

**Estrategia para el Fortalecimiento de la Red Social Aplicada en el Batallón de Apoyo y
Servicios para el Combate No.1 Cacique Tundama**

Karla Valentina Malagón Arias

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Comunicación Social

2024

Resumen

Por medio de la investigación desarrollada, siendo esta de manera participativa, para poder obtener la información necesaria y correspondiente, con relación al ámbito comunicativo, este informe del resultado de la investigación realizada, donde su objetivo es poder ampliar el conocimiento de cada una de las falencias o problemáticas a nivel comunicación dentro de la OSP seleccionada, en este caso es el Batallón de Apoyo y sostenimiento para el Combate No1 Cacique Tundama, en Tunja – Boyacá.

Por medio de esta investigación, se busca resaltar la gran importancia de la planificación y aplicación de programas de comunicación organizacional y no organizacional, para que de esta manera se formen decisiones de innovación, arrojo, retroalimentación y fortalecimiento de cada uno de los procesos comunicativos, para poder tener relaciones comunicativas exitosas y sin interferencias comunicacionales.

Palabras clave: Comunicación horizontal, Redes sociales, Objeto social, Comunicación organizacional.

Abstract

Through the research developed, this being in a participatory manner, in order to obtain the necessary and corresponding information, in relation to the communicative field, this report of the result of the research carried out, where its objective is to expand the knowledge of each of the shortcomings or problems at the communication level within the selected OSP, in this case it is the Combat Support and Sustainment Battalion No. 1 Cacique Tundama, in Tunja – Boyacá. Through this research, it seeks to highlight the great importance of the planning and application of organizational and non-organizational communication programs, so that in this way decisions of innovation, courage, feedback and strengthening of each of the communication processes are formed, in order to have successful communicative relationships without communicational interference.

Keywords: Horizontal communication, Social networks, Corporate purpose, Organizational communication.

Tabla de Contenido

Introducción	8
Aprestamiento.....	10
Conceptualización.....	11
Informe de identificación y Conceptualización	11
Implicación.....	15
Informe Sociopráxico	16
Construcción... ..	19
Informe de Investigación.....	29
Proyección	32
Fundamentos Conceptuales y contextuales de la estrategia.....	32
Conclusiones.....	35
Referencias Bibliográficas	37

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Información General</i>	10
Tabla 2 <i>Ficha de Información Descriptiva</i>	13
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	15
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	20
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	22

Lista de Figuras

Figura 1 *Sociograma BASPC N. 1 Cacique Tundama* 19

Figura 2 *Conjuntos de Acción BASPC No. 1 Cacique Tundama* 19

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	39
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	40
Apéndice C <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	41
Apéndice D <i>Preguntas Cualitativas</i>	42
Apéndice E <i>Enlace Entrevista Cualitativa</i>	43
Apéndice F <i>Registro Fotográfico</i>	44
Apéndice G <i>Enlace de Devolución a la Organización</i>	47

Introducción

En la realización de este trabajo tiene como resultado todo el proceso y resultado investigativo de la acción de la OSP seleccionada, el Batallón de Apoyo y Sostenimiento para el Combate No. 1 Cacique Tundama, en la ciudad de Tunja, por medio de la realización de la integración del socio praxis como enfoque participativo para de esa manera poder empoderar a la comunidad, como principal protagonista en esta propia transformación, de la institución seleccionada, brindando el resultado de cada una de las fases del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, como opción de grado para el programa de Comunicación Social, de la UNAD, esto con el fin de por realizar la identificación de las problemáticas, que se tienen en la OSP, en el campo comunicacional.

Teniendo en cuenta todos los resultados de la investigación se realiza el diseño de una estrategia de comunicación en perspectiva de red social, para de esa manera poder dinamizar las comunicaciones en la OSP seleccionada a trabajar, todo esto como resultado de la investigación acción con el perfil sociopráxico, esto con el fin de poder realizar un aporte positivo en la organización, para de esa manera sea aplicado y mejorar cada uno de los procesos de las secciones de la unidad militar.

Por consiguiente y lo anteriormente indicado en este documento, el resultado de cada una de las fases donde por medio de cada uno de los procesos investigativos y sus resultados, donde se argumenta cada uno de los hallazgos, también las entrevistas, los gráficos, las tablas implementadas, donde también se respalda con los autores vistos en todo el diplomado.

Se también realiza la identificación de las practicas sociales organizadas dentro de la comunidad, por medio del estudio tanto de su estructura, como del perfil comunicacional se

programan posibles métodos de investigación y transformación social, para de ese modo crear un impacto positivo y reconocer sus necesidades, también se encontraron cada una de las actividades realizadas, como las entrevistas, la observación, y la socialización de la devolución de todo el ejercicio práctico e investigativo en la unidad militar.

Aprestamiento

Tabla 1

Ficha de Identificación General

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
Ejército Nacional de Colombia – sección de acción integral – Batallón de A.S.P.C No1 Cacique Tundama	Trabajar con las propia tropas, para de esa manera fortalecer la moral combatida de cada uno de los integrantes de esa unidad militar, igualmente por intermedio de la acción cívico militar se logre diezmar, disminuir reducir o neutralizar la capacidad combativa del enemigo, y generar conciencia de desmovilización de esos grupos al margen de la ley, entre esas actividades también se encuentran la que son en beneficio de la población civil, donde por medio de diferentes actividades se les brinda bienestar mental, bienestar médico, bienestar social, bienestar psicológico, a la población en general.	La sección de Acción Integral del Ejército Nacional, es poco conocida, se desconoce su labor cívico militar, con la población y con las propias tropas, en beneficio de ellas mismas, no se hace difusión de las actividades que realizan en beneficio de la población civil principalmente y también del mismo personal militar el pro de su bienestar emocional, medico, social y mucho más, la comunidad tiene en mente que cuando mencionamos a tropas del Ejército Nacional, únicamente con expertos en armas, combates y seguridad. Hacer un correcto trabajo comunicativo, para dar a conocer dicha labor del Ejército Nacional de Colombia, y de esa manera poder hacer conciencia en la sociedad.	Poder mejorar el proceso comunicativo hacia la población civil. Fortalecer la imagen institucional. Contacto con la población civil. Fortalecer la comunicación que tiene la institución con la población. Poder fortalecer mis conocimientos en este proceso comunicativo institucional. Crear conciencia de que las noticias de carácter informativo y con contenido objetivo y real, se puede obtener la atención de la población.	Acceso a zonas rurales La no aceptación de la información difundida. Falta de apoyo por parte de la población.

