DESAFIANDO EL ESTIGMA: IMPACTO Y PERCEPCIÓN DEL VOLUNTARIADO EN CONTEXTOS COMUNITARIOS Y CORPORATIVOS

David Romero Gaviria

Ana Belén Villamil

Asesor

Fredy Leonardo Reyes Albarracín, PhD.

Universidad Santo Tomás de Colombia

Bogotá D.C., Colombia

Noviembre de 2024

DESAFIANDO EL ESTIGMA: IMPACTO Y PERCEPCIÓN DEL VOLUNTARIADO EN CONTEXTOS COMUNITARIOS Y CORPORATIVOS

David Romero Gaviria

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001864953

Ana Belén Villamil

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002300708

Universidad Santo Tomás de Colombia

Bogotá D.C., Colombia

Noviembre de 2024

Resumen: el documento explora el estigma asociado al voluntariado en Colombia y cómo afecta tanto la percepción pública como la motivación de los voluntarios. A partir de entrevistas y experiencias personales acompañando a voluntarios en el terreno, se examinan las barreras que enfrentan y los efectos transformadores del voluntariado, tanto a nivel individual como comunitario. El estudio también destaca el poder de las narrativas personales para desestigmatizar el voluntariado y fomentar una mayor participación social. Se concluye que, a pesar de los desafíos, el voluntariado es una actividad profundamente gratificante que merece mayor reconocimiento y apoyo.

Palabras claves: voluntario, percepción pública, corporativo, narrativas, motivación

Abstract: this document explores the stigma associated with volunteering in Colombia and how it affects both public perception and volunteer motivation. Based on interviews and personal experiences accompanying volunteers in the field, it examines the barriers they face and the transformative effects of volunteering at both the individual and community levels. The study also highlights the power of personal narratives to destigmatize volunteering and encourage greater social participation. It concludes that, despite the challenges, volunteering is a deeply rewarding activity that deserves greater recognition and support.

Key words: Volunteerism, public perception, corporate, narratives, motivation.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción 5

Justificación 6

Planteamiento Problema 8

Discriminación y Estereotipos en Contextos Específicos 9

Voluntariado en el Sector Privado 9

Voluntariado en Contextos Religiosos 9

Pregunta De Investigación 10

Objetivos 10

Objetivo General 10

Objetivos Específicos 11

Marco Conceptual 11

Diseño Metodológico 18

Técnicas de recolección de datos 19

Análisis de los datos 19

Participantes 20

Consideraciones éticas 21

Limitaciones De La Investigación 22

Hallazgos Y Resultados 23

Análisis comparativo del estigma y la percepción del voluntariado en contextos comunitarios y corporativos en América Latina y otros contextos globales 23

Voluntariado corporativo: desafíos y percepciones en América Latina y el mundo 24

Narrativas y resiliencia en el voluntariado 25

Comparación de estrategias para reducir el estigma en el voluntariado 26

Análisis De Narrativos De Los Testimonios 29

Más allá de los testimonios 32

Estigma hacia el voluntariado no remunerado 33

Impacto emocional y motivacional 33

Estigma en el voluntariado corporativo 33

Narrativas y resiliencia 34

A Modo De Conclusión 34

Bibliografía 36

Introducción

El trabajo voluntario representa una contribución vital al bienestar y al desarrollo de las comunidades, proporcionando servicios y apoyo esenciales que a menudo no están disponibles a través de canales formales (Wilson, 2000). Sin embargo, los voluntarios a menudo enfrentan estigmatización que afecta su percepción y el reconocimiento de su labor (Meier & Stutzer, 2008). Este estigma, que tiende a cuestionar la competencia y el compromiso de los voluntarios en comparación con los profesionales del sector, puede desmotivar a los voluntarios y menospreciar su valiosa contribución (Borgonovi, 2008).

El proyecto *Rompiendo el silencio: desestigmatización y perspectivas de los voluntarios en el trabajo comunitario* se centra en (de)construir estos estigmas a través de una metodología que incluye la elaboración de historias de vida; esta metodología es clave y nos permite diferentes campos de acción por varias razones:

- **Capturar la complejidad de la experiencia voluntaria:** Las historias de vida proporcionan una comprensión profunda y matizada de las experiencias individuales, capturando la riqueza de las motivaciones, los desafíos y las percepciones personales de los voluntarios (Miller & Crabtree, 2004). Este enfoque permite una apreciación más completa de la realidad de los voluntarios, que a menudo se pierde en análisis más generalizados.
- **(De)construir el estigma desde una perspectiva personal**: A través de entrevistas en profundidad, las historias de vida pueden exponer las barreras estigmatizantes enfrentadas por los voluntarios y ofrecer un contexto más humano y empático (Denzin, 2014). Este enfoque ayuda a desafiar y cuestionar las percepciones erróneas

que contribuyen a la desvalorización del trabajo voluntario, promoviendo una mayor comprensión y apreciación de su impacto (Gergen, 2009).

- **Enriquecer el análisis con datos cuantitativos y cualitativos:** La combinación de historias de vida con datos cuantitativos permite una evaluación más robusta y detallada de las experiencias de los voluntarios. La triangulación de métodos cualitativos y cuantitativos ayuda a identificar patrones y correlaciones, proporcionando una base sólida para formular recomendaciones efectivas (Creswell & Plano Clark, 2017).
- **Promover la reflexión y el cambio:** Las narrativas personales tienen el potencial de sensibilizar al público y a los responsables de políticas sobre la realidad de los voluntarios, fomentando una mayor empatía y reconocimiento del valor del trabajo voluntario (Riessman, 2008). Al compartir estas historias, el proyecto busca desafiar estereotipos y contribuir a la desestigmatización del trabajo voluntario, promoviendo un mayor respeto y aprecio por estas contribuciones.

Justificación

El voluntariado es una actividad esencial para el desarrollo social y comunitario en Colombia, pero a menudo su verdadero valor es subestimado debido a los estigmas que lo rodean. En nuestra experiencia, tanto académica como personal, hemos sido testigos de cómo estos estigmas afectan no solo la percepción pública del voluntariado, sino también la motivación de aquellos que desean participar en él. En numerosas ocasiones, tuvimos la oportunidad de acompañar a voluntarios en sus espacios de acción y nos dimos cuenta de que, lejos de ser una tarea fácil, el voluntariado es una labor profundamente humana y gratificante, que muchas veces queda invisibilizada por una percepción negativa o defectuosa.

Nuestra admiración por las personas que se dedican al voluntariado nos ha inspirado a investigar más a fondo este fenómeno. A lo largo de nuestras interacciones con voluntarios, pudimos ver de primera mano el impacto positivo que tienen tanto en las comunidades a las que sirven como en su propio crecimiento personal. Estas experiencias nos motivaron a explorar cómo el estigma que los rodea puede ser desafiado y revertido. Creemos firmemente que, al compartir las historias de vida y las experiencias personales de estos voluntarios, podemos ayudar a cambiar la forma en que la sociedad valora el voluntariado, promoviendo una mayor participación y reconociendo su verdadero valor.

