

Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional de la Organización Social Participativa Asociación “Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” Ovejas, Sucre

Mauricio Javier González Rivero

Asesor

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH

Comunicación Social

2023

Resumen

Esta investigación toca un tema significativo y es la evolución del Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” como organización y las necesidades comunicacionales que ha enfrentado a lo largo de los años. La Organización Social Participativa Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene”, de Ovejas, Sucre es una asociación que promueve la cultura de la gaita en Colombia. En esta investigación se hace un análisis evolutivo de la comunicación en la organización desde sus inicios en el año de 1985 donde se usaban medios tradicionales como las emisoras, la prensa y la publicidad impresa hasta la actualidad, además se proponen algunas estrategias para mejorarla y adaptarla a los nuevos medios y tecnologías, aparte de la premisa de que la comunicación debe ser participativa, democrática y orientada a la formación y el empoderamiento de los socios y la comunidad, buscando de esta manera fortalecer la identidad cultural, la proyección social y la vigencia del festival en el contexto nacional e internacional. Este evento cultural que tiene gran prestigio e influencia a nivel nacional e internacional, quien a su vez tiene la necesidad de incursionar en el campo de las comunicaciones modernas para mostrar su patrimonio vivo y su papel formador e integrador para lograr una mayor cohesión de criterios organizativos entre los socios del festival.

Este documento muestra el resultado de un diagnóstico participativo que revela las debilidades y fortalezas de la comunicación interna y externa de la Organización Social Participativa (OSP), planteando acciones concretas para mejorarla y adaptarla a los nuevos medios y tecnologías, buscando alcanzar una mayor cohesión, formación, empoderamiento y proyección de los socios y la comunidad, así como difundir y preservar el patrimonio cultural que representa el festival de gaitas. El autor hace una diferenciación entre praxis y práctica, y señala que el recorrido existencial de la Organización Social Participativa (OSP) ha estado marcado por actividades que obedecen a motivaciones netamente prácticas, rutinarias

y efímeras, que no han garantizado la solidez de la organización como una entidad cultural que incida en el desarrollo formativo y educacional de la comunidad sede de sus acciones. En este trabajo investigativo se reconoce y valora la existencia de la Organización Social Participativa (OSP) como una asociación que ha servido de marco de referencia para rescatar, promover y difundir la riqueza musical del género de la gaita, mostrar a Ovejas en su dimensión histórica, resaltar la fecunda creatividad zenú.

Palabras clave: Organización Social Participativa, Festival Nacional de Gaitas, redessociales de comunicación, estrategias comunicacionales, gestores sociales, asociados, músicaancestral.

Abstract

This research touches on a significant topic and that is the evolution of the “Francisco Llirene” National Bagpipe Festival as an organization and the communication needs it has faced over the years. The Participatory Social Organization “Francisco Llirene” National Bagpipe Festival, of Ovejas, Sucre is an association that promotes the culture of the bagpipe in Colombia. In this research, an evolutionary analysis of communication in the organization is made from its beginnings in 1985 where traditional media such as radio stations, the press and printed advertising were used until today, and some strategies are also proposed to improve and adapt it. to new media and technologies, apart from the premise that communication must be participatory, democratic and oriented towards the training and empowerment of partners and the community. Thus, it seeks to strengthen the cultural identity, social projection and validity of the festival in the national and international context. This cultural event that has great prestige and influence at a national and international level who in turn has the need to venture into the field of modern communications to show its living heritage and its formative and integrative role to achieve greater cohesion of organizational criteria between festival partners. This document shows the result of a participatory diagnosis that reveals the weaknesses and strengths of the internal and external communication of the Participatory Social Organization (PSO), proposing concrete actions to improve it and adapt it to new media and technologies, seeking to achieve greater cohesion. training, empowerment and projection of members and the community, as well as disseminating and preserving the cultural heritage that the bagpipe festival represents. The author makes a differentiation between praxis and practice, and points out that the existential journey of the Participatory Social Organization (PSO) has been marked by activities that obey purely practical,

routine and ephemeral motivations, which have not guaranteed the solidity of the organization as a cultural entity that influences the training and educational development of the community that hosts its actions. In this investigative work, the existence of the Participatory Social Organization (PSO) is recognized and valued as an association that has served as a framework to rescue, promote and disseminate the musical richness of the bagpipe genre, showing Ovejas in its historical dimension, highlight the fruitful Zenú creativity.

Keywords: Participatory Social Organization, National Bagpipe Festival, communicationsocial networks, communication strategies, socials managers, associates, ancestral music.

Tabla de Contenido

Introducción	10
Informe de Identificación y Conceptualización de las Dinámicas Comunicacionales de la Organización.....	12
Acopio Organizativo y Comunicacional	19
Informe Sociopráxico	19
Procesamiento y Análisis de Datos.....	26
Informe de Investigación.....	26
Matriz de Comparación	32
Preámbulo.....	37
Naturaleza de la estrategia.....	37
Conclusiones	42
Referencias Bibliográficas	45
Apéndices	48

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de información general</i>	14
Tabla 2 <i>Ficha de información descriptiva</i>	16
Tabla 3 <i>Diario de campo</i>	22
Tabla 4 <i>Matriz de posicionamiento</i>	30
Tabla 5 <i>Matriz comparativa</i>	32

Lista de Figuras

Figura 1 *Sociograma Festigaitas*..... 35

Figura 2 *Sociograma final*..... 36

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	48
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	49
Apéndice C <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	50
Apéndice D <i>Preguntas Cualitativas</i>	51
Apéndice E <i>Entrevista Cualitativas</i>	53
Apéndice D <i>Fotografías</i>	54
Apéndice G <i>Video de la jornada de Devolución - Validación</i>	56

Introducción

La música es una forma de comunicación universal, que traspasa las barreras del idioma, la cultura, el tiempo y el espacio. La música es una forma de arte, que nos permite crear, innovar, experimentar y transformar; es una forma de vida, que nos identifica, nos une, nos moviliza y nos inspira.

El Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” es el evento cultural más importante que se realiza en torno a la gaita o chuana colombiana como le llamaban los zenúes, y se celebrada año en el municipio de Ovejas, Sucre, desde 1985. Este festival reúne a los mejores exponentes de la gaita de todo el país, busca preservar, difundir y promover este patrimonio cultural e inmaterial. El festival también tiene un componente social que involucra a la comunidad local y a sus colaboradores en la organización, gestión y participación del evento.

La comunicación es un factor clave para el éxito de cualquier evento cultural, más aún para uno tan arraigado y tradicional como el Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene”. Sin embargo, la comunicación en la organización que lidera este festival ha sido escasa, improvisada y desarticulada, lo que ha afectado su calidad, impacto y sostenibilidad. Por esta razón, el objetivo de este trabajo de grado de investigación es presentar una propuesta de estrategias comunicacionales para el fortalecimiento de la Organización Social Participativa (OSP) Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene”, una organización que promueve la cultura de la gaita en Colombia. El comunicar es un proceso fundamental y natural para el desarrollo humano y social, que implica la transmisión, el intercambio de información, conocimientos, emociones, valores y cultura entre las personas en donde puede adoptar diversas formas y medios, desde los más tradicionales, como la palabra oral, la escritura, la

música, el arte, etc., hasta los más modernos, como las redes sociales, que son plataformas digitales que facilitan la interacción y la difusión de contenidos entre los usuarios de Internet.

Una de las formas más efectivas de dar a conocer un evento cultural es a través de las redes sociales de comunicación, que permiten llegar a un público amplio y diverso, generar interés y expectativa, y crear una comunidad de seguidores y participantes. Las redes sociales de comunicación son plataformas digitales que facilitan la interacción, el intercambio y la difusión de información entre los usuarios, así como la creación de contenidos propios y la expresión de opiniones y valoraciones. Estas características las convierten en herramientas ideales para promover la cultura y el arte, y en particular, el Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene”, que es un evento que celebra la tradición musical de las gaitas en Colombia. Además, el festival busca impulsar el desarrollo económico, social y turístico de la región, al atraer visitantes de todo el país y del exterior, que disfruten de la música, la gastronomía, el folclor y la hospitalidad de los ovejeros.

En este trabajo de grado, se pretende analizar el uso y el impacto de las redes sociales en la comunicación del Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene”, una organización que busca preservar y difundir la cultura de la gaita en el país. Se parte de la hipótesis de que las redes sociales son una herramienta valiosa y necesaria para el festival, pero que su aprovechamiento es limitado y deficiente, debido a la falta de una estrategia de comunicación clara y coherente, que se adapte a las características y necesidades del evento y de su público objetivo. Se propone, entonces, diseñar e implementar una estrategia de comunicación en redes sociales, que mejore la visibilidad, el posicionamiento y la participación del festival, y que contribuya a su sostenibilidad y crecimiento.

