Una de ellas es la oportunidad de fortalecer su impacto mediante una mayor integración de los voluntarios en la toma de decisiones, asegurando que cada acción esté respaldada por una reflexión colectiva, como lo plantea Villasante (2010, p. 125) al resaltar el papel del diálogo en las redes participativas. Otra posibilidad es consolidar los vínculos con los hospitales y clínicas, utilizando la IA como herramienta para evaluar y mejorar las estrategias implementadas. Sin embargo, también se anticiparon limitaciones. La falta de financiamiento y la escasez de voluntarios comprometidos pueden restringir el alcance y la sostenibilidad de las actividades, un desafío que requerirá creatividad y resiliencia para superarlo. Asimismo, puede ser complejo mantener la horizontalidad en la toma de decisiones cuando surjan diferencias de opinión, algo que Beltrán (1979) identifica como un desafío inherente a los modelos de comunicación no jerárquicos.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha Descriptiva

Aspecto	Descripción
Tipo de Práctica. Lo que Hace la OSP en Cumplimiento de su Objeto Social.	En cumplimiento de su objeto social se enfoca en el acompañamiento y apoyo emocional a niños, niñas y adultos en hospitales y centros de salud. A través de actividades de voluntariado profesional, desarrollan talleres, dinámicas recreativas y campañas de sensibilización, con el fin de promover el bienestar emocional, llevar esperanza y generar un impacto positivo en las comunidades atendidas.
Objetivos o Intenciones de Ayuda Social.	Brindar apoyo emocional y social a niños, niñas y adultos en hospitales y centros de salud. Promover el bienestar integral de las comunidades vulnerables a través de actividades recreativas y educativas. Fomentar una cultura de solidaridad, empatía y amor en la sociedad. Crear espacios de esperanza y alegría para quienes enfrentan situaciones difíciles. Sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del acompañamiento y el apoyo emocional.
Regularidad y Características de la Práctica o Reuniones de los Integrantes de la OSP.	De manera mensual, la fundación realiza reuniones en las que se planifican las actividades de voluntariado, se evalúan los resultados de las acciones realizadas, y se coordinan las próximas visitas a hospitales y centros de salud. Estas reuniones tienen un enfoque colaborativo, permitiendo que los integrantes compartan experiencias, ideas y sugerencias para mejorar el impacto de la fundación.
Características de Participantes o Actores (rol social, nivel Profesional, Rol institucional).	Cuenta con psicólogos y trabajadores sociales capacitados que lideran las actividades y ofrecen intervenciones especializadas. Además, la fundación tiene convenios establecidos con hospitales y clínicas locales, garantizando un enfoque integral y profesional en cada acción realizada.
Tamaño de Organización de la OSP (número de Integrantes, Cobertura territorial)	La fundación es una organización local que tiene cobertura en la ciudad de Tunja. Está compuesta por un equipo comprometido de voluntarios que apoyan en diversas actividades, además de contar con sus dos fundadoras, profesionales en psicología y trabajo social, quienes lideran y coordinan las labores, garantizando un impacto positivo y profesional en las comunidades atendidas.
Forma de Organización, Estructura, Equipos, Comités, Cargos.	La fundación tiene una estructura sencilla y centralizada, en la que las dos fundadoras, profesionales en psicología y trabajo social, asumen la responsabilidad de la organización general. Ellas lideran tanto la planificación como la ejecución de las actividades, además de encargarse de la asignación de roles dentro del equipo de voluntarios.

Características de los Vínculos Sociales al Interior de la OSP.	Aunque la estructura no cuenta con equipos o comités formales, las fundadoras actúan como coordinadoras principales, asegurándose de que cada actividad se lleve a cabo con éxito y manteniendo el enfoque en los valores y objetivos de la fundación.
Formas de Participación al Interior y Hacia el Exterior de la OPS.	Los vínculos sociales al interior de la fundación se caracterizan por un ambiente de colaboración, respeto y empatía. Existe una relación cercana entre las fundadoras y los voluntarios, basada en un propósito compartido de brindar apoyo emocional y social a quienes lo necesitan
Formas de Comunicación Interna, Actores, Tipo, etc.	Al interior de la OSP: Los voluntarios participan activamente en las reuniones mensuales, planificación de actividades, desarrollo de talleres y visitas a hospitales. También contribuyen compartiendo ideas, experiencias y evaluando el impacto de las acciones realizadas, bajo la coordinación directa de las dos fundadoras. Hacia el exterior de la OSP: La fundación fomenta la participación externa a través de alianzas con hospitales y clínicas locales, involucrando a colaboradores y donantes que apoyan su misión. Además, promueve campañas de sensibilización para motivar a más personas a unirse como voluntarios o a contribuir mediante recursos que ayuden a ampliar su impacto social.
Formas de Comunicación Externa, Ectores, Tipo, etc.	La comunicación interna de la fundación es directa y colaborativa, liderada por las fundadoras, quienes actúan como coordinadoras principales. Los actores clave incluyen las fundadoras y los voluntarios, quienes se mantienen conectados mediante reuniones mensuales para planificar actividades y evaluar resultados, así como por medio de plataformas digitales como WhatsApp o correo electrónico para coordinar y compartir actualizaciones de manera continua. También se realizan capacitaciones internas para fortalecer las habilidades del equipo, asegurando un flujo de información eficiente y un compromiso colectivo con los objetivos de la organización.
Planes, Cronogramas, Metas. Proyectos en Desarrollo.	La comunicación externa de la fundación se lleva a cabo principalmente a través de las dos fundadoras, quienes actúan como las representantes principales de la organización. Los actores clave incluyen hospitales, clínicas locales, donantes, colaboradores y la comunidad en general. Los tipos de comunicación utilizados incluyen reuniones presenciales con aliados estratégicos, difusión a través de redes sociales para sensibilizar y captar voluntarios, y contacto directo con posibles donantes mediante correos electrónicos o llamadas.
	La fundación cuenta con planes enfocados en ampliar su impacto social a través de actividades programadas de forma mensual. Su cronograma incluye reuniones de planificación, capacitaciones para voluntarios, visitas periódicas a hospitales y talleres recreativos dirigidos a niños, niñas y adultos. Las metas actuales incluyen fortalecer las alianzas con hospitales locales, incrementar la