Fotografía 1: Taller Amor y amistad, realizada con niños del barrio Villa Javier, barrio 20 de Julio en Bogotá

Fuente: David Romero G.

Este artículo no solo busca aportar conocimiento teórico sobre el estigma del voluntariado, sino también generar conciencia sobre la importancia de esta actividad en el tejido social. Al visibilizar las dificultades y los logros de los voluntarios, esperamos contribuir a la desestigmatización de esta labor y, en última instancia, inspirar a más personas a involucrarse

en el voluntariado. Sabemos que no es una tarea fácil, pero es una de las más hermosas y significativas, y creemos que más personas deberían conocer y valorar esta experiencia.

Este estudio es relevante porque aborda una problemática que tiene consecuencias no solo para quienes participan como voluntarios, sino también para las comunidades que dependen de sus esfuerzos. A través de nuestra admiración y respeto por aquellos que se entregan a esta labor, deseamos que este artículo aporte una perspectiva más positiva y comprensiva del voluntariado en Colombia.

Planteamiento Problema

El trabajo voluntario es fundamental para el desarrollo social y la cohesión comunitaria, ofreciendo apoyo esencial en áreas que a menudo carecen de recursos o cobertura adecuada (Wilson, 2000). A pesar de su significativa contribución, los voluntarios frecuentemente enfrentan estigmatización y discriminación que afectan tanto su percepción como su motivación para continuar con su labor (Meier & Stutzer, 2008). Esta problemática, que se manifiesta de diversas formas en distintos contextos, plantea serias cuestiones sobre la valoración y el impacto del voluntariado en la sociedad.

Según Goffman (1963), el estigma es un atributo que descalifica a un individuo o grupo en la sociedad, generando una percepción negativa que afecta su estatus y reconocimiento. En el ámbito del voluntariado, esta devaluación puede resultar en la percepción de que los voluntarios son menos competentes o comprometidos que los profesionales remunerados. Este estigma no solo menoscaba el valor del trabajo voluntario, sino que también desalienta a los individuos a participar y puede afectar negativamente la moral y la motivación de los voluntarios actuales (Goffman, 1963).

Discriminación y Estereotipos en Contextos Específicos

Voluntariado en el Sector Privado

El voluntariado corporativo, impulsado por estrategias de responsabilidad social corporativa (RSC), ha ganado relevancia, pero también enfrenta críticas por ser percibido como un mero gesto simbólico (Booth, Park, & Glomb, 2009). Este estigma, que sugiere que las iniciativas corporativas están orientadas más a mejorar la imagen de la empresa que a generar un impacto real en la comunidad, reduce la credibilidad y el valor del voluntariado corporativo. A pesar de que estudios han demostrado que el voluntariado bien organizado puede beneficiar tanto a las comunidades como a los empleados (Booth, Park, & Glomb, 2009), la percepción negativa sigue siendo un obstáculo significativo.

Fotografía 2: Celebración de cumpleaños, niños del barrio Villa Javier

Fuente: David Romero

Voluntariado en Contextos Religiosos

El voluntariado realizado a través de organizaciones religiosas, como las iglesias cristianas y católicas, enfrenta desafíos adicionales relacionados con la percepción de sesgo religioso.

Los voluntarios religiosos pueden ser vistos como promotores de agendas religiosas, lo que puede limitar su eficacia y aceptación en contextos seculares (Gergen, 2009). Este estigma puede obstaculizar la capacidad de los voluntarios para colaborar con organizaciones no religiosas y para desempeñar un papel inclusivo en la comunidad.

La discriminación y el estigma no solo afectan a los voluntarios en términos de reconocimiento y motivación, sino que también tienen repercusiones en las comunidades que dependen de su trabajo. La falta de reconocimiento y apoyo puede llevar a una disminución en la participación de los voluntarios, reduciendo la capacidad de las organizaciones comunitarias para abordar eficazmente las necesidades de los grupos vulnerables. Además, el estigma puede crear un entorno de desconfianza y menoscabar la construcción de relaciones sólidas entre voluntarios y comunidades (Meier & Stutzer, 2008).

Pregunta De Investigación

¿Cuáles son las narrativas de los estigmas asociados con los voluntarios, teniendo en cuenta la percepción pública, la motivación de los voluntarios y la eficacia del trabajo comunitario?

De esta pregunta se derivan los siguientes interrogantes subsidiarios: ¿cuáles son las las percepciones y estereotipos asociados con los voluntariados? ¿Qué elementos narrativos se configuran en los testimonios como historias de vida para identificar percepciones y estigmas?

Objetivos

Objetivo General

Analizar las narrativas de los estigmas asociados con los voluntarios, teniendo en cuenta la percepción pública, la motivación de los voluntarios y la eficacia del trabajo comunitario.

Objetivos Específicos

- Identificar las percepciones y estereotipos asociados con los voluntariados
- Comprender elementos narrativos se configuran en los testimonios como historias de vida para identificar percepciones y estigmas Comprender las narrativas de las historias de vida para identificar percepciones y estigmas

Marco Conceptual

El concepto de estigma es clave para comprender la experiencia de los voluntarios en diferentes contextos. Según Goffman (1963), el estigma es un atributo que descalifica a un individuo o grupo dentro de la sociedad, afectando su estatus y reconocimiento. En el voluntariado, este estigma puede generar percepciones negativas que influyen directamente en la motivación y el desempeño de los voluntarios, especialmente en áreas sensibles como la salud mental, donde los voluntarios pueden ser asociados con los mismos prejuicios que enfrentan las personas a quienes apoyan.

El voluntariado es una práctica que trasciende sectores y contextos, desde lo comunitario hasta lo corporativo. En el ámbito corporativo, el voluntariado a menudo se enmarca dentro de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), pero enfrenta críticas cuando se percibe como un gesto simbólico más que como un compromiso genuino con el cambio social. Es fundamental revisar la literatura sobre las motivaciones de los voluntarios y el impacto social de su trabajo, así como los desafíos que implica superar el estigma en este contexto.

Fotografía 3: Apropiación comunal con los niños del barrio Villa Javier

Fuente: David Romero

El voluntariado corporativo ha crecido significativamente en Colombia en los últimos años, impulsado por la necesidad de integrar la sostenibilidad en las operaciones empresariales. Ejemplos de esto son el Congreso Colombiano de Voluntariado Corporativo, organizado por la Cámara de Comercio de Bogotá en alianza con *HandsOn* Colombia y Comfama, y las iniciativas de *Corteva Agriscience*, que promueven proyectos de impacto en la agricultura sostenible y la educación ambiental en Bogotá y Cartagena. Estas iniciativas muestran cómo el voluntariado se convierte en una herramienta para cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y generar valor compartido en las comunidades.

