

Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional para la Fundación Social LR
Producciones de Valledupar desde las Redes Sociales

Leison Abel Rodríguez Torrado

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Comunicación Social

2025

Resumen

El presente informe expone el proceso de investigación–acción desarrollada en la Fundación Social LR Producciones, una Organización Social de Participación ubicada en Valledupar, que desde su quehacer audiovisual impulsa procesos comunitarios, culturales y educativos. A través de un enfoque metodológico participativo, se identificaron fortalezas, desafíos y oportunidades en sus dinámicas comunicacionales y organizativas, reconociendo su rol estratégico como agente de transformación social desde la comunicación popular.

El ejercicio permitió diseñar una estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional basada en la construcción colectiva, el trabajo en red y la apropiación tecnológica, que potencie su sostenibilidad e impacto territorial. Mediante el uso de herramientas como el sociograma, el gráfico de conjuntos de acción, la matriz de posicionamiento y la matriz comparativa, se analizaron las relaciones internas y externas de la OSP, formulando acciones concretas orientadas a mejorar la comunicación, las alianzas interinstitucionales, la gestión del conocimiento y la participación comunitaria.

Palabras Clave: Comunicación participativa, Redes sociales, Fortalecimiento organizacional, Audiovisual comunitario, Sostenibilidad.

Abstract

This report presents the action-research process carried out at the Fundación Social LR Producciones, a Social Participation Organization based in Valledupar that promotes community, cultural, and educational initiatives through its audiovisual work. Through a participatory methodological approach, strengths, challenges, and opportunities were identified within its communicative and organizational dynamics, recognizing its strategic role as a social transformation agent through popular communication.

The process led to the design of an organizational and communicational strengthening strategy based on collective construction, networked collaboration, and technological appropriation, aiming to enhance the organization's sustainability and territorial impact. Using tools such as the sociogram, the action set diagram, the positioning matrix, and the comparative matrix, the internal and external relationships of the organization were analyzed, resulting in concrete actions focused on improving communication, inter-institutional alliances, knowledge management, and community participation.

Keywords: Participatory communication, Social networks, Organizational strengthening, Community audiovisual, Sustainability

Tabla de Contenido

Introducción	8
Aprestamiento	10
Justificación de la OSP	12
Conceptualización	15
Informe de Identificación	16
Implicación	19
Informe Sociopraxico	19
Construcción.....	24
Informe de Investigación	28
Proyección.....	32
Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional.....	32
Conclusiones	36
Referencias Bibliográficas	38

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Identificación General</i>	10
Tabla 2 <i>Ficha Descriptiva</i>	15
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	19
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	26
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	27

Lista de Figuras

Figura 1 *Sociograma* 24

Figura 2 *Conjuntos de Acción* 25

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Solicitud a la OSP</i>	40
Apéndice B <i>Carta de Aprobación de la OSP</i>	41
Apéndice C <i>Preguntas Entrevista Inicial</i>	42
Apéndice D <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	43
Apéndice E <i>Preguntas Cualitativas</i>	44
Apéndice F <i>Enlace Entrevista Cualitativa</i>	45
Apéndice G <i>Registro Fotográfico</i>	46
Apéndice H <i>Enlace Video de Socialización</i>	48

Introducción

El presente documento da cuenta del proceso investigativo desarrollado en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, en el cual tuve la oportunidad de articular la teoría con la práctica mediante una experiencia de Investigación-Acción en la Fundación Social LR Producciones, una Organización Social de Participación (OSP) ubicada en la ciudad de Valledupar. Esta organización, con una trayectoria significativa en el campo del audiovisual comunitario, ha logrado consolidarse como un escenario de formación, creación y expresión de diversas comunidades, especialmente aquellas que históricamente han sido marginadas de los grandes medios de comunicación.

Como estudiante de Comunicación Social, esta experiencia tuvo un significado particular, no solo por el vínculo personal y profesional que me une a la Fundación, sino también por el potencial transformador que identifiqué en sus prácticas comunicativas. LR Producciones ha construido a lo largo del tiempo una red de relaciones basada en la participación, el reconocimiento de saberes locales y la producción colaborativa de contenidos, lo que la convierte en un agente estratégico de transformación desde la comunicación popular. En palabras de Martín-Barbero (1999), la comunicación comunitaria no se limita a la transmisión de mensajes, sino que representa un proceso cultural en el que los actores construyen sentido y memoria colectiva, premisa que atraviesa cada una de las acciones de esta organización.

Durante el desarrollo del ejercicio socio-práxico, se implementaron herramientas como el sociograma, el gráfico de conjuntos de acción, la matriz de posicionamiento y la matriz comparativa, que permitieron analizar en profundidad las dinámicas comunicativas internas y externas, los vínculos organizacionales, las tensiones existentes y las oportunidades de fortalecimiento. Esta fase de análisis estuvo mediada por un enfoque participativo, en donde los

actores de la Fundación no fueron solo objeto de estudio, sino coprotagonistas en la construcción del conocimiento.

Más allá de cumplir con un propósito académico, esta experiencia me permitió comprender la importancia de pensar las OSP desde el enfoque de redes, reconociendo que el fortalecimiento institucional no solo depende de recursos económicos o logísticos, sino de la calidad de los vínculos, la claridad en los roles y la capacidad de generar comunicación transformadora. El trabajo realizado se orientó a diseñar una estrategia organizativa y comunicacional que potencie la sostenibilidad de la Fundación, mejore sus procesos internos y amplíe su capacidad de incidencia territorial, partiendo siempre de los principios de participación, horizontalidad y apropiación tecnológica.

En síntesis, este documento presenta no solo los hallazgos del proceso investigativo, sino también una reflexión crítica sobre el papel de la comunicación en el fortalecimiento del tejido social. Desde una mirada situada, comprometida y crítica, se visibiliza cómo las organizaciones como LR Producciones constituyen espacios fundamentales para la construcción de ciudadanía, memoria e identidad, en contextos marcados por la desigualdad y la exclusión mediática.

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
Fundación Social LR Producciones	Organización sin ánimo de lucro ubicada en Valledupar, que articula la producción audiovisual con procesos de formación y empoderamiento comunitario. Utiliza metodologías de Investigación Acción Participativa (IAP) para generar contenidos que respondan a las necesidades y problemáticas sociales de las comunidades. Su enfoque se centra en la construcción de narrativas locales, la memoria colectiva y el fortalecimiento de la identidad cultural a través del lenguaje audiovisual.	Se seleccionó por su articulación directa con los postulados de la comunicación participativa, entendida como una herramienta de transformación y diálogo social (Freire, 1970; Martín-Barbero, 2003). La fundación no solo crea contenido, sino que forma sujetos activos en la producción de sus propios relatos, lo que permite aplicar modelos de redes sociales de comunicación y pedagogías liberadoras.	Fortalecimiento de la comunicación popular a través de plataformas digitales. - Alianzas estratégicas con colectivos y medios comunitarios. - Formación en narrativas transmedia para líderes sociales. - Visibilización de causas sociales desde la estética audiovisual participativa (Kaplún, 1998).	- Recursos tecnológicos limitados. - Dificultades para la sostenibilidad económica de los procesos. - Brechas digitales en comunidades rurales. - Tensiones internas en la toma de decisiones por falta de claridad en funciones
Fundación	Organización	Fue	- Diseño de	- Escasez de recursos