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada en las OSP

Conceptualización

Informe de Identificación y Conceptualización

Es de gran importancia indicar que la comunicación horizontal como principal modo de participación entre cada uno de los cargos en el mismo orden de jerarquía, que no tienen nivel de autoridad, en este proceso en coordinación con cada uno de las secciones del Batallón de A.S.P.C No.1 Cacique Tundama, se realizará la obtención de información, identificación de problemáticas, solución de conflictos, para de esa manera favorecer al proceso comunicativo interno y externo de la organización de la institución, cabe resaltar, Beltrán (1979): “Los seres humanos se comunican con múltiples propósitos. El principal no es el ejercicio de influencia sobre el comportamiento de los demás” (p. 27). Siempre es vital tener en cuenta las necesidades, derechos y los recursos de comunicación, y cuáles son las diferentes finalidades de la comunicación.

Es importante tener en cuenta lo anteriormente mencionado, para el desarrollo exitoso de esta investigación, se debe tener una comunicación activa, objetiva y eficaz, teniendo en cuenta la problemática identificada, y por el cual se ve afectado los procesos y las personas que están involucradas en cada proceso de esta institución como lo es esta unidad militar, lo que se quiere con dicha investigación es poder lograr una comunicación transformadora, a partir de las realidades, creando estrategias, para generar cambios, que puedan poner fin a la problemática identificada, por esa razón la selección de la organización es la unidad militar del Batallón de A.S.P.C No.1 Cacique Tundama, ubicado en Tunja, en el departamento de Boyacá, esta unidad militar por medio de su sección de acción integral, se considera la idea por su labor social colectiva, el cual trabaja Actividades cívico – militares se logre diezmar, disminuir reducir o neutralizar la capacidad combativa del enemigo, y generar conciencia de desmovilización de

esos grupos al margen de la ley, entre esas actividades también se encuentran la que son en beneficio de la población civil, donde por medio de diferentes actividades se les brinda bienestar mental, bienestar médico, bienestar social, bienestar psicológico, a la población en general, también en las propias tropas y el personal civil que labora en la unidad militar.

Es de vital importancia tener en cuenta que Ejército tiene su plan de comunicación organización, pero desafortunadamente únicamente aplica hasta las brigadas, y no a las unidades militares, en donde la comunicación organizacional de esta unidad no tiene parámetros o plan de comunicación, la organización es apta para de esa manera por medio de un trabajo comunicación óptimo, desde la horizontalidad se puede realizar el mejoramiento continuo. Cabe mencionar que la elección de dicha unidad militar es apropiada con la intencionalidad que la investigación, que se avanza por medio del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación, ya que, por medio de una metodología participativa, por medio de las indicaciones sistemáticas, para de esa manera comprender las acciones sociales, y la contribución desde las ciencias comunicacionales, que permitirán un desarrollo adecuado del plan de acción, en el entorno comunicativo, para que de esa manera se fortalezcan las bases, y se puedan desarrollar diversas formas de participación tanto interna como externa, ya que por medio de una comunicación y participación externa, es importante ya que por medio de ella, se puede mejorar o cambiar la percepción hacia la institución, para de esa manera poder también fortalecer la labor social que realizan por medio de Acción integral.

Tabla 2*Ficha Descriptiva*

Aspecto	Descripción
<p>Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.</p>	<p>Actividades cívico – militares se logre diezmar, disminuir reducir o neutralizar la capacidad combativa del enemigo, y generar conciencia de desmovilización de esos grupos al margen de la ley, entre esas actividades también se encuentran la que son en beneficio de la población civil, donde por medio de diferentes actividades se les brinda bienestar mental, bienestar médico, bienestar social, bienestar psicológico, a la población en general, también en las propias tropas y el personal civil que labora en la unidad militar.</p>
<p>Objetivos o intenciones de ayuda social. Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.</p>	<p>Trabajar con las propias tropas, para de esa manera fortalecer la moral combatida de cada uno de los integrantes de esa unidad militar. Se realizan actividades y reuniones durante todo el transcurso de la semana, que van direccionadas al diferente personal de la OSP, como Jornada de fortalecimiento institucional, Jornada de Apoyo al Desarrollo, reuniones de plana mayor, actividades de bienestar psicológico, actividades de integración. La unidad militar tiene varias dependencias: -Comandante de la unidad militar: Es la cara visible de un Batallón y es el que lidera la unidad militar. -Ejecutivo y segundo comandante: Se encarga de la parte administrativa de la unidad militar. -Oficial de Operaciones: es el encargado de la parte operacional de los diferentes del personal militar que esta desplegado en el área de operaciones en este caso es Tunja. -Sargento Mayor de Comando – Asesora al comandante de la unidad militar.</p>
<p>Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).</p>	<p>-Talento humano: esta sección es la encargada de administrar el personal que conforma la unidad militar. -Jurídica: esta sección es la encargada de atender todos los requerimientos jurídicos que llegan a la unidad -TICS - es la encargada de realizar los diferentes mantenimientos de los equipos de cómputo y comunicaciones que tiene el batallón. -Acción Integral: esta sección que realiza actividades con la población civil y militar, con el fin de generar confianza y generar bienestar. -Inteligencia: Esta sección es la encargada de la búsqueda la información y suministrar para el desarrollo de operaciones militares. -Logística: Esta sección es la encargada de garantizar combustible transporte armamento e intendencia a las unidades que se encuentran en el área de operaciones. -Control Interno: Esta sección es la encargada de controlar y verificar los procesos administrativos de todas las secciones del Batallón.</p>

-Instrucción y Entrenamiento: Esta sección es la encargada de garantizar que el personal militar, tenga su entrenamiento y reentrenamiento antes de ingresar al área de operaciones.

Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)	La unidad militar cuenta con 200 militares y 30 civiles.
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	La unidad militar cuenta con diferentes secciones el cual el cual está liderada por un oficial o suboficial de la unidad, todo bajo el mando y supervisión del comándate y el ejecutivo. También se tiene por medio de la sección de acción integral y de la sección de talento humano se tiene conformado un comité por el cual se vela por el bienestar del personal militar y civil, para también lograr una buena comunicación organizacional.
Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.	Las actividades cívico-militares que se realizan.
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	La comunicación interna se hace por medio de HRS, correo interno, videoconferencias y grupos de WhatsApp.
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	Comunicados de prensa y videos institucionales.
Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.	Las actividades programadas: Charlas y conferencias Cine al parque Perifoneo Brefing Actividades para mejorar la comunicación Actividades lúdicas Celebración de fechas especiales Plan de comunicación organizacional Mejorar la comunicación interna Tener más acercamiento con las propias tropas.
Logros de proyectos exitosos.	Mejorar la imagen institucional tanto externa como interna, tener un buen acercamiento con las propias tropas
Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.	Los imprevistos que se puedan presentar por las mismas actividades militares, por la negación de participación del personal civil tanto interno como externo.
Otros aspectos para comentar.	Se tienen grandes expectativas al trabajo que se va realizar en beneficio de la OSP en temas de comunicación interna y externa

