

Colombia Estéreo 103.7 FM, fortalece una red social digital de comunicación

Ensayo

Realizado por:

Fabian Orozco Montenegro

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de ciencias sociales artes y humanidades - ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CCAV Pasto, febrero de 2022

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Colombia Estéreo 103.7 FM, fortalecida con una red social digital de Comunicación.....	4
Conclusiones.....	14
Referencias.....	15

Resumen

Este documento es un ensayo reflexivo analítico y crítico de un proceso de investigación, donde se relacionan diferentes temas y el conocimiento adquirido a través del diplomado de construcción de redes sociales de comunicación como trabajo para opción de grado en Comunicación Social, teniendo como referencia una Organización Social Participativa, se eligió la emisora 103.7 FM, Cajamarca Tolima, es una emisora institucional del Ejército Nacional, que lleva más de 8 años trabajando en esta parte del territorio colombiano como uno de los medios importantes para fortalecer la red Machín de alarmas tempranas, por la vulnerabilidad en la que se encuentra este municipio conocido como la despensa agrícola de Colombia, por esta razón es importante tener en cuenta el fortalecimiento de las redes sociales como medio de información y participación de la comunidad y la óptica desde la perspectiva de comunicación interna en la organización de interés público que trabaja en pro de las comunidades, visualizando la labor que desempeña la institucionalidad en temas de seguridad, proyectos de desarrollo social, jornadas de apoyo al desarrollo por parte del estado y demás procesos que traen beneficios para toda la población.

Palabras Clave: Red social, Comunidad, Comunicación participativa, OSP, Red social digital.

Colombia Estéreo 103.7 FM, fortalecida con una red social digital de Comunicación

Las redes sociales de comunicación son una de las herramientas más importantes para el fortalecimiento de una empresa, organización o emprendimiento personal, porque a través de estas se visualiza y genera un acercamiento de expresión de las personas con el fin de generar confianza, inclusión social, participación e igualdad, dando con esto creación de proyectos y desarrollo de diferentes programas que permiten traer crecimiento en cada una de las regiones donde facilitan el desempeño de las estrategias de comunicación.

El fortalecimiento y la implementación de una red social digital de comunicación son fundamentales para tener un acercamiento de la emisora Colombia estéreo con las comunidades donde pueden expresarse en estos nuevos escenarios en este mundo que cada día avanza en tecnología.

En la actualidad de la sociedad, se ha observado que el uso de las redes sociales y plataformas en internet de forma exponencial ha aumentado, incitando que la dinámica de trabajo en el mercado de los diferentes sectores institucionales y comerciales se afiancen en esta situación acercando sus clientes y proveedores con un servicio de comunicación interna y externa influyente para todas las personas que están conectadas al mundo cibernético y herramientas de visualización con buenas estrategias comunicativas para potenciar sus empresas.

Ante esta situación se considera conveniente utilizar esta misma estrategia de acercamiento a las comunidades, organizaciones y demás personas interesadas en conocer el quehacer de la emisora institucional Colombia estéreo 103.7 FM, sus proyectos, campos de acción etc.

Por ello en este trabajo se acopió de los principales aspectos realizados durante el proceso de investigación con la organización Colombia Estéreo 103.7 FM, la cual que se escogió para realizar un fortalecimiento comunicacional y red social.

De esta forma se propone una estrategia comunicativa que tiene como finalidad la creación de una red social digital que sea un canal de comunicación, entre los miembros de la organización y comunidades del municipio de Cajamarca Tolima, y así poder fortalecer este sistema de radio institucional con la participación de los oyentes en temas de interés para toda la ciudadanía y el cual se pretende mantener informada, entretenida y educada esta población con el fin de traer desarrollo y construcción de tejido social.

Es esencial la participación con diálogo, una buena comunicación y generar confianza como relacionamiento con transparencia de lo que realiza la OSP, en esta comunidad perdurando a la pluralidad como principio, dando participación como un derecho dando la libertad de expresión proponiendo una buena construcción de tejido social, fomentando precisamente el diálogo con democracia. De esta manera lo afirma Castell (2009):

Pero las redes no tienen límites fijos, están abiertas y poseen numerosos vértices, y su expansión o contracción depende de la compatibilidad o competencia entre los intereses y valores programados en cada red y los intereses y valores programados en las redes con las que entran en contacto en su movimiento de expansión. (p.44).

Habla del papel de las redes sociales en la vida cotidiana como estructuras comunicativas a través de las cuales los actores sociales promueven sus intereses, valores y tienen la capacidad de interactuar con otros actores; por lo tanto, como una red social es una estructura en dónde hay

individuos que se encuentran relacionados entre sí (nodos), que promueven y luchan por un objetivo común en pro del desarrollo comunitario.