Informe de Identificación y Conceptualización de las Dinámicas Comunicacionales de la Organización

Al elaborar un informe de identificación y conceptualización sobre la elección de la Organización Social Participativa en relación con lógica de horizontalidad como red, se puede decir que la organización del Festival Nacional de Gaitas de Ovejas es una entidad sin ánimo de lucro de derecho privado, conformada por asociados, estructurada, organizativa y jurídicamente por unos estatutos que determinan su accionar.

Su objetivo social marcado por la conservación y difusión del género de la gaita ha sido una lucha de buenas intenciones y actividades alineadas al trajinar cultural e histórico del municipio; en esa ardua labor y digno de reconocerse se han quedado rezagados ante las demandas sociales donde se percibe una constante exigencia por evolucionar al compás de los avances sobre todo en el campo de las comunicaciones.

Este informe analítico muestra que el aspecto de la comunicación social en el evento se basa en lo convencional, algunos artículos de prensa, sesiones publicitarias en vísperas del evento, manejo esporádico de la comunicación e información en redes sociales con una frecuencia casi que periódicas, que relatan el accionar del evento dónde eventualmente se da a conocer la misión cultural del festival.

Desde luego, todo lo anterior es consecuencia y esto hace parte del informe, donde se evidencia la falta en la operatividad de la junta organizadora, cuya única preocupación es realizar los cuatro días del evento, omitiendo que el festival debe concebirse como un proceso cultural y no una simple parranda gaitera.

La naturaleza jurídica que orienta el certamen le quita la posibilidad de desarrollar una constante labor; a su vez, le impide sostener administrativamente el evento. Esto es un factor

que no ayuda a que el festival cumpla su papel dinamizador permanente de nuestra cultura. De nada sirven los bienes documentales ni los procesos formativos en el género gaita si no están de manera permanente y continua a nivel cultural de la comunidad.

En este informe de identificación es preciso contemplar que el conjunto de socios del festival no tiene homogeneidad conceptual. Esto no quiere decir que todos deban hacer lo mismo, sino que se identifiquen entre los socios las diferencias insustanciales que obedecen a apreciaciones salidas de las diferencias externas que llevan al seno de la organización, rompiendo la horizontalidad en la comunicación. La floración de conflictos entre los socios daña el ambiente y rompe el sentido de unidad.

En virtud de este informe, se hace imperioso que el festival se desprenda de la visión mezquina y cerrada de muchos socios, que generan unos celos que no contribuyen al engrandecimiento, pero que sí lo conducen frente a los adelantos de la comunicación. La inclusión del festival en el mundo de las redes ha estado truncada, si se quiere, de manera parcial, porque sus socios lo han conducido a un universo cerrado y anquilosado a una tradición que los mantiene estancados.

Hoy, las organizaciones para sobrevivir y cultivar vigencia deben estar alimentadas, a su vez, por la industria de contenidos, que debe ser una acción recíproca. Deben resistir y residir en el ciberespacio para trascender a la sociedad. Las redes sociales son el motor que mueve a la sociedad, y esta es una realidad que el festival debe asimilar y entender.

Tabla 1*Ficha de información general*

Nombre de la OSP	Descripción de su objetivo social y/o acciones relevantes que desarrollan.	Criterio de selección ¹	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
Festival Nacional de Gaitas Francisco Llirene de Ovejas, Sucre. OSP 1	Promover y salvaguardar las manifestaciones culturales autóctonas de la cultura popular colombiana en la región caribe, en especial las relacionadas con la música de gaitas, mediante la amplia difusión y realización de eventos culturales.	Importancia que tiene en el campo cultural a nivel socioeconómico del municipio de Ovejas. 38 versiones de realización sin interrupción. Es una asociación sin ánimo de lucro.	Como socio activo del Festival Nacional de Gaitas Francisco Llirene, tengo la oportunidad de realizar las prácticas investigativas por pertenecer a la misma.	*Acceso a la información. *Participación activa de algunos miembros de la asociación. *La aceptación al cambio de visión por parte de los asociados y de la Junta Directiva.

<p>Junta de Acción Comunal Barrio "La Sierrita" Ovejas, Sucre.</p>	<p>Impulsar y fortalecer en la comunidad el sentido de pertenencia frente a su entorno.</p>	<p>Es considerada una de las organizaciones más activas y de ejemplo en el municipio de Ovejas, Sucre por sus actividades y acciones en pro de integrar a la comunidad para su beneficio.</p>	<p>Se encuentra muy cerca al sector donde resido. Cercanía con los miembros de la Junta Directiva. Es una Junta de Acción Comunal que se encuentra activa actualmente.</p>	<p>*Acceso a la información. *Reacios al cambio. *Registro de las acciones realizadas por la Junta.</p>
<p>OSP 2</p>				
<p>Emisora Comunitaria "Florida Estéreo" Ovejas, Sucre.</p>	<p>Brindar servicio público de radiodifusión sin ánimo de lucro.</p>	<p>Es una emisora que tiene aceptación y acogida en la comunidad por ser uno de los medios informativos para la zona urbana y rural del municipio.</p>	<p>Se encuentra en proceso de organización por su reciente apertura. Cercanía con los miembros de la Junta Directiva.</p>	<p>*Reacios a las propuestas. *Por encontrarse en proceso de organización se pueden presentar dificultades.</p>
<p>OSP 3</p>				

Fuente. Elaboración propia de acuerdo con la información suministrada por la OSP.

Tabla 2*Ficha de información descriptiva*

Aspecto	Descripción
<p>Tipo de Práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objetivo social.</p>	<p>La Junta Organizadora del Festival Nacional de Gaitas de Ovejas, cuyos objetivos son los promover la conservación, fomento y difusión del género musical gaitas, viene realizando desde el año 1985, el Festival Nacional de Gaitas hasta la fecha, como una forma o medio para que los cultores del mencionado género, tengan un escenario donde puedan exponer a propios y extraños sus cualidades como protagonistas de esta muestra musical primigenia del folclor nuestro. Este certamen es la principal realización de esta OPS.</p>
<p>Objetivos o intenciones de ayuda social.</p>	<p>Promocionar la cultura vernácula representada por el ejercicio artístico- musical de la gaita; fortalecer la identidad y ser un elemento de resistencia cultural frente a la intromisión de modelos culturales ajenos al devenir histórico de nuestros pueblos. Convertirse en un certamen que promueva la integración humana y social. Ser un referente como proyector de una buena imagen de Ovejas ante el mundo.</p>
<p>Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.</p>	<p>La regularidad está determinada por lo contemplado en los estatutos que rigen la organización. Se dan Asambleas Generales Ordinaria dos veces al año; asambleas extraordinarias cuando las circunstancias lo ameriten y las reuniones de Junta Directiva. La gran característica de los integrantes de esta OPS es que son simples asociados donde sólo los miembros de la Junta Directiva se cargan la responsabilidad del evento. Existen dentro de los socios diferencias conceptuales muchas veces determinadas por intereses políticos.</p>
<p>Características de Participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).</p>	<p>Los participantes en este caso los socios del Festival, son actores pasivos, pocos aportantes, que sólo se les reconoce por asistir a la asamblea. Además, la gran mayoría poco o nada saben del género objeto del evento. Algunos ostentan títulos profesionales; otros cuentan con algunas experiencias laborales de rutina. Su rol se remite a ser simples socios, cumpliendo a veces tareas de poca importancia organizacional.</p>

Tamaño de organización de laOSP (Número de integrantes, cobertura territorial).	Esta OPS (Junta Organizadora Festival Nacional de Gaitas de Ovejas) cuenta con 57 asociados Activos. El radio de esta OPS a nivel de organización y figura jurídica es local pero su labor cultural tiene una incidencia nacional.
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	Es una organización de carácter asociativo, sin ánimo de lucro. Estructurada así: Asamblea General Junta Directiva: Estructurada así: presidente Vicepresidente, secretario, Tesorero, Vocales Fiscal. Comités de Apoyo: Recepción, logística, publicidad, promoción, coordinación del escenario (evento), Comité disciplinario
Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	La gran característica de los vínculos sociales al interior de la OSP es que todos son oriundos de Ovejas.
Formas de Participación al interior y hacia el exterior de la PSO.	La forma de participación al interior de la OPS está determinada por los estatutos. La figura de Asistentes del presidente en diferentes ciudades es un medio que posibilita la proyección del evento.
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	La comunicación interna está determinada por el sentido de vecindad y medios tecnológicos.
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	Utilización de medios; prensa, redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp), radio y televisión.
Planes, Cronogramas, Metas. Proyectos en desarrollo.	Los niños serán certificados en estos talleres de nivel básico, medio y superior con su ceremonia de graduación.