Amigos del Caribe	cultural que promueve la identidad y el patrimonio caribeño a través de eventos, formación artística y actividades comunitarias. Su acción está centrada en procesos de sensibilización y creación cultural desde la comunidad.	seleccionada por su interés en fortalecer sus capacidades comunicativas y ampliar el alcance de su labor cultural a través de medios digitales. Su potencial para integrarse en redes culturales y educativas ofrece una oportunidad valiosa para el análisis de la dimensión comunicativa comunitaria.	campañas culturales participativas. - Integración de medios digitales para la promoción del patrimonio cultural. - Proyectos colaborativos con colectivos de arte local.	para producción digital. - Falta de formación en gestión comunicativa. - Sostenibilidad limitada de procesos autogestionados.
Junta de Acción Comunal del Barrio Mareigua	Organización comunitaria que representa los intereses del barrio Mareigua en Valledupar. Lidera procesos de planificación, desarrollo local y participación ciudadana, y actúa como canal de comunicación entre habitantes y entidades gubernamentales.	Fue seleccionada por su potencial de apropiación de herramientas de comunicación comunitaria para fortalecer la participación social, la autogestión y la incidencia política desde la base.	- Uso de redes sociales para fomentar la participación barrial. - Capacitaciones en comunicación organizacional y comunitaria. - Creación de canales informativos barriales (boletines, podcast, etc.).	- Dificultades en el uso de tecnologías por parte de adultos mayores. - Resistencia a innovaciones digitales en contextos tradicionales. - Limitaciones económicas para sostener procesos comunicativos.

Fuente. La información recolectada y suministrada por los diferentes directores de las emisoras.

Justificación de la OSP

La Fundación Social LR Producciones fue seleccionada como Organización Social de Práctica (OSP) debido a su significativa labor en el fortalecimiento del tejido social a través de la comunicación comunitaria, con énfasis en las herramientas audiovisuales y digitales. Esta organización representa una apuesta transformadora por una comunicación más incluyente, participativa y con enfoque territorial, lo cual resulta especialmente pertinente en contextos como el de Valledupar y sus zonas rurales, donde históricamente ha existido una brecha en el acceso a los medios de producción y difusión de contenidos.

De acuerdo con Gámez (2025): “nuestro trabajo busca dar voz a las comunidades a través de producciones que reflejen su identidad y realidades sociales”. Esta afirmación permite comprender que el accionar de la fundación no se limita a la producción técnica de contenidos, sino que propone una práctica comunicativa orientada a la construcción de ciudadanía y al fortalecimiento de las narrativas propias de los territorios. Desde esta perspectiva, la comunicación es entendida como un derecho y una herramienta para el empoderamiento colectivo.

Este enfoque se encuentra estrechamente alineado con el modelo de comunicación horizontal planteado por Villasante (2010), quien argumenta que: “las redes sociales y la comunicación participativa son herramientas clave para el empoderamiento comunitario y la construcción de redes sociales de comunicación”. (p. 23). En este sentido, LR Producciones no solo produce contenidos, sino que impulsa procesos de formación y acompañamiento, permitiendo que los mismos miembros de las comunidades se conviertan en gestores de su discurso mediático. Esta acción propicia un proceso de autorrepresentación fundamental para la

afirmación de las identidades locales y para la visibilización de problemáticas sociales ignoradas por los medios tradicionales.

La fundación ha generado espacios de aprendizaje y creación colectiva a través de talleres, documentales, campañas comunicacionales, y cobertura de eventos comunitarios, logrando involucrar activamente a jóvenes, mujeres, líderes sociales y otros actores comunitarios. Esta metodología participativa no solo democratiza la comunicación, sino que también fortalece la cohesión social y el sentido de pertenencia, elementos fundamentales para la transformación social.

Asimismo, la elección de esta OSP responde a la necesidad de analizar experiencias que ejemplifiquen el ejercicio profesional de la comunicación con responsabilidad social, ética y enfoque diferencial. LR Producciones se convierte, así, en un escenario idóneo para aplicar los conocimientos adquiridos en el diplomado, observando cómo la comunicación puede operar como herramienta de inclusión, desarrollo y construcción de paz.

La Fundación Social LR Producciones fue seleccionada debido a su importante rol en la promoción de la comunicación comunitaria a través de estrategias audiovisuales y digitales. Según Gámez (2025): “nuestro trabajo busca dar voz a las comunidades a través de producciones que reflejen su identidad y realidades sociales”.

Este enfoque se alinea con el modelo de comunicación horizontal planteado por Villasante (2010), quien argumenta que “las redes sociales y la comunicación participativa son herramientas clave para el empoderamiento comunitario y la construcción de redes sociales de comunicación”. (p. 23).

Además, la fundación ha trabajado con diversas comunidades en Valledupar y zonas rurales, promoviendo el acceso a medios digitales y la capacitación en producción audiovisual.

Esto permite que los miembros de la comunidad sean protagonistas en la construcción de su propio discurso mediático, fortaleciendo su identidad y promoviendo la transformación social.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha Descriptiva

Aspecto	Descripción Argumentada
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	La Fundación Social LR Producciones desarrolla su labor a través de la producción audiovisual con enfoque comunitario, entendida como una práctica comunicacional orientada a visibilizar las voces y realidades locales (Kaplún, 1998). Su objetivo es generar contenido de impacto social, fortalecer la identidad cultural y promover la educación a través de medios digitales. Este accionar responde a los principios de la comunicación para el cambio social, donde la producción de contenidos no se limita a lo técnico.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	La Fundación busca democratizar el acceso a la información y brindar herramientas de comunicación a sectores históricamente marginados. Entre sus objetivos están la capacitación en medios digitales, la difusión de contenido cultural y social, y el empoderamiento de comunidades a través del uso de herramientas audiovisuales. Esta misión se alinea con la pedagogía crítica de Freire (1970), quien plantea que la comunicación debe ser un proceso liberador y bidireccional.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	Las reuniones son quincenales y se enfocan en planear estrategias de comunicación, coordinar proyectos y evaluar impactos. Se caracterizan por su participación horizontal, promoviendo el trabajo colaborativo, la innovación y el aprendizaje colectivo, en concordancia con los principios de la comunicación participativa descritos por Villasante (2010).
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	La fundación está integrada por comunicadores, líderes comunitarios, educadores y jóvenes creadores. Su nivel profesional incluye experiencia en producción audiovisual, marketing digital y gestión de proyectos sociales. Institucionalmente, trabaja en red con entidades educativas, medios aliados y organismos gubernamentales, promoviendo relaciones interinstitucionales para fortalecer la comunicación comunitaria (UNESCO, 2014).
Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial).	La Fundación cuenta con 12 miembros activos y su cobertura territorial incluye Valledupar y municipios aledaños del departamento del Cesar. Esta presencia local favorece una comunicación contextualizada y situada, tal como lo plantea Martín-Barbero (2003), centrada en las mediaciones culturales del territorio.
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	Cuenta con un representante legal, un director de proyectos, un equipo de producción, un coordinador de formación y voluntarios. La estructura organizativa permite una gestión participativa, donde las responsabilidades se distribuyen para garantizar eficiencia sin perder el enfoque comunitario.

Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	Los vínculos internos están marcados por la confianza, el afecto, la colaboración y el sentido de pertenencia. Estas relaciones reflejan lo que Wenger, E (1998), denomina comunidades de práctica, donde el conocimiento se construye de manera colectiva a partir de la experiencia compartida.
Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OSP.	Internamente, la participación se da en la planificación, producción y procesos formativos. Externamente, se articula mediante alianzas con instituciones educativas y comunitarias, difusión en redes sociales y actividades de campo. Esta doble dimensión fortalece la proyección territorial de sus acciones (Servaes, 2008).
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	La comunicación interna involucra al equipo de producción, la dirección y voluntarios. Se emplean reuniones presenciales, mensajería instantánea y documentos compartidos en línea. Esta multicanalidad mejora la gestión colaborativa de los proyectos.
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	Externamente, se comunican con comunidades, instituciones y medios aliados mediante publicaciones en redes sociales, eventos de difusión y transmisiones digitales. Esto responde al modelo de comunicación alternativa propuesto por Barranquero (2017), enfocado en el empoderamiento desde la base.
Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.	Entre sus planes se destaca el fortalecimiento de la producción educativa digital. Tiene como meta capacitar a 100 jóvenes en herramientas audiovisuales. Actualmente desarrolla una plataforma de contenidos comunitarios con enfoque territorial.
Logros de proyectos exitosos.	La fundación ha producido piezas audiovisuales que han impactado positivamente en procesos de formación, alcanzando comunidades rurales y urbanas. También ha contribuido a la capacitación de actores comunitarios como agentes comunicativos de cambio.
Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.	Enfrentan desafíos estructurales como escasez de recursos, dificultades tecnológicas y dependencia de financiación externa. Estas barreras son comunes en organizaciones sociales, lo cual requiere estrategias de sostenibilidad y redes solidarias (Reason & Bradbury, 2001).
Otros aspectos para comentar.	LR Producciones no solo genera contenido, sino procesos de diálogo, formación y transformación social. Su enfoque en educación popular, inclusión digital y participación la posiciona como una experiencia ejemplar de comunicación popular en el Caribe colombiano.

Fuente. Información recolectada en la OSP y suministrada por el representante legal de la fundación LR producciones.

Informe de Identificación

La Fundación Social LR Producciones es una organización comunitaria ubicada en la ciudad de Valledupar, que nace desde la necesidad de fortalecer la comunicación alternativa y

participativa en los sectores populares. Su principal objetivo es utilizar el lenguaje audiovisual como herramienta de transformación social, permitiendo que las comunidades se reconozcan, narren y fortalezcan su identidad cultural a través de procesos comunicativos éticos, horizontales y liberadores.

Durante la fase de aprestamiento del diplomado, se realizó un primer acercamiento a esta OSP a partir del reconocimiento de su trayectoria en la producción de contenidos con enfoque social, la participación activa de jóvenes del territorio y el compromiso con causas locales. Desde su estructura organizativa, se observa una distribución de funciones clara y operativa: cuenta con un Director General (Liceth Balmaceda), una revisora fiscal (Yocelin Gamez), una secretaria (Yoenis Balmaceda) y un productor audiovisual (Leison Rodríguez), quienes desarrollan sus roles de manera articulada y comprometida.

El proceso de observación inicial permitió identificar que LR Producciones trabaja en red con actores del sector cultural, medios de comunicación comunitarios, artistas locales y organizaciones juveniles. Su enfoque se basa en la inclusión de las voces barriales y el fortalecimiento de la comunicación desde la base, principios que se alinean con lo planteado por Freire (1970) sobre la educación como práctica de libertad y la comunicación como proceso de concientización.

Desde la etapa diagnóstica, se evidenció el interés genuino de la Fundación por ser parte activa del proceso de investigación-acción propuesto en este diplomado. La organización no solo permitió el acceso a sus dinámicas internas y externas, sino que también facilitó espacios de diálogo, entrevistas, observación participante y recolección de evidencias, demostrando apertura, disposición y sentido crítico.

Este informe de identificación permite concluir que la Fundación Social LR Producciones es un escenario fértil para el análisis comunicacional, la intervención propositiva y la implementación de estrategias que fortalezcan tanto su estructura organizativa como sus vínculos con la comunidad. Su reconocimiento como OSP válida su rol transformador en el ecosistema comunicativo de Valledupar, posicionándose como un referente en comunicación popular, audiovisual y comunitaria.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

OSP: Fundación Social LR Producciones	Actividad: Taller de producción audiovisual para jóvenes de la comunidad	Fecha: 12 de marzo de 2025
Hora inicio: 8 am	Hora finalización: 11 am	Sede de la Fundación Social LR Producciones, Valledupar
Participantes: - Coordinador del taller - Jóvenes interesados en producción audiovisual - Voluntarios y equipo técnico de la fundación		Investigador: Leison Rodríguez
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
Durante la sesión, los participantes aprendieron sobre el uso de cámaras, encuadres básicos y edición de video con herramientas digitales accesibles. Se evidenció un alto interés en la actividad, con preguntas constantes y práctica activa por parte de los asistentes. El equipo de producción de la fundación facilitó el aprendizaje mediante ejercicios dinámicos y ejemplos prácticos.	El taller resultó ser un espacio clave para la formación en comunicación digital dentro de la comunidad. Se identificó que muchos jóvenes tienen habilidades innatas para la producción audiovisual, pero carecen de acceso a equipos y formación técnica avanzada. Además, se observó que el aprendizaje colaborativo fortalece el sentido de identidad y trabajo en equipo, lo que refuerza la importancia de estos espacios.	Como investigador y comunicador social en formación, esta experiencia reafirma mi convicción sobre el impacto de la comunicación en el desarrollo comunitario. Observar el entusiasmo de los participantes y su deseo de aprender demuestra la necesidad de seguir generando estos espacios de formación. A pesar de las limitaciones tecnológicas, la creatividad y el esfuerzo de los asistentes destacan el potencial que existe en las comunidades para contar sus propias historias.

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

Informe Sociopraxico

El presente informe tiene como propósito analizar la experiencia de Sociopraxis en la recolección de información dentro de la Fundación Social LR Producciones, en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

En esta fase, se aplican dos metodologías fundamentales:

1. Entrevista cualitativa, realizada con la revisora fiscal de la fundación, Yocelin Gámez.
2. Observación participante, llevada a cabo en un taller de producción audiovisual dirigido a jóvenes de la comunidad.

Este informe expone cómo la Investigación-Acción permitió comprender la dinámica de la fundación, sus desafíos y el impacto de la comunicación participativa en la comunidad.