Se realizó el acercamiento con el director de la emisora Colombia Estéreo Cajamarca, obteniendo la coordinación y fortalecimiento de la capacidad institucional y territorial, a través de la cooperación con la acción de un mecanismo de investigación en el sistema comunicacional de la OSP, el cual se encontraron diferentes hallazgos, fortalezas y debilidades como oportunidades para proyectar una estrategia de comunicación que brinde un acercamiento a la población con las instituciones gubernamentales, instituciones del estado y gobierno municipal.

Durante este proceso de investigación nos encontramos que maneja diferentes franjas y tiene cuatro sectores de audiencia priorizados, con el fin de visualizar el trabajo que desarrolla toda la institución como es la marca Ejército Nacional, en esta bonita región del departamento del Tolima, conocida como “la despensa agrícola de Colombia” además que hace parte del sistema radial más grande del País, contando con noventa y seis estaciones de radio, donde cada emisora cuenta con programación institucional, pero también regional, para seguir construyendo país y tejido social.

En su parrilla de programación se encontró que frente a las audiencias tienen como objetivo entrar en contacto con la comunidad, con la premisa de educar, informar y entretener. A continuación se destacan algunos aspectos que hacen parte del perfil, de los contenidos y misión de la organización:

Apoyo y difusión de la información que requiera los batallones que están acantonados en la sexta brigada, con el fin de fortalecer la imagen institucional y buscar elevar la moral de las tropas, de esta forma generar confianza en la audiencia.

En asuntos civiles se busca apoyar, a las entidades con el fin de mantener la ley y el orden, de igual forma se apoyará las instituciones de salud y bienestar, con programas de educación e información. Y en asuntos públicos a través de la emisora se da a conocer la intención del comandante, realizando espacios que permiten una comunicación con los líderes y la audiencia en general, donde se visualiza los logros operacionales y las diferentes jornadas de apoyo a la comunidad.

A través de la emisora se difundirán emisiones radiales, cuñas radiales y magazines encaminados a dar a conocer el decreto 965 del 7 de julio de 2020, el cual tiene como objetivo el sometimiento a la justicia de los integrantes de los grupos armados organizados.

Acompañar los procesos de legitimidad, desarrollo y seguridad en estos territorios donde muchas veces han sido vulnerados sus derechos por diferentes grupos al margen de la ley y que en ocasiones el estado también no supervisa los recursos que llegan por culpa de la corrupción, debido a esto son marginados, vulnerables y no han sido tenidos en cuenta sus necesidades y opiniones. De esta forma la emisora del Ejército brinda esta compañía, siendo como un enlace entre la comunidad y la institucionalidad, con ello, poder resolver algunas situaciones que aquejan en la población entrándose en la idiosincrasia, costumbres y valores de cada sector.

Se seleccionó este medio de comunicación, por su proceso de participación donde convergen la disposición de programas participativos que logra acercar a la institución con la comunidad, como semilleros radiales, una iniciativa que busca generar y fortalecer capacidades en nuevos aficionados a la radio donde se vinculan los jóvenes del municipio, y espacios con instituciones educativas públicas, para que los estudiantes reciban clases radiales en medio de la pandemia del Covid 19.

Las oportunidades que evidenciamos que esta emisora cuenta solo con línea celular y la aplicación de WhatsApp, así que el poder aportar en estrategias de comunicación, en diseños de herramientas y redes como las redes sociales para potenciar la comunicación participativa con los oyentes, así ayudar comprometidos en el servicio a la sociedad, no tiene vínculos comerciales ni políticos lo cual siempre genera espacios de interacción y participación en la comunidad, sin embargo por ser una emisora institucional, debe ser independiente a escenarios en los que sí se pueden desarrollar las emisoras comerciales.

Durante el proceso desarrollado con la organización se realizaron diferentes actividades de las que se resalta la participación en un Mercado Campesino, que la organización realizó con el fin de ayudar a los más vulnerables del municipio.

A través de una campaña de difusión masiva se hizo la tercera convocatoria a nuestros campesinos para promover un “mercado campesino” se vinculan la alcaldía municipal, con la secretaría de desarrollo social y la asociación Aso Arracacho de Cajamarca, de esta manera se articula la emisora 10.3 FM, en un trabajo social, participativo, y sirviendo a la comunidad con este esfuerzo interinstitucional, llevando consigo este importante programa para el beneficio de los habitantes de esta región del territorio colombiano.