Logros de Proyectos Exitosos.	<p>participación de voluntarios y organizar una campaña para recaudar fondos que permita desarrollar nuevas actividades.</p> <p>Entre los proyectos en desarrollo están: la creación de un programa educativo sobre el bienestar emocional, la implementación de actividades culturales en los centros de salud y la ampliación de las jornadas de voluntariado para llegar a más beneficiarios dentro de la ciudad de Tunja.</p> <p>Ha logrado desarrollar campañas exitosas en colaboración con instituciones como la Clínica Los Andes, Medilaser y el Hospital San Rafael, fortaleciendo su impacto social. Estas campañas han permitido llevar actividades recreativas, talleres de bienestar emocional y jornadas de sensibilización a pacientes y sus familias, promoviendo valores de solidaridad y esperanza. Además, estas alianzas han sido clave para consolidar la presencia de la fundación en la comunidad local y generar un cambio positivo en los entornos hospitalarios.</p>
Dificultades para Desarrollar sus Objetivos Sociales.	<p>La fundación enfrenta dos principales dificultades para alcanzar sus objetivos sociales: la falta de financiamiento y la carencia de suficientes voluntarios comprometidos. La limitación económica restringe la capacidad de ejecutar actividades y ampliar el alcance de su impacto, mientras que la escasez de voluntarios reduce la posibilidad de llevar a cabo las visitas y talleres planificados.</p>
Otros Aspectos para Comentar.	<p>El impacto social es inmenso porque trasciende lo individual, transformando comunidades y generando esperanza en quienes enfrentan adversidades. Fundaciones como estas son esenciales porque llenan vacíos que a menudo las estructuras tradicionales no pueden atender, llevando apoyo emocional, amor y solidaridad a quienes más lo necesitan.</p>

Nota. Elaboración propia.

Informe de Identificación

He elegido la Fundación Payapeutas porque representa un claro ejemplo de horizontalidad en sus relaciones en red y encarna los principios de la Investigación-Acción (IA) promovidos en el Diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación (DCRSC). Esta organización local, dirigida por dos profesionales en psicología y trabajo social, fomenta vínculos sociales basados en la colaboración, la empatía y la participación activa de los voluntarios. Este enfoque horizontal se refleja en cómo cada integrante de la red tiene voz,

contribuyendo desde sus habilidades y experiencias para alcanzar objetivos comunes, como lo sugiere Villasante (2010) en su análisis sobre redes sociales participativas.

Además, su trabajo con hospitales y clínicas locales como aliados estratégicos evidencia un compromiso con la acción transformadora en contextos reales. Desde la perspectiva de Beltrán (1979), la fundación opera bajo un modelo de comunicación horizontal, donde no existe una jerarquía rígida, sino una fluidez en la interacción que fortalece la cooperación para generar bienestar social. Es esta capacidad de movilizar actores diversos en una red colaborativa lo que hace que Payapeutas sea una elección alineada con los valores del DCRSC.

Dentro del proceso de IA que la fundación puede emprender, vislumbro múltiples posibilidades. Una de ellas es la oportunidad de fortalecer su impacto mediante una mayor integración de los voluntarios en la toma de decisiones, asegurando que cada acción esté respaldada por una reflexión colectiva, como lo plantea Villasante (2010) al resaltar el papel del diálogo en las redes participativas. Otra posibilidad es consolidar los vínculos con los hospitales y clínicas, utilizando la IA como herramienta para evaluar y mejorar las estrategias implementadas.

Sin embargo, también anticipamos limitaciones. La falta de financiamiento y la escasez de voluntarios comprometidos pueden restringir el alcance y la sostenibilidad de las actividades, un desafío que requerirá creatividad y resiliencia para superarlo. Asimismo, puede ser complejo mantener la horizontalidad en la toma de decisiones cuando surjan diferencias de opinión, algo que Beltrán (1979) identifica como un desafío inherente a los modelos de comunicación no jerárquicos.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

OSP: Parapetas	Actividad: visita clínica Medilaser	Fecha: 15 de marzo 2025
Hora inicio: 10:00 am	Hora finalización: 12:00 pm	Lugar: Medilaser
Participantes: Niños Internos	Investigador: Monica Ruiz	
Descripción	Interpretación	Desahogo
<p>Desde mi rol como observador e investigador, durante la actividad realizada en la Unidad de Infancia de la Clínica Medilaser en Tunja, pude presenciar cómo las dinámicas basadas en disfraces, juegos y risas no solo generaron alegría inmediata en los niños hospitalizados, sino que también crearon un ambiente propicio para intervenciones psicológicas centradas en la risa y la alegría. Fue evidente cómo los profesionales de psicología y trabajo social, en colaboración con los voluntarios, lograron establecer una conexión emocional significativa con los niños, permitiendo que ellos se sintieran acompañados y comprendidos en un entorno que puede ser emocionalmente desafiante. Desde la perspectiva de la investigación, este evento destaca la importancia de implementar estrategias terapéuticas innovadoras como la risoterapia, que no solo atienden aspectos emocionales, sino que también contribuyen al</p>	<p>Desde la interpretación como investigador, la actividad realizada en la Unidad de Infancia de la Clínica Medilaser en Tunja refleja un modelo de intervención terapéutica innovador que combina la risa y la alegría como elementos centrales de apoyo emocional y psicológico. Este enfoque permitió transformar un entorno hospitalario tradicional en un espacio cálido y acogedor, donde los niños pudieron experimentar alivio emocional y bienestar temporal frente a los retos de salud que enfrentan. La presencia de profesionales en psicología y trabajo social, junto con las dinámicas recreativas, evidenció una interacción equilibrada entre el soporte profesional y el acompañamiento humano. Además, se observó cómo las actividades lúdicas no solo benefician directamente a los niños internados, sino que también tienen un impacto positivo en sus familiares y el personal de salud, quienes participaron indirectamente en esta atmósfera de esperanza y</p>	<p>La actividad realizada y en la Unidad de Infancia de la Clínica Medilaser en Tunja me dejó una profunda reflexión sobre el poder transformador de la risa y la alegría en contextos de salud. Poder compartir momentos de felicidad con los niños internados, a través de disfraces, dinámicas recreativas y una terapia basada en la risa, me reafirmó la importancia de estas intervenciones no solo para aliviar sus preocupaciones emocionales, sino también para impactar positivamente en su recuperación. Ver las sonrisas de los pequeños y sentir la conexión genuina que se genera entre ellos y los profesionales de psicología y trabajo social fue una experiencia realmente gratificante. Este tipo de actividades no solo benefician a los niños, sino que también fortalecen el compromiso de seguir llevando alegría y esperanza a quienes más lo necesitan. Sin duda, estos momentos son un recordatorio del profundo impacto que pueden tener las pequeñas</p>