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada en la OSP.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

<p>OSP: Batallón de Apoyo y Sostenimiento para el Combate No.1 Hora inicio: 09:00 am Participantes: Soldados, Suboficiales, Oficiales y Personal Civil</p>	<p>Actividad: JOFI - Jornada de Fortalecimiento Institucional Hora finalización: 5:30pm Investigador: Karla Valentina Malagón Arias</p>	<p>Fecha: 18 de mayo del 2024 Lugar: Cantón Militar</p>
<p>Descripción (de la observación)</p>	<p>Interpretación (de la observación)</p>	<p>Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)</p>
<p>En la actividad realizada, en la unidad militar, el 18 de mayo, se observa una integración favorable con todo el personal, sin exclusiones por el grado, esto dentro de la realización de la JOFI - Jornada de Fortalecimiento Institucional, esta actividad busca promover el bienestar social, emocional, comunicativo, esto por medio de actividades deportivas, charlas, sesiones de peluquería y belleza, presentaciones musicales y entregas de obsequios.</p> <p>La JOFI da inicio las 9:00am con una formación para darle la bienvenida e iniciar las actividades, donde estuve haciendo el acompañamiento y participación desde el inicio hasta el final de la actividad.</p> <p>La JOFI fue realizada en la plaza de armas del Cantón Militar Gustavo Rojas Pinilla, y en el salón del casino de suboficiales.</p> <p>Como toda unidad militar, se</p>	<p>La interpretación se la actividad que se realizó el pasado 18 de mayo del presente año, se basa en poder observar y apreciar la participación, interacción, la acción, para de esa manera obtener una transformación social dentro de la institución, por medio de las actividades en beneficio de cada uno de sus integrantes, y de esa manera también poder fortalecer la comunicación, y poder dar una transformación social dentro de la institución, para también de esta manera, poder reunir en un solo espacio todas las personas que hacen parte de las diferentes secciones que tiene la unidad militar, como lo son, los mandos, los jefes de sección, las personas que integran las secciones, soldados y personal civil.</p> <p>En la realización del desarrollo de la JOFI, la institución visibiliza la</p>	<p>Al participar en actividades como estas, es gratificante, ya que, por medio de mi formación como comunicadora social, adportas de graduarme, se puede aportar considerablemente en este tipo de actividades, con el desarrollo de esta actividad, se evidencia la comunicación transformadora, de impacto positivo, por medio de la comunicación de mensajes formativos, positivos, también lúdicos y sociales, esto con el fin de poder cumplir con el objetivo que tiene la institución hacia su personal, tanto militar, como civil.</p> <p>Poder compartir con los soldados, con todo el personal que este lejos de sus familias es gratificante, ya que con estas actividades se les expresa preocupación y cariño hacia ellos, cada uno son importantes, es también una manera de salir de la rutina militar, de hacer algo totalmente diferente, para poder liberar un poco la tensión y stress laboral, todo</p>

inicia con acto protocolario, con los mando del Batallón, después de ellos se inició la sesión de peluquería y belleza, al finalizar esa sesión, se da inicio a una clase de rumba de 45 minutos, se realiza un receso de 20 min para que tomar onces, de allí se retoma la actividad con el grupo música Son Libertador de la Primera Brigada del Ejército Nacional, se culminan actividades a las 12:00m para pasar al almuerzo y retomar las actividades a las 2:00pm, con la charla de importancia comunicacional en la vida diaria, para de esa manera a las 3:30pm dar cierre a la actividad, con la entrega de premios y proyección de una película.

labor social que realiza internamente, desde el bienestar emocional, físico, mental, esto con el fin de trabajar con las propias tropas, para de esa manera fortalecer la moral combatida de cada uno de los integrantes de esa unidad militar, con el fin de a la hora de poder hacer estas actividades con la población civil se haga con vocación, en beneficio del bienestar social de la población civil.

con el fin de mejorar las relaciones y la comunicación entre los integrantes de la institución.

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada en la OSP

Informe Sociopráxico

Para dar respuesta a la pregunta generadora, por medio del informe, lo que se quiere dar una integración, de lo aprendido, en el transcurso del diplomado en curso, por medio del desarrollo de la recolección de información por medio del diario de campo, en la actividad de la OSP, el BASPC No.1 Cacique Tundama, se evidencia la importancia por parte de la OSP de las actividades en favor del bienestar social, de cada uno de los integrantes de la unidad militar, para de esa manera poder cumplir con cada uno de los objetivo y de esa manera poder obtener una transformación social.

Se puede evidenciar que la OSP en cada uno de sus entornos comunicativos tanto

internos como externos, su flujo comunicacional es óptimo, desde la actividad observada, como lo fue la JOFI – Jornada de Fortalecimiento Institucional, pero también se evidencia que se requiere un plan de mejoramiento que fortalezca las estrategia comunicacional, entre los diferentes grados, dentro de la institución, para de esa manera poder obtener y reconocer la transformación continua, como lo dice (Villasante, T. 2006) “la praxis no acaba en un diagnóstico sino en propuestas para la acción y en la acción misma y en las constantes reformulaciones que exige (p.36).

Todo continuamente va cambiando, hasta las condiciones de vida, ambiente laboral, jefes de sección, comandantes y también la manera de informar, por eso es relevante, poder crear las redes sociales de la unidad militar, para de esa manera poder gestionar la información de manera correcta, para de esa manera dar a conocer, cada una de las actividades en beneficio del personas que laboral en la unidad y el personal externo y con esto poder tener una transformación social mediante la labor que realiza la OSP.

Por medio de lo anterior podemos comprender que la practica social, es el estado permanente para de esa manera obtener una búsqueda de soluciones efectivas a la problemática comunicacional identificada, esto por medio de las diferentes acciones que se pueden aplicar individual y posteriormente grupal, para de esa manera poder seguir recolectando información necesaria de la OSP, con la asistencia y participación a la actividad realizada el 18 de mayo.