Desarrollo: Experiencia en la OSP

La entrevista cualitativa permitió identificar los principales desafíos y oportunidades en la comunicación de la fundación. Según Gámez (2025): “nuestro principal reto es el acceso a recursos tecnológicos, ya que limitan la producción de contenido de calidad y la expansión de nuestro impacto”.

Por otro lado, la observación participante permitió ver de cerca la interacción entre los miembros de la fundación y la comunidad. Durante el taller de producción audiovisual, se evidencia un alto interés por aprender sobre la creación de contenido digital, pero también se identifican barreras como la falta de acceso a equipos y capacitación en herramientas digitales avanzadas.

Durante la entrevista con Yocelin Gámez, revisora fiscal de la Fundación Social LR Producciones, se abordaron diversos aspectos sobre la comunicación dentro de la organización, sus desafíos y oportunidades.

Uno de los puntos clave que resaltó la entrevistada fue la importancia de la comunicación digital como medio de transformación social Según Gámez (2025):

Nuestro principal reto es el acceso a recursos tecnológicos, ya que limitan la producción de contenido de calidad y la expansión de nuestro impacto. Aunque hemos logrado crear

espacios de formación para jóvenes en producción audiovisual, aún enfrentamos limitaciones en equipos y conectividad.

Además, se discutió sobre las estrategias de comunicación interna y externa de la fundación. Se identificó que los principales canales internos de comunicación son WhatsApp y reuniones presenciales, mientras que externamente utilizan redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube para la difusión de contenido.

Otro aspecto relevante es la participación de la comunidad en los proyectos de la OSP. Se busca que los beneficiarios no solo reciban información, sino que también sean creadores de contenido. En palabras de Gámez (2025): “Nuestra meta es que las mismas comunidades puedan contar sus historias a través de producciones audiovisuales, generando contenido que refleje su identidad y necesidades”.

Observación Participante

La observación participante se llevó a cabo en un taller de producción audiovisual, donde jóvenes de la comunidad recibieron capacitación sobre el uso de cámaras, encuadres y edición de video.

Uno de los aspectos más destacables fue la alta participación de los asistentes, quienes mostraron entusiasmo y creatividad al momento de grabar sus propias entrevistas y realizar ejercicios prácticos. Sin embargo, se identificaron varios desafíos:

Falta de acceso a equipos adecuados

Aunque la fundación ha logrado gestionar algunos recursos, muchos participantes no cuentan con dispositivos propios para seguir practicando fuera del taller.

Esto limita la continuidad del aprendizaje y la posibilidad de crear contenido comunitario de manera autónoma.

Brecha digital y necesidad de formación constante

Algunos asistentes tenían conocimientos previos sobre redes sociales, pero desconocían técnicas avanzadas de producción audiovisual.

Se evidenció la necesidad de más talleres prácticos y seguimiento a los participantes para asegurar la aplicación del conocimiento adquirido.

3 Importancia del aprendizaje colaborativo

Durante la actividad, los jóvenes trabajaron en grupos de producción, donde asumieron diferentes roles (camarógrafos, entrevistadores, editores).

Esta dinámica fortaleció el sentido de comunidad y la capacidad de trabajo en equipo.

Según Villasante (2010), "las redes sociales y la comunicación participativa juegan un papel clave en la transformación social, siempre que las comunidades tengan acceso a la tecnología y formación adecuada". Esta afirmación se vio reflejada en la actividad observada, donde los jóvenes manifiestan la necesidad de más espacios de capacitación en comunicación digital.

La comunicación participativa fue clave en este proceso, ya que la metodología utilizada en el taller permitió que los participantes expresaran sus inquietudes y expectativas. Esto refuerza lo expuesto por Beltrán (1979), quien afirma que "la comunicación horizontal es la base para la construcción de una sociedad más equitativa y democrática"

La Sociopraxis en esta investigación permitió comprender que la comunicación no es solo un medio para informar, sino una herramienta de transformación social. Ser parte activa en la experiencia permitió observar que el aprendizaje colaborativo y la co-creación de contenido fortalecen el sentido de identidad y empoderamiento comunitario.

Desde el enfoque de la Investigación-Acción, se supervisa que la participación directa en la OSP ayuda a identificar problemas y generar soluciones desde la práctica. En este sentido, la fundación no solo actúa como un medio de comunicación, sino como un agente de cambio en la comunidad.

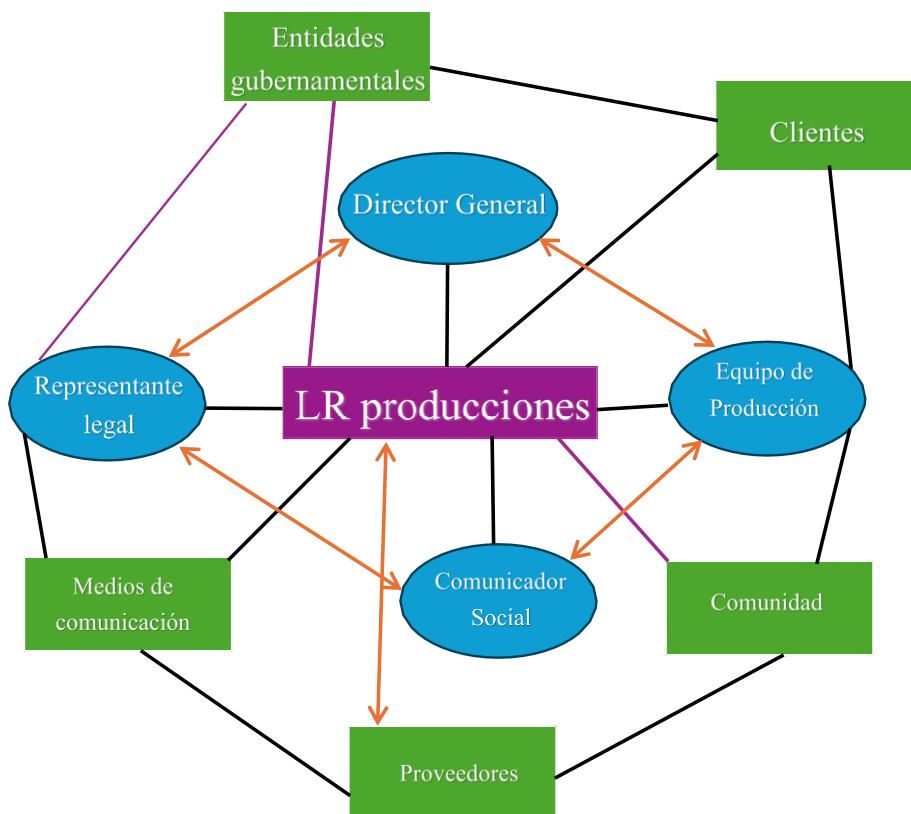
Otro aspecto relevante fue la identificación de desafíos en la sostenibilidad de estos espacios. El acceso a financiamiento y la capacitación en herramientas digitales avanzadas son elementos clave para garantizar la continuidad de estos proyectos. Como menciona Fresno et al. (2014): “las redes digitales pueden potenciar la comunicación comunitaria, pero requieren estrategias estructuradas para su aprovechamiento” (p. 5–9).