bienestar integral de los pacientes pediátricos. Además, observé el impacto positivo en los familiares y el personal médico, quienes participaron indirectamente y fueron testigos de cómo la interacción lúdica transformaba los espacios clínicos en ambientes más cálidos y esperanzadores. Este tipo de actividad reafirma la necesidad de seguir promoviendo iniciativas integrales que combinen lo emocional, lo social y lo terapéutico.

energía renovada. Este evento demuestra cómo las intervenciones basadas en emociones positivas y en la creación de redes de apoyo pueden ser herramientas poderosas para mejorar el bienestar integral de los pacientes. Desde un marco de investigación, resulta significativo seguir explorando estas iniciativas para comprender mejor su alcance y replicar su impacto en otros contextos similares.

acciones realizadas con amor y empatía.

Nota. Elaboración propia.

Informe Sociopráxico

Desde mi rol como investigador, el proceso de recolección de información en la Fundación Payapeutas permitió vivenciar de manera directa la sociopraxis como un enfoque metodológico que articula participación activa y construcción colectiva en redes sociales. A lo largo de esta fase, observé cómo las dinámicas participativas y colaborativas fomentaron un ambiente de horizontalidad, tal como lo plantea Villasante (2015), quien define la sociopraxis como un acoplamiento de metodologías participativas orientadas a transformar realidades sociales complejas mediante la interacción entre actores diversos.

En particular, las entrevistas realizadas con los miembros de la fundación evidenciaron un compromiso genuino con el bienestar emocional de los beneficiarios, lo cual refleja los principios fundamentales de la red social descritos por Fresno, Paunero y Marqués (2014). Según estos autores, las redes sociales son estructuras que facilitan el intercambio de información, la cohesión y el fortalecimiento de los vínculos comunitarios, aspectos que se manifestaron

claramente en las interacciones observadas entre los voluntarios, profesionales y beneficiarios durante las actividades de recolección de información. Estas conexiones mostraron que la red social no solo es un canal para recopilar datos, sino también un espacio de aprendizaje mutuo y empoderamiento colectivo.

Asimismo, en términos de comunicación participativa, los aportes de Chadi de Yorio (2004) fueron evidentes en la manera en que la fundación integra a los beneficiarios y sus familias en la planeación de actividades. Este autor resalta que: Una comunicación inclusiva y horizontal es esencial para fortalecer el compromiso y la relación entre los actores involucrados. Durante esta fase de recolección, se logró identificar cómo los niños hospitalizados y sus familias participan activamente en las dinámicas recreativas y terapéuticas, creando un espacio de diálogo y escucha que amplifica el impacto positivo de las intervenciones.

Además, observé que, a pesar de las limitaciones enfrentadas por la fundación, como la falta de financiamiento y el número reducido de voluntarios, su capacidad para adaptarse y crear estrategias participativas refuerza su impacto comunitario. Villasante y Gutiérrez (2007) destacan que: “las redes y conjuntos de acción estratégica son clave para abordar los desafíos en tiempos de complejidad social”. (p. 125), y la Fundación Payapeutas demuestra esta resiliencia mediante el desarrollo de iniciativas basadas en la colaboración y el apoyo mutuo.

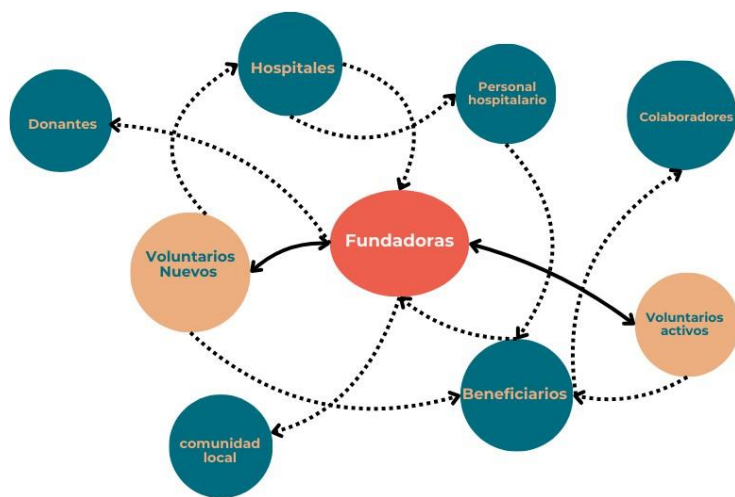
En conclusión, la socio praxis en la fase de recolección de información de la Fundación Payapeutas se vivió como un proceso enriquecedor que permitió no solo obtener datos relevantes, sino también fortalecer los vínculos sociales y generar espacios de transformación comunitaria. A partir de las reflexiones teóricas de Villasante (2015), Fresno et al. (2014), De Yorio (2007) y Villasante & Gutiérrez (2007), es posible afirmar que la implementación de

metodologías participativas y horizontales en contextos sociales contribuye significativamente al desarrollo de redes sociales solidarias y al bienestar emocional de las comunidades involucradas.