En América Latina, las narrativas han cobrado gran importancia como herramientas para dar voz a los sujetos, especialmente en contextos de exclusión. Este enfoque ha sido denominado una "vuelta al sujeto", donde las narrativas personales y autobiográficas se convierten en medios para reconstruir identidades y significados en entornos complejos. Este tipo de

narrativas son esenciales para comprender las experiencias de los voluntarios, quienes, a través de sus historias, revelan cómo perciben y enfrentan el estigma asociado a su trabajo.

Las historias de vida son otra herramienta metodológica valiosa para explorar la subjetividad en situaciones de adversidad. En el contexto latinoamericano, estas historias permiten a los individuos resignificar sus experiencias, transformando el sufrimiento en nuevas oportunidades de crecimiento. La resiliencia juega un papel fundamental en este proceso, permitiendo a los sujetos emerger con nuevas narrativas que fortalecen su identidad y su papel en la sociedad.

Finalmente, las percepciones de los individuos están profundamente influenciadas por sus experiencias narrativas. En América Latina, el enfoque narrativo y la resiliencia permiten a los sujetos transformar su percepción de la adversidad, contribuyendo a la reconstrucción de una nueva identidad. Este proceso no solo involucra la percepción individual, sino también cómo se integran y entienden las tensiones sociales que afectan a las comunidades marginadas.

El desarrollo de las variables en la investigación sobre voluntariado se fundamenta en la integración de conceptos clave que permiten explorar las diversas dinámicas que afectan a los voluntarios en América Latina, con un enfoque particular en Colombia, donde la percepción social del voluntariado continúa siendo un tema de análisis profundo y multifacético. Este fenómeno social, arraigado en la cultura latinoamericana, presenta matices únicos que requieren un examen detallado para comprender su impacto en el tejido social y el desarrollo comunitario.

En primer lugar, el concepto de estigmatización, magistralmente abordado por Erving Goffman (1963) en su obra seminal "Estigma: la identidad deteriorada", es fundamental para comprender cómo el voluntariado puede estar asociado a percepciones negativas que afectan tanto a los individuos como a las organizaciones involucradas. Goffman define el estigma como un atributo profundamente desacreditador que descalifica a un individuo o grupo dentro de la sociedad, afectando su estatus y reconocimiento. Esta realidad es palpable en el contexto del voluntariado, especialmente en sectores sensibles como la salud mental o en comunidades vulnerables, donde los voluntarios a menudo enfrentan prejuicios y subestimación de sus capacidades.

El estigma hacia los voluntarios se manifiesta de múltiples formas, siendo una de las más prevalentes la percepción de que son menos competentes en comparación con los profesionales remunerados. Esta visión errónea puede tener consecuencias significativas en la motivación y el desempeño de los voluntarios, creando barreras invisibles pero poderosas para su participación efectiva en proyectos sociales. Para medir este fenómeno, investigadores como Meier & Stutzer (2008) han desarrollado cuestionarios sofisticados que evalúan la autopercepción de los voluntarios y la comparan con la de profesionales en los mismos campos. Estos instrumentos no solo proporcionan datos cuantitativos valiosos, sino que también ofrecen *insights* cualitativos sobre las experiencias vividas por los voluntarios en diversos contextos sociales y culturales.

La percepción negativa del voluntariado se entrelaza de manera compleja con las motivaciones que impulsan a las personas a participar en actividades voluntarias. La literatura existente, enriquecida por estudios longitudinales y análisis comparativos, demuestra que la percepción pública del voluntariado, así como la autoimagen de los voluntarios, tiene un

impacto directo y significativo en su motivación y compromiso a largo plazo. Borgonovi (2008), en su investigación sobre el nexo entre voluntariado y bienestar subjetivo, encontró que los voluntarios que sienten que su trabajo es reconocido y valorado por la sociedad tienden a mostrar niveles más altos de motivación y satisfacción personal. En contraste, aquellos que enfrentan estigmatización o falta de reconocimiento social pueden experimentar una disminución notable en su compromiso y, en casos extremos, abandonar por completo sus actividades voluntarias.

Fotografía 4: Actividad navideña, clínica de salud mental La Inmaculada, Bogotá

Fuente: Ana Villamil

El panorama del voluntariado en América Latina, y particularmente en Colombia, se caracteriza por una dicotomía marcada entre el voluntariado comunitario y el corporativo, cada uno con sus propias dinámicas de percepción pública e impacto social. El voluntariado comunitario, arraigado en las tradiciones de solidaridad y ayuda mutua que han sido pilares

de las sociedades latinoamericanas, tiende a ser más valorado debido a su impacto directo y su conexión íntima con las necesidades locales. Este tipo de voluntariado se nutre de la participación activa de miembros de la comunidad que conocen de primera mano las problemáticas y recursos locales, lo que resulta en intervenciones más contextualizadas y sostenibles.

Por otro lado, el voluntariado corporativo, generalmente enmarcado dentro de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), ha experimentado un crecimiento significativo en Colombia y otros países de la región en las últimas décadas. Sin embargo, este tipo de voluntariado enfrenta desafíos únicos en términos de percepción pública. Booth et al. (2009) señalan que, a menudo, estas iniciativas son criticadas por ser percibidas más como gestos simbólicos o estrategias de marketing que como compromisos genuinos con el cambio social. Esta percepción es particularmente relevante en el contexto colombiano, donde la desigualdad social y la desconfianza hacia las grandes corporaciones pueden influir en cómo se reciben estas iniciativas en las comunidades beneficiarias.

A pesar de estas diferencias, tanto el voluntariado comunitario como el corporativo comparten el desafío fundamental de superar el estigma y demostrar un impacto tangible y sostenible a largo plazo. Este reto implica no solo la ejecución efectiva de proyectos, sino también la comunicación estratégica de sus resultados y la construcción de relaciones de confianza con las comunidades atendidas. En este sentido, la medición del impacto social se vuelve crucial, requiriendo metodologías que vayan más allá de los indicadores cuantitativos tradicionales para capturar las transformaciones cualitativas en el tejido social y el bienestar comunitario.

La resiliencia emerge como otro concepto clave en el estudio del voluntariado, especialmente cuando se examina a través del prisma de las narrativas personales y las historias de vida. Estas herramientas metodológicas, profundamente arraigadas en la tradición de la investigación cualitativa, permiten a los voluntarios reconstruir sus identidades y enfrentar la adversidad que a menudo acompaña a la estigmatización. Jerome Bruner (1991), en su trabajo seminal sobre la construcción narrativa de la realidad, argumenta que las narrativas son fundamentales para cómo los seres humanos dan sentido a sus experiencias y construyen su realidad social. En el contexto del voluntariado, estas historias no solo sirven como vehículos para la expresión personal, sino que también funcionan como poderosos mecanismos para resignificar experiencias, transformando desafíos y obstáculos en oportunidades de crecimiento y cambio social.

