

**DIPLOMADO EN CONSTRUCCIÓN DE REDES SOCIALES
DE COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR
HÉCTOR SANTACRUZ GUEVARA
COD. 98.379.231**

**TUTOR
JORGE LÓPEZ**

**CURSO:
411011_1**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA-UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES ARTES Y HUMANIDADES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JUAN DE PASTO
2017**

TITULO

La comunidad como constructora del conocimiento, base fundamental para el mejoramiento del papel que desempeña Telepasto como medio local de comunicación.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo compartiré algunas reflexiones que se han derivado de una experiencia de investigación realizada en la PSO, de la Corporación Canal Cultural Universitario Telepasto, dentro de un contexto de construcción de comunidad como actor esencial en los procesos de comunicación de las nuevas tecnologías de la información como lo son las Redes Sociales.

En esta experiencia, se exponen los hallazgos encontrados a lo largo de la investigación, los problemas y la estrategia propuesta para el mejoramiento en el funcionamiento de Corporación Telepasto, constituido en el entorno social como un canal local útil para la sociedad. No obstante, es un medio que requiere de un mayor trabajo participativo e interactivo con la sociedad.

Gracias al acercamiento que se tuvo con los agentes de trabajo de la Corporación, en la construcción de un tejido de nuevos conocimientos, ideas, propuestas, soportadas con fundamentos teóricos, se hace posible plasmar en el escrito, la importancia que tiene la comunidad como constructora del conocimiento en el canal, y como actor participativo en los medios de información dentro de un entorno de Redes Sociales.

TESIS

El Canal Cultural Universitario Telepasto, es una Corporación que su tarea fundamental es informar de forma clara, ordenada, precisa, sin pretender ser amarillista o competir con la denominada primicia o chiva, sino saber comunicar con calidad los contenidos.

Su función en la sociedad, ha sido importante porque a través de los años, Telepasto se ha posicionado como un medio necesario para la comunidad, por el uso diario, por convertirse en una herramienta donde las personas puedan expresar libremente sus problemas, inquietudes, afirmaciones entre otros.

No obstante, se ha encontrado que Telepasto siendo un canal local que llega a muchos sitios, pero deja de llegar a otros porque no tiene la cobertura necesaria, está perdiendo la oportunidad de encontrarse con otros entornos sociales por el escaso aprovechamientos de los medios tecnológicos, en este caso las Redes Sociales, como herramienta de comunicación global, universal, donde posibilitaría que Telepasto y sus producciones, elaborados desde cinco punto de vista distintos, puesto que son 5 socios desde lo académico, municipal y gubernamental puedan conquistar más puntos de información y así convertirse en un canal más competente y ante todo más participativo.

Esto significa, que dentro de una estrategia de fortalecimiento del Canal Telepasto, está el incursionar de forma eficiente y efectiva en las Redes Sociales, como un complemento necesario y eficaz dentro de los procesos de información que hoy demanda las tecnologías y la Corporación no puede estar ajena a estos retos de la nueva era de las comunicaciones.

ARGUMENTOS

La comunidad como constructora del conocimiento, base fundamental para el mejoramiento del papel que desempeña Telepasto como medio local de comunicación.

Los hombres viven en comunidad, en razón de las cosas que tienen en común, y la comunicación es el medio como posee cosas en común.

John Dewey

La comunidad hoy en día, se ha convertido en el pilar fundamental del accionar en los medios de comunicación, especialmente dentro de los sistemas de Redes Sociales. Los medios sin comunidad no podrían cumplir los fines para lo cual fueron creados. Por ende la comunidad es la razón de ser en el progreso, desarrollo y avance de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, que si bien se recuerda estas tomaron su mayor auge en el año 2009 en el periodo del expresidente Álvaro Uribe Vélez cuando sancionó la Ley 1341, el entonces Ministerio de Comunicaciones se convirtió en Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, creando un marco normativo para la promoción y uso de las TIC. (MINTIC)

En esta época se ha democratizado la información, porque cada uno de los medios existentes permite el fácil acceso. En la actualidad a la mayoría de las personas le gusta ser escuchadas, verse en los medios, a través de sus opiniones, críticas, aportes. Las comunidades sin distinción de edad, raza, clase social, colectividad a la que pertenezcan (indígenas, campesinos, entre otros) han tomado un papel activo que ha cambiado la teoría de la comunicación, por ello la comunidad es constructora de un nuevo conocimiento. Siles

(2005), cita a Guatarri (1992, p. 65) quien afirma que “*La vida cotidiana siempre es una realidad virtual*”, la vida está llena de escenarios de permanentes cambios, que hacen parte de un entorno real que se va transformando constantemente, debido a las influencias producidas y ejercidas por los nuevos modos de comunicación y las necesidades que expresa la comunidad.