Construcción

Figura 1

Sociograma Relaciones Comunicacionales



Nota. Elaboración propia.

Figura 2

Conjuntos de Acción



Nota. Elaboración propia.

Tabla 4*Matriz de Posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Fundadoras	✓			
Voluntarios activos	✓			
Hospitales aliados	✓			
Beneficiarios	✓			
Voluntarios nuevos		✓		
Posibles patrocinadores o donantes		✓		
Personal hospitalario		✓		
Empresas locales sin relación con la fundación			✓	
Instituciones educativas sin vínculo			✓	
Actores que cuestionan las terapias basadas en la risa			✓	
Organizaciones con enfoque diferente			✓	

Nota. Información basada en las interacciones y análisis del trabajo realizado por la Fundación Payapeutas y en la metodología del documento de CIMAS (2010).

Tabla 5*Matriz Comparativa*

OSP	Fundación Payapeutas	Fundación AmarC	Fundación Misión Social Colombia	Pastoral Social Cáritas Colombiana
Fines u Objetivos (Misión y Visión)	Promueve el bienestar emocional de niños hospitalizados mediante la risoterapia y actividades recreativas, fortaleciendo redes sociales horizontales y fomentando la empatía.	Fomenta la salud mental y el bienestar personal y comunitario mediante actividades artísticas y talleres de autocuidado.	Apoya a comunidades vulnerables mediante programas educativos, sociales y culturales que promuevan la inclusión y el desarrollo comunitario.	Promueve el desarrollo humano integral y la justicia social en comunidades marginadas mediante proyectos de asistencia y formación.
Localización	Tunja, Boyacá.	Bogotá, Colombia.	Barranquilla, Atlántico.	Bogotá, Colombia
Miembros	Fundadoras y voluntarios activos.	Profesionales en salud mental, artistas, voluntarios y beneficiarios locales.	Equipo multidisciplinario compuesto por educadores, trabajadores sociales y psicólogos.	Líderes comunitarios, voluntarios parroquiales y personal administrativo.
Proyectos Desarrollados	Risoterapia en hospitales, talleres de bienestar emocional, jornadas recreativas en hospitales.	Festival de Salud Mental Comunitaria, terapias grupales basadas en arte, talleres de autocuidado.	Programas educativos (alfabetización), talleres sociales y culturales, apoyo alimentario.	Desarrollo comunitario, asistencia humanitaria, formación ética y capacitación en liderazgo comunitario.
Aliados	Hospital San Rafael, Clínica Medilaser y la comunidad local.	Instituciones educativas, redes vecinales locales.	Empresas locales, comunidades rurales y organizaciones internacionales.	Parroquias locales, organizaciones internacionales y redes comunitarias.
Antigüedad	5 años	8 años.	Más de 10 años.	Más de 50 años.

Descripción de sus Redes Sociales	Por el momento pausada por el robo de estas, por actores externos, pero en proceso de reapertura.	Activa en Facebook y YouTube para promover eventos y talleres de salud mental.	Difunden proyectos educativos y sociales mediante redes sociales y su sitio web.	Publican actividades pastorales y proyectos humanitarios en Facebook y su página oficial.
Tipo de Comunidad Etica	Inclusiva, orientada hacia el empoderamiento personal y comunitario.	Inclusiva, orientada hacia el empoderamiento personal y comunitario.	Solidaria, centrada en la educación y el desarrollo social.	Comunitaria, impulsada por la justicia social y la fe.
Fuentes (de Dónde Extrajo La Información para esta Matriz o Tabla)	Elaboración propia basada en la información de la Fundación Payapeutas.	Página web Fundación AmarC	Página web Fundación Misión Social Colombia	Página web Pastoral Social Cáritas Colombiana

Nota. Información obtenida de los sitios web de la Fundación AmarC (<https://amarc.com.co>), Fundación Misión Social Colombia (<https://www.misionsocialcolombia.org>), y Pastoral Social Cáritas Colombiana (<https://caritascolombiana.org>), recuperados el 16 de abril de 2025.

Informe de Investigación

Desde mi posición como investigadora, he realizado un análisis profundo de la Fundación Payapeutas en el contexto de las redes sociales, destacando las relaciones, dinámicas y formas de comunicación que configuran su estructura como una Organización Social Participativa (OSP). La fundación opera como una red compleja de actores internos y externos interconectados, como voluntarios, beneficiarios, hospitales aliados y donantes. Según Noguera (2011): “las redes sociales son instrumentos esenciales para cohesionar a individuos en torno a intereses comunes, estableciendo conexiones que fortalecen el sentido de pertenencia”. (p. 8). Este principio es claramente evidente en las relaciones que la fundación establece para cumplir su misión de mejorar el bienestar emocional de niños hospitalizados mediante actividades como la risoterapia.

Los temas que estructuran las relaciones en la fundación son mayoritariamente armoniosos, centrados en la solidaridad y el bienestar comunitario. Sin embargo, Martín (1999) explica que: “los conflictos en las redes sociales surgen cuando los intereses o prioridades de los

actores no están alineados”. (p. 132). En Payapeutas, las tensiones relacionadas con limitaciones de recursos financieros y humanos afectan la coordinación entre los actores, especialmente en la interacción con patrocinadores potenciales que no comprenden plenamente la importancia del enfoque terapéutico emocional. A pesar de estas dificultades, los lazos entre los voluntarios y los beneficiarios, así como la colaboración con hospitales, ejemplifican lo que CIMAS (1999) llama “redes participativas horizontales que promueven la empatía y la colaboración para transformar realidades sociales”. (p. 27).