En América Latina, donde las historias de lucha y resistencia han sido fundamentales en la construcción de identidades colectivas, las historias de vida de los voluntarios adquieren un significado especial. Estas narrativas no solo capturan las experiencias individuales, sino que también reflejan y contribuyen a la construcción de una memoria colectiva sobre el papel del voluntariado en la transformación social. Riessman (2008), en su análisis sobre el uso de narrativas en la investigación social, destaca cómo estas historias pueden ser particularmente poderosas en contextos donde las barreras económicas, sociales y políticas son profundas y persistentes. En Colombia, por ejemplo, las narrativas de voluntarios que trabajan en comunidades afectadas por el conflicto armado no solo documentan sus experiencias personales, sino que también contribuyen a procesos más amplios de reconciliación y construcción de paz.

La interconexión entre estos conceptos – estigmatización, motivación, voluntariado comunitario versus corporativo, y resiliencia a través de narrativas – forma un marco teórico y metodológico robusto para explorar el voluntariado en contextos donde el estigma y la percepción pública juegan un rol crucial. Este enfoque multidimensional permite examinar no solo cómo los voluntarios y las comunidades perciben el valor de su trabajo, sino también cómo estas percepciones influyen en el impacto real de las iniciativas voluntarias en las comunidades donde operan.

En conclusión, la investigación sobre voluntariado en América Latina, y específicamente en Colombia, requiere un abordaje que reconozca la complejidad de las dinámicas sociales, culturales y económicas de la región. Al integrar conceptos como estigmatización, motivación, tipos de voluntariado y resiliencia, y al utilizar métodos que capturen tanto datos cuantitativos como narrativas cualitativas, los investigadores pueden ofrecer una comprensión más profunda y matizada del fenómeno del voluntariado. Este conocimiento no solo enriquece el campo académico, sino que también puede informar políticas y prácticas que fortalezcan el impacto positivo del voluntariado en la sociedad, contribuyendo así a la construcción de comunidades más resilientes, solidarias y equitativas en toda la región."

Diseño Metodológico

La presente investigación se desarrolla bajo el enfoque de sistematización de experiencias, una metodología cualitativa que tiene como objetivo capturar, analizar y reflexionar sobre las vivencias de los voluntarios en diferentes contextos. Esta técnica permite identificar patrones y aprendizajes que surgen de la práctica voluntaria, proporcionando un análisis profundo de los aspectos relacionados con la estigmatización, la motivación y la percepción

social del voluntariado. La sistematización de experiencias es especialmente relevante en estudios que buscan dar voz a los actores involucrados, permitiendo que sus narrativas revelen cómo el voluntariado impacta tanto en ellos como en las comunidades que sirven (Flick, 2014).

Técnicas de recolección de datos

La técnica principal utilizada para la recolección de datos será la entrevista en profundidad, un método cualitativo que permite explorar en detalle las percepciones, emociones y experiencias de los voluntarios. Esta técnica, recomendada por Kvale (2007) para investigaciones que buscan entender fenómenos complejos desde la perspectiva del sujeto, es especialmente útil cuando se trata de analizar temas como el estigma social y la motivación personal en el trabajo voluntario. Las entrevistas serán semi-estructuradas, lo que proporcionará flexibilidad para profundizar en temas emergentes durante la conversación, pero manteniendo un enfoque coherente con los objetivos del estudio.

Las entrevistas estarán orientadas a explorar temas clave como la motivación para participar en el voluntariado, las experiencias de estigmatización dentro de sus actividades, las dificultades y recompensas asociadas al voluntariado y el impacto percibido en las comunidades a las que sirven. Cada entrevista tendrá una duración aproximada de una hora y se llevará a cabo en un entorno cómodo y confidencial para los participantes, asegurando que puedan expresar sus experiencias de manera abierta y sin presión.

Análisis de los datos

El análisis de los datos se llevará a cabo utilizando el análisis temático, una técnica cualitativa recomendada por Braun y Clarke (2006), que permite identificar, analizar y reportar patrones

(temas) dentro de los datos. Este enfoque será utilizado para identificar temas comunes relacionados con la percepción del voluntariado, el estigma social y las barreras emocionales y sociales que enfrentan los voluntarios. El análisis temático ofrece flexibilidad para trabajar tanto inductivamente como deductivamente, lo que significa que se puede comenzar con códigos predefinidos basados en la literatura, pero también permitir que los temas emergentes durante las entrevistas guíen el análisis.

El proceso de análisis comenzará con una codificación abierta de las transcripciones de las entrevistas, lo que implica dividir los datos en fragmentos más pequeños y etiquetarlos con conceptos o categorías. Estos códigos se agruparán posteriormente en categorías temáticas, que permitirán identificar patrones y relaciones entre las respuestas de los voluntarios. El objetivo de este análisis es comprender cómo los voluntarios experimentan y enfrentan el estigma asociado a su trabajo, cómo afecta su motivación y autopercepción, y cómo esto impacta en su compromiso a largo plazo con el voluntariado.

Participantes

Para la selección de los participantes, se empleará un muestreo intencional, una técnica de muestreo cualitativo que se basa en la identificación de sujetos que cumplen con características específicas que son relevantes para el estudio (Patton, 2015). En este caso, se seleccionarán voluntarios que hayan trabajado en diferentes contextos de voluntariado, incluyendo sectores como la salud mental, el trabajo con poblaciones vulnerables, la educación y el voluntariado corporativo. La diversidad de experiencias será un criterio clave en la selección, ya que permitirá obtener una visión más amplia de los desafíos y recompensas que enfrentan los voluntarios en distintos entornos.

El número de participantes será flexible, dependiendo de la saturación de los datos, es decir, el punto en el cual la recopilación de nuevas entrevistas ya no aporta información adicional relevante para el análisis (Morse, 1995). Inicialmente, se espera entrevistar a 2 voluntarios, aunque el número puede variar en función de la riqueza de las respuestas y la necesidad de explorar nuevos temas emergentes.

Fotografía 5: Actividad cultural clínica de salud mental La Inmaculada

Fuente: Ana Villamil

Consideraciones éticas

Dado que esta investigación implica la recopilación de experiencias personales, se tomarán medidas para garantizar que se respeten los principios éticos fundamentales en la investigación cualitativa. En primer lugar, se asegurará la confidencialidad de los participantes, utilizando pseudónimos para proteger sus identidades. Además, todos los participantes firmarán un consentimiento informado, que explicará claramente el propósito

del estudio, sus derechos como participantes y la libertad de retirarse del estudio en cualquier momento sin repercusiones. Estas medidas están en línea con las directrices éticas para la investigación cualitativa recomendadas por Orb, Eisenhauer y Wynaden (2000).