Logros de proyectos exitosos.	Grabaciones discográficas de canciones ganadoras, hace 6 años no se hace este tipo de grabaciones de canciones y grupos ganadores; foros, talleres. Escuelas de formación musical folclóricos.
	Adquisición de un Scanner para digitalización de archivos.
	Becas virtuales transferibles y de libre asignación de la universidad Iberoamericana para músicos de la población.
	Extender el trabajo de las escuelas de formación en música de gaitas.
	Un nuevo taller en Técnica Vocal para niños y niñas de las escuelas.
	Socios deberán aportar el 1% del SMLV.
	Adecuación infraestructura de la Sede del Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” por valor de \$280.000.000
Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.	Funcionamiento de un Comité de Relaciones públicas.
	Poca utilización de medios.
	El trabajo comunicacional con redes sociales; elaboración de productos audiovisuales, es casi nulo.
Otros aspectos a comentar.	

Fuente. Elaboración propia de acuerdo con la información suministrada por la OSP.

Acopio Organizativo y Comunicacional

Informe Sociopráxico

Teniendo un poco de claridad sobre los conceptos relacionados con la diferenciación entre praxis y práctica, después de recurrir a los textos recomendados donde es posible determinar o definir un tipo de informe de la forma como se vivió la socio-praxis en la “práctica” de las actividades de la fase de recolección de información en la OSP, se puede señalar que el recorrido existencial de la organización objeto de la entrevista e investigación ha estado desarrollando actividades que obedecen a motivaciones netamente prácticas, rutinarias a nivel organizativo que durante los años de existencia muestran unos resultados que no pueden ser portadores de la buena definición de los procesos, sino por el contrario, son el resultado a la materialización de objetivos efímeros que a la proyección en el tiempo garantice la solidez, subsistencia, como una organización cultural que incida en el desarrollo formativo y educativo de la comunidad y de sus acciones.

Desde luego, se debe reconocer y valorar su existencia, ya que la presencia como organización cultural en el municipio de Ovejas ha servido de marco referencial para rescatar, promover y difundir la riqueza musical del género gaita. Mostrar a Ovejas en su dimensión histórica, en sus raíces prehispánicas, resaltar la fecunda creatividad zenú y hacer que la música de gaita cobrara vida en el trabajo de muchos grupos.

El hecho de albergar alrededor de sesenta grupos de gaita, compositores y decimeros, nos indica que este evento es uno de los más importantes de los que se celebran en el país.

Este análisis que acabamos de hacer nos muestra la necesidad de que esta organización avance en la praxis y no se limite a la práctica. Esto se debe a que, según la entrevista con algunos socios del festival, la organización carece de la solvencia conceptual y planificadora que le permita abordar la dimensión socio-política de la

cultura. Al actuar con reflexión y análisis, propios de la praxis, la OSP se enfocaría más en los procesos que le darían más peso en el ámbito cultural de Ovejas.

Asimilamos lo expuesto en los documentos fundamentales, que nos indican que la praxis se orienta más hacia la estructuración bien pensada de propuestas constructoras que al simple hacer; el razonamiento intrínseco que impulsa el actuar planificado y progresivo de la praxis nos permite obtener logros duraderos, sólidos, evolutivos y dinámicos en el tiempo, en armonía con los fenómenos sociales de la actualidad.

Al revisar lo que expusieron los socios en la entrevista, se observa que tienen una calidad de socios conscientes e informados de los bienes materiales de la organización. También conocen las distintas actividades que se realizan en el evento durante cuatro días, pero desconocen los alcances sociológicos y las condiciones arqueo antropológicas del certamen y de la organización. Aquí surge el interrogante relacionado con las connotaciones arqueo antropológicas del género musical de la gaita.

No son capaces de identificar la importancia de las redes sociales, de la tecnología y de las ciencias de la comunicación para el uso de los medios que impulsen cualquier proceso cultural. La escasa utilización de las herramientas comunicativas impide que esta OSP se desarrolle a plenitud. Sus posibilidades generadoras se reducen cuando tantos bienes que poseen solo sirven para engrosar un inventario.

De acuerdo con lo señalado o informado por los socios, se alcanza a identificar serios vacíos en los aspectos de comunicación debido a que las redes sociales o los medios de comunicación existentes solo se usan en los albores del Festival y no se utilizan para potenciar lo que sería un eje importante fortaleciendo de manera permanente a esta organización cultural.

Se pudo evidenciar que la praxis no se ejercita como fundamento ideológico de construcción, suelen omitir el sentido objetivo y subjetivo, de ahí que no avanzan generando un cambio significativo; les asiste el temor de cambiar de razón social en razón a unos celos que les cierran la oportunidad de crecimiento y la trascendencia sociocultural.

Lo ideal sería que en las instalaciones de la sede del festival funcionara una biblioteca o centro de consulta folclórica que enriqueciera a la comunidad con la historia de esta población, fortaleciéndose a través de los medios de digitales de comunicación.

Siendo propositivos, tal reza la praxis, esta organización tiene la necesidad de navegar en el ciberespacio como una estrategia de vender lo que produce un certamen de la naturaleza del Festival Nacional de Gaitas de Ovejas.

Tabla 3*Diario de campo*

OSP: Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene”.	Actividad: Entrevista al Señor Expresidente y Asociados del Festigaitas	Fecha: 30 de septiembre de 2023 y 1 y 2 de octubre de 2023 respectivamente.
Hora Inicio: 18:00/ 20:00/ 07:30	Hora Finalización: 18:15/20:15/07:45	Lugar: Ovejas, residencia del Gestor Cultural, sede Festigaitas y domicilio del entrevistador.
Participantes: Julio González Olivera, Gilberto Gracia (Tesorero) y Aníbal Cabrera (Fiscal).	Investigador: Mauricio Javier González Rivero - Estudiante de Comunicación Social.	DCRSC Trabajo de Grado.
Descripción: (de lo observado)	Interpretación: (de lo observado)	Desahogo: (qué siente el investigador frente a lo observado)
El señor Julio González me atendió en su residencia en una entrevista que tuvo una duración de 13:15 seg.	Durante la entrevista del señor Julio González Olivera se pudo evidenciar a un hombre con conocimiento del tema, un señor que ha seguido al festival desde sus inicios, además de su amplia experiencia siendo dos veces presidente del mismo.	En el transcurso de la conversación noté a un hombre preocupado por las nuevas generaciones en cuanto al buen manejo de redes sociales de comunicación. Manifiesta durante la entrevista sobre la urgencia de una capacitación en dispositivos móviles a la mayoría de los socios del festival.
La entrevista fue acordada para el 30 de septiembre de 2023. El señor es socio activo del Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” de Ovejas, Sucre, con una amplia experiencia en el tema administrativo puesto que fue presidente de esta organización. Se mostró muy amable y tranquilo ante la formulación de las preguntas cualitativas.	Sus respuestas fueron honestas y contundentes (eso pude interpretar). Quiere que el festival como organización siga adelante, dando frutos a las nuevas generaciones. Se notó cansado pero dispuesto. Su forma de	El contenido del festival no es sumamente atractivo ni mucho menos interactivo eso me manifestó después de la entrevista, algo preocupante porque es un evento que lleva 39 años ininterrumpidos muy a pesar de la ola de violencia

La entrevista fue realizada en un lugar tranquilo de su habitación. Es un gran coleccionista de figuras de la cultura zenú.

Se le hicieron alrededor de 18 preguntas con el objetivo de recolectar información en el tema de los socios del festival en cuanto a manejo de redes sociales y cómo están conformados realmente como organización.

El señor Gilberto Gracia, Tesorero del Festival Nacional de Gaitas Francisco Llirene me cedió la entrevista en la sede oficial del festival el día 1 de octubre de 2023 a las ocho de la noche. Es socio activo de la organización, ha ocupado el cargo de Tesorero en varios periodos. Un poco ocupado me habilitó el espacio para responder mis inquietudes. La entrevista fue realizada en la entrada de la sede. Gilberto es un hombre muy tranquilo al momento de responder. Es ingeniero de sistemas y docente de la

responder nos lleva a interpretar de manera positiva que el festival se puede fortalecer en redes de comunicación, reconociendo que la mayoría de socios asisten por ocupar un lugar en la asamblea, pero no aportan mucho al momento de hablar de temas comunicacionales.