Construcción

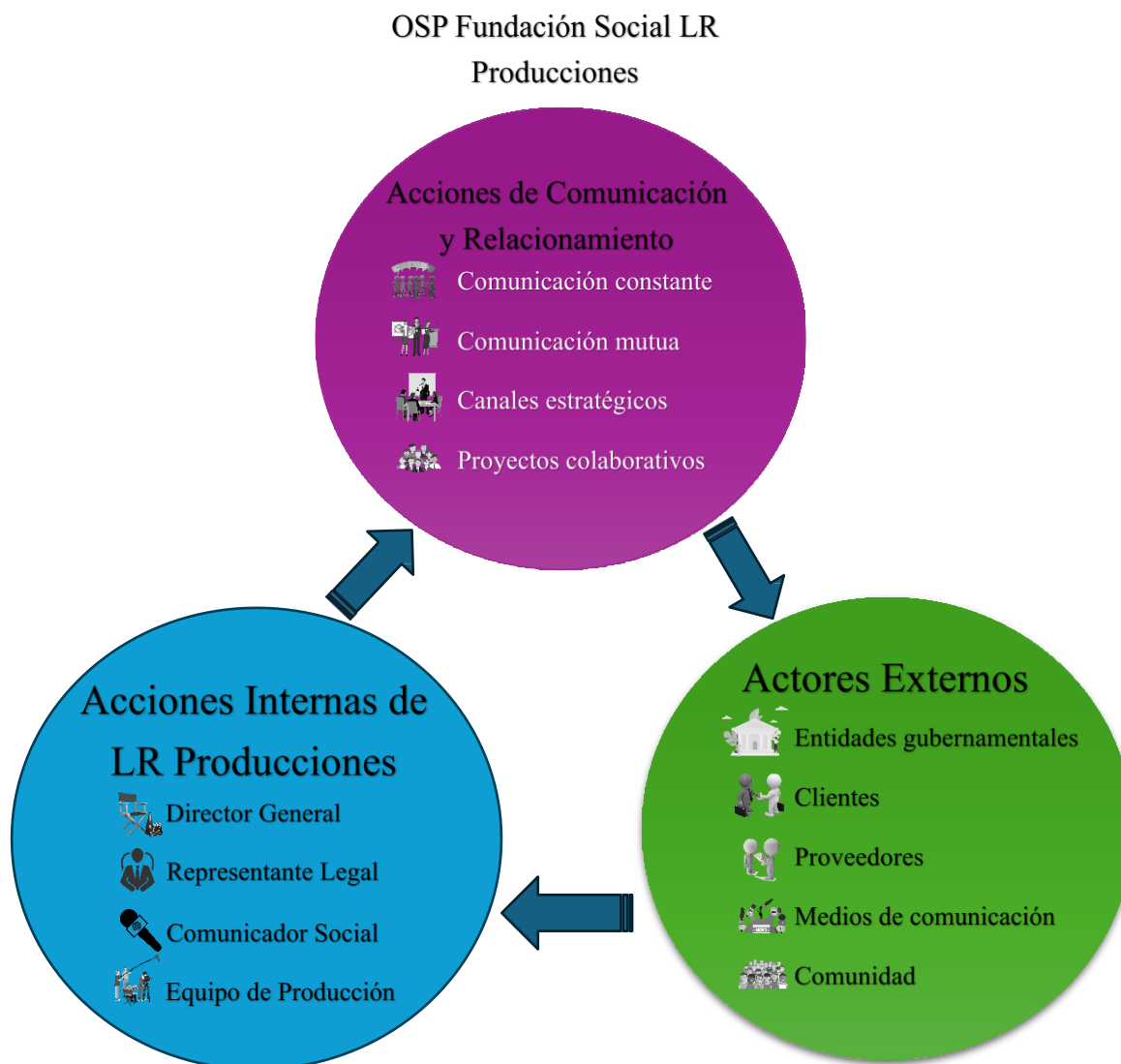
Figura 1

Sociograma

Color azul	Actores Internos
Color verde	Actores Externos
—	Comunicación constante
—	Menor comunicación
↔	Comunicación mutua



Fuente. Elaboración propia con base en observaciones de campo, 2025.

Figura 2*Conjuntos de Acción*

Fuente. Elaboración propia con base en observaciones de campo, 2025.

Tabla 4*Matriz de Posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Director General	x			
Representante Legal	x			
Equipo de Producción	x			
Comunicador Social	x			
Clientes	x			
Comunidad Cercana		x		
Entidades Gubernamentales		x		
Competencia				x
Medios de Comunicación	x			

Fuente. Elaboración propia con base a la información recolectada en la Fundación Social LR Producciones.

Tabla 5*Matriz Comparativa*

Aspectos	Fundación LR Producciones (Valledupar - Cesar)	Festival Ojo al Sancocho (Bogotá)	Corporación Nodo Sur (Cali)	Asociación Alto Yuma (Pitalito - Huila)
Fines u objetivos (Misión y Visión)	Promover el desarrollo cultural, educativo y social a través de la producción audiovisual comunitaria. Ser un referente en producción audiovisual con enfoque social en la región Caribe.	Democratizar el acceso a la cultura y la educación audiovisual. Ser un espacio de encuentro y formación audiovisual para comunidades locales y latinoamericanas.	Fortalecer procesos comunitarios a través de la comunicación y el audiovisual. Ser un medio de transformación social desde la comunicación alternativa.	Proteger el medio ambiente mediante procesos comunicativos y educativos. Consolidarse como líder en comunicación ambiental y participación comunitaria.
Localización	Valledupar - Cesar	Bogotá D.C.	Cali - Valle del Cauca	Pitalito - Huila
Miembros	Comunicadores sociales, realizadores audiovisuales, productores, jóvenes creativos.	Jóvenes, líderes comunitarios, artistas, realizadores audiovisuales.	Comunicadores populares, líderes barriales, jóvenes.	Líderes ambientales, campesinos, jóvenes, comunidad rural.
Proyectos desarrollados	Talleres audiovisuales, documentales comunitarios, campañas visuales, eventos culturales.	Festival Internacional de Cine Comunitario, talleres de formación audiovisual, exhibiciones de cine comunitario.	Formación en comunicación popular, producciones audiovisuales comunitarias, proyectos de memoria y cultura.	Programas radiales ambientales, talleres de comunicación, campañas de protección del territorio.
Aliados	Entidades culturales locales, instituciones	Ministerio de Cultura, Red de Cine Comunitario, Organizaciones	Colectivos culturales, organizaciones sociales,	Organizaciones ambientales, emisoras comunitarias,

	educativas, medios comunitarios.	Internacionales.	universidades.	entidades locales.
Antigüedad	5 años	15 años	10 años	12 años
Descripción de sus redes sociales	Facebook, Instagram, YouTube: Publican videos, eventos, campañas, transmisiones en vivo.	Facebook, Instagram, YouTube, Página web: Difusión de actividades, cortos comunitarios, convocatorias.	Facebook, Instagram, Vimeo: Difusión de producciones, talleres, procesos comunitarios.	Facebook, emisoras comunitarias: Programas radiales, campañas ambientales, eventos.
Tipo de comunidad ética	Cultura, comunicación comunitaria, participación ciudadana.	Cultura, cine comunitario, derechos culturales.	Comunicación popular, organización barrial, participación ciudadana.	Medio ambiente, comunicación rural, identidad campesina.
Fuentes	Sitio web, redes sociales de LR Producciones, entrevistas.	https://ojoalsancocho.org	https://nodosur.org	Facebook: Asociación Alto Yuma, noticias locales.