Además, se hará un esfuerzo para crear un entorno seguro y cómodo para los participantes, donde puedan compartir sus experiencias sin miedo a ser juzgados o expuestos. Se respetará la autonomía de los participantes en todo momento, y se evitará cualquier tipo de presión para que participen en la investigación.

Limitaciones De La Investigación

Al tratarse de una investigación cualitativa basada en la sistematización de experiencias, una de las principales limitaciones es la generalización de los resultados. Dado que se trabajará con un número limitado de participantes y en contextos específicos, los hallazgos no pueden ser extrapolados a toda la población de voluntarios. Sin embargo, este enfoque ofrece una comprensión profunda y detallada de las experiencias individuales, lo que puede generar insights valiosos que sean aplicables en otros contextos similares. Otra limitación potencial es la subjetividad inherente a los relatos personales, ya que las narrativas de los voluntarios pueden estar influenciadas por sus propias percepciones y emociones, lo que requiere un análisis cuidadoso para evitar sesgos.

En resumen, el enfoque metodológico cualitativo basado en entrevistas en profundidad y análisis temático ofrece una herramienta poderosa para comprender cómo el estigma, la percepción social y la motivación afectan a los voluntarios en diferentes contextos. La sistematización de experiencias permite no solo documentar las vivencias de los voluntarios,

sino también extraer lecciones que pueden ser aplicadas para mejorar las estrategias de apoyo y reconocimiento en organizaciones comunitarias y corporativas.

Hallazgos Y Resultados

Análisis comparativo del estigma y la percepción del voluntariado en contextos comunitarios y corporativos en América Latina y otros contextos globales

En América Latina la estigmatización sigue siendo un desafío importante, particularmente en áreas como la salud mental, donde los voluntarios son vistos con desconfianza o percibidos como menos capacitados que los profesionales remunerados. Según el trabajo de Goffman (1963), el estigma es un atributo que descalifica a un individuo o grupo dentro de una sociedad, afectando su estatus y reconocimiento. En el contexto del voluntariado, este estigma genera percepciones negativas que afectan la motivación y el desempeño de los voluntarios, especialmente en sectores como el de salud mental. Un ejemplo relevante de estrategias para combatir este estigma en América Latina son las Jornadas Antiestigma, que se desarrollan en Chile desde 2011. Estas jornadas involucran a instituciones académicas, sociales y gubernamentales en un esfuerzo colaborativo para reducir el estigma en la salud mental a través de metodologías participativas y dialógicas, lo que ha permitido un cambio cultural en la percepción pública sobre los voluntarios en este campo (Fernández, Vinencio, & Vallejos, 2016)

Además, los estudios de Campos, Oviedo, y Herazo (2014) subrayan la necesidad de un enfoque intersectorial para abordar el estigma en América Latina, resaltando cómo la falta de comprensión sobre la salud mental contribuye a la exclusión de los voluntarios en este sector. Las intervenciones deben ser consistentes y a largo plazo, incluyendo la sensibilización y la educación a las comunidades y la integración de redes territoriales y

comunitarias para crear un entorno más inclusivo y menos estigmatizante (Campos et al., 2014).

En contraposición, en países desarrollados como Canadá y Estados Unidos, el estigma hacia el voluntariado es significativamente menor. En estas sociedades, el voluntariado es ampliamente valorado como una forma de participación cívica y responsabilidad social. Un informe de *Volunteer Canada* (2019) destaca que más del 80% de los voluntarios en estos países reportan una experiencia positiva en cuanto a la percepción pública de su trabajo, y el estigma es mínimo en comparación con los contextos latinoamericanos. Sin embargo, los desafíos siguen existiendo en áreas sensibles como el trabajo con poblaciones vulnerables, donde los voluntarios pueden enfrentarse a percepciones negativas similares a las que enfrentan las personas a las que ayudan.

Voluntariado corporativo: desafíos y percepciones en América Latina y el mundo

El voluntariado corporativo ha ganado relevancia en América Latina, pero sigue enfrentando un estigma significativo. En muchos casos, las iniciativas de voluntariado corporativo son percibidas como gestos simbólicos o estrategias de marketing que buscan mejorar la imagen pública de las empresas en lugar de generar un impacto real en las comunidades. Según un informe de la Cámara de Comercio de Bogotá (2023), aunque el voluntariado corporativo ha crecido de manera exponencial en Colombia, las comunidades siguen percibiéndolo como un esfuerzo superficial y a corto plazo.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha trabajado para fortalecer el voluntariado corporativo en América Latina, fomentando la integración de estas iniciativas dentro de las estrategias de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de las empresas. Sin embargo, a

pesar de estos esfuerzos, las percepciones negativas persisten. Los estudios realizados por el BID indican que la falta de continuidad y de recursos adecuados en los programas de voluntariado corporativo ha limitado su impacto real en las comunidades (Banco Interamericano de Desarrollo, 2023)

En comparación, en países desarrollados como Estados Unidos y Canadá, el voluntariado corporativo ha evolucionado hacia una integración más profunda con las estrategias empresariales. Según *Cone Communications* (2020), las empresas que logran alinear sus programas de RSC con las necesidades reales de las comunidades y que mantienen un compromiso a largo plazo tienden a obtener una percepción más positiva tanto de sus empleados como de las comunidades donde operan. Esto sugiere que, aunque el voluntariado corporativo enfrenta desafíos en todo el mundo, las estrategias sostenibles y bien organizadas pueden superar el estigma asociado a la falta de autenticidad (Cone Communications, 2020).

En América Latina, empresas como *Corteva Agriscience* han comenzado a implementar proyectos de voluntariado corporativo enfocados en la sostenibilidad y la educación ambiental, lo que ha tenido un impacto positivo en comunidades rurales de Colombia y Brasil. A través de estos proyectos, las empresas han logrado mejorar la percepción pública del voluntariado corporativo, alineando sus objetivos empresariales con las necesidades comunitarias, como el desarrollo de prácticas agrícolas sostenibles y la mejora de la educación en zonas rurales (Corteva Agriscience, 2022)

Narrativas y resiliencia en el voluntariado

Las narrativas personales y las historias de vida han jugado un papel fundamental en la transformación de las percepciones sobre el voluntariado en América Latina. La teoría de las

narrativas, basada en la obra de Bruner (1991), resalta cómo las personas construyen y reconfiguran su identidad a través del relato de sus experiencias. En el caso del voluntariado, las historias de vida permiten que los voluntarios resignifiquen sus vivencias, transformando la adversidad en oportunidades de crecimiento personal y social. En América Latina, donde los voluntarios a menudo enfrentan barreras sociales y estigmas, estas narrativas han sido una herramienta poderosa para empoderar a los voluntarios y cambiar la percepción pública sobre su labor.