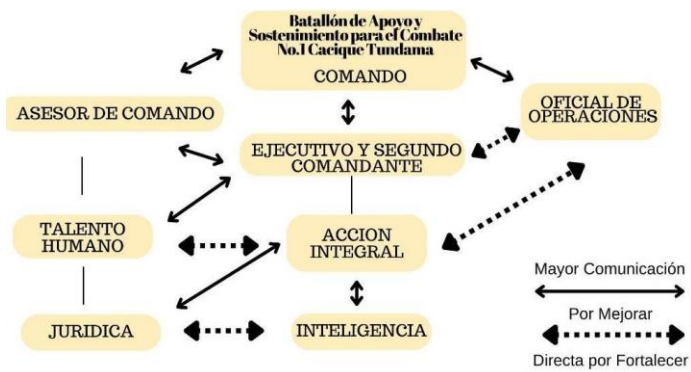
Por medio de la integración de los diferentes roles que tienen los diferentes integrantes del batallón por medio de los diferentes grados y cargos, de los oficiales, suboficiales, soldados y personal civil, el cual se realizó una entrevista con diferentes preguntas cualitativas, al Señor Sargento Viceprimero Nelson Sánchez, suboficial de acción integral de la unidad militar, donde por medio de sus respuestas, se comprende óptimamente, que desde la misión y

objetivos del batallón se tiene una interacción permanente, con los actores interesados y que son objeto de su labor social, la oficina de acción integral mantiene diferentes entornos y actividades para de esa manera poder recolectar información necesaria para poder tomar plan de acción a las falencias presentadas, en el ámbito comunicacional de la institución.

Construcción

Figura 1

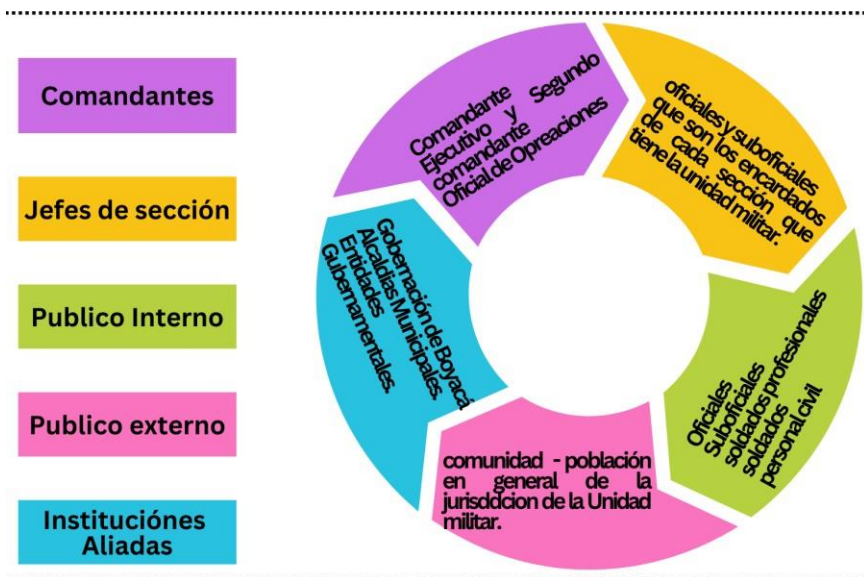
Sociograma BASPC N. 1 Cacique Tundama



Fuente. Elaboración propia, con base a la información suministrada por la unidad militar.

Figura 2

Conjuntos de Acción BASPC No. 1 Cacique Tundama



Fuente. Elaboración propia, con base a la información suministrada por la unidad militar.

Tabla 4*Matriz de Posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Comandantes	Los comandantes de cada unidad militar pertenecientes a la Primera Brigada, donde pertenece a la OSP que se está trabajando	El Gobernador y los diferentes alcaldes de los municipios juntos a los diferentes secretarios de Gobierno	No aplica	No aplica
Jefes de Sección	Trabajan de la mano de los homólogos de la Primera Brigada y de la Quinta División del Ejército Nacional que trabajan de la mano para que cada uno de los procesos y realice correctamente y	Las diferentes secretarías departamentales y municipales que se articulan para la realización de trabajos mancomunadamente	No aplica	No Aplica
Publico Interno	Siempre el trabajo de la dependencia de acción integral es a favor del bienestar de los oficiales, suboficiales, soldados profesionales, soldados regulares y el	No aplica	No aplica	La población en general de cada uno de los municipios que tiene jurisdicción la unidad militar.

Publico externo	personal civil. La población en general de cada uno de los municipios que tiene jurisdicción la unidad militar	No aplica	No aplica	No aplica
Instituciones Aliadas	Gobernación de Boyacá, Alcaldías municipales	Empresas Privada	Empresas privadas	No Aplica

Nota. Propia con base a la información recolectada en la OSP.

Tabla 5

Matriz Comparativa

OSP	OSP Escogida para el ejercicio investigativo BASPC No1 Cacique Tundama	OSP 1 Alianza por la Niñez Colombiana	OSP 2 Fundación ayuda por Colombia	OSP 3 Fundación Ayudar
Fines u objetivos (Misión y Visión)	<p>Trabajar con las propias tropas, para de esa manera fortalecer la moral combatida de cada uno de los integrantes de esa unidad militar.</p> <p>Actividades cívico – militares se logre diezmar, disminuir reducir o neutralizar la capacidad combativa del enemigo, y generar conciencia de desmovilización de esos grupos al margen de la ley, entre esas</p>	<p>La Alianza por la Niñez Colombiana es una red de organizaciones nacionales e internacionales de la sociedad civil conformada desde el año 2002, que vincula actores con los mayores conocimientos, experiencia y trayectoria en el trabajo directo con la niñez y adolescencia, articulando capacidades y esfuerzos para la protección integral de niñas, niños y adolescentes.</p> <p>Trabajamos en tres ejes de acción: Gestión del conocimiento, monitoreo y evaluación e Incidencia política nacional e Internacional y movilización social. Estos se desarrollan a través de las perspectivas planteadas en el Plan Estratégico: Perspectiva social Perspectiva procesos técnico y</p>	<p>La Fundación Ayuda por Colombia promueve el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes en situación de pobreza y vulnerabilidad, y su relación con la familia y la sociedad, a través del uso adecuado del extra-tiempo escolar. Lo hacemos mediante un enfoque de desarrollo físico, afectivo, intelectual y ético que potencie las capacidades de los niños para que asuman de modo consciente, responsable y autónomo la dirección de su propia vida y el crecimiento personal.</p> <p>Queremos impactar la vida de nuestros niños y adolescentes de nuestra fundación, de tal manera que desde el primer día y en el futuro sean</p>	<p>Fundación Apoyar es una ONG sin ánimo de lucro con más de 35 años de experiencia, generando cambio social en el territorio colombiano, mediante procesos de educación, gobernanza y desarrollo ambiental y productivo. A través de alianzas estratégicas que le apuestan al desarrollo de las comunidades más vulnerables, con un enfoque territorial, ambiental y diferencial que contribuye a la construcción de paz, en cooperación con organizaciones públicas y privadas.</p> <p>La Fundación Apoyar en sus 34 años de experiencia en la formulación, y desarrollo de proyectos sociales ha ejecutado aproximadamente 50</p>