Fuente. Elaboración propia con base en la información recolectada de la Fundación Social LR. Producciones y los sitios web oficiales de las organizaciones sociales.

Informe de Investigación

La Fundación Social LR Producciones, ubicada en Valledupar, se ha consolidado como una organización que articula el trabajo audiovisual con procesos de participación, educación popular y transformación comunitaria. Su labor no se limita a la producción técnica de contenidos; es, ante todo, un espacio de construcción de identidad, memoria colectiva y cohesión social. A través de la metodología de Investigación Acción Participativa, se ha logrado analizar la OSP como una red dinámica de relaciones donde la comunicación no solo es funcional, sino profundamente transformadora.

Esta organización reúne a actores diversos: líderes comunitarios, jóvenes creadores, gestores culturales y representantes legales, que trabajan en conjunto mediante vínculos marcados por la horizontalidad y el compromiso con el territorio. Tal como plantea Martín-Barbero (1999), la comunicación comunitaria “no se limita a transmitir información, sino que implica un proceso de construcción cultural y social desde los propios actores”. Este principio metodológico se hace tangible en LR Producciones, donde la producción de contenido parte de los saberes y necesidades locales.

El análisis de redes sociales aplicado durante la investigación permitió visualizar la intensidad de las relaciones tanto internas como externas. A través del sociograma y los conjuntos de acción, se identificaron flujos de comunicación permanentes, especialmente entre el equipo de producción, los líderes de barrios y la comunidad. Estas conexiones fortalecen el trabajo colaborativo, tal como indica Noguera (2011): “La construcción de redes sociales sólidas es vital para la sostenibilidad de los proyectos comunitarios”. (p. 57).

Las relaciones dentro de la fundación están tejidas por temas como la participación juvenil, el empoderamiento a través de medios digitales y la visibilización de las realidades barriales. Estos vínculos se nutren de encuentros, talleres, rodajes comunitarios y procesos de planificación participativa. En estas dinámicas se expresan prácticas de socialidad genuina, en las que el afecto, la confianza y el trabajo conjunto configuran una verdadera comunidad de práctica Wenger, E (1998).

El diálogo permanente, eje central de la metodología, se manifiesta no solo en la creación colectiva de contenidos, sino también en los espacios de formación que ofrece LR Producciones. Como lo afirma Freire (1970): “nadie educa a nadie, sino que los hombres se educan en

comunidad, mediatizados por el mundo”. (p. 89). En este sentido, la fundación funciona como una escuela popular donde los saberes se comparten de manera horizontal y liberadora.

Sin embargo, también se identificaron tensiones y retos estructurales. La falta de recursos económicos, el acceso limitado a tecnología avanzada y la baja articulación con entidades gubernamentales representan obstáculos para el fortalecimiento de sus procesos. Reason & H. Bradbury (2001) advierten que: “la transformación social requiere superar barreras estructurales y fomentar procesos de co-creación desde la base comunitaria”. (p. 27), una afirmación que se ajusta perfectamente a la realidad de esta OSP.

En la práctica comunicativa también se presentan dificultades relacionadas con la sostenibilidad de las redes construidas. En algunos momentos, la falta de claridad en la delegación de tareas o la concentración de responsabilidades genera tensiones. Estos conflictos, lejos de debilitar la organización, deben ser vistos como oportunidades de reflexión y ajuste, especialmente cuando se implementan mecanismos de retroalimentación, evaluación colectiva y mejora continua.

A partir de los hallazgos, se recomienda fortalecer las alianzas estratégicas con otras organizaciones sociales y medios comunitarios, diversificar las fuentes de financiamiento mediante proyectos colaborativos, y aprovechar las plataformas digitales no solo como canales de difusión, sino como espacios de interacción activa con la audiencia. De igual forma, se propone sistematizar las experiencias vividas por la fundación como forma de construir una memoria institucional que sirva de guía para nuevas generaciones.

La experiencia de LR Producciones demuestra que la comunicación popular no es solo un medio para informar, sino una herramienta de empoderamiento, organización y transformación social. Su accionar es ejemplo de cómo una OSP puede impactar positivamente en su entorno,

promoviendo prácticas comunicativas basadas en el respeto, la inclusión y la participación activa de todos sus actores.

Proyección

Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional

La Fundación Social LR Producciones ha desarrollado una trayectoria significativa en el ámbito de la comunicación comunitaria, contribuyendo a procesos sociales, culturales y educativos mediante la producción de contenidos audiovisuales. No obstante, se han identificado áreas clave que requieren fortalecimiento para consolidar su misión y ampliar su impacto, tales como la planificación estratégica, la sostenibilidad organizativa, la vinculación comunitaria y el desarrollo de capacidades en comunicación digital.

Para abordar estas necesidades, se propone una estrategia de fortalecimiento basada en principios de participación, corresponsabilidad y empoderamiento comunitario. Este proceso se estructura a partir de la metodología de Investigación Acción Participativa (IAP), que permite una transformación organizacional desde dentro, con la comunidad como protagonista activa en la definición, ejecución y evaluación de las acciones. De esta manera, se promueve un enfoque horizontal, incluyente y sustentado en la experiencia colectiva.

En primera instancia, se realizarán espacios de formación dirigidos al equipo de trabajo de la Fundación, con énfasis en producción audiovisual estratégica, comunicación institucional, narrativa digital y uso de herramientas tecnológicas. Estas formaciones permitirán fortalecer capacidades internas y mejorar la calidad e impacto de los productos comunicacionales, así como el posicionamiento institucional ante públicos diversos. A la par, se implementará un plan de medios participativo, orientado a visibilizar el trabajo de la Fundación en redes sociales, espacios comunitarios y escenarios institucionales, generando una narrativa sólida, coherente y conectada con las realidades territoriales.

Además, se fomentará la vinculación de líderes sociales, colectivos juveniles, mujeres y actores comunitarios como aliados estratégicos de la Fundación, promoviendo espacios colaborativos de producción de contenidos. Esta dimensión busca fortalecer el arraigo territorial de LR Producciones, consolidándola como un referente de comunicación con impacto social en la región. Complementariamente, se diseñarán campañas comunicacionales que reflejen los valores, propósitos y acciones de la Fundación, posicionándola como una organización ética, transparente y con vocación de servicio comunitario.