Un estudio reciente realizado por las Naciones Unidas (ONU) en Brasil y Perú muestra cómo los voluntarios han utilizado sus experiencias narrativas para empoderar a comunidades vulnerables en la lucha contra el cambio climático y la inseguridad alimentaria. Estas historias de resiliencia han permitido que las comunidades lideren sus propias agendas de desarrollo, transformando su entorno y mejorando su calidad de vida (Rodrigues & Sotomayor, 2022)

En comparación, en países desarrollados, el uso de narrativas y resiliencia también ha sido clave para mejorar la percepción del voluntariado. Un informe de Volunteer Canada (2019) subraya cómo las narrativas personales de voluntarios han ayudado a sensibilizar a la población sobre la importancia del voluntariado en áreas como la salud mental y el apoyo a poblaciones vulnerables. Al compartir sus historias, los voluntarios han logrado superar el estigma y mejorar la percepción pública de su labor, creando una cultura de apoyo y respeto hacia el trabajo voluntario.

Comparación de estrategias para reducir el estigma en el voluntariado

En América Latina, las estrategias para reducir el estigma en el voluntariado han estado centradas en la colaboración intersectorial y el trabajo comunitario. Las Jornadas Antiestigma en Chile son un ejemplo de cómo las instituciones académicas, sociales y gubernamentales pueden trabajar juntas para cambiar la percepción pública del voluntariado en áreas como la salud mental. Estas jornadas han utilizado metodologías participativas y colaborativas, involucrando a voluntarios, comunidades y profesionales en un esfuerzo por descolonizar las prácticas institucionales en torno a la salud mental y promover una mayor inclusión social (Fernández et al., 2016).

Por otro lado, en países desarrollados como Canadá y Estados Unidos, las estrategias para combatir el estigma en el voluntariado se han centrado en campañas de sensibilización pública y en la integración del voluntariado en la vida cotidiana a través de programas escolares y corporativos. Según *Cone Communications* (2020), las campañas de sensibilización sobre el impacto del voluntariado han tenido un éxito significativo en mejorar la percepción pública, especialmente cuando se integran con programas educativos y comunitarios que refuerzan el valor del voluntariado a largo plazo.

El análisis comparativo del voluntariado en América Latina revela un panorama complejo y lleno de matices. Por un lado, la región enfrenta desafíos significativos relacionados con el estigma y la percepción del voluntariado. Muchas personas aún no comprenden el verdadero valor de estas actividades, lo que dificulta su promoción y adopción generalizada.

Sin embargo, el panorama no es completamente desalentador. Existen ejemplos inspiradores de individuos que, a través de sus experiencias como voluntarios, han logrado transformar no solo sus propias vidas, sino también las percepciones de sus comunidades. Estas narrativas

personales e historias de vida se han convertido en poderosas herramientas de cambio, demostrando el impacto tangible que el voluntariado puede tener en la sociedad.

Además, se ha observado que cuando diferentes sectores de la sociedad unen fuerzas - incluyendo empresas, organizaciones sin fines de lucro y gobiernos locales - pueden desarrollar estrategias intersectoriales realmente efectivas para cambiar la forma en que se percibe el voluntariado. Estas colaboraciones han demostrado ser fundamentales para generar un impacto significativo y sostenible.

Al comparar la situación de América Latina con la de países más desarrollados, se hace evidente que en estos últimos el voluntariado suele ser valorado de manera más positiva. La clave de esta diferencia parece radicar en el compromiso genuino y a largo plazo que las empresas y organizaciones establecen con las comunidades. No se trata de acciones aisladas o de mero "lavado de imagen", sino de un involucramiento verdadero y sostenible en el tiempo.

En todos los contextos analizados, dos elementos se destacan como fundamentales para fortalecer el impacto del voluntariado y reducir el estigma asociado: el uso efectivo de narrativas personales poderosas y la creación de espacios donde diferentes actores puedan dialogar y colaborar. Aunque el camino para transformar las percepciones sobre el voluntariado en América Latina es largo, los ejemplos exitosos demuestran que es un esfuerzo que vale la pena realizar.

Este análisis sugiere que, a pesar de los desafíos, existe un potencial significativo para el crecimiento y la valorización del voluntariado en la región. Con estrategias adecuadas y un enfoque en la comunicación efectiva de historias personales, es posible cambiar

gradualmente las percepciones y fortalecer el impacto positivo del voluntariado en las comunidades latinoamericanas.

Análisis De Narrativos De Los Testimonios

En una conversación con Francisco, voluntario con amplia trayectoria en diversas organizaciones, se destacan varios de los estigmas y malentendidos que suelen rodear el trabajo voluntario. Uno de los comentarios más comunes que Francisco ha enfrentado es: "¿Para qué lo hacen si no les pagan?", lo cual subraya una de las concepciones más arraigadas sobre el voluntariado: la creencia de que el trabajo sin remuneración carece de valor. Esta percepción refleja una visión mercantilista de la sociedad, donde el valor de las actividades está estrictamente ligado a la compensación financiera, desestimando otras formas de retribución como el bienestar emocional, el crecimiento personal, o el impacto social que el voluntariado genera tanto en quienes lo realiza como en las comunidades beneficiadas.

Este estigma pone en evidencia una desconexión entre los principios que motivan a los voluntarios y las expectativas del resto de la sociedad. Francisco describe que muchas veces se le ha cuestionado no solo su participación, sino su motivación, lo cual podría ser indicativo de un problema mayor: la falta de conocimiento o aprecio por el valor intrínseco del voluntariado en el tejido social. Como él lo expresa: "Algunos simplemente no entienden por qué haríamos algo sin obtener algo a cambio". Esta reflexión muestra que las motivaciones altruistas y solidarias no siempre son reconocidas ni valoradas por quienes no participan activamente en estas actividades.

Por otro lado, el estigma no solo afecta la percepción externa del voluntariado, sino que también puede impactar la autoimagen de los propios voluntarios. Al enfrentarse a

comentarios que trivializan su trabajo, algunos voluntarios pueden llegar a cuestionar el valor de sus esfuerzos, lo que disminuye su motivación y compromiso a largo plazo. Esta subvaloración social puede generar sentimientos de frustración y desconexión.

Finalmente, el caso de Francisco ilustra cómo la percepción negativa del voluntariado no solo puede desmotivar a los individuos, sino que también podría perpetuar una visión estigmatizada de este trabajo en el imaginario colectivo. Si bien el voluntariado representa una oportunidad para que las personas generen un impacto positivo en la sociedad, el estigma asociado podría estar limitando la participación de potenciales voluntarios y afectando el reconocimiento de aquellos que ya están involucrados. La falta de comprensión sobre los beneficios intangibles del voluntariado como el desarrollo de habilidades, el sentido de pertenencia, y el empoderamiento comunitario contribuye a que este tipo de trabajo sea subvalorado y, en algunos casos, estigmatizado.