Durante la entrevista como miembro de la junta organizadora de la versión 39 del festival, pude notar en la posición que toma al responder y me refiero a la anatómica es de una persona relajada, un tanto preocupado y cansado por lo que se avecina el evento.

Defiende todos los “logros” que ha conseguido la junta de este año.

Cuando se le tocó el tema de las redes sociales se mostró un tanto preocupado pero encaminado a dar solución, aceptando en medio de sus respuestas que se debe mejorar y

que golpeó a la subregión de los Montes de María en el departamento de Sucre.

Es preocupante que en pleno año 2023, las redes sociales del festival de gaitas están un poco estancadas. El festival debe aprovechar un poco más este medio de comunicación como lo es el internet para mostrar más este evento tan grande como Colombia.

Gilberto es un hombre inteligente, con experiencia, se puede evidenciar que está llevando una carga que pesa en el tema comunicacional y está solo realmente.

Defendió muchos puntos de los cuales yo sabía que estaban fallando en el tema de las redes sociales, pero no daba paso por mucho tiempo a que mis preguntas iban con un fin y este era el de saber más del tema de manejo de dispositivos con los socios activos. Me preocupé mucho cuando le hice la pregunta sobre la connotación arqueológica de la gaita, para mi concepto es una

Institución Educativa “Gabriel Taboada Santodomingo”.

mucho. Contempla la posibilidad de hacer la biblioteca virtual para visitantes, tema que nunca se había mencionado en el festival durante las reuniones de la asamblea general.

falencia a pesar de su honesta respuesta. Todos los miembros de la junta deberían saber el tema de la orfebrería zenú, ya que como socio del festival debe transmitir el conocimiento a los nuevos integrantes de la asamblea.

Aníbal Cabrera, socio fundador, gestor cultural y actualmente Fiscal de la organización.

Aníbal fue recibido en mi apartamento el día 2 de octubre de 2023.

El señor Aníbal manifestó que las preguntas que quería responder realmente eran las que tenían contenido que le aportaran al festival, no preguntas de lo que ha pasado, teniendo en cuenta de que hay que mejorar eso manifestó al iniciar la entrevista.

Tiene una experiencia única puesto que es el hermano del creador y socio fundador del festival, es claro al hablar, no le gusta repetir su lenguaje corporal es bueno porque habla de manera jocosa. Es un señor de edad, pero con

Cabrera, reconoce que el festival ha estado un poco estancado en el tema de redes sociales, que es importante reunir al personal joven para escucharles propuestas que aporten y enriquezcan a la organización. Le encanta la parte audiovisual y realmente es un hombre a pesar de su edad con muchas ganas de sacar adelante el festival que él ayudó a forjar.

El tema de los celulares o dispositivos móviles no es que lo maneje a la perfección, pero manifiesta que comparte la información de la página oficial del festival y hace seguimiento de las redes sociales.

Su manera de responder es precisa con una visión de mundo clara muy a favor de engrandecer a la

Al principio de la entrevista cuando le fueron mostradas las preguntas que se le iban a hacer porque así lo exigió quiso reorganizar las preguntas, dando a entender que no estaban tan bien formuladas, después le agregue otras con el mismo objetivo de las que no quería responder y logré conseguir que el señor respondiera mi pregunta cualitativa vestida de otra. Su carácter un poco fuerte e intimidante muestran a un hombre con un ego de artista y gestor muy notorio pero sobrellevado con inteligencia se puede escribir un libro con toda su amplia experiencia haciéndole preguntas muy agradables para él.

Al final reconoce que la falencia en comunicación que tiene el festival es notoria pero que se puede ayudar a sacar adelante a la asociación.

una inteligencia en el organización en el tema
sector cultura muy comunicacional.
buena.

Fuente. Elaboración propia de acuerdo con la información suministrada por la OSP.

Procesamiento y Análisis de Datos

Informe de Investigación

Después de realizar lo concerniente a las entrevistas a la Organización Social Participativa y, adentrándonos a todos los aspectos inherentes a la vida organizativa y funcional de la Organización Festival Nacional de Gaitas de Ovejas, pudimos identificar y establecer que esta organización de base, cuyo principal pilar de acción se enfoca en el fomento de la manifestación musical del género de la gaita, es una de las organizaciones con más arraigo y presencia organizativa y social del Municipio de Ovejas, en virtud de haber convertido a este evento en una vitrina cultural donde toma fuerza y vigor ideológico el concepto de la identidad y la resistencia al sembrar la valoración histórica de nuestras raíces musicales.

En esta entrevista se puede evidenciar el relacionamiento que se ha tejido con el entorno social y comunitario dejando huellas que han servido para reconstruir el tejido social de una región como los Montes de María de Sucre y Bolívar que sufrieron con el surgimiento de un conflicto armado que maltrató la vida y la dignidad humana.

Es importante recolectar toda la información de la comunidad con ellos mismos para tener sus opiniones y sus percepciones claras y representadas con propiedad. Comparar la información cualitativa del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural con el resultado del estudio de línea de base podrá ayudar a la validación de los resultados. También se debe comparar el árbol de problemas original del proyecto con el nuevo que se realizó en el campo y que refleja los puntos de vista de la comunidad. Mefalopulos, P. y Kamlongera, C. (2004). Diseño participativo para una estrategia de comunicación: Manual. En P. Mefalopulos y C. Kamlongera (Eds.), Capítulo 3. Evaluar las necesidades y los recursos de la comunidad (pp. 41-54).

Indudablemente está Organización Social Participativa del Festival, es el producto de la interacción de muchos ciudadanos que en una parranda cualquiera sumaron los nobles propósitos y encontraron la motivación para fundar el Festival, acudiendo en primera instancia a los afectos de muchos por la música ancestral de la gaita. Ese impulso estaba alimentado por las circunstancias de olvido en que se encontraba este género que estaba relegado al uso en las comunidades campesinas tras la intromisión de otros géneros musicales que la habían reemplazado de manera sistemática. La idea tejida bajo la armonía y la cordialidad social de fundar un evento de esta naturaleza era ya un hecho histórico.

Para tener claridad sobre las estrategias de comunicación, dice Cueto Gómez (2007). Comunicar para conservar: Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental. Panorama, 1(2), 31-42

Una estrategia de comunicación y educación para la conservación puede contribuir a consolidar procesos sociales dinamizarlos y generar espacios de encuentro, reflexión, expresión y acción que contribuyan a la conservación y uso sostenible de los recursos encaminados a una mejora de la calidad de vida de la población local y el desarrollo regional.

Con el devenir de los años, esta OSP sufrió algunas variaciones en relación con su manejo organizativo, las exigencias de los participantes, la demanda cultural generada por el prestigio alcanzado, lo llevo a establecer muchas exigencias que lo llevó a convertirse en un certamen de alta competencia. Fueron muchas las discusiones planteadas en la asamblea general de socios que originó algún tipo de conflictos internos en razón a que algunos socios fundadores se abrigaban la autoridad de ser los dueños y prohijadores de un evento que es pasión musical de nuestra historia.

La entrevista deja ver que la OSP ha servido muchas veces como enlace comunitario cuando se ha tratado de utilizar su razón social para ejecutar obras de interés comunitario. Su serio papel como organización, le ha valido la credibilidad y el aprecio de la gran de la sociedad ovejera.

Gutiérrez (2002). El sociograma como instrumento que desvela la complejidad. *Empiria. Revista De metodología De Ciencias Sociales*, (2), 129–152

Es por ello que el sociograma nos aporta al igual que el diagnóstico previo, una evaluación «ex-ante» de la situación. Si hiciéramos una evaluación «ex-post» de la puesta en práctica de las propuestas, desarrolladas desde la investigación, y volviéramos «mapear» el medio investigado, podríamos comprobar cómo se han articulado las redes sociales y (con mucha más dificultad) hasta qué punto ha influido el proceso de intervención en esta rearticulación. El sociograma, se suele elaborar a partir de un test sociométrico y la correspondiente matriz de datos. Nosotros vamos a confeccionarlo mediante la triangulación de informaciones y el posterior análisis discursivo.

Con la evolución del festival, han aparecido muchas necesidades a nivel de comunicaciones; a pesar de ser gran prestigio e influencias, su papel formador; amerita incursionar en el campo de las comunicaciones modernas. En esta última, los adelantos están, pero; no hay una política organizativa que lo haga vivir durante la mayoría de los meses del año, mostrando en las redes el patrimonio vivo de este certamen quien también ha servido de integrador y guía cultural. Las comunicaciones son sub- utilizadas, castrando la capacidad de crecimiento y el fortalecimiento de su papel integrador y formativo.