La fundación utiliza herramientas comunicativas que fomentan la socialidad y la comunidad, un aspecto fundamental en la construcción de redes. Noguera (2011) resalta que “el diálogo continuo y el uso estratégico de medios sociales refuerzan el compromiso y la cohesión entre los participantes”. (p. 15). Esto es particularmente visible en las reuniones grupales organizadas por la fundación, donde voluntarios y beneficiarios tienen voz activa en la planificación de actividades recreativas y terapéuticas. Sin embargo, Martín (1999) menciona que: “los desafíos surgen en la comunicación cuando no se logran acuerdos claros entre los actores, especialmente en contextos de diversidad de intereses”. (p. 138). Esta situación se refleja en las dificultades de los voluntarios nuevos para adaptarse al enfoque horizontal y en las interacciones con patrocinadores.

Para mitigar estos conflictos y fortalecer la comunicación, es imprescindible implementar capacitaciones centradas en metodologías participativas para los nuevos miembros de la fundación. CIMAS (2010) recomienda el uso de técnicas como el sociograma para identificar y analizar las relaciones entre los actores, permitiendo una comprensión más profunda de las dinámicas internas y externas. Adicionalmente, diseñar estrategias de sensibilización dirigidas a

los patrocinadores, mostrando el impacto positivo de las actividades de la fundación, puede facilitar una mayor alineación y compromiso por parte de estos actores.

Para consolidar la red social de la fundación, es necesario diversificar las alianzas estratégicas mediante la inclusión de instituciones educativas y empresas locales. Noguera Vivo (2011) propone la creación de campañas en redes sociales para visibilizar los logros y necesidades de la organización, reforzando la participación comunitaria y ampliando su alcance. Además, la implementación de encuentros comunitarios podría integrar nuevos actores en la red, fortaleciendo los lazos entre beneficiarios, voluntarios y donantes.

En conclusión, la Fundación Payapeutas ejemplifica cómo las redes sociales pueden ser herramientas transformadoras cuando se estructuran desde la horizontalidad y la colaboración. Aunque enfrenta desafíos, sus prácticas comunicativas y participativas destacan como modelos para otras OSP. Siguiendo las recomendaciones descritas, la fundación puede continuar consolidándose como un actor clave en el bienestar emocional y social de las comunidades.

Proyección

Estrategia de Fortalecimiento Comunicativo y Organizacional Payapeutas

La Fundación Payapeutas es una Organización Social Participativa (OSP) que busca generar bienestar emocional en niños hospitalizados a través de actividades de voluntariado, recreación y acompañamiento terapéutico basado en la risa. Su estructura organizativa y comunicacional se fundamenta en la interacción entre actores internos y externos, conformando una red social colaborativa. Sin embargo, enfrenta desafíos que limitan su crecimiento y sostenibilidad, como la captación de nuevos voluntarios, la optimización de la comunicación interna y la sensibilización de donantes.

Desde el enfoque de Red Social, esta estrategia propone fortalecer la organización y mejorar la dinámica de interacción entre los diferentes actores involucrados. El análisis previo demuestra que la fundación opera bajo una estructura horizontal, lo que facilita la participación y el sentido de pertenencia, pero también genera retos en la gestión de relaciones con entidades externas y en la consolidación de sus procesos comunicativos. Para abordar estos desafíos, es fundamental identificar las fortalezas, debilidades y necesidades clave de la organización.

Entre las fortalezas de la Fundación Payapeutas se destaca su modelo de comunicación horizontal, que permite una estructura participativa donde todos los miembros tienen voz y pueden aportar al desarrollo de actividades. Además, el compromiso de los actores internos fortalece la cohesión organizativa, facilitando la ejecución de iniciativas con un impacto emocional positivo en los beneficiarios. Asimismo, la fundación cuenta con alianzas estratégicas consolidadas con hospitales y clínicas locales, lo que facilita el acceso a los beneficiarios y garantiza continuidad en los programas de intervención. Su capacidad de adaptación también es

una ventaja significativa, ya que permite incorporar nuevas estrategias que mejoren el acompañamiento terapéutico.

No obstante, la organización enfrenta debilidades que afectan su sostenibilidad. La falta de financiamiento estable limita la expansión de sus actividades, dificultando la adquisición de recursos y la ampliación de programas. La alta rotación de voluntarios compromete la continuidad de las iniciativas, afectando la consolidación de procesos organizativos y comunicacionales. Además, la baja visibilidad en medios digitales restringe la capacidad de sensibilización y expansión, lo que reduce el alcance del mensaje de la fundación. A esto se suman dificultades en la comunicación externa, especialmente en la interacción con potenciales donantes y colaboradores estratégicos. La ausencia de protocolos formales también genera complicaciones en la planificación de actividades y toma de decisiones.

A partir de este diagnóstico, se han identificado necesidades clave para el fortalecimiento organizativo y comunicacional de la Fundación Payapeutas. Es fundamental mejorar la gestión de recursos financieros mediante alianzas estratégicas y campañas de recaudación de fondos. También se requiere fortalecer la comunicación interna y externa mediante protocolos estructurados y estrategias digitales que aumenten la visibilidad de la organización. La implementación de programas de formación para voluntarios es otro aspecto prioritario, ya que ayudará a mejorar la integración y disminuir la rotación. Por último, la estructuración de una red más sólida de aliados estratégicos y la optimización de la toma de decisiones contribuirán a consolidar el impacto de la fundación en la comunidad.

La presente estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional de la Fundación Payapeutas se fundamenta en la necesidad de optimizar las dinámicas relacionales y comunicativas dentro de la organización, garantizando un mayor impacto comunitario y

sostenibilidad a largo plazo. A través del enfoque de Red Social, es posible analizar cómo la interacción entre actores internos y externos influye en el funcionamiento y evolución de la fundación, permitiendo identificar áreas clave de mejora.