Se desarrolló un sociograma para observar todas sus relaciones de dependencia, débiles, de colaboración y fuertes, con el cual se puede evidenciar su estructura en comunicación, y así trabajar en un proyecto que permita contribuir con el fortalecimiento de las redes sociales, la sociometría utiliza diversos procedimientos para el análisis de las interacciones subyacentes, entre dichos procedimientos, el más conocido y usado. Como lo indica el manual. CIMAS, (2010). “...el cual nos permite todo ello ponderando no sólo los números de personas que puedan

estar en cada situación, sino cuáles son sus pesos y fuerzas reales de tipo socio-político y su capacidad de ayuda en nuestras estrategias” (p, 27).

Se realizó este proceso haciendo énfasis en el Concepto de Red social: Se observó buen desempeño con la coordinación de los eventos el cual se tienen buenas relaciones con el sector rural, sobre todo con los presidentes de acción comunal, sin embargo, hay todavía muchos sectores que quedan por fuera, por desconocimiento de los eventos, otros no se vinculan por afinidad o lineamientos de ideologías políticas, como algunas asociaciones. Se podría decir que fortalecer las redes sociales de comunicación es esencial para esta organización como medio de comunicación, apoyándose también en las redes sociales digitales.

De esta forma en esta experiencia que se tuvo con la organización Colombia Estéreo 103.7 FM, permitió conocer mediante reuniones, trabajo de campo que se realizó junto con las entidades gubernamentales, líderes comunales, y el equipo de trabajo en cabeza de su director, y el coordinador, la razón social y objetivo principal para cumplir con la labor que desempeñan como institución en pro de los habitantes de la región.

Objetivo General: Difundir las campañas institucionales vigentes y las diferentes subcampañas y estrategias de comunicación establecidas por los diferentes líderes, generando un acercamiento directo con la población civil, con esto es posible generar afecto a nuestro Ejército por parte de las comunidades y ser parte esencial de la presencia del Estado en los diferentes municipios del departamento del Tolima; difundir mensajes internos de fortalecimiento institucional para acompañar a nuestros hombres y mujeres de la fuerza pública, con contenidos que sean de impacto positivo en su moral y de igual forma enviar mensajes a los grupos al margen de la ley para que se motiven y se acojan al programa de desmovilización, además de demostrar la capacidad superior y la voluntad inquebrantable del Ejército, en su lucha por

preservar la seguridad de la población, todo esto es con el fin de ganar mentes y corazones de la comunidad, y elevar la moral combativa de las propias tropas.

Los contenidos según audiencia teniendo en cuenta a la población y el poder de la radio para lograr los distintos objetivos institucionales, la programación de esta emisora está enfocada en los gustos musicales de la región, previo análisis de la población donde tiene cobertura para tener mayor audiencia y enfocar así las distintas campañas y subcampañas que se desarrollarán en cada programa.

Es así como se determinan los nombres de los diferentes programas, con la intención de generar un efecto de recordación y una conexión especial con el oyente, se establece la parrilla de programación que va a tener los principales elementos como la música, contenidos verbales, franja informativa, franja de entretenimiento, franja de programas focalizados; estos espacios están divididos en diferentes horarios, objetivos comunicacionales y operacionales de la Fuerza, además del público objetivo.

Música: Se establece una programación variada con ritmos regionales, que permitan conectar a los oyentes con la frecuencia de la Emisora del Ejército, de esta forma establecer familiaridad y un público fiel en audiencia.

Contenidos Verbales: Serán los espacios destinados a acompañar con información y entretenimiento todos los mensajes institucionales antes mencionados, la emisora Colombia Estéreo, es una fuente de información oficial de la Institución ante la población y las tropas.

Pero también ofrecen espacios de entretenimiento que ayuden en el acompañamiento antes mencionado, es así como se determinan con claridad los nombres de los espacios, los objetivos, los propósitos y el público o blanco audiencia de cada segmento o espacio, con la

mayor iniciativa, profesionalismo y capacidad de innovación, esto con el fin de garantizar la fidelización de los oyentes en el departamento del Tolima.

Franja Informativa: Las franjas informativas serán emitidas desde la emisora Básica en Bogotá, donde habrá un director de noticias. Este tendrá como prioridad difundir los resultados operacionales de la Fuerza y hacer visibles las acciones en favor de la comunidad, es por eso que se garantizará la conexión vía satélite, para que los oyentes estén informados del entorno noticioso, a nivel nacional e internacional.

Franja Entretenimiento: La franja con elementos de música y contenidos verbales, la misión de estos espacios es acompañar (de una forma agradable) con información general de farándula, deportes, tecnología y música a los diferentes blancos de audiencia.