De igual forma, Arango (2006), expresa que “*Una Red Social, se refiere al conjunto de relaciones que hacen parte de la vida cotidiana de una persona y que conforman su mundo primario de interacciones*”. (p. 380).

La comunidad virtual, de hecho ha creado espacios donde la sociedad establece diariamente relaciones a partir de temas frecuentes, o comunes que conllevan a interactuar ideas, pensamientos, incluso a intercambiar información que se genera de forma inmediata, y oportuna.

Con base en lo anterior, se ha encontrado que la Corporación Cultural Universitaria Telepasto, constituyéndose en un canal local, que cuenta con el concurso de cinco asociados, dos de ellos que corresponden a entes de alto poder como la Gobernación de Nariño, la Alcaldía de Pasto y tres instituciones de Educación Superior, Universidad de Nariño, Universidad Mariana, e Institución Universitaria Cesmag, no desarrolla eficientemente los procesos comunicativos con la comunidad; se informa pertinentemente, se transmiten los eventos importantes de cada asociado, se cumple con una variada programación, no obstante, la participación de la comunidad se presenta en un bajo porcentaje, dado que no se aprovecha las múltiples ventajas que brinda las Redes Sociales.

El Canal de televisión, se ha limitado en trabajar como el medio tradicional que es, y que sin duda alguna es positivo, sin embargo, no se puede estar aislado de los medios

tecnológicos que ofrece la nueva era de las comunicaciones, todo pensado en la participación de la comunidad. Chiavenato en un artículo publicado en internet por Iván Thompson, manifiesta

En términos generales, la comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

Si en la actualidad, a la comunidad que es un emisor también de información, porque se convierte en un periodista más, al que le gusta comunicar, al que le gusta salir en televisión para denunciar, exponer alguna situación, considerar cualquier tipo de casos presentados en el contexto donde vive, Telepasto que tiene los medios y si no los posee cuenta con el personal y los instrumentos adecuados para implementarlos y así poder ofrecer estos espacios, debe brindarle a la sociedad estas oportunidades, porque le permitirá multiplicar su fusión como Canal de comunicación.

Si bien es cierto la Televisión es un medio unidireccional que transmite constantemente mensajes a las audiencias sin que se dé la opción de retroalimentar la información, tampoco exista la posibilidad de objetar o refutar a las preguntas, o cuestionamientos que de determinado contenido se logre hacer, el instrumento al que puede incursionar Telepasto, son las Redes Sociales, porque son tecnologías que sí van a permitir una conexión con la comunidad, puesto que se puede instaurar accesos directos, llámense Facebook, WhatsApp, que son las Redes Sociales renqueadas en los primeros lugares en el mundo por la utilización diaria, y que facultan un intercambio de ideas, pregunta-respuesta que posibilitará informar con inmediatez a los televidentes.

En este orden de ideas, en el mundo vigente de las comunicaciones, los verdaderos actores del proceso son los que tiene el medio para informar, y los que reciben los contenidos en este caso la comunidad. Las redes sociales, no son moda, son una necesidad donde los ciudadanos han despertado su interés por utilizarlas de forma diaria y donde los medios tradicionales tienen que abrirse el campo para incursionar.

Esta se ha convertido en una poderosa herramienta de expresión para el ciudadano, por lo tanto la Corporación Cultural y Universitaria Telepasto, está llamada a implementar estrategias internas y externas que posibiliten la activa intervención de la comunidad como constructora de ideas, que faculte la movilidad de la comunidad aportante de nuevos conocimientos.

Las redes sociales, pensadas desde este Canal de Televisión, que tiene una amplia cobertura, y que cuenta con los mecanismos necesarios para trabajar y explorar con mayor eficiencia, al interior de las instituciones y a través de la Corporación, son la mejor plataforma de comunicación.

El autor Orozco (1996) afirma “*El poder de la televisión cada vez se consolida con mayor contundencia ante los propios ojos de los miembros de las audiencias*”. (p.180). Es interesante contemplar esta reflexión teórica, puesto que la televisión, es el cuarto poder entre el medio escrito, radial. No obstante, varios escritores han mencionado que las Redes Sociales sería el quinto poder, al respecto en el artículo publicado por Antonio Lorenzo en elEconomista.es. 30 de enero de 2012, expresa:

A los tres poderes clásicos (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) se le añadió la prensa hace casi un siglo y ahora conviene hacer sitio al quinto poder, a las

redes sociales, posiblemente el nuevo ombligo del mundo. Existen motivos contundentes. Su relevancia asusta. Moviliza multitudes a velocidades virales.