Según Noguera Vivo (2011): “las redes sociales no solo cumplen una función instrumental en la conexión de individuos, sino que también refuerzan el sentido de pertenencia y colaboración dentro de un sistema social estructurado”. (p. 8). En este sentido, la Fundación Payapeutas opera bajo un esquema de comunicación horizontal, donde la interacción entre voluntarios, beneficiarios y hospitales aliados contribuye a la consolidación de vínculos comunitarios. No obstante, es necesario fortalecer la articulación de estos actores para garantizar una comunicación efectiva que permita coordinar acciones y optimizar recursos.

El concepto de comunicación participativa, planteado por Beltrán (1979) resalta la importancia de la horizontalidad en los procesos comunicativos dentro de organizaciones sociales. El autor sostiene que “un modelo de comunicación horizontal evita la imposición de discursos unilaterales y fomenta el intercambio equitativo de información, permitiendo una mayor apropiación de los mensajes por parte de los actores involucrados” (Beltrán, 1979 p. 6). En Payapeutas, esta dinámica comunicativa es central, pero enfrenta desafíos relacionados con la falta de protocolos formales y la ausencia de canales digitales eficientes que favorezcan la interacción entre voluntarios y aliados estratégicos.

Asimismo, Villasante y Gutiérrez (2007), argumentan que: “las redes sociales organizadas como conjuntos de acción favorecen la toma de decisiones colectivas y la generación de estrategias adaptativas en tiempos de complejidad social”. (p. 125). La Fundación Payapeutas, como red social participativa, puede beneficiarse de metodologías como el sociograma, recomendado por CIMAS (2010), para identificar puntos de mejora en la gestión de

sus relaciones internas y externas. Implementar herramientas de visualización de redes permitirá comprender mejor la estructura organizativa y optimizar los flujos de comunicación.

En términos de fortalecimiento organizativo, Martín (1999), enfatiza que: “las tensiones dentro de redes sociales surgen por la falta de alineación entre los intereses de los distintos actores, lo que puede generar conflictos en la toma de decisiones y en la distribución de recursos”. (p. 132). En el caso de Payapeutas, la escasez de voluntarios comprometidos y la limitada disponibilidad de recursos financieros representan barreras que dificultan el desarrollo de sus actividades. Por ello, es fundamental consolidar alianzas estratégicas con instituciones educativas y empresas privadas, tal como lo propone Fresno, Paunero y Marqués (2014), quienes afirman que: “las redes sociales pueden convertirse en mecanismos de empoderamiento colectivo cuando se estructuran sobre principios de confianza y reciprocidad”. (p. 27).

Además de los retos internos, la comunicación externa de la fundación necesita ser optimizada para aumentar su alcance y capacidad de movilización social. Gallego (2016), sostiene que: “las redes sociales digitales facilitan la difusión de información y el fortalecimiento de la identidad organizacional, pero requieren una gestión estratégica para evitar la fragmentación de mensajes y la pérdida de cohesión comunicativa”. (p. 35). Actualmente, Payapeutas enfrenta dificultades en la visibilización de su impacto debido a una presencia digital limitada, lo que impide atraer nuevos colaboradores y patrocinadores. La aplicación de estrategias como el storytelling digital, combinada con campañas de sensibilización en redes sociales, puede contribuir a posicionar la fundación como un referente en el ámbito del bienestar emocional y la solidaridad comunitaria.

La presente estrategia se fundamenta en la necesidad de consolidar protocolos organizativos y comunicacionales que permitan mejorar la interacción dentro de la fundación y

con sus aliados estratégicos. Implementar metodologías participativas garantizará una mayor integración de los voluntarios en los procesos de toma de decisiones, fortaleciendo la cohesión interna y el sentido de pertenencia. Como señala Chadi de Yorio (2007), las redes en el trabajo social deben estructurarse sobre vínculos que combinen el compromiso afectivo con la acción transformadora.

El Objetivo de la estrategia es Fortalecer la estructura organizativa y comunicacional de la Fundación Payapeutas mediante el enfoque de red social, promoviendo la participación activa, la comunicación horizontal y la consolidación de alianzas estratégicas para optimizar su impacto comunitario y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

En este sentido para responder a las necesidades, se plantea una estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional basada en cuatro fases interconectadas. La primera fase, Diagnóstico y Sensibilización, permitirá comprender el estado actual de la comunicación organizacional y establecer una base sólida para la estrategia. Se aplicará un sociograma organizacional para identificar las dinámicas de comunicación dentro de la fundación (Noguera Vivo, 2011), se realizarán entrevistas con voluntarios, fundadoras y beneficiarios para evaluar la percepción de las relaciones internas y externas (Martín, 1999), y se analizarán las redes sociales digitales y su impacto en la difusión de la misión de la fundación (Gallego, 2016).

La segunda fase, Capacitación y Desarrollo Organizativo, se enfocará en la formación y desarrollo de los actores internos. Se implementarán talleres de capacitación en comunicación participativa, con base en las metodologías propuestas por CIMAS (2010), se establecerá un protocolo de comunicación interna, promoviendo la horizontalidad y la equidad en la toma de decisiones (Beltrán, 1979), y se capacitará a los voluntarios en el uso estratégico de medios

digitales, con el propósito de fortalecer la presencia de la fundación en redes sociales (Fresno et al., 2014).

La tercera fase, Expansión y Alianzas Estratégicas, permitirá ampliar la red de colaboración y fortalecer los lazos con actores estratégicos. Se gestionará la creación de vínculos con universidades y empresas privadas, incentivando el voluntariado corporativo y académico (Villasante & Gutiérrez, 2007), se promoverán campañas de sensibilización con el fin de atraer más colaboradores y fortalecer la red de apoyo comunitario (Chadi de Yorio, 2007), y se diseñará un plan de comunicación digital, basado en estrategias de narración de impacto (storytelling), para aumentar la visibilidad de la fundación (Gallego, 2016).