Franja Programas Focalizados: Este tipo de programas están diseñados para alcanzar un público específico a través de contenidos especializados, uno de ellos es el programa Héroes con Flor del Monte, que está diseñado para elevar la moral a nuestros soldados y hacerles llegar mensajes de sus familiares y amigos, la conexión es establecida vía satélite para garantizar que esta emisión se escuche a nivel local.

Desde el concepto de comunicación participativa: Observamos que se hizo un trabajo con la oficina de desarrollo social la encargada de esta importante cartera, invitando a la población a vincularse a diferentes actividades que desarrolla la emisora como los semilleros radiales, de igual forma algunos presidentes de junta de acción comunal atendieron el llamado para que ellos mismos invitaran a cada habitante de las veredas, infortunadamente hay muchas personas que no se vinculan debido a la planificación del tiempo, y la falta de herramientas digitales como redes sociales digitales.

En el concepto de comunidad: Es muy importante lo que concierne al apoyo hacia la comunidad, estrechar una mano al necesitado, con actividades como la Radio ton, programas educativos con institucionales, de esta forma se beneficia toda la comunidad, con el propósito de apalancar el desarrollo social, y económico del municipio de Cajamarca Tolima, según Gallego (2011):

...el ser humano no nace dentro de un grupo secundario, normalmente lo elige o él, o lo eligen para que forme parte de dicho grupo. A través de la buena comunicación nace en un grupo la interpretación de la funcionalidad de interacción y participación, Por así decirlo, son relaciones poco profundas, frías y con un objetivo o meta determinado. (p.116).

En ocasiones hay algunas organizaciones que tienen un propósito de deslegitimar la organización como emisora institucional, precisamente porque hay un trasfondo de ideologías políticas y pretender manchar el trabajo que viene realizando la institucionalidad, no obstante hay un número de organizaciones sociales e institucionales que no son influenciados por ningún sesgo político, que le sirven a la comunidad, que son sin ánimo de lucro como lo es la emisora Colombia Estéreo Cajamarca, que viene realizando muchos acercamientos para trabajar mancomunadamente y brindar desarrollo tanto económico, social y cultural.

Según: Kamlongera y Mafalopulos (2008). “El fin de diseñar una estrategia de comunicación es tratar y resolver los problemas a nivel de la comunidad, utilizando las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural, así como métodos, técnicas y medios de comunicación” (p. 8). En este sentido se desarrolló una estrategia de comunicación con el objetivo de implementar una red social digital de comunicación con los oyentes y empleados de la OSP Colombia estéreo 103.7, socializando puntos de vista en el fortalecimiento

de las relaciones y vínculos existentes en y para la comunidad, con el propósito de desarrollar una mejor comunicación, permitiendo el cambio de las formas convencionales de interacción en la organización y con las comunidades.

Conclusiones

Desde diferentes conceptos manejados a lo largo de este diplomado en construcción de redes sociales de comunicación como son red social, comunicación participativa y comunidad se pudo desarrollar esta investigación con énfasis en red social, la cual permitió trabajar con la emisora 103.7 FM, un medio institucional del Ejército Nacional en Cajamarca Tolima, con propósitos específicos, donde cada elemento cumple una misión. En el ámbito social como la red se compone de individuos que se comportan como elementos que mantienen relaciones entre ellos según su cultura, una de las características de las redes sociales son auto-organización: autonomía de permanecer o no una red.

Se diseñó una estrategia comunicativa para fortalecer las redes sociales de comunicación de esta organización con el fin de crear espacios de inclusión y de interacción a través de herramientas tecnológicas e interactuar con los oyentes, y que a la vez sirva para potenciar la comunicación interna de la institución, mediante la observación, reuniones, intercambio de ideas, exposiciones y charlas. Se evidenció que en la emisora Colombia Estéreo 103.7FM, había esta necesidad, y con las herramientas digitales se puede hacer el apalancamiento de las redes de comunicación actuales para potenciar la participación de las diferentes comunidades y sectores institucionales, así como la creación de grupos que interactúen para el logro de los propósitos comunes.

Referencias

- CIMAS. (2010). Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, Manual de Metodologías participativas, (27) Disponible en:
https://www.redcimas.org/wordpress/wpcontent/uploads/2012/09/manual_2010.pdf
- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza editorial, Madrid.
<https://www.um.es/tic/LECTURAS%20FCIII/tema%204%202012%20texto%20basico%202.pdf>
- Gallego Trijueque, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, (12) ,113-121.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Kamlongera, C., y Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. (C, 1, p, 8.). Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). <http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>