Respecto al componente de evaluación y seguimiento, se incluyen acciones específicas que garantizan la trazabilidad de cada una de las actividades propuestas. Se establecerán indicadores cualitativos y cuantitativos que midan el nivel de cumplimiento de los objetivos, tales como el aumento en la producción de contenidos, el crecimiento en el alcance digital, la participación de actores comunitarios y la generación de alianzas estratégicas. Para tal fin, se aplicarán encuestas internas y externas, se elaborarán informes mensuales de avance y se realizarán espacios periódicos de retroalimentación con el equipo y aliados de la Fundación. Estas acciones estarán lideradas por un comité de evaluación interno que tendrá la función de sistematizar los resultados, ajustar procesos y documentar aprendizajes.

Esta estrategia no solo busca mejorar las capacidades técnicas y organizativas de LR Producciones, sino también potenciar su rol como articulador de procesos sociales en el territorio, promoviendo la comunicación como derecho y herramienta de transformación social. A través de este enfoque, se espera proyectar a la Fundación como una Organización Social de Práctica sólida, sostenible y coherente con sus principios fundacionales. La estrategia propuesta se fundamenta en el enfoque metodológico de la Investigación-Acción Participativa (IAP) y en la sociopraxis, como herramientas que posibilitan procesos de transformación desde la base

comunitaria, con participación activa de los actores sociales implicados. En este sentido, LR Producciones, como Organización Social de Participación (OSP), representa un nodo activo de comunicación popular, donde convergen saberes, experiencias y prácticas colaborativas de jóvenes, líderes barriales, artistas y comunicadores sociales.

Como lo plantea Villasante (2010), las redes sociales no deben verse como estructuras estáticas, sino como entramados dinámicos que deben actualizarse constantemente para responder a los cambios del entorno. Este principio se evidencia en el funcionamiento de LR Producciones, cuya red interna y externa ha evolucionado en función de las alianzas, vínculos culturales, medios digitales y producción de contenidos comunitarios.

Siguiendo a Freire (1970), quien afirma que: “nadie libera a nadie, ni nadie se libera solo; los hombres se liberan en comunión”. (p. 72)., esta estrategia reconoce la necesidad de construir con los actores involucrados, desde una lógica dialógica, en la que la comunicación no sea unidireccional, sino un acto colectivo de creación.

Se considera como objetivo general: Diseñar e implementar una estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional para la Fundación Social LR Producciones, desde el enfoque de red social, que potencie sus vínculos internos y externos, optimice sus canales de comunicación y aumente su impacto social y cultural en el territorio de Valledupar.

La evaluación de la estrategia de comunicación participativa diseñada para la Fundación Social LR Producciones se llevará a cabo de manera continua, colectiva y en coherencia con los principios de la Investigación Acción. Este proceso integrará herramientas cuantitativas y cualitativas que permitan valorar, en tiempo real, el impacto organizativo y comunicacional de las acciones implementadas.

Entre las actividades específicas que se desarrollarán, se encuentra la aplicación de encuestas digitales a miembros internos y actores comunitarios, con el objetivo de identificar percepciones, avances y áreas de mejora. Estas se complementarán con entrevistas semiestructuradas, que permitirán profundizar en las experiencias vividas por los distintos actores sociales vinculados al proyecto.

Asimismo, los participantes activos en cada fase del proceso mantendrán bitácoras de seguimiento, en las que registrarán sus aportes, dificultades, aprendizajes y logros. Estos insumos se articularán con el análisis periódico de indicadores clave, tales como el aumento en el número de alianzas estratégicas firmadas, el crecimiento del alcance e interacción en redes sociales, la producción colectiva de contenidos audiovisuales y la participación activa en eventos comunitarios.

De este modo, la evaluación no será un momento aislado, sino un ejercicio reflexivo y transformador que retroalimente cada etapa. Como lo sostienen Reason y Bradbury (2001): “la evaluación en procesos participativos debe asumirse como una construcción colectiva que retroalimente continuamente el aprendizaje compartido y los desafíos enfrentados”. (p. 447).

Conclusiones

El proceso de investigación-acción desarrollado con la Fundación Social LR Producciones permitió comprender que el fortalecimiento organizativo y comunicacional de una Organización Social de Participación (OSP) no depende únicamente de recursos técnicos o económicos, sino fundamentalmente del reconocimiento y activación de las relaciones sociales que la sustentan. LR Producciones, desde su enfoque de comunicación alternativa, ha logrado posicionarse como una mediadora cultural clave en el territorio, construyendo sentido, identidad y ciudadanía desde lo local. Esta estrategia confirma que su accionar no solo informa, sino que transforma, al permitir que las comunidades narren sus propias realidades a través del lenguaje audiovisual.

A través de la aplicación de herramientas como el sociograma, el gráfico de conjuntos de acción, la matriz de posicionamiento y la matriz comparativa, se logró evidenciar que la organización posee una red diversa de actores internos y externos, así como dinámicas comunicativas participativas y horizontales. No obstante, también se identificaron retos importantes, como la necesidad de consolidar una estructura organizativa más definida, ampliar las alianzas interinstitucionales y fortalecer sus canales de comunicación digital para garantizar una mayor sostenibilidad e impacto. En este sentido, la estrategia diseñada apuesta por una gestión comunicacional basada en la co-creación, la tecnología apropiada y el fortalecimiento de la comunidad como sujeto activo de transformación.

Además, se concluye que la experiencia investigativa trascendió lo metodológico, al permitir una reflexión profunda sobre el rol de las redes sociales de comunicación como herramientas para la inclusión, la educación popular y el empoderamiento. La Fundación Social LR Producciones representa un ejemplo de cómo es posible tejer procesos comunitarios desde el

audiovisual, creando espacios de encuentro, memoria y resistencia simbólica. Su apuesta por una comunicación ética, crítica y con sentido de pertenencia valida la importancia de construir estrategias que se arraiguen en el territorio y respondan a las necesidades reales de sus habitantes.

Finalmente, esta propuesta de fortalecimiento no debe entenderse como un cierre, sino como un punto de partida para nuevas etapas de crecimiento institucional, aprendizaje colectivo y articulación territorial. El compromiso de LR Producciones con la comunidad, su visión transformadora y su capacidad para reinventarse desde la participación la consolidan como una OSP indispensable para el desarrollo sociocultural de Valledupar y como una red viva que seguirá conectando historias, saberes y esperanzas desde la comunicación popular.