Greenpeace publicó también un informe, “la huella del crimen”: “Como puedes ver, las redes sociales son un medio adecuado para la comunicación a la hora de transmitir transparencia y confianza, estas herramientas son las más adaptadas para transmitir este tipo de mensajes, principalmente por la democratización de las interacciones realizadas en estas comunidades virtuales. Noguera Vivo, J.M., Martínez Polo, J. y Grandío Pérez, M.D. (2011). Redes sociales para estudiantes de Comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online. Editorial UOC (p. 9).

A través de la entrevista, se realizó una especie de balance de actividades que a pesar de ser muchas, no están cohesionadas y mostradas con mayor fervor a la gran sintonía que tiene el certamen por lo que amerita tener un constante contacto con los medios y aprovechar los espacios que hoy la internet y los medios locales de radio y televisión, con lo que se incrementa la participación con la comunidad y todos sus actores.

Tabla 4*Matriz de posicionamiento***Matriz De Posicionamiento Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene”**

<i>Clases o actores sociales</i>	<i>Afín</i>	<i>Diferente</i>	<i>Ajeno</i>	<i>Opuesto</i>
<i>Poder (sector institucional y organismos de Poder)</i>	Alcaldía Municipal de Ovejas. Gobernación de Sucre. Fondo Mixto para la promoción, la cultura y las artes de Sucre. Ministerio de Cultura Hocol.	Concejo Municipal de Ovejas.	Policía Nacional. Armada Nacional. Bomberos. Defensa Civil	

Tejido Asociativo

<i>(sector organizado</i>	Casa de la Cultura Enrique Arias.	Comunidad LGTBI Q+.	Comerciantes.
<i>formal o informal)</i>	Escuelas de Formación.	Mesa Municipal de victimas	Asociaciones de
	Grupos de danza y Gaita.	Consejo de Juventudes.	Campesinos.
	Emisora Florida Estéreo.		
	Fundación Arte y Pueblo.		
	Páginas y redes sociales culturales		

Base Social (sector no organizado)

Gestores culturales (Adultos y Personas Mayores)

Niños, Niñas y Adolescentes.

Jóvenes.

Fuente. Elaboración propia de acuerdo con la información suministrada por la OSP

Tabla 5

Matriz comparativa

Matriz de Comparación				
OSP	OSP (Escogida para la investigación)	OSP 1	OSP 2	OSP 3
Fines u objetivos Misión- Visión	<p>Festival Nacional de Gaitas Francisco Llirene tiene como objetivos principales, el de promover y salvaguardar las manifestaciones culturales autóctonas de la cultura popular colombiana en la región caribe, en especial las relacionadas con la música de gaitas, mediante la amplia difusión y realización de eventos culturales.</p> <p>Establecer convenios de cooperación mutua con organizaciones culturales o entidades con propósitos afines que permitan la realización de intercambios culturales con programaciones definidas.</p> <p>Propender por la consecución del asentamiento de la cultura raizal procurando mantener bajo custodia todo material de arte precolombino.</p> <p>Propender por la participación del Festival Nacional de Gaitas Francisco Llirene en los aspectos pedagógicos desarrollados en las instituciones educativas.</p> <p>Administrar y fortalecer la Escuela de Formación Musical, Artes y Danzas</p>	<p>Emisora Florida Estéreo 97.8 FM (Fundación Arte y Pueblo)</p> <p>La Emisora Florida Estéreo es la materialización del objetivo principal de la Concesionaria Fundación Arte y Pueblo, la cual promueve la cultura, el progreso social, político, educativo, folclórico y deportivo de la localidad, contribuyendo a la convivencia y tolerancia, es el medio de comunicación idóneo para dispensar a los habitantes de la comunidad información oportuna, verás e imparcial con un amplio sentido profesional y de responsabilidad, además los programas recreativos, culturales, educativos, de servicio y deportivos entre otros de tal manera que se complementen los fines de la radio comunitaria.</p> <p>La Misión La Emisora Florida Estéreo es un medio de</p>	<p>Junta de Acción Comunal Barrio La Sierrita.</p> <p>Objetivos</p> <p>Promover y fortalecer en el individuo, el sentido de pertenencia frente a su comunidad.</p> <p>Crear y desarrollar procesos de formación para el ejercicio de la democracia</p> <p>Desarrollar procesos para la recuperación, recreación y fomento de las diferentes manifestaciones culturales, recreativas y deportivas, que fortalezcan la identidad comunal</p> <p>Promover y facilitar la participación de todos los sectores sociales, en especial de las mujeres y los jóvenes, en los organismos directivos de la acción comunal</p> <p>Misión</p> <p>La Junta de Acción Comunal del Barrio la sierrita, como organización democrática, Comunitaria sin ánimo</p>	

Folclóricas “Francisco Llirene”, relacionadas con el género musical “gaitas” en busca de garantizar su transmisión y conservación de una generación a otra.

La Misión del Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” es generar desarrollo económico, social y cultural en el ámbito local y regional a través de la preservación, y proyección de las manifestaciones culturales relacionadas con la música de gaitas. Esto se logra mediante amplia difusión y realización de proyectos culturales y académicos, la creación y administración del Museo Arqueológico, la Biblioteca Folclórica - Cultural, el Centro Audiovisual, el fortalecimiento de la Escuela de Formación Musical, y Dancística y la inclusión de la gaita en los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) como procesos pedagógicos. Todo esto en busca de garantizar su preservación y transmisión de una generación a otra.

La Visión del Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” en diez años, será una organización fortalecida en su institucionalidad, en sus relaciones públicas, dotada de infraestructura. Su membresía la conformaran hombres y mujeres de edad adulta y jóvenes comprometidos con la construcción de

comunicación social comunitario, al servicio de la comunidad dirigida por la Fundación Arte y Pueblo en su condición de Concesionaria, fundamentada en la constitución, las leyes y demás normas jurídicas y, en la política, principios y criterios que se esbozan con la finalidad de contribuir al progreso social, político, económico, cultural, educativo, deportivo, recreativo y de manera general integral de los habitantes de la localidad y del área de influencia de la Emisora. Florida Stéreo promueve e impulsa el crecimiento de los habitantes de la localidad contribuyendo a la formación de hombres idóneos en todos los campos, sembrando ética y buenas costumbres que hagan del medio de comunicación un líder en lo local, departamental, regional, nacional e internacional rescatando el liderazgo de otros tiempos y ser consecuente con el crecimiento del municipio.

La visión de la emisora es promover el liderazgo y la pujanza de los habitantes para

de Lucro, mediante los procesos de participación democrática aunará esfuerzos y recursos, promoverá la cultura ciudadana, el desarrollo económico y ambiental, la formulación y gestión de proyectos participativos que contribuyan al desarrollo social integral de la comunidad y el fortalecimiento de la Organización Comunal.

Visión

Para el año 2025 la Junta de Acción Comunal del Barrio la sierrita, será una Organización Comunitaria líder a nivel Local y municipal reconocida por su proyección y dinamismo social de sus procesos de participación comunitaria, inclusión, emprendimiento y desarrollo social integral, para el mejoramiento de la calidad de vida y bienestar de sus habitantes.

su futuro y del bienestar de su comunidad. Esto le permitirá generar recursos propios para fortalecer los procesos de gestión y materialización de su misión y objetivos en un rango nacional.

recuperar el posicionamiento y obtener el reconocimiento como municipio intelectual, que permita consolidarse para constituirse en la innovación de la radio en los Montes de María. Por su parte, convertir la emisora en muestra para imitar por el contenido de su programación, calidad técnica y recurso humano llamados a armonizar lo técnico y contenido de la programación para que el producto sea recibido por la audiencia sea de plena aceptación.

Localización

Sector Centro Ovejas, Sucre

Sector Ciudadela de La Paz

Barrio La Sierrita Carretera Troncal Esquina.