	<p>actividades también se encuentran la que son en beneficio de la población civil, donde por medio de diferentes actividades se les brinda bienestar mental, bienestar médico, bienestar social, bienestar psicológico, a la población en general, también en las propias tropas y el personal civil que labora en la unidad militar.</p>	<p>administrativos. Perspectiva Gestión del conocimiento.</p>	<p>hombres de bien, excelentes seres humanos, llenos de amor y bondad y con un oficio o profesión definida de tal manera que sean modelos de cambio para sus familias y comunidad.</p>	<p>proyectos en diferentes regiones del territorio como Bogotá D.C., Soacha (Cundinamarca), Leyva (Nariño), Sincelejo (Sucre), Oriente de Caldas (La Dorada, Pensilvania, Samaná, Norcasia y Victoria) y Cartagena (Bolívar), a través de recursos obtenidos por medio de procesos de cooperación nacional e internacional de organizaciones que contribuyen de desarrollo de las comunidades del territorio colombiano. En su experiencia ha logrado impactar en los últimos 7 años aproximadamente 35.158 colombianos.</p>
Localización	Tunja - Boyacá	Bogotá - Cundinamarca	Bogotá - Cundinamarca	Bogotá - Cundinamarca
Miembros	La unidad militar cuenta con 200 militares y 30 civiles.	40 personas.	10 personas	20 personas
Proyectos desarrollados	Charlas y conferencias Cine al parque Perifoneo Brefing	VOTEMOS POR LA NIÑEZ Campaña que se desarrolló entre marzo – agosto 2022, con el fin de hacer incidencia en tomadores de decisión para	Incubadora de amor. ¿De qué se trata? Mediante este programa se busca que los niños	La Magia está en Apoyar Descripción: Las poblaciones infantiles y jóvenes de nuestros proyectos se encuentran en condiciones de vulnerabilidad,

<p>Celebración de cumpleaños Actividades para mejorar la comunicación Actividades lúdicas Celebración de fechas especiales Plan de comunicación organizacional Mejorar la comunicación interna Tener más acercamiento con las propias tropas.</p>	<p>elegir gobernantes que incluyeran en sus planes de gobierno a la niñez.</p> <p>Objetivo general: Sensibilizar al electorado sobre la importancia de ejercer un voto consciente en favor de la niñez a través de la difusión de información clara, concisa y veraz que le permita tomar una decisión informada</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promover una conversación en entornos digitales con la realización de diversas actividades como lives, space en twitter, post, stories, gifs y animación de video para publicaciones en redes sociales. • Brindar información a través de canales digitales visibilizando las problemáticas relacionadas con la niñez en Colombia y la importancia de votar de manera consciente en las próximas elecciones. • Fomentar la participación de los nuevos votantes y la sociedad en general por medio de material pedagógico que informe el proceso sobre cómo 	<p>encuentren un espacio de crecimiento que les permita vivir apropiadamente su niñez, fortaleciendo su interior y su autoestima, a través de la entrega de amor, el desarrollo de capacidades, una alimentación adecuada, acompañamiento psicológico y actividades lúdicas.</p>	<p>por tal razón su acceso a equipos, materiales educativos, pedagógicos y recreativos es algo difícil.</p> <p>Objetivo: Captación de donantes y donaciones: material pedagógico, infantil, equipos tecnológicos, apoyo económico. También se pretende principalmente mejorar el reconocimiento de la Fundación Apoyar.</p> <p>+Campo +Paz +Sustentabilidad.</p> <p>Descripción: Con esta campaña pretendemos dotar con tecnología actual lugares en el campo para que los campesinos se formen en temas de producción agrícola y ecológica, combatiendo a su vez el cambio climático.</p> <p>Objetivo: Dotar con equipos de cómputo 6 Centros de Desarrollo campesino para la formación en producción agroecológica.</p>
		<p>Objetivo</p>	
		<p>Lograr que los niños sanen situaciones difíciles, fortalezcan su interior y su autoestima, desarrollen sus capacidades, aprendan a vivir en un ambiente de respeto y amor y visualicen un mejor futuro.</p>	
		<p>Adolescentes con futuro ¿De qué se trata? Después de haber culminado el ciclo de la niñez, los adolescentes continúan su proceso en una etapa diferente, donde son encaminados con amor, como valor principal, al desarrollo y motivación de un futuro prometedor lleno de sueños y</p>	

ejercer el voto.

esperanzas.

POR LA NIÑEZ PROPONGO

Objetivo

Por La Niñez Propongo, es una iniciativa de Súmate al Juego junto a Alianza por la Niñez y El Avispero, para recolectar propuestas de padres, madres, cuidadores, niñas, niños y diversos aliados que trabajan temas de niñez en Colombia, con el fin de escuchar sus voces y llevarlas al actual gobierno y tomadores de decisión.

Evitar el pandillismo y la drogadicción y mostrar alternativas que los alejen del entorno social problemático en el que se encuentran. Para ello, es de vital importancia invertir el tiempo libre en actividades de su interés que les permitan fortalecer y desarrollar sus aptitudes.

Objetivo general: Posicionar la importancia de los asuntos de niñez entre padres, madres y cuidadores.

¿Qué actividades se realizan?

Específicos:

- *Eleva las voces de padres, madres y cuidadores para apoyar el posicionamiento de una Agenda de Niñez en el país
- *Comprometer a tomadores de decisión con las demandas de padres, madres y cuidadores.

En Adolescentes con futuro se busca que aquellos jóvenes que estén vinculados en algún proceso académico continúen avanzando en los estudios satisfactoriamente e impulsen sus capacidades intelectuales en pro de cumplir sus metas. Hoy en día la fundación cuenta con más de diez estudiantes en instituciones de educación superior, la mayoría de ellas privadas y de muy buen nombre

Familia esperanza
¿De qué se trata?

Programa en donde a través de conferencias y talleres educativos para los Padres de Familia y tutores se busca afianzar la relación y mejorar las falencias que se puedan llegar a tener dentro del núcleo familiar.

Objetivo

Contribuir a la cohesión familiar y a la resolución de conflictos intrafamiliares. Ayudar a los niños en estado de vulnerabilidad tratando la problemática desde el interior de sus hogares, buscando como resultado el reflejo en la mejoría de su día a día.

¿Qué actividades se realizan?