Finalmente, la cuarta fase, Evaluación y Ajuste Estratégico, garantizará la efectividad de la estrategia y permitirá realizar mejoras continuas. Se aplicarán metodologías de evaluación participativa para analizar el impacto de la estrategia en la fundación, se identificarán áreas de mejora y posibles ajustes con el fin de garantizar la sostenibilidad del modelo organizativo y comunicacional, y se elaborará un informe final con recomendaciones, basado en la experiencia de implementación (Martín, 1999).

Tabla 6*Cronograma de Aplicación de la Estrategia*

Actividad	Descripción	Responsables	Tiempo de ejecución	Recursos necesarios
Diagnóstico Participativo	Evaluación de fortalezas y debilidades mediante entrevistas y observación.	Equipo de investigación de la fundación.	2 semanas	Material de registro, formularios.
Capacitación en Comunicación Interna	Talleres sobre estrategias de comunicación participativa y horizontal	Voluntarios, fundadoras y aliados estratégicos	3 semanas	Espacio físico, material didáctico
Optimización de Canales de Comunicación	Creación de un protocolo de comunicación y mejora de redes sociales.	Coordinadores de la fundación y expertos en comunicación	4 semanas	Plataformas digitales, asesoría técnica
Desarrollo de Alianzas Estratégicas	Establecimiento de convenios con instituciones educativas y empresas.	Directivos de la fundación y equipo de gestión.	6 semanas	Contactos institucionales, reuniones
Implementación de Estrategias Digitales	Lanzamiento de campaña de sensibilización y visibilización	Equipo de comunicaciones y voluntarios	5 semanas	Redes sociales, producción audiovisual

Nota. Elaboración propia.

La implementación de esta estrategia sigue una metodología participativa basada en el enfoque de Red Social, lo que garantiza la integración de todos los actores clave dentro de la Fundación Payapeutas. Este proceso se desarrollará en cuatro fases interconectadas que permitirán fortalecer la organización y optimizar la comunicación, asegurando la sostenibilidad y el crecimiento de la fundación.

La primera fase, Diagnóstico y Sensibilización, permitirá establecer un diagnóstico detallado sobre la estructura organizativa y las áreas de mejora. Para ello, se aplicará un

sociograma organizacional con el fin de identificar las dinámicas de comunicación dentro de la fundación (Noguera Vivo, 2011). Además, se realizarán entrevistas con voluntarios, fundadoras y beneficiarios para evaluar la percepción de las relaciones internas y externas (Martín, 1999), lo que facilitará la identificación de fortalezas y desafíos en la interacción entre los actores.

Asimismo, se analizarán las redes sociales digitales y su impacto en la difusión de la misión de la fundación (Gallego, 2016), permitiendo conocer el nivel de visibilidad y alcance de la organización en el entorno digital.

Una vez identificado el estado de la comunicación interna y externa, se procederá con la Fase de Capacitación y Desarrollo Organizativo, enfocada en la formación y fortalecimiento de los actores internos. En esta etapa, se realizarán talleres de formación en comunicación participativa, tomando en cuenta las metodologías propuestas por CIMAS (2010), con el objetivo de mejorar la interacción y el trabajo colaborativo dentro de la fundación. También se establecerá un protocolo de comunicación interna, basado en la horizontalidad y la equidad en la toma de decisiones (Beltrán, 1979), lo que permitirá una mejor estructuración de los procesos organizativos. Adicionalmente, se capacitará a los voluntarios en el uso estratégico de medios digitales, con el propósito de fortalecer la presencia de la fundación en redes sociales y mejorar la difusión de sus actividades (Fresno et al., 2014). La capacitación garantizará una mejor coordinación y cohesión dentro de la organización, permitiendo mayor eficiencia en la comunicación y la gestión de recursos.

Con una estructura organizativa más sólida, se avanzará hacia la Fase de Expansión y Alianzas Estratégicas, en la cual se buscará ampliar la red de colaboración y fortalecer los lazos con actores estratégicos. Para ello, se gestionará la creación de vínculos con universidades y empresas privadas, promoviendo el voluntariado corporativo y académico como una estrategia

para diversificar el apoyo a la fundación (Villasante & Gutiérrez, 2007). Asimismo, se promoverán campañas de sensibilización, con el fin de atraer más colaboradores y fortalecer la red de apoyo comunitario (Chadi de Yorio, 2007), lo que permitirá consolidar la participación de nuevos actores en la misión de la organización. Finalmente, se diseñará un plan de comunicación digital, basado en estrategias de narración de impacto (storytelling), para aumentar la visibilidad de la fundación y generar mayor conexión con potenciales donantes y aliados estratégicos (Gallego, 2016). Esta fase permitirá que Payapeutas amplíe su alcance y afiance su sostenibilidad a través de alianzas estratégicas que refuercen su impacto social.

Para garantizar la efectividad de la estrategia y realizar mejoras continuas, se implementará la Fase de Evaluación y Ajuste Estratégico, en la cual se aplicarán metodologías de evaluación participativa para analizar el impacto de la estrategia en la fundación. A partir de los resultados obtenidos, se identificarán áreas de mejora y posibles ajustes, con el fin de garantizar la sostenibilidad del modelo organizativo y comunicacional. Finalmente, se elaborará un informe final con recomendaciones, basado en la experiencia de implementación y en los hallazgos obtenidos durante el proceso (Martín, 1999). La evaluación permitirá la adaptación de la estrategia a las necesidades emergentes de la fundación, asegurando su éxito a largo plazo y fortaleciendo su capacidad de respuesta ante nuevos desafíos.

Es por esto por lo que la aplicación de esta estrategia permitirá consolidar la Fundación Payapeutas como una red social participativa, optimizando su comunicación interna y externa, fortaleciendo su estructura organizativa y ampliando su impacto en la comunidad. A través de metodologías como el sociograma organizacional, el storytelling digital y la optimización de alianzas estratégicas, se garantizará el crecimiento sostenible de la fundación, alineando sus

objetivos con dinámicas colaborativas que refuercen su misión y contribuyan al bienestar de los niños hospitalizados.