Miembros

57 asociados

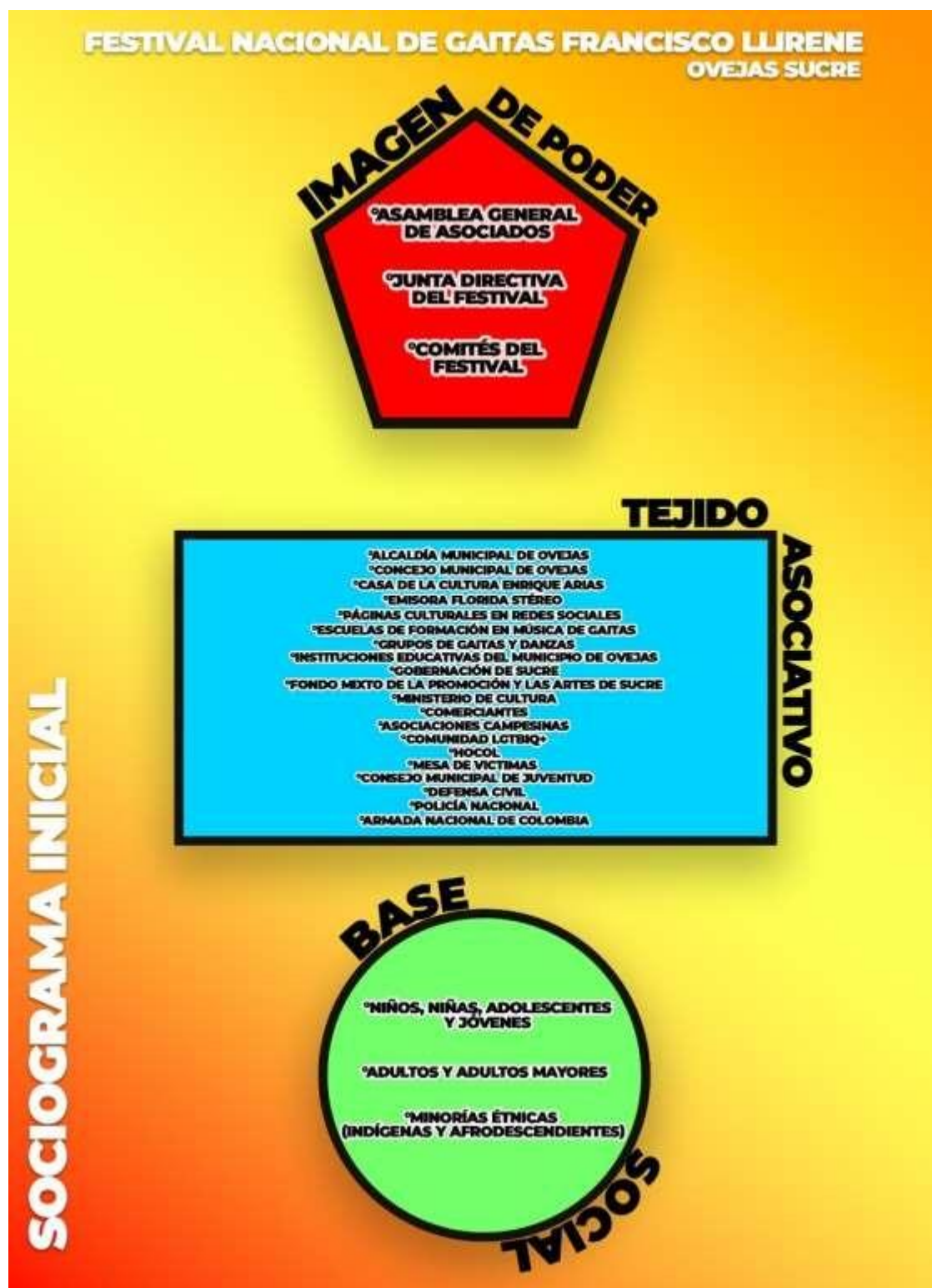
33 asociados

296 integrantes de la siguiente manera: 157 mujeres y 139 hombres.

Fuente. Elaboración propia de acuerdo con la información suministrada por la OSP

Figura 1

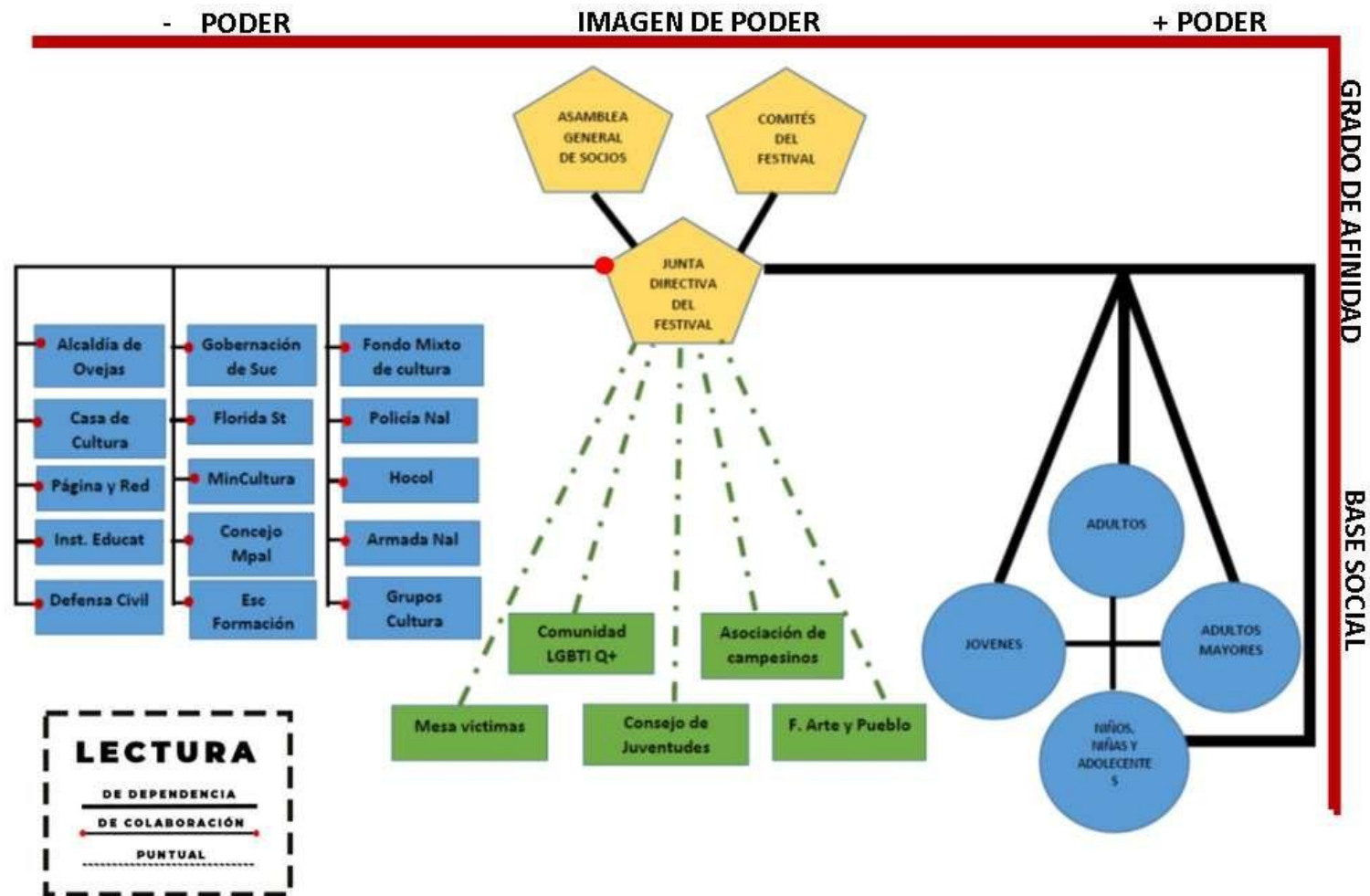
Sociograma Asociación Festigaitas



Fuente. Elaboración propia, con base a la información suministrada por la (OSP)

Figura 2

Sociograma Final



Fuente. Elaboración propia, con base a la información suministrada por la (OSP)

Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional Para la Asociación Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” de Ovejas, Sucre

Preámbulo

De conformidad con lo que se ha podido observar de esta organización Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” a través de los años, desde sus inicios que data del año de 1985, siempre se ha estado ligada a las experiencias comunicacionales lo que nos faculta para tomarla como un marco de referencia que ayuda a mostrar los procesos evolutivos de la comunicación. Para el año 1985 era el comienzo.

Es de suponer que los medios tecnológicos apenas debían estar en la visión futurista de sus organizadores. Si ya existían algunos avances aun no hacían su arribo a Ovejas. Era la moda el pick up, la utilización de las emisoras con control remoto, la prensa hablada y escrita, la publicidad impresa (revistas, periódicos, folletos) vuelvo y digo, era el comienzo. Las exigencias, la misma naturaleza del evento fue imponiendo la necesidad de entrar en el proceso evolutivo de los medios y la comunicación.