Este análisis pone de relieve la necesidad de crear narrativas más positivas y educativas en torno al voluntariado, con el fin de contrarrestar las percepciones negativas y fomentar un mayor reconocimiento tanto del valor social como del personal que estas actividades brindan a quienes participan en ellas. Francisco concluye con una reflexión: “El voluntariado me ha dado más de lo que yo he dado a otros, pero no todos lo ven así”. Esta declaración sintetiza la necesidad de rediseñar los marcos de valoración social del voluntariado para reflejar su verdadero impacto en los individuos y en la sociedad.

Por su parte, Nataly Vargas Rodríguez, con 23 años y una formación en Sociología, ofrece una perspectiva interesante sobre su experiencia en el voluntariado. Su trayectoria desde la infancia, influenciada por su abuela, resalta la importancia de la familia en la motivación para participar en actividades comunitarias. Esta conexión intergeneracional subraya un elemento

clave en la construcción de identidades sociales y la transmisión de valores, que a menudo son fundamentales para la iniciación en el voluntariado. A través de su relato, se puede apreciar cómo la historia personal y familiar puede impactar en las decisiones de vida, estableciendo un sentido de pertenencia con las comunidades.

La transición de Nataly al voluntariado más formal en la universidad marca un punto de inflexión significativo en su desarrollo personal y profesional. La búsqueda de aplicar sus conocimientos teóricos en contextos prácticos refleja una motivación intrínseca que va más allá de la simple acumulación de experiencias. Esto también sugiere una comprensión más amplia del impacto que el voluntariado puede tener en la sociedad, así como una reflexión crítica sobre el papel de la educación en la formación de ciudadanos comprometidos y activos. La decisión de involucrarse en proyectos comunitarios, lejos de ser un acto aislado, se presenta como una continuación de un camino que comenzó en su infancia, lo que permite una conexión entre sus vivencias.

Las historias de Francisco y Nataly ofrecen un vistazo enriquecedor a las realidades, estigmas y motivaciones que acompañan a quienes deciden dedicar su tiempo y esfuerzo al voluntariado. Aunque provienen de contextos diferentes y tienen motivaciones únicas, ambos comparten un compromiso inquebrantable que refleja tanto sus valores personales como su resistencia ante las percepciones negativas que persisten en torno al voluntariado.

A pesar de estos desafíos, Francisco encuentra en el voluntariado una fuente constante de satisfacción personal y desarrollo emocional. Al reflexionar sobre su experiencia, Francisco enfatizó que su trabajo le ha brindado oportunidades de crecimiento que van más allá de las ganancias materiales. Para él, el voluntariado es una expresión de sus valores y un medio para fortalecer el tejido social en las comunidades donde participa. No obstante, el estigma

persiste y, en ocasiones, cuestiona incluso la autoimagen de los propios voluntarios. Al enfrentarse a opiniones que trivializan su trabajo, Francisco se ve en la necesidad de reafirmar el valor de su contribución, un proceso que, si bien fortalece su convicción, también revela la vulnerabilidad y los desafíos que los voluntarios enfrentan.

En conjunto, sus historias subrayan la necesidad de construir narrativas positivas y educativas en torno al voluntariado. Estos relatos destacan que el verdadero impacto del voluntariado no se mide únicamente en términos económicos, sino en la capacidad de fortalecer la comunidad, empoderar a los individuos y crear lazos de solidaridad. Francisco y Nataly nos invitan a repensar el valor del voluntariado ya reconocer que, a través de estas experiencias, no solo se benefician aquellos a quienes se ayuda, sino también quienes ayudan, encontrando en el voluntariado un camino hacia la realización personal y el compromiso cívico.

Más allá de los testimonios

El análisis de los testimonios obtenidos durante la investigación pone de manifiesto las diversas formas en las que el estigma afecta tanto la percepción pública como la motivación de los voluntarios en contextos comunitarios y corporativos. A lo largo de las entrevistas, se identificaron patrones claros que reflejan cómo los estereotipos y prejuicios sociales continúan afectando el ejercicio del voluntariado en Colombia, principalmente en sectores vulnerables como la salud mental y el trabajo con población migrante. Los siguientes hallazgos son consistentes con los objetivos específicos propuestos en el proyecto, que buscan identificar las percepciones y estereotipos asociados al voluntariado, analizar historias de vida de los voluntarios, y comprender cómo estas narrativas pueden influir en la desestigmatización del voluntariado.

Estigma hacia el voluntariado no remunerado

Un hallazgo clave de la investigación es la subvaloración que enfrenta el trabajo voluntario debido a la falta de remuneración económica. Los testimonios revelaron que uno de los comentarios más frecuentes que enfrentan los voluntarios es la pregunta: "¿Para qué lo hacen si no les pagan?". Este estigma refuerza una visión mercantilista del trabajo, donde el valor está estrictamente ligado a la compensación financiera, sin considerar otras formas de retribución, como el impacto social o el crecimiento personal. Este hallazgo es consistente con estudios previos que demuestran que el estigma puede afectar negativamente la percepción pública del voluntariado y disminuir la motivación de quienes participan (Goffman, 1963; Meier & Stutzer, 2008)

Impacto emocional y motivacional

A pesar de los desafíos derivados del estigma, los voluntarios entrevistados, como Nataly Vargas y Francisco Patiño, subrayaron que su participación en actividades voluntarias ha sido una fuente constante de satisfacción personal y crecimiento emocional. Ambos destacaron que, aunque enfrentan críticas y desvalorización, encuentran en el voluntariado una oportunidad para desarrollar un fuerte sentido de pertenencia y empoderamiento. Este hallazgo refuerza la idea de que el voluntariado, más allá de su impacto externo, tiene un profundo valor intrínseco para los individuos, lo cual es consistente con investigaciones que muestran la relación entre el bienestar subjetivo y el trabajo voluntario (Borgonovi, 2008; Wilson, 2000)

Estigma en el voluntariado corporativo

Otro hallazgo significativo es la percepción negativa que persiste en torno al voluntariado corporativo. Los entrevistados sugieren que este tipo de voluntariado es a menudo visto como una estrategia simbólica de las empresas para mejorar su imagen pública, en lugar de un esfuerzo genuino por generar un impacto social. Esta crítica al voluntariado corporativo no es exclusiva de Colombia; estudios como los de Booth et al. (2009) señalan que las iniciativas corporativas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) son percibidas de manera similar en otros contextos globales. No obstante, también se resaltó que, en casos donde las empresas logran alinear sus proyectos voluntarios con las necesidades reales de las comunidades, se puede lograr un cambio en la percepción, como es el caso de empresas que trabajan con agricultura sostenible y educación ambiental.