Por medio de charlas, conferencias y talleres educativos donde se busca capacitar a los padres de familia o tutores de los niños en la resolución de conflictos

familiares. A partir de esto se trata la problemática desde el interior de los hogares y se fortalecen los vínculos afectivos.

Escuela de música
¿De qué se trata?

Nacida como un sueño hecho realidad en el 2012, ha logrado durante todos estos años ser la herramienta de formación artística de los niños, una oportunidad de aprendizaje, crecimiento y desarrollo personal, el camino para cumplir sus metas y sueños, la oportunidad para descubrir nuevos horizontes que los alejen de la toma de malas decisiones y el lugar de esparcimiento y adquisición de conocimiento, en el que encuentran apoyo y sostén emocional.

Objetivo
Adquirir destrezas en los instrumentos que los lleven a encontrar en la música nuevas pasiones y una forma de sanar sus heridas. Fortalecer su

			interior y su autoestima, desarrollar sus capacidades, enseñarles a vivir en un ambiente de respeto y amor y llevarlos a visualizar un mejor futuro	
Aliados	Entes gubernamentales.	Diferentes ONGS y Fundaciones sin ánimo de lucro.	Diferentes ONGS y Fundaciones sin ánimo de lucro.	
Antigüedad	45 años	22 años	23 años	36 años
Descripción de sus redes sociales	No tiene redes sociales Propias.	Tiene diferentes redes sociales como Instagram, Facebook, X y YouTube, con tienen buen material audiovisual sobre las actividades de la fundación, la cantidad de seguidores no son la mismas, les falta más constancia en las publicaciones.	Tiene diferentes redes sociales como Facebook, X y YouTube, con tienen buen material audiovisual sobre las actividades de la fundación, falta constancia en las publicaciones, pero en general tienen un buen manejo, seguidores y contenido.	En las diferentes redes sociales que maneja, son constantes en sus publicaciones, manejan muy bien la información, pero si requieren obtener mas seguidores en sus redes sociales, para tener más visibilidad.
Tipo de comunidad ética	Ética Profesional, Ética Social, Ética económica.	Ética Profesional, Ética Social, Ética económica ética médica.	Ética Profesional, Ética Social, Ética económica ética médica.	Ética Profesional, Ética Social.
Fuentes (de dónde extrajo la información para esta matriz o tabla)	Elaboración Propia	https://alianzaporlaninez.org.co/	https://ayudaporcolombia.org/	https://fundacionapoyar.org.co/

Nota. Elaboración propia, por la información tomada de las páginas webs oficiales de las OSP.

Información de Investigación

Por medio de la realización y aplicación de una estrategia comunicacional, se puede fortalecer y mejorar los procesos comunicacionales en la OSP seleccionada, en este caso el Batallón De Apoyo Y Servicios Para El Combate No 1 Cacique Tundama, en Tunja Boyacá, ya que la labor de la OSP tiene un enfoque social participativo, se deben mejorar procesos comunicativos internos y externos, para mejorar cada uno de los procesos internos y externos, por lo cual se realiza identificación de las problemáticas que presenta la OSP estos por medio de la praxis realizadas, como las entrevistas, el trabajo de observación del diario de campo, todo esto hace referencia a la presencia de cada desarrollo de cada una de las actividades.

Por medio de cada una de las experiencias socio-prácticas en la unidad militar, donde se evidencia en los procesos comunicativos externos la falta de mecanismos empleados, para tener una comunicación oportuna y óptima, donde se puede optar manera, para que cada acción y labor social realizada por la unidad militar, pueda tener un reconocimiento, los manejos que le dan a la información no es correcta, y no cuentan con plan de redes sociales, ni un plan de comunicación externa, y de esa manera poder implementar material, comunicativo impreso, como dice Modi (1991) “Las palabras y las imágenes constituyen los dos elementos básicos del medio impreso. El manejo de las palabras es crítico, particularmente cuando se quiere proporcionar una comprensión precisa de los conceptos, de instrucciones y procedimientos”. (p. 70), para de esa manera tener un mayor impacto, se debe tener en cuenta, que se deben tener estrategias dinámicas, que vayan acorde a la evolución de la comunicación de hoy.

Es de vital importancia tener en cuenta que Ejército tiene su plan de comunicación organización, pero desafortunadamente únicamente aplica hasta las brigadas, y no a las unidades militares, en donde la comunicación organizacional de esta unidad no tiene parámetros o plan de

comunicación, la organización es apta para de esa manera por medio de un trabajo comunicación optimo, desde la horizontalidad se puede realizar el mejoramiento continuo. Cabe mencionar que la elección de dicha unidad militar es apropiada con la intencionalidad que la investigación, que se avanza por medio del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación, ya que, por medio de una metodología participativa, por medio de las indicaciones sistemáticas, para de esa manera comprender las acciones sociales, y la contribución desde las ciencias comunicacionales, que permitirán un desarrollo adecuado del plan de acción, en el entorno comunicativo, para que de esa manera se fortalezcan las bases, y se puedan desarrollar diversas formas de participación tanto interna como externa, ya que por medio de una comunicación y participación externa, es importante ya que por medio de ella, se puede mejorar o cambiar la percepción hacia la institución, para de esa manera poder también fortalecer la labor social que realizan por medio de Acción integral.

Por otro lado, existe un uso frecuente de instrumentos estandarizados, los cuales son adaptados para la recogida de datos en el marco de un estudio cualitativo. Debido a esta situación no siempre cumplen con los criterios de apertura exigidos por la investigación cualitativa (Diaz-Bone, 2007; Franke & Wald, 2006). (p.15)

Con la recolección de la información se puede dar recomendaciones para fortalecer la comunicación tanto interna como externa, donde se deben implementar un plan de mejoramiento, donde se disminuya el tipo de comunicación por whatsapp, ya que por ese medio se tergiversan en muchos casos, la información que se transmite, ya que pierde la intencionalidad, u el objetivo del mensaje.

En la unidad militar tienen algunas formas de comunicación que generan conflictos, como el voz a voz, los mensajes por WhatsApp, por eso es importante en la OSP tener un plan de

comunicación, La ejecución del plan de comunicación debe ser impecable, teniendo en cuenta las fases establecidas, como la visión, misión, los objetivos y las estrategias, e deben establecer tácticas definidas esto depende del escenario empresarial, donde se vaya a ejecutar, y se debe tener ya elegido el público que va enfocado, el impacto que se desea generar, también deben estar incluidos los objetivos estratégicos de la organización, los medios que se van a emplear para la ejecución del plan de comunicación, los lenguajes y metodologías a usar, el efecto que se quiere generar en la audiencias y también debe haber un espacio para la retroalimentación.