Conclusiones

La Fundación Payapeutas ha demostrado que la comunicación horizontal y la organización en red son fundamentales para consolidar su impacto. La interacción entre voluntarios, beneficiarios y aliados estratégicos permite fortalecer los vínculos comunitarios y mejorar la gestión organizativa.

A pesar de su impacto positivo, la fundación enfrenta dificultades relacionadas con la falta de financiamiento y la alta rotación de voluntarios. La implementación de estrategias para garantizar la estabilidad de recursos y mejorar la participación activa es crucial para su crecimiento.

La integración de metodologías de comunicación participativa ha permitido que cada actor tenga voz en la toma de decisiones, fortaleciendo el sentido de pertenencia dentro de la organización. Esto evidencia que la gestión colaborativa es clave para la evolución de la fundación.

Para consolidar su impacto, la fundación debe optimizar sus redes de apoyo mediante alianzas estratégicas y campañas de sensibilización. Además, fortalecer su presencia digital a través del storytelling y narrativas transmedia permitirá ampliar su alcance y mejorar la captación de colaboradores y donantes.

Referencias Bibliográficas

- Beltrán, L. (1979). La comunicación horizontal. *Revista Comunicación y Sociedad. Revista Comunicación y Sociedad* , 6, 5-35.
- Chadi de Yorio, M. R. (2007). *Redes sociales en el trabajo social*. Espacio Editorial.
- CIMAS. (1999). *Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible*.
- Fresno, M. D. (2014). *Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos*.
- Gallego, S. (2016). *Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI*.
- Hein, K. A. (2013). Aproximación al análisis cualitativo de redes sociales. Experiencias en el estudio de redes personales mediante Ego.Net.QF. . *Revista hispana para el analisis de redes sociales* , 24.
- Martín, P. (1999). *El Sociograma como instrumento que desvela la complejidad*.
- Noguera Vivo, J. M. (2011). *Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online*.
- Villasante, T. &. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. *Política y Sociedad*, 44, 125-140.
- Villasante, T. (2015). *La socio praxis, un acoplamiento de metodologías participativas*. Dextra Editorial.

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención

Tunja, febrero 25 del 2024

Señores
Fundación Payapeutas
Atn. Representante Legal

Cordial saludo,

Mi nombre es Monica Yarithza Ruiz Gamba identificado(a) con C.C. **1049656583** del municipio de Tunja- Boyacá, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad-portas de recibir el título de Comunicador Social.

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



Monica Ruiz Gamba
Cel. 3193812491
E-mail: myruizgam@unadvirtual.edu.co

Apéndice B

Carta de Aprobación



Tunja, 04 de marzo 2025

Mónica Yarithza Ruiz Gamba

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Asunto: Respuesta a solicitud de trabajo académico con la Fundación Payapeutas

Estimada Mónica Ruiz Gamba

Reciba un cordial saludo.

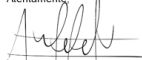
Agradecemos su interés en desarrollar su trabajo de grado con la Fundación Payapeutas y en contribuir al fortalecimiento de nuestras dinámicas comunicativas. Nos complace conocer su iniciativa y la propuesta académica que plantea en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

En este sentido, le confirmamos nuestra disposición para colaborar con usted en este proceso durante los próximos cuatro (4) meses. Entendemos que su labor investigativa y de análisis nos brindará una oportunidad valiosa para reflexionar sobre nuestras estrategias comunicativas y, si resulta viable, considerar la implementación de las acciones propuestas.

Quedamos atentas para coordinar los detalles necesarios y definir los lineamientos de trabajo. Puede comunicarse con nosotras para programar una reunión inicial en la que establezcamos los acuerdos correspondientes.

Le reiteramos nuestro agradecimiento y quedamos atentos a su respuesta.

Atentamente,



Andrea Carolina Cábria Mateus, Psicóloga Integral
Fundación Payapeutas

Cel: 3146710382

fundacionpayapeutas@gmail.com

Apéndice C

Preguntas Entrevista Inicial

- ¿En que consiste el proyecto de la fundación?
- ¿Por qué aceptaron la invitación a participar en este proyecto?

Apéndice D

Enlace Entrevista Inicial

<https://drive.google.com/file/d/1XZECsVOs8mxoKo2KazQAbIxVP2zdlRgG/view?usp=sharing>

Apéndice E

Preguntas Cualitativas

Red social:

- ¿Qué estrategias utilizan para construir y fortalecer las redes sociales dentro de la fundación y con las instituciones aliadas?
- ¿Cómo perciben la interacción entre los voluntarios y los beneficiarios dentro de sus redes sociales?
- ¿Qué papel juegan las alianzas con hospitales y clínicas locales en el desarrollo y sostenibilidad de su red social?

Comunicación participativa:

- ¿Qué métodos emplean para garantizar que todos los integrantes de la fundación participen activamente en la toma de decisiones?
- ¿Cómo integran las opiniones y experiencias de los beneficiarios en el diseño de sus actividades y terapias?
- ¿De qué manera gestionan la comunicación interna y externa para mantener una colaboración efectiva dentro y fuera de la fundación?

Comunidad:

- ¿Qué impacto consideran que tienen sus actividades en la comunidad local de Tunja?
- ¿Cómo se adaptan a las necesidades específicas de los niños y sus familias dentro de la comunidad que atienden?
- ¿Qué desafíos enfrentan para consolidar su rol como una organización clave en el fortalecimiento de la comunidad local?

Apéndice F

Enlace Entrevista Cualitativa

https://youtu.be/7m1YjVTBnck?si=PKRGxdXL_VrafiAW

Apéndice G

Registro fotográfico



Fuente: Foto original

Apéndice H

Enlace Vídeo de Socialización

https://youtu.be/DYoU_5pK-FA