Narrativas y resiliencia

Finalmente, las historias de vida de los voluntarios reflejan un fuerte componente de resiliencia frente al estigma. A través de sus narrativas, los voluntarios transforman sus experiencias de adversidad en oportunidades de crecimiento personal y profesional. Las entrevistas revelaron que, aunque el estigma sigue siendo un desafío significativo, la capacidad de los voluntarios para reconfigurar su identidad y darles sentido a sus experiencias a través del trabajo voluntario es un elemento central en su perseverancia (Bruner, 1991; Riessman, 2008)

A Modo De Conclusión

Los hallazgos obtenidos a partir de las entrevistas con los voluntarios confirman que el estigma asociado al voluntariado sigue siendo una barrera considerable para su plena apreciación en Colombia. A pesar de los esfuerzos de algunas organizaciones por cambiar

esta percepción, persisten ideas equivocadas que limitan el reconocimiento del voluntariado como una forma valiosa de contribución social. Sin embargo, a través de los testimonios recogidos, se ha evidenciado que, a pesar de estos desafíos, el voluntariado sigue teniendo un impacto profundamente positivo, no solo en las comunidades que reciben su apoyo, sino también en los individuos que lo practican. Los voluntarios experimentan una transformación personal que va más allá de lo material o económico, fortaleciendo sus vínculos sociales, su sentido de propósito, y su desarrollo personal.

Este estudio resalta la necesidad de seguir investigando cómo las narrativas personales y las historias de vida de los voluntarios pueden convertirse en herramientas clave para la desestigmatización. A través del poder de estas historias, es posible desafiar las percepciones erróneas y promover una imagen más completa y positiva del voluntariado, alentando una mayor participación y un reconocimiento social más amplio. En última instancia, el potencial del voluntariado como motor de cambio social y personal requiere un enfoque continuo en la educación y la promoción de sus beneficios intrínsecos, que trascienden la simple compensación económica o el cumplimiento de una obligación moral.

Bibliografía

Banco Interamericano de Desarrollo. (2023). Fortalecimiento del Voluntariado en América Latina y el Caribe. Recuperado de https://www.iadb.org/es/whats-our-impact/RG-T1029

Booth, J. E., Park, K. W., & Glomb, T. M. (2009). Employer-supported volunteering benefits: Gift exchange among employers, employees, and volunteer organizations. Human Resource Management, 48(2), 227-249. https://doi.org/10.1002/hrm.20277

Borgonovi, F. (2008). Doing well by doing good: The relationship between formal volunteering and self-reported health and happiness. Social Science & Medicine, 66(11), 2321-2334. https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2008.01.011

Bruner, J. (1991). The narrative construction of reality. Critical Inquiry, 18(1), 1-21. https://doi.org/10.1086/448619

Campos, A., Oviedo, H., & Herazo, E. (2014). Prevalencia de síntomas, posibles casos y trastornos mentales en víctimas del conflicto armado interno en situación de desplazamiento en Colombia: una revisión sistemática. Revista Colombiana de Psiquiatría. https://doi.org/10.1016/j.rcp.2014.07.003

Chávez, M. (2020). El voluntariado social en América Latina: tendencias, influencias, espacios y lecciones aprendidas. Fondo Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de https://biblat.unam.mx/es/revista/sociedad-civil/articulo/el-voluntariado-social-en-america-latina-tendencias-influencias-espacios-y-lecciones-aprendidas

Cone Communications. (2020). 2020 Global CSR Study. Recuperado de https://www.conecomm.com/research-blog/2020-global-csr-study

Fassin, Y., & Gosselin, D. (2019). The collapse of an iconic sustainability leader: A cautionary tale about the limits of CSR. Journal of Business Ethics, 155(4), 929-941. https://doi.org/10.1007/s10551-019-04323-7

Gergen, K. J. (2009). An invitation to social construction. Sage Publications.

Gómez, P. y Reyes, F. (2012). *Memoria y narración: urdimbre de las identidades colectivas.* Hallazgos (17): 161-180. DOI: https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2012.0017.06

Goffman, E. (1963). Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity. Prentice-Hall. Recuperado de https://archive.org/details/stigmanotesonman0000goff

Guzmán, F., & Becker, K. (2020). Corporate social responsibility in Latin America: A review of the research. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 27(1), 41-55. https://doi.org/10.1002/csr.1782

Kvale, S. (2007). Doing interviews. Sage. https://methods.sagepub.com/book/doing-interviews

Marín, A. (2019). Corporate social responsibility: Perspectives from Latin America. International Journal of Corporate Social Responsibility, 4(3), 1-15. Recuperado de https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-019-0040-1

Meier, S., & Stutzer, A. (2008). Is volunteering rewarding in itself? Economica, 75(297), 39-59. Recuperado de https://zendy.io/title/10.1111/j.1468-0335.2007.00597.x

Morse, J. M. (1995). The significance of saturation. Qualitative Health Research, 5(2), 147-149. https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/104973239500500201

Orb, A., Eisenhauer, L., & Wynaden, D. (2000). Ethics in qualitative research. Journal of Nursing Scholarship, 33(1), 93-96. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1547-5069.2001.00093.x

Patton, M. Q. (2015). Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice. Sage. https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-research-evaluation-methods/book232962

Paniagua, J., & Rivero, M. (2021). Voluntariado corporativo: Más allá de la imagen empresarial. Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad, 15 (2): 67-83. https://doi.org/10.1007/s10551-019-04324-4

Reyes, F. (2011). "*El Olvido Que Seremos* y *Mi Confesión*: testimonio, memoria e historia. *Comunicación y Ciudadanía* (4): 24-30.

Reyes, F., Meza, C. y Gómez, P. (2022). "Representación confesional desde la verdad judicial en las narrativas de un paramilitar: el genocidio de la Unión Patriótica". *Revista Eleuthera* (24): 139-162. DOI: 10.17151/eleu.2022.24.2.8

Riessman, C. K. (2008). Narrative methods for the human sciences. Sage. https://psycnet.apa.org/record/2008-05683-000

Wilson, J. (2000). Volunteering. Annual Review of Sociology, 26, 215-240 es a través de la Annual Reviews. https://www.deepdyve.com/lp/annual-reviews/volunteering-0sIzvtdIb8

Anexos

Listado de imágenes

Fotografía 1: Taller Amor y amistad, realizada con niños del barrio Villa Javier, barrio 20 de Julio en Bogotá 7
Fotografía 2: Celebración de cumpleaños, niños del barrio Villa Javier 9
Fotografía 3: Apropiación comunal con los niños del barrio Villa Javier 12
Fotografía 4: Actividad navideña, clínica de salud mental La Inmaculada, Bogotá..... 15
Fotografía 5: Actividad cultural clínica de salud mental La Inmaculada 21