Naturaleza de la Estrategia

Examinando lo planteado en las lecturas, es pertinente aplicar las conceptualizaciones donde establecen una serie de pautas metodológicas que consumidas en sus síntesis arroja la producción de estrategias que aportan al fortalecimiento de un evento que indefectiblemente deberecurrir a la comunicación para alcanzar sus objetivos culturales.

Acudir a las metodologías participativas desde la Investigación Acción Participativa (IAP) provoca una mayor cohesión de criterios organizativos referente al papel de los socios del festival. De acuerdo al diagnóstico encontrado, había una dispersión de conceptos u opiniones por parte de los miembros de esta organización que originaban una serie de

divisiones que atentaban contra el sentir democrático y autodeterminación. Se destruía de manera sistemática la unidad y afloraban la sectorización en el seno de la asamblea general, máxima autoridad de la junta organizadora.

Con nuestro aporte buscamos aplicar unas estrategias que no es otra cosa que los medios que usaremos para convertir a esta organización en un estamento cultural de vanguardia.

Los aspectos comunicacionales, la situación con el manejo y la apropiación de las redes, se pueden desarrollar partiendo de procesos formativos que incluyan la interrelación e intercambio de los socios usando espacios como los foros, seminarios, talleres, que impulse una concientización de los socios que los conduzcan a la apropiación del festival con propiedad y conocimiento de causa. También quienes dirigen el certamen deben promover la participación sobre las proyecciones comunitarias, incentivando con ello el robustecimiento de las relaciones públicas, que le garantice de esa forma la vigencia social de un evento que urge del apoyo de todos.

Después que la organización haya estructurado una planificación bien definida y poniendo de presente la pervivencia de la misma debe enfocar su línea política, social y cultural hacia las comunicaciones. Así como estas han sufrido serias transformaciones, la organización del festival está en la obligación de tomar partida de los adelantos comunicacionales haciendo que desde el más pequeño acto circule en el ciberespacio. La estrategia radica en primera instancia encodificar todo el material audiovisual con que cuenta; ordenarlo y darle forma de biblioteca que facilite el acceso a la población, visitantes e investigadores. Por ello es ineludible el compromiso de avanzar teniendo en cuenta a los

factores comunicacionales que hoy lideran el empoderamiento de las organizaciones que desean ser protagonistas y observadoras del desarrollo humano bajo un modelo de integralidad. La cultura en sus distintas manifestaciones no es ajena a esos retos que marcan los tiempos.

Partiendo de las debilidades encontradas en el diagnóstico y plasmada en los informes elaborados creemos que se hace supremamente necesario estructurar unas estrategias llamativas y seductoras que motiven a los miembros de la OSP a internarse en el complejo mundo de las comunicaciones, en este sentido se debe elaborar una planificación que conduzca a realizar acciones específicas que procuren la utilización de las redes sociales y demás herramientas tecnológicas tales como: Facebook, Instagram, Tik Tok, WhatsApp, YouTube, Twitter, televisión, radio, etc., buscando exportar e importar el cumulo de sucesos, la información que se produce en la OSP y que se relaciona directamente con la difusión de los actos y eventos, los contenidos de revistas, folletos, afiches, grabaciones musicales y demás hechos que se enmarcan en la difusión, fomento y promoción de las manifestaciones culturales alineadas al género musical de la gaita.

Para consolidar lo anterior, se propone la tarea de realizar diferentes acciones concretas que conlleven crear en los miembros de esta OSP un alto sentido de pertenencia. Estas acciones se pueden resumir en lo siguiente:

Desarrollar conversatorios, foros, seminarios que sirvan de espacio para analizar de manera conjunta las situaciones que han generado el poco crecimiento comunicacional del festival.

Actualizar el tipo de publicaciones y alimentar de información de la página oficial del festival que estimule la divulgación permanente de los distintos aspectos del desarrollo cultural del mismo.

Realizar talleres dirigidos a los socios para que los eduquen y actualicen sobre el manejo comunicacional que hoy es un imperativo para posicionar al evento en el contexto nacional.

Crear un folleto publicitario periódico que permita el aporte conceptual y contextual de los socios y amantes de la cultura; será un espacio que no solo se alimentará del aporte de los socios, sino también de los gestores culturales, historiadores locales, artistas, artesanos y todo aquel que se auto reconozca como hacedor cultural.

Implementar un programa radial institucional de festival, aprovechando la emisora comunitaria existente en el municipio para la difusión de la música de gaitas.

Generar una cuenta por cada red social y mantenerla activa para que sirva de plataforma digital pudiendo con ello transmitir en vivo las incidencias del festival.

Establecer encadenamientos comunicacionales unificados en su transmisión a través de las redes y demás medios de comunicación.

Crear una pauta identitaria del festival.

Digitalizar al máximo toda la información del festival.

Proponer la creación de una cadena digital entre los distintos festivales.

Gestionar el apoyo institucional MINTIC para desarrollar desde una plataforma digital un programa formativo acerca de la música de gaitas.

Participar en la convocatoria del MINTIC en la modalidad de emisoras indígenas de interés cultural teniendo en cuenta que la música de gaitas es de origen zenú dada.

Después de desarrollar la estructuración de este aporte a la OSP del Festival Nacional de Gaitas, se puede definir que aparte de ser un ejercicio académico, es la síntesis de la visión que se proyecta para fortalecer este certamen folclórico cultural y de alto concurso que hasta ahora padece de la poca o débil incursión en el mundo de la digitalización de la información y la

actualización de los procesos Comunicacionales.

La metodología correspondiente a las lecturas de la unidad 8 y 9, nos señala un marcode referencia que nos impulsa a materializar con un criterio tecnológico este aporte que ante todo pretende que esta organización haga uso de las herramientas comunicativas que se desprenden de las redes sociales, garantizando el desarrollo y evolución de un evento rico en cosas que mostrar al mundo y sentar su papel como dinamizador de la historia y los procesos formativos, constructores de una nueva sociedad.

Las estrategias formuladas, si se da la apropiación por parte de la OSP se alcanzaría la dimensión organizativa propicia para impactar en la comunidad cultural, en los ámbitos locales, regionales, nacionales e internacionales ubicándola en la atención y en el interés de las nuevas generaciones. El festival sería un agente educativo virtual pudiendo dar a conocer al mundo la riqueza y las connotaciones arqueo antropológicas del género musical de la gaita.

Conclusiones

Las redes sociales, como Facebook, Instagram y Twitter, han revolucionado la forma en que nos comunicamos y compartimos información. En el contexto del Festival Nacional de Gaitas Francisco “Llirene”, estas plataformas pueden ser utilizadas para aumentar la visibilidad del evento, atraer a un público más amplio y fomentar una mayor participación.

Sin embargo, para aprovechar al máximo estas herramientas, es crucial tener un entendimiento sólido de cómo funcionan. Esto incluye conocer las mejores prácticas para publicar contenido, interactuar con los seguidores y utilizar las funciones de publicidad de las plataformas. La falta de conocimiento en esta área puede limitar la efectividad de las redes sociales como herramienta de promoción.

Además, es importante recordar que las redes sociales son solo una parte de una estrategia de comunicación más amplia. Para preservar y transmitir la historia cultural y humana, también debemos considerar otras formas de comunicación, como los medios tradicionales, las exposiciones en persona y los programas educativos.

En resumen, este diplomado ha destacado la importancia de la comunicación en todas sus formas para el desarrollo humano y social. Ya sea a través de las redes sociales o de métodos más tradicionales, la comunicación sigue siendo un campo fascinante y crucial para el estudio y la práctica futura. Es evidente que hay un conocimiento limitado sobre el manejo de las redes sociales entre los socios. A pesar de vivir en una era digital, muchos parecen estar desconectados de la importancia y el potencial que las mismas pueden ofrecer para promover el festival.

El Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” es una manifestación cultural que evidencia la riqueza y la diversidad de las expresiones artísticas de la región Caribe

colombiana. El festival no solo es un espacio de competencia y reconocimiento, sino también de encuentro, diálogo y convivencia entre los diferentes actores sociales que participan en él. El sociograma muestra cómo el festival se articula con la comunidad, los colaboradores, los patrocinadores y subbase social, creando una red de relaciones que favorece el desarrollo cultural, social y económico del territorio. El festival y el sociograma son, por tanto, herramientas para la preservación, la difusión y la innovación de la música de gaitas, un patrimonio inmaterial que representa la identidad y la memoria colectiva de los habitantes de Ovejas y de Sucre.