Referencias Bibliográficas

- Beltrán, L. R. (1979). *Comunicación dominada: El imperialismo cultural en América Latina*. Editorial Nueva Imagen.
- Fals Borda, O. (1985). *Conocimiento y poder popular: Lecciones con campesinos de Nicaragua, México y Colombia*. Siglo XXI Editores. <https://centrodocumentacion.psicosocial.net/wp-content/uploads/2001/01/fals-borda- conocimiento-y-poder-popular.pdf>
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores. <https://www.servicioskoinonia.org/biblioteca/general/FreirePedagogiadelOprimido.pdf>
- Fresno, J. M., Manzano, A., & Megías, E. (2014). *Guía para la acción en red: Estrategias para el trabajo colaborativo de las ONG*. Observatorio del Tercer Sector. <https://observatoriodiscapacidad.info/wp-content/uploads/2014/12/Guia-para-la-accion-en-red.pdf>
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Editorial Humanitas. https://www.academia.edu/10249303/KAPLUN_Una_pedagogia_de_la_comunicacion
- Martín-Barbero, J. (1999). *Comunicación y cultura: Entre la modernidad y la postmodernidad*. Editorial Gustavo Gili. <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020052002.pdf>
- Noguera, C. (2011). *Redes sociales y desarrollo humano*. Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/44915/ehurtadomos.pdf?sequence=3>

Reason, P., & Bradbury, H. (2001). *Handbook of action research: Participative inquiry and practice*. SAGE Publications. <https://ikhsanaira.files.wordpress.com/2016/09/action-research-participative-inquiry-and-practice-reasonbradburry.pdf>

Servaes, J. (1999). *Communication for development: One world, multiple cultures*. Hampton Press.

https://www.academia.edu/10355203/Communication_for_development_One_world_multiple_cultures

Tufte, T. (2003). Comunicación para el cambio social: Un proceso de aprendizaje y transformación. *Comunicación y Sociedad*, (2), 197–213.

<https://scispace.com/pdf/comunicacion-para-el-cambio-social-28vot9eiea.pdf>

Villasante, T. R. (2010). *Redes sociales y cambio social: Métodos de sociopraxis participativa*. Los Libros de la Catarata.

Wenger, E. (2001). *Comunidades de práctica: Aprendizaje, significado e identidad*. Paidós.

Apéndices

Apéndice A

Carta de Solicitud a la OSP

Valledupar, 2 de marzo de 2022

Señores

Fundación Social LR Producciones

Atn: Yocelin Gámez

Cargo: Revisora Fiscal y contadora

Asunto: Solicitud de autorización para Investigación-Acción

Un cordial saludo,

Mi nombre es Leison Rodríguez, identificado con CC 1.065.626.611, residente en Valledupar. Actualmente curso el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta ya Distancia (UNAD), donde estoy desarrollando una Investigación-Acción dentro del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

El objetivo de esta investigación es analizar y fortalecer los procesos comunicacionales de una Organización Social Participativa (OSP) con el fin de proponer estrategias de mejora en la difusión de su trabajo y la interacción con sus comunidades de interés. Para ello, identifiqué a la Fundación Social LR Producciones como una organización clave por su impacto en la producción audiovisual comunitaria y su contribución a la comunicación digital en la región.

Por lo anterior, solicite formalmente su autorización para llevar a cabo esta investigación dentro de su organización durante los próximos meses. Este proceso incluye entrevistas, análisis de estrategias comunicativas y la formulación de propuestas que puedan fortalecer su comunicación interna y externa. Cabe resaltar que la organización no está obligada a implementar las estrategias diseñadas, aunque si lo considera beneficioso, sería un valor agregado para su crecimiento.

Adjunto a esta solicitud una Ficha Descriptiva de la investigación para mayor claridad. Quedo atento a su respuesta y disposición para coordinar cualquier aspecto necesario. Agradezco de antemano su apoyo y el tiempo brindado para este proceso académico.

Atentamente,

Leison Rodríguez



Estudiante de Comunicación Social - UNAD

Cel: 3126110864

Correo: elcallodj7@gmail.com

Apéndice B

Carta de Aprobación de la OSP



Valledupar, 2 de marzo del 2025

Señor(a) Leison Rodríguez

Estudiante de Comunicación Social

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Asunto: Aceptación de solicitud para Investigación-Acción

Cordial saludo,

En respuesta a su solicitud presentada el [Fecha de la carta de solicitud], la Fundación Social LR Producciones** manifiesta su **aceptación y autorización para el desarrollo de la Investigación-Acción en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

Reconocemos la importancia de este proceso académico y consideramos que su trabajo puede contribuir al fortalecimiento de nuestras estrategias comunicacionales. Durante el desarrollo de la investigación, facilitaremos el acceso a la información necesaria y brindaremos el acompañamiento requerido dentro de nuestras posibilidades.

Agradecemos su interés en nuestra organización y esperamos que este trabajo genere conocimientos valiosos tanto para la fundación como para el avance de su formación profesional.

Atentamente,

Yocelin Gámez

Cargo: Revisora Fiscal

Fundación Social LR Producciones

3163225261

somosarteaudiovisual@gmail.com



Apéndice C

Preguntas Entrevista Inicial

¿Cuál es la misión y visión de la Fundación Social LR Producciones?

¿Qué tipo de proyectos desarrolla actualmente la fundación?

¿Cómo ha evolucionado la organización desde su creación?

¿Cuántos miembros activos tiene la fundación y cómo están organizados?

¿Qué roles o cargos existen dentro de la organización?

¿Cómo se toman las decisiones dentro de la fundación?

¿Cuáles son los principales canales de comunicación interna entre los miembros de la fundación?

¿Cómo se comunica la fundación con la comunidad y otros actores externos?

¿Qué estrategias utilizan para difundir sus proyectos y actividades?

¿De qué manera la fundación ha impactado a la comunidad?

¿Cómo se involucran los miembros de la comunidad en sus actividades?

¿Han trabajado en colaboración con otras organizaciones o instituciones?

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la fundación en términos de comunicación?

¿Qué recursos o apoyos consideran necesarios para mejorar su impacto?

¿Cómo ven el futuro de la organización y qué expectativas tienen para su crecimiento?

Apéndice D

Enlace Entrevista Inicial

<https://youtu.be/xfOoHbxHmAw?si=s1o9c1PgyJCTdf9X>

Apéndice E

Preguntas Cualitativas

Categoría 1: Comunidad

1. ¿Cómo describiría usted la comunidad con la que trabaja la organización?
2. ¿Cuáles son las principales necesidades o problemáticas que enfrentan en el territorio?
3. ¿Qué papel juegan los miembros de la comunidad en los procesos que desarrolla la OSP?
4. ¿Qué cambios ha observado en la comunidad desde que se implementan los proyectos de la organización?

Categoría 2: Comunicación Participativa

5. ¿De qué manera promueven la participación activa de la comunidad en la producción de contenidos?
6. ¿Qué estrategias usan para que los procesos comunicativos reflejen las voces y saberes locales?
7. ¿Considera que la comunicación que ejercen transforma realidades o solo informa? ¿Por qué?
8. ¿Han utilizado metodologías participativas como la Investigación Acción Participativa (IAP)? ¿Cómo?

Categoría 3: Red Social

9. ¿Con qué otras organizaciones o instituciones se relaciona la OSP para el desarrollo de sus proyectos?
10. ¿Cómo describiría el trabajo en red dentro de la organización?
11. ¿Qué tan fuertes son los vínculos entre los miembros del equipo? ¿Y con la comunidad?
12. ¿Qué retos enfrentan para sostener o ampliar las redes sociales y comunitarias construidas?
13. ¿Qué sueñan o proyectan a futuro como organización desde la comunicación comunitaria?

Apéndice F

Enlace Entrevista Cualitativa

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

Apéndice G

Registro Fotográfico





Apéndice H

Enlace Video de Socialización

https://youtu.be/F_CkguN33r0