En el ámbito del marketing y de la comunicación, podríamos considerar la estrategia como un conjunto consciente, racional y coherente de decisiones sobre acciones a emprender y sobre recursos a utilizar, que permite alcanzar los objetivos finales de la empresa u organización, teniendo en cuenta las decisiones que en el mismo campo toma, o puede tomar, la competencia considerando, a la vez, las variaciones externas tecnológicas, económicas y sociales del entorno (Sainz de Vicuña, 2000) (p.36).

Proyección

Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional

Por medio del trabajo investigativo en la OSP, se viabiliza una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la organización y de sus procesos comunicacionales, para de esta manera tener como objetivo principal la implementación de la socio praxis, este con un enfoque social y participativo en toda la unidad militar, en cuanto a mejorar los procesos de comunicación, teniendo en cuenta los resultados de la investigación realizada, nos evidencia que falta de fortalecimiento de la comunicación entre cada una de las secciones, sus jefes de sección y los mando del batallón, donde en muchas ocasiones la información no se transmite de manera correcta, o se queda únicamente en la persona a la que informaron, también en muchos casos, la comunicación presente interferencias, o no se tiene un la mayoría de los casos una comunicación asertiva.

Teniendo en cuenta los resultados del trabajo investigativo, la estrategia creada para la OSP, son capacitaciones y talleres de comunicación asertiva, lo que se busca es que se logre evidenciar las falencias comunicativas en cada uno de los procesos administrativos de la Unidad Militar, para iniciar la aplicación de la estrategia, se deben dar a conocer las principales problemáticas y falencias que se les darán solución, estas problemáticas fueron identificadas, por medio de la praxis, donde se llevó a cabo la entrevista cualitativa, diario de campo, desarrollo de estas en la unidad militar de la mano con el suboficial de acción integral, es importante tener en cuenta lo siguiente “Al finalizar el Diagnóstico Participativo de Comunicación se encontrara una gran cantidad y muchas veces demasiada información. El desafío es organizar y transformar estos datos para ser usados en el diseño de una estrategia de comunicación efectiva”. (Kamlongera y Mafalopulos, 2008, p, 12).

Con el resultado de la estrategia se busca, mejorar los procesos de comunicativos, para que de esa manera se tenga una comunicación asertiva, se busca que los mensajes emitidos no presenten ruidos en su comunicación, y poder fortalecer la labor del personal militar y civil, aumentando en un 90% el alcance de la información difundida se tiene presente que, en muchos casos, no se tiene una comunicación asertiva para transmitir información o recibirla.

Las capacitaciones y talleres de comunicación asertiva, se realizarían de manera presencial y virtual, para que de esa manera, todo el personal perteneciente a la OSP, pueda asistir, y poder aplicar cada una de las herramientas del taller, para de esa manera puedan aprender a comunicarnos correctamente y también identificar cuáles son las falencias que cada uno tiene el momento de comunicarse, estas jornadas de capacitación se van a realizar dos veces al mes, con el personal militar y civil perteneciente a la unidad militar, debemos siempre tener en cuenta que el “sentido sociológico” (soziologische Sinn) que conviene tener presente en la consideración de “las relaciones y uniones humanas” (Tönnies, 1947, p. 24).

Objetivo general: Promover la estrategia comunicativa, que permita fortalecer la comunicación interna y externa de los integrantes de la unidad militar.

Objetivos específicos: Instituir acciones de soporte para tener y fortalecer una comunicación asertiva.

Estimar la creación de vínculos y relaciones beneficiosas a largo plazo que promuevan transmitir métodos de interacción externa.

Detallar los mecanismos que son parte de las redes sociales de comunicación tanto del área de relacionamiento interpersonal como la discriminación de los canales digitales que estimulan la presentación de la fundación a ámbitos externos.

De acuerdo a lo principalmente trazada la estrategia de comunicación titulada: Estrategia de fortalecimiento de la comunicación asertiva del Batallón de ASPC No. 1 Cacique Tundama, se fundamenta en el diseño de metodología participativa donde se busca fortalecer el círculo de todos los roles partícipes en este caso el personal interno de la OSP especialmente, el cual se puede emplear la habilidad en relacionamiento con los figurantes externos y la población favorecida, evaluando así la cooperación como el método de influencia que origine la reconstrucción de conocimiento en conjunto en todo lo que a la cumplimiento y creación de ideas que vigoricen el plan transcendental. Por consiguiente, la actual estrategia busca promover la aplicación de acciones comunicacionales que fortalezcan la red social de los procesos de comunicación interna.

“Es necesario identificar de manera aproximada, el eje de los contenidos y de los temas a ser tratados en la estrategia de comunicación, no importa cuales enfoques y modos se escojan” (Kamlongera y Mafalopulos, 2008, p. 21). Para que de esa manera sea exitosa la estrategia de comunicación en la OSP en la que se está trabajando en este proceso de la opción de grado.

Conclusiones

En el transcurso del diplomado, se realiza la selección de la OSP en el cual se va a trabajar en todo el desarrollo del mismo, la OSP seleccionada fue el Batallón de Apoyo y sostenimiento para el combate, de la ciudad de Tunja, esta unidad militar como toda institución tiene un enfoque social interno y externo, por medio de la investigación y ejercicio práctico en la OSP, se logran evidenciar las falencias comunicativas internas, de esa manera poder identificar cada una de las problemáticas, sus orígenes, y poder realizar el diseño de una estrategia comunicativa que mejore y fortalezca cada uno de los procesos comunicativos, dentro de la unidad militar.

Con la determinación de la relación que existe entre el desarrollo social y el fortalecimiento participativo, se refleja la necesidad de la creación de las redes sociales, para de esa manera socializar e impulsar mejor cada una de las actividades realizadas de la OSP, donde se tiene en cuenta que la sección de acción integral abarca tanto población civil como militar., también por medio de la participación de observación de las actividades de la OSP, se evidencia la importancia de la integración y socialización, para de esa manera poder tener una buena comunicación dentro de la organización, así mismo poder aumentar el bienestar social, psicológico, medico de cada uno de los integrantes de esta OSP, ya que se evidenció en cada uno de las actividad,, que cuando se vela por el bienestar los oficiales, suboficiales, soldades y personal civil del BASPC No.1.

Por medio del desarrollo del diplomado, con cada una de sus fases, se adquieren nuevos conocimientos y se fortalecen las bases del conocimiento, de todo este proceso de formación de la carrera profesional de comunicación social, donde por medio de la experiencia en el trabajo realizado en la OSP, donde se ratifica que, por medio de la comunicación, se pueden mejorar y

cambiar, procesos comunicativos dentro de la instituciones y también en cada una de las personas involucradas, en cada uno de los procesos.

