

**“Magazín Faro Educativo” estrategia comunicativa que dinamiza la construcción de  
comunidad desde la OSP Periódico El Faro de Santa Rosa de Cabal**

Ensayo

Kevin Santiago López García

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 Dosquebradas Risaralda, mayo de 2022

## Contenido

Resumen .....	3
Palabras Claves .....	3
“Magazín Faro Educativo” estrategia comunicativa que dinamiza la construcción de comunidad desde la OSP Periódico El Faro de Santa Rosa de Cabal.....	4
Conclusiones .....	13
Referencias .....	14

## Resumen

A continuación, se presenta un documento crítico (ensayo) sobre la incidencia de la estrategia comunicativa con énfasis en la ampliación de la red social para la construcción de comunidad en la organización social participativa (OSP) Periódico El Faro, del municipio de Santa Rosa de Cabal, departamento de Risaralda. La estrategia objeto del análisis se titula “Magazín Faro Educativo - La Luz que nos guía en la oscuridad social”. La propuesta surge después de la interacción con el director del periódico Don Ramiro Osorio y el análisis de la información obtenida en el Sociograma, Diario de Campo, el contenido del mismo medio periodístico y la inmersión en las actividades sociales y culturales que se proyectan a la comunidad. Se desarrolla una tesis que destaca la incidencia de la estrategia comunicativa diseñada a partir de la investigación, en el fortalecimiento de redes sociales y el favorecimiento de la construcción de comunidad.

**Palabras Claves:** comunidad, red social, comunicación participativa, estrategia comunicativa, construcción de comunidad.

**“Magazín Faro Educativo” estrategia comunicativa que dinamiza la construcción de comunidad desde la OSP Periódico El Faro de Santa Rosa de Cabal**

El siguiente documento es un ensayo como resultado del proceso de inmersión e investigación en la OSP Periódico El Faro de Santa Rosa de Cabal Risaralda. Se presenta para la evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, como opción de trabajo de grado.

Al plantear el diseño de una estrategia comunicativa, se debe partir de las necesidades o problemas detectados en el diagnóstico participativo. En este caso, después de realizar el proceso de observación, de diálogo, de entrevistas y de trabajo de campo al interior de la organización elegida, se pudo determinar, que el Periódico El Faro, desarrolla espacios de comunicación participativa, favoreciendo el fortalecimiento de las redes sociales, pero, a pesar del proceso comunicativo, informativo y social que desarrolla la organización, se debía desarrollar una estrategia comunicativa que, además, de fortalecer las redes sociales, dinamice la construcción de comunidad desde la OSP.

Atendiendo esta necesidad, se plantea la siguiente tesis: el desarrollo de una estrategia comunicativa enfocada a la ampliación y fortalecimiento de redes sociales de comunicación, es un elemento fundamental para dinamizar la construcción de comunidad desde la OSP el Periódico El Faro de Santa Rosa de Cabal.

Es importante, antes de iniciar el sustento de la anterior tesis, realizar una breve descripción de la OSP elegida: nació hace quince años con el afán de suplir la necesidad de que existiera un medio comunicativo que se encargara de socializar los acontecimientos más importantes de la comunidad, pero en la red de relaciones y vínculos con la comunidad, que se fueron tejiendo año por año, la organización de manera espontánea tejió y fortaleció vínculos

relacionales con instituciones, organizaciones sociales y personajes encargados de dinamizar el desarrollo social, político, económico y cultural del municipio.

La OSP objeto de análisis, está enfocada en conservar la armonía social a través de la filosofía de sus escritos, como lo dice el director Ramiro Osorio “Aquí se promueven los valores de la comunidad”, “El amarillismo y sensacionalismo lo dejamos para otros medios”, Nuestra filosofía como medio es proyectar la cara amable, bonita, turística de la ciudad”. procura conservar el consenso y armonía social convirtiéndose en un medio para exaltar, hacer homenaje, valorar y promover todo aquello que engrandece la comunidad.

Es evidente que la organización Periódico El Faro, hace explícitas las características expuestas (comunicación democrática, acceso libre e igualitario, diálogo y participación), además, no pretende comunicar para cambiar el comportamiento de los demás, sino de exaltar y de rendir tributo a lo más hermoso y bello del municipio, a través de sus diferentes artículos, líneas de opinión, participación libre y espontánea de la comunidad en columnas de divulgación.

La agenda social y de servicio a la comunidad es amplia a través de sus proyectos como los clasificados sociales virtuales, la peña cultural mensual, la promoción de artistas y proyectos de emprendimiento; lo que ha permitido que la relación de la comunidad en general con la organización sea de: Reconocimiento, aceptación, solidaridad, empatía, orgullo ya que es muy evidente su servicio en función del pueblo, las instituciones y su gente.