Su influencia se extiende de forma exponencial. Es la principal herramienta de comunicación de millones de personas. Comienza a eclipsar a los medios de comunicación tradicionales. Conformar una nueva realidad digital.

Por consiguiente, la Corporación Cultural Telepasto, si bien es un medio de comunicación tradicional y mueve masas, y alcanza una mayor difusión no puede estar lejos de sus intereses y objetivos como son generar procesos de participación, diseñar mecanismos para un mejor aprovechamiento de las Redes Sociales, promover mayor participación de los socios. Castañeda (2010) manifiesta: “Integrar las ventajas que ofrece la tecnología con los proyectos educativos consistentes con los conocimientos y valores.” (p.11).

Telepasto, es una Corporación que vincula a la academia, y por medio de sus socios puede generar importantes proyectos dirigidos a una población interdisciplinaria, que facilite la elaboración de contenidos que se van a emitir por los distintos medios tradicionales y tecnológicos.

Después de 17 años de fundación de la Corporación Canal Cultural Universitario Telepasto, como medio de comunicación al servicio de la sociedad en el municipio, y con el cubrimiento en veredas, corregimientos y diferentes jurisdicciones del departamento gracias a los convenios establecidos con algunos operadores, es el momento en que se mire con otras cámaras y lentes el funcionamiento de las Redes Sociales, como un complemento

al trabajo de las comunicaciones que ejerce sobre una amplia población en la ciudad de Pasto.

Telepasto, no puede conformarse con ser una Canal de Televisión, sus nuevos objetivos deben apuntar al aprovechamiento de las Redes Sociales, y a la acción participativa de la comunidad como actores constructores de conocimientos.

CONCLUSIÓN

La recolección de la información permitió corroborar que el Canal Cultural Telepasto reconocido como un medio local de alto impacto social, por las garantías y servicios que ofrece a la comunidad como medio de comunicación aún no ha dimensionado la importancia que tiene las Redes Sociales y el papel que puede desempeñar en ampliar de forma universal cada uno de los procesos informativos que produce el canal.

Telepasto, al mejorar el empleo de las Redes Sociales, podría cubrir muchos lugares, captar millones de audiencias, articular procesos de comunicación rápidos y oportunos, no esperar a que lleguen las franjas y los horarios establecidos para informar, por el contrario con el manejo de las Redes Sociales bien empleados cada noticia, informe especial, producto audiovisual entre otros se lo podría publicar con mayor inmediatez y la cobertura resultaría mayor.

Si el papel de la Redes Sociales es construir un mundo innovador, un medio de fácil acceso para que la comunidad pueda estar permanente informada de los hechos que acontecen en su entorno social, cultural, académico Telepasto no puede estar aislado de estas tecnología creadas para generar un mejor impacto informativo en la sociedad.

REFERENCIAS

ARANGO CÁLAD, Carlos. (2006) *Psicología Comunitaria de la Convivencia*. Cali-Colombia. Impreso Artes Gráficas del Valle Ltda. Primera Edición.

CASTAÑEDA, QUINTERO, Linda. (2010) *Aprendizaje con Redes Sociales. Tejidos Educativos para los nuevos entornos*. Bogotá-Colombia. I Edición. X press. Estudio Gráfico Digital.

CASTELLS, M. (2016). *¿Comunidades virtuales o sociedad red?* Bogotá, Colombia: UNAD. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/6442>.

GARZÓN, Estrella. (2001) *Comunicación en una Sociedad global*. México. D.F. Ed. Trillas de México.

LORENZO, Antonio. *elEconomista.es*. 30 de Enero de 2012 *Las redes sociales comienzan a verse como el quinto poder*. Recuperado de www.eleconomista.es. Consultado el 9 de diciembre de 2017.

OROZCO, Guillermo. (1996) *Televisión y Audiencia un Enfoque Cualitativo*. Madrid-España. Ed. de la Torre.

SILES, Ignacio. (2005). *Internet, virtualidad y comunidad*. En: *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, vol. II, (108), pp. 55-69. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15310805>

Definición de Comunicación. Recuperado de. <http://www.promonegocios.net/comunicación/comunicación/definicion-comunicacion.htm>

El Origen y la Evolución de las Tic. Recuperado de alexfitzalejandrofitz.blogspot.com/2011/10/el-origen-y-la-evolucion-de-las-tic.html