Es necesario resaltar la importancia de la comunicación para el desarrollo y la sostenibilidad de la OSP Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene”, una organización que busca preservar y difundir la cultura de la gaita en Colombia. Se ha mostrado cómo la comunicación ha evolucionado desde los inicios del festival en 1985 hasta la actualidad, cómo se han planteado estrategias para mejorarla y adaptarla a los nuevos medios y tecnologías, además de enfatizar en la necesidad de una comunicación participativa, formativa, empoderada y proyectiva, que involucre a los socios y la comunidad en la gestión y apropiación del festival. Se ha propuesto también la creación de una biblioteca audiovisual que facilite el acceso y la difusión del patrimonio cultural que representa el festival de gaitas. Se concluye que la comunicación es un factor clave para el fortalecimiento de la identidad cultural, la proyección social y la vigencia del festival en el contexto nacional e internacional.

En esta investigación, presenta una propuesta de acciones concretas para mejorar la comunicación de la OSP Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene”, una organización que busca preservar y difundir la cultura de la gaita en Colombia, basándonos en la metodología de la Investigación Acción Participativa (IAP) y en el marco de referencia de las lecturas de la

unidad 8 y 9. creando un sentido de pertenencia, actualizar las publicaciones, educar y capacitar a los socios, difundir el festival por diferentes medios, crear una identidad, digitalizar la información, establecer encadenamientos y gestionar el apoyo institucional. Para finalizar, es importante destacar que estas acciones permitirían a la OSP aprovechar las herramientas comunicativas que ofrecen las redes sociales, garantizando el desarrollo y la evolución de un evento rico en historia, cultura y educación.

Referencias Bibliográficas

- Angulo Marcial, N. (2013). El ensayo: algunos elementos para la reflexión. *Innovación Educativa*. 13(61),107-121.ISSN:1665-2673.<http://www.scielo.org.mx/pdf/ie/v13n61/v13n61a7.pdf>
- Beller Taboada, W. (2018). *Elementos de lógica argumentativa para la escritura académica*: (ed.). Bonilla Artigas Editores. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/121679>
- Chadi de Yorio, M. R. (2007). *Redes sociales en el trabajo social*. Espacio Editorial. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>
- CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. (2010), *Manualde Metodologías participativas* (p.27). http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf
- Cueto Gómez, I. (2019). *Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=47800>
- CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. (2010). *Manualde Metodologías participativas* (p.27). http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf
- Díaz, D. (2004). *Cómo se elabora un ensayo*. *Acción Pedagógica*, ISSN-e 1315-401X, Vol. 13, Nº. 1, 2004, págs. 108-113. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2972010>
- Fresno, M. D. Paunero, D. S. y Marqués, P. (2014). *Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos*. Editorial UOC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1>

- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Hein, K., Cárdenas, A., Henríquez, K., Valenzuela, S. (2013). Aproximación al análisis cualitativo de redes sociales. Experiencias en el estudio de redes personales mediante Ego.Net.QF. *Revista hispana para el análisis de redes sociales*. (24).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93129550003>
- Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- Martín, P. (1999). El Sociograma como instrumento que desvela la complejidad. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*. N.º 2, 1999. pp. 129-151.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199632>
- Noguera Vivo, J. M. (2011). *Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online*: (ed.). Editorial UOC.
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/33533>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. *En Razón y Palabra* (61).
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas.
<http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf>

Villasante, T., 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>

Villalobos, O. (2012). *Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales*.

Quórum Académico, Vol. 9, No. 1, 2012. <https://elibro>

net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900

Apéndices

Apéndice A

Carta de intención



Apéndice B

Carta de aprobación



Festival Nacional de *Gaitas*
Francisco Llírene

Ovejas, Sucre, 5 de septiembre de 2023

Señor
MAURICIO GONZÁLEZ RIVERO
E. S. M.

Estimado señor:

Estudiada su solicitud referente a la posibilidad de permitirle realizar un proceso de investigación teniendo como marco el desarrollo socio-histórico y cultural del Festival Nacional de Gaitas "Francisco Llírene" de Ovejas, nos permitimos informarle, que hemos decidido acoger su solicitud, teniendo en cuenta que el objetivo que se persigue, nos representaría un impulso para fortalecer nuestras relaciones públicas y comunicacionales, aspectos del evento que hoy deben ponerse a tono con la dinámica que está señalando los avances tecnológicos.

Estaremos atentos para diseñar en conjunto un derrotero para materializar el precitado proceso.

No siendo otro el motivo, me suscribo de usted.

Cordialmente,

JUNTA ORGANIZADORA
FESTIVAL NACIONAL DE GAITAS "FRANCISCO LLIRENE"

Dilson HdB.
DILSON HERNÁNDEZ
Presidente

Gaita: Pasión musical de nuestra historia

Personería Jurídica No. 608 de julio 8 de 1986
Registro Cámara de Comercio de Sincelejo No. 500.872 de julio 31 de 1999
Patrimonio Cultural y Folclórico de Ovejas (Acuerdo 018 H.C.M., noviembre 23/2002)
Patrimonio e Interés Cultural del Departamento de Sucre (Ord. 08, julio 29/2004)
Orden del Congreso de Colombia en el Grado de Comendador (Resol. 033, de 2009)
Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Nación (Ley 1756, julio 2/2015)

Calle 15 No. 21-11 • Ovejas, Sucre, Colombia
Celular 323 469 06 80 • NIT 800.022.352-4
festivaldegaitas@hotmail.com
festivaldegaitas@gmail.com
<http://festivaldegaitas.blogspot.com>
<http://revistadelfestivaldeovejas.blogspot.com>

Apéndice C

Link de la entrevista inicial https://www.ivoox.com/podcast-entrevista-al-festival-gaitas-franciscollirene_sq_f12268936_1.html

Apéndice D

Preguntas Cualitativas

¿Que aporte le ha hecho el festival al proceso educativo en el municipio?

¿De parte de la organización han planteado foros en instituciones educativas para dar conocer el festival?

¿Qué socios han llevado la vocería del festival de gaitas en los encuentros y foros?

¿Qué tanto saben ustedes como socios del sobre la historia del festival?

¿Conocen ustedes como socios que el género gaita ha posibilitado el conocimiento de nuestra historia?

¿Sabes que la gaita tiene unas connotaciones arqueológico antropológicas?

¿Por qué se llama gaita hembra y macho? Teniendo en cuenta que la gaita hacia parte de ese trabajo de orfebrería – el proceso de la cera perdida.

¿Cree usted que la melodía de la gaita tiene efectos psicológicos sobre el comportamiento humano?

¿Cuántas veces visitaron ustedes como socios las redes sociales del festival de gaitas?

¿Cuántas veces comparten ustedes contenidos del festival en sus redes sociales?

¿Han comunicado a ustedes como socios a las nuevas generaciones quien fue Pacho Llirene o Francisco Llirene?

¿Saben ustedes como socios cómo surgió el festival de gaitas de Ovejas?

¿Por qué cree usted que el festival de gaitas debe realizarse en Ovejas?

¿Cuántos de ustedes manejan dispositivos Android o iPhone en la organización?

¿Cuántos de ustedes tienen computadores en casa o manejan redes sociales para interactuar?

¿Cree usted que la publicidad del evento en redes sociales se debe manejar un mes antes de la realización del evento?

¿Cree usted que los archivos audiovisuales que tiene el festival se han utilizado para fomentar su proceso cultural?

¿Han digitalizado las revistas impresas del festival en algún momento, además de ser publicadas y de fácil acceso en redes sociales para su consulta o investigación?

¿Las fotografías de los 38 años de festival son publicadas en redes del festival constantemente?

¿Han pensado ustedes con todo este material impreso o audiovisual, implementar una biblioteca folclórica o de información cultural para consulta de investigadores, estudiantes o comunidad en general?

¿El festival ha vendido turísticamente la imagen de Ovejas como municipio?

Apéndice E

Link de la entrevista cualitativa

https://go.ivoox.com/rf/117196729?utm_source=embed_podcast_new&utm_medium=share&utm_campaign=new_embeds

Apéndice F

Registro Fotográfico



Entrevista con señor Gestor Cultural y expresidente del Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” señor Julio González Olivera.



Durante la entrevista con el Gestor Cultural, Socio Activo y Tesorero del Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene” Gilberto Gracia.



Tuve el honor de entrevistar a uno de los creadores, Gestor Cultural y actualmente Fiscal del Festival Nacional de Gaitas “Francisco Llirene”. En esta fotografía se evidencia el momento en el que el señor Aníbal Cabrera responde al cuestionario de preguntas en mi lugar de vivienda.

Apéndice G

Vídeo de la Jornada de Devolución-Validación. Link:

<https://youtu.be/MK2LbN2BZh4?si=33BAdza8JQxV7TWT>