Referencias Bibliográficas

- Beller Taboada, W. (2018). *Elementos de lógica argumentativa para la escritura académica*. Bonilla Artigas Editores.
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/121679>
- Beltrán, L. (1979). “*Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal*”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortés, (Sao Paulo). <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- César Bernal Bravo, M. Carmen Navarro García-Suelto, & Sonia Santoveña Casal. (2018). *Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación*. Ediciones Octaedro.
- Cueto Gómez, I. (2019). *Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>
- Gallego, S. (2011). *Redes sociales y desarrollo humano*. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820>
- 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>
- López, J., y Salgado, D. (2012). *Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado*. <http://hdl.handle.net/10596/10861>

- Martín, P. (1999). *El Sociograma como instrumento que desvela la complejidad*. Revista de Metodología de Ciencias Sociales.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199632>
- Santos Requena, F. (1989). *El concepto de red social*. *Reis. Revista española de investigaciones sociológicas*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y Palabra. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- Villalobos, O. (2012). *Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales*. Quórum Académico. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>
- Villasante, T. R. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy.

Apéndices

Apéndice A

Carta de Solicitud



Tunja, abril 24 de 2024

Señor Teniente Coronel
PETER CAMACHO ZEA
COMANDANTE BATALLON DE ASPC No. 1 CACIQUE TUNDAMA
E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es **KARLA VALENTINA MALAGON ARIAS** identificado(a) con C.C. **1019036147** del municipio de Tunja, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad portas de recibir el título de Comunicador Social.

Escogí como trabajo de grado una opción muy interesante que es el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. El Diplomado busca posibilitar que, a través de un trabajo académico e investigativo, el estudiante proponga una acción o acciones de fortalecimiento comunicacional dirigidas a la organización con la cual se desarrolló la investigación. Estas acciones hacen parte de una estrategia que será formulada a partir de un juicioso proceso de contacto, indagación, y conocimiento de la organización, obviamente acogiendo a los parámetros que las dinámicas propias de esta exijan.

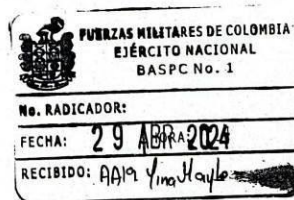
La organización no se compromete a implementar la estrategia que el estudiante diseñe y proponga, pero si la organización lo considera adecuado y provechoso, sería muy importante realizar dicha implementación, lo cual además evidenciaría la pertinencia de la estrategia diseñada y posibilitaría alcanzar los objetivos propuestos en esta. Los resultados del trabajo realizado con la organización serán publicados en un documento académico en el cual quedará consignado todo el proceso.

Por lo anteriormente expuesto, solicito comedidamente que me permitan realizar con ustedes este trabajo durante los próximos cuatro (4) meses, en los cuales además de desarrollar el ejercicio investigativo, se buscará que los frutos de esta, sean acciones que fortalezcan y mejoren las dinámicas comunicativas dentro de su organización.

Mil gracias por su atención,

Atentamente,


KARLA VALENTINA MALAGON ARIAS
Cel. 304 448 4970
E-mail: karlavalentinamalagon@gmail.com



Apéndice B

Carta de Aceptación

PUBLICA RESERVADA



MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL
COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES
EJÉRCITO NACIONAL
BATALLÓN DE APOYO Y SOTENIMIENTO PARA EL COMBATE No 1



Tunja, Boyacá, 03 mayo 2024

Señora
KARLA VALENTINA MALAGON ARIAS
Estudiante diplomado construcción de redes sociales de comunicación – UNAD CEAD
Tunja Boyacá

Asunto: autorización desarrollo ejercicio investigativo.

Cordial saludo, me permito dar apoyo y autorización a la solicitud allegada al batallón de apoyo y sostenimiento para el combate No. 1 "CACIQUE TUNDAMA", por parte de la estudiante la señora Karla Valentina Malagón Arias, identificada con cedula de ciudadanía No. 1.019.036.147 de Bogotá D.C, estudiante del programa de comunicaciones social, quien en este momento se encuentra cruzando su opción de cargo, el Diplomado en construcción, por lo anterior se da el aval de aceptación para que pueda realizar su proceso de investigación y aplicación, acciones de fortalecimiento, en el transcurso de estos meses.

De igual manera se le brinda el apoyo e información necesaria para que la estudiante tenga un proceso exitoso en nuestra Unidad Militar.

Atentamente;

Teniente Coronel Peter Poul Camacho Zea
Comandante Batallón de A.S.P.C No.1 "CACIQUE TUNDAMA"

PATRIA HONOR LEALTAD

Dirección de la dependencia/unidad militar
Ciudad o municipio - Depto.
Correo institucional de la dependencia/unidad militar - www.ejercito.mil.co

PUBLICO

Apéndice C

Enlace Entrevista Inicial

https://youtu.be/8hcW_sB6KSw

Apéndice D

Preguntas Entrevista Cualitativa

Red social

¿Cree usted que la creación, manejo y el buen manejo de redes sociales para la unidad militar, son esenciales para que de esa manera se pueda fomentar el reconocimiento del batallón hacia la población civil?

¿Cuál es su perspectiva de mejora de la imagen institucional de la unidad militar con respecto a tener unas redes sociales única y exclusiva del batallón para la difusión de cada una de las actividades de la sección de acción integral?

¿Las redes sociales digitales beneficiarían todos los procesos comunicativos tanto internos como externos de la unidad militar?

Comunicación participativa

¿Ustedes como institución aplican en su día a día la comunicación participativa en la acción social de la unidad militar?

¿Cree usted que al tener una comunicación participativa esta tendría influencia en la integración de la población que es beneficiaria de la labor social de esta unidad militar?

¿En los procesos comunicativos que tienen en la unidad militar manejan estrategias de comunicación? ¿Cómo la aplican?

Comunidad

¿Desde la gestión social que realiza acción integral del batallón, al personal interno beneficia la comunicación organización e interpersonal del todo el personal militar y civil?

¿Por medio de las actividades sociales en pro del bienestar a la comunidad cree que se aporta a desarrollo social de la población y de esa manera también la percepción institucional?

¿Qué relevancia cree usted que poseen las redes sociales en el desarrollo de la comunidad de la unidad militar?

Apéndice E

Enlace Entrevista Cualitativa

<https://youtu.be/DtaIzNIjOZo>

Apéndice F

Registro Fotográfico







Apéndice G

Enlace de Devolución a la Organización

<https://youtu.be/FL2w7fqWmMk?feature=shared>