La estructura del medio escrito periodístico “El Faro - Un universo de opiniones” está basada específicamente en columnas de opinión, columnas de divulgación y columnas establecidas como: Cafeteando, Cantando la Tabla, La Editorial, Diván Lírico, Galería del Arte, Sociales, Obituario, Deportes entre otros; En una comunidad conservadora como la nuestra, hay temas que se vuelven espinosos y es por eso que desde el punto de vista de la cultura, la promoción turística y el impulso de proyectos sociales, la OSP en mención ha logrado construir

una serie de relaciones con el tejido y la base social que se sienten totalmente identificados y respaldados; pero con las instituciones que manejan el poder, aunque no existen relaciones conflictivas porque los que manejan la organización, ante todo manejan la imparcialidad y no son responsables de los conceptos y opiniones de la ciudadanía, pero sí le ha servido para que en casos como la Administración municipal, se aisle de sus procesos y no se convierta en un aliado estratégico para su funcionamiento.

Si bien es cierto, el medio periodístico de la OSP objeto de análisis, presenta una serie de artículos que ilustran a la comunidad en los aspectos positivos de la ciudad, se hace necesario elaborar un Magazín Educativo con temas específicos que contribuyan a mejorar la calidad de vida de las personas que interactúan constantemente con el medio y de esta manera propiciar el encuentro en un espacio común que abrirá las puertas para la creación de comunidad.

Es necesario anotar que tan pronto comienza el diseño de la estrategia, el proceso cambia de un análisis de problema a la solución del problema. La estrategia de comunicación es diseñada para lograr los objetivos de comunicación. Para determinar la relevancia de estos objetivos es necesario considerar un número de factores, tales como la información de fuentes secundarias, los objetivos del proyecto, las necesidades de la comunidad, las oportunidades, los problemas y las posibles soluciones (Mefalopulos y Kamlongera , 2008, p. 4).

Es decir, la estrategia comunicativa, debe surgir de la realidad, de las necesidades detectadas en el contexto, para que garantice la participación de la comunidad. El planteamiento de una estrategia comunicativa pensada en la solución de un problema identificado, abre el terreno para lograr la participación activa de las personas que se benefician directa o indirectamente con la labor de la OSP, y de esta forma se amplíe el campo de acción, permitiendo el fortalecimiento de las redes sociales creadas y simultáneamente se van generando los

ambientes para la construcción de una comunidad interesada específicamente en las acciones desplegadas por la estrategia. Crear comunidad, parte de la tesis que las personas se juntan o se agrupan por objetivos o necesidades comunes, en el caso que se está analizando, la necesidad comunicativa que los convoca, es encontrar un medio escrito que piense en su necesidades psicológicas, educativas, culturales y formativas; que les permita tener un espacio alrededor de temas comunes a la escuela, los hijos, la familia, el barrio, la comunidad y la sociedad en general. En relación con lo expuesto, Villasante y Gutiérrez (2007), expresan:

En un análisis de redes acabamos colocando los vínculos, que son los elementos más importantes de todo el esquema. Y lo son porque a partir de ellos es desde donde podemos empezar a cambiar situaciones que nos preocupan. Son vínculos emocionales que resumen, en lo concreto de lo cotidiano, muchas de las condicionantes que se han ido acumulando, pero no como simples reflejos de la estructura o de la ideología. (p. 130).

Por lo tanto, cuando las redes sociales se amplían a causa de una estrategia comunicativa aplicada, allí van a confluír una cantidad de personas que se identifican con los temas o actividades propuestas, y de esta manera, van creando vínculos emocionales por afinidad a los contenidos que les servirán para resolver dudas e inquietudes frente a necesidades de educación y formación, en este sentido, se va construyendo comunidad frente a la necesidad de educación en temas en los que la comunidad aún maneja tabús o desconocimiento. Está demostrado que los medios comunicativos alternativos, además de tener la misión de informar, también su filosofía es la del servicio a la comunidad, porque el alma de los medios son las redes sociales que se van expandiendo de manera proporcional a los servicios proyectados, por lo tanto, la participación de la comunidad y la ampliación de sus redes sociales, es directamente proporcional al servicio que presta a la sociedad, en este sentido, Cueto Gómez (2007) cuando se refiere a los servicios de los

medios de comunicación manifiesta: “En definitiva la comunicación es algo más que enviar mensajes de un emisor a un supuesto receptor..” (p. 35).

Teniendo como referencia el planteamiento de Cueto Gómez, se pensó en la creación de un Magazín Educativo para que la OSP el Periódico El Faro, además de cumplir su función social principal, que es la de informar a la comunidad, cumpla también con la labor de construir comunidad alrededor de temas de trascendental importancia para la sociedad. Teniendo en cuenta también que un medio informativo, a través de los espacios de participación comunicativa, va formando su círculo o redes sociales que giran alrededor del contenido de sus artículos, noticias y publicidad, pero, si se enfoca en un grupo poblacional y procura establecer vínculos directos con ellos, se dinamizará de manera inherente la ampliación de redes sociales con la construcción de comunidad.

La red social creada por la OSP, son todas las personas que se benefician directa o indirectamente y se interrelacionan a través de los servicios que ésta les ofrece, pero la construcción de comunidad va más allá de la red social, ya que una comunidad se conforma por personas directamente vinculadas en la solución de sus problemas o necesidades.

En el caso de la OSP el Periódico El Faro, que busca fortalecer la red comunicativa social con la comunidad, a través de una edición bimensual de un magazín con temas educativos de interés familiar, escolar y social; con el fin de acompañar a la comunidad en general en los procesos de formación, que permita mejorar las condiciones de vida y aportar al desarrollo cultural de la sociedad; en este sentido, se creará comunidad alrededor de las necesidades educativas o formativas que tengan y que buscarán su solución a través de los temas específicos anteriormente expuestos.

De tal modo, podemos aseverar, que la amplia red social que el informativo tiene, puede ampliarse con la comunidad que se construya o las comunidades que se construyan mediante la

aplicación de la estrategia comunicativa, porque se puede construir comunidad alrededor de los temas de familia, comunidad alrededor de los temas de escuela, comunidad alrededor de los temas de psicología, comunidad alrededor de los temas de medicina, en fin, se estructurarán comunidades afines a sus intereses. Así mismo, no podemos olvidar el papel de los medios tecnológicos en el fortalecimiento de las redes sociales y la influencia de la tecnología que contribuye enormemente en la solución de necesidades de la comunidad, como lo manifiesta Gallego (2016), “Las redes sociales digitales cubren necesidades sociales para el ser humano” (p. 22).

La estrategia comunicativa presentada, responde a las necesidades informativas de la comunidad y sobre todo a la estructuración de la red social tejida con anterioridad, ya que las nuevas tecnologías de información y comunicación ha traído consigo nuevas dinámicas comunicativas que están favoreciendo el anonimato, las interacciones no personales y la comunicación virtual, mediados por la internet, como lo plantea Noguera. (2011), cuando expresa: “Internet está introduciendo cambios radicales en la manera de comunicar de las personas y las organizaciones. Ha variado los esquemas lineales sencillos y previsibles de la comunicación mediática tradicional” (p. 11)

Teniendo en cuenta que las redes sociales digitales son comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de Internet, como Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok o WhatsApp; en los que se pueden formar grupos y compartir información y elementos multimedia como imágenes o vídeos entre otros, podemos considerar, que además, el periódico, como medio escrito informativo y que, y la gran red social municipal que ha creado, debido a las personas que lo leen, los comunicadores, los patrocinadores, las instituciones que de una u otra manera interactúan directa e indirectamente a través del medio escrito y todas las actividades culturales y sociales que la organización

comunicativa realiza; se debe apoyar en las plataformas virtuales para la construcción virtual de redes sociales y creación de comunidad a través de Facebook, Instagram y WhatsApp.

Entendiendo que la comunicación participativa promueve el uso de estrategias para involucrar a la ciudadanía o a los integrantes de un colectivo de manera horizontal y democrática, se debe aprovechar que a pesar de que existe un organigrama institucional, en ningún momento la comunicación es vertical, por el contrario, se aprecia un espacio democrático donde todos aportan de acuerdo a sus capacidades y funciones, el director es una persona que delega y escucha a sus compañeros de trabajo. En este mismo sentido, el espacio brinda a la comunidad la posibilidad que se involucre en los espacios informativos, en las actividades culturales que desde allí se promueven y en las redes sociales que usa para el logro de sus propósitos.

Teniendo en cuenta que los medios alternativos de comunicación, son aquellos que no son manejados por los grandes emporios económicos y políticos del país y teniendo en cuenta que un medio de comunicación comunitario es aquel que no tiene ánimo de lucro y su finalidad principal es mejorar y ayudar a la comunidad donde se tiene el radio de acción, no impide que, El Periódico El Faro, utilice estrategias muy definidas para la participación de la comunidad, entre ellas:

WhatsApp para servicios sociales, Peña Cultural “Parque Arte” donde da la posibilidad a la comunidad de proyectar sus valores artísticos y los espacios que en el periódico se abren que los ciudadanos expresen sus sentimientos, emociones, necesidades etc.

Con relación a lo expuesto, se puede concluir que la aplicación de una estrategia comunicativa encargada del fortalecimiento de redes sociales, es un elemento fundamental en la construcción de comunidad, entendiendo esta como un grupo de personas que interactúan con el medio informativo por objetivos, necesidades e intereses comunes.

Si bien es cierto, todas las dinámicas desarrolladas por la OSP, dinamizan la participación comunicativa y fortalecen la ampliación de redes sociales, es evidente que la planeación y aplicación de una estrategia comunicativa que contribuya a la solución de necesidades, favorecerá enormemente la construcción de comunidades participativas.

Para confirmar la tesis, se hace necesario, insistir que la creación de redes sociales a pesar de que es un elemento fundamental para propiciar la construcción de comunidad no es sinónimo de la misma, las redes sociales se construyen a través de plataformas o medios digitales donde confluyen gran cantidad de personas con intereses diversos (información, recreación, entretenimiento, ocio etc), pero no necesariamente interactúan entre ellos y con los responsables de la marca, organización e institución que activan plataformas digitales para dar a conocer su producto. En ocasiones son visitas espontáneas que no garantizan que vuelvan a utilizar el medio, otras visitas son frecuentes y pueden interactuar entre sí para refutar, apoyar o comentar lo que otros han expresado; pero a diferencia de las redes sociales, la creación de comunidad, se logra vincular e integrar un gran porcentaje de la población con objetivos, intereses y necesidades comunes; lo que permite e induce a la interacción de las personas ya que están en la búsqueda de solucionar un problema frecuente sentido por la sociedad.

Si bien es cierto, la construcción de redes sociales y creación de comunidad, tienen sus límites que los diferencia, la formación de redes sociales se convierte en el inicio y en elemento fundamental para la creación de comunidad, en el caso de la OSP Periódico El Faro, a través de sus redes sociales, apoyados en las plataformas digitales como (Instagram, whatsApp, Youtube etc) y la creación de su magazín, aportará a la solución de una necesidad educativa en temas de interés general para la sociedad (familia, crianza de hijos, educación, legislación, salud, alimentación y actividad física entre otros), situación que propicia el encuentro de todos los integrantes de la sociedad que quieren informarse al respecto, favoreciendo así, el tejido social a

partir de un tema en común. La comunidad que se construye como resultado de la aplicación de la estrategia puede ser física u online, de acuerdo a la forma que la OSP circule el magazín.

El planteamiento anterior se sintetiza en las palabras de Facchin (2015), cuando argumenta: “El éxito de una estrategia de marketing en redes sociales para tu empresa no se logra solo con estar presente y relativamente activo en algunas plataformas, sino que mediante la creación de una comunidad online alrededor de tu Marca” (p.1).

## Conclusiones

La ampliación de redes sociales a través de las organizaciones son el claro ejemplo de su proyección a la comunidad. La construcción de comunidad, además de la labor social de la OSP, está muy ligada con los intereses, necesidades y problemas de las personas que buscan la solución a un problema. Las redes sociales digitales juegan un papel fundamental en la dinamización de las interacciones comunicativas en la comunidad.

Los problemas o necesidades comunes contribuyen a la construcción de comunidad, debido a los lazos afectivos que se construyen. El Diplomado en la construcción de redes sociales comunicativas, aporta herramientas discursivas para entender y analizar el papel de las OSP en las comunidades. Desarrollar una estrategia de comunicación con el objetivo de ampliar la red social, requiere la participación activa de los miembros de la comunidad.

La comunicación de tipo horizontal, es un mecanismo para que la comunicación interna y externa en una organización sea un éxito. La comunicación participativa, garantiza la ampliación de redes sociales empáticas y solidarias. La participación de la comunidad en todas las organizaciones sociales, es prenda de garantía de los procesos democráticos e incluyentes.

La construcción de redes sociales, más que el mecanismo o instrumento de comunicación, se necesita es abrir los canales de comunicación abiertos, que las personas puedan expresar lo que sienten y la perspectiva de mundo que perciben. Construir redes sociales, no es sólo en la virtualidad, El Periódico El Faro, tiene una gran red social a través de su medio escrito. Las necesidades comunicativas que las familias, amigos y compañeros no pueden suplir, se pueden conseguir a través de un medio escrito como El Periódico El Faro. Se puede aseverar, que, sin la participación de la comunidad, este medio escrito desaparecería de la esfera municipal. El Periódico El Faro, no sólo informa, también educa y promueve los espacios de participación y comunicación participativa a través de veedurías ciudadanas, denuncias etc.

## Referencias

- Cueto Gómez, I. (2007). Comunicar para conservar. Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>
- Facchin, J. (2015) ¿Cómo construir una comunidad en redes sociales en torno a tu Marca? <https://josefacchin.com/como-construir-una-comunidad-en-torno-a-tu-marca-en-redes-sociales/>
- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Noguera Vivo, J. M. (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533>
- Kamlongera, C., y Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2daEd. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- Villasante, T., y Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. En: Política y Sociedad, (44), pp 125-140. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>