

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
	Dependencia	Aprobado	Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(1)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTOR	MARIA PAULA GAONA LEMUS		
FACULTAD	EDUCACION, ARTES Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACION SOCIAL		
DIRECTOR	CARLOS ADRIAN JESUS SANCHEZ GARCIA		
TÍTULO DE LA PASANTIA	HERRAMIENTAS VIRTUALES DE COMUNICACION PARA EL FORTALECIMIENTO EN REDES SOCIALES DE LA EMISORA RADIOGOGICA DE LA ESCUELA NORMAL SUPERIOR DE OCAÑA		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL PRESENTE PLAN DE TRABAJO FUE REALIZADO BAJO LA MODALIDAD DE PASANTIAS, ESTE TUVO COMO FIN, IMPLEMENTAR HERRAMIENTAS VIRTUALES DE COMUNICACION PARA EL FORTALECIMIENTO EN REDES SOCIALES DE LA EMISORA RADIOGOGICA DE LA ESCUELA NORMAL SUPERIOR DE OCAÑA, EL DIAGNOSTICO EL INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION (ENTREVISTA) Y LAS HERRAMIENTAS VIRTUALES DE COMUNICACION, FUERON PUNTOS FUNDAMENTALES PARA CONSEGUIR DICHO OBJETIVO Y ASI GENERAR EN CADA RED SOCIAL UNA MAYOR INTERACCION.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PAGINAS: 159	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:

HERRAMIENTAS VIRTUALES DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO
EN REDES SOCIALES DE LA EMISORA RADIOGÓGICA DE LA ESCUELA NORMAL
SUPERIOR DE OCAÑA

Autor

MARÍA PAULA GAONA LEMUS

Trabajo de Grado en Modalidad de Pasantía para Optar el Título de Comunicador Social

DIRECTOR

CARLOS ADRIAN JESÚS SÁNCHEZ GARCÍA

Comunicador Social

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Índice General

Índice General	v
Lista de Figuras	vii
Lista de Tablas.....	xix
Lista de Apéndices.....	xx
Resumen	xxi
Introducción.....	xxii
Herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiogógica de la Escuela Normal Superior de Ocaña.....	1
1.1 Descripción de la empresa	1
1.1.1 Misión.	2
1.1.2 Visión.....	2
1.1.3 Objetivos de la empresa.....	2
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.....	3
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.	7
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada	8
1.2.1 Planteamiento del problema.....	9
1.3 Objetivos de la práctica.	13
1.3.1 Objetivo general.	13
1.3.2 Objetivos específicos.	13
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma	13
1.5 Cronograma de actividades.....	15
2. Enfoques referenciales	17
2.1 Enfoque conceptual	17
2.2 Enfoque legal	27
3. Informe del cumplimiento de trabajo.....	32
3.1 Resultados del Objetivo Específico 1.....	32
3.2 Resultados del Objetivo Específico 2.....	56
3.3 Resultados del Objetivo Especifico 3.....	61
4 Diagnóstico Final	148

5	Conclusiones	153
6	Recomendaciones	154
	Apéndices	158

Lista de Figuras

Figura 1. Organigrama de la estructura organizacional.....	6
Figura 2. Guía de instrumento de recolección de información.....	33
Figura 3. Diseño de diagnóstico en Google Forms.....	34
Figura 4. Carta de validación para el diagnóstico.....	35
Figura 5. Aplicación del diagnóstico en Google Forms.....	36
Figura 6. Aplicación del diagnóstico.....	37
Figura 7. Aplicación del diagnóstico.....	37
Figura 8. Tabulación de cada respuesta en Google Forms.....	38
Figura 9. Tabulación de cada respuesta en Google Forms.....	39
Figura 10. Tabulación de cada respuesta en Google Forms.....	39
Figura 11. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	40
Figura 12. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	41
Figura 13. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	42
Figura 14. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	43
Figura 15. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	44

Figura 16. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	45
Figura 17. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	46
Figura 18. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	47
Figura 19. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	48
Figura 20. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	49
Figura 21. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	51
Figura 22. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	52
Figura 23. Tabulación de respuesta en Google Forms.....	53
Figura 24. Análisis por pregunta.....	55
Figura 25. Análisis por pregunta.....	55
Figura 26. Análisis por pregunta.....	56
Figura 27. Formato de instrumento de recolección de información (entrevista).....	60
Figura 28. Entrevista (video).....	60
Figura 29. Entrevista (video).....	61
Figura 30. Video de estudiante para “Actividades en Casa”.....	62
Figura 31. Video de estudiantes para “Actividades en	

Casa”	62
Figura 32. Video de estudiante para “Actividades en Casa”	63
Figura 33. Videos recepcionados para “Actividades en Casa”	63
Figura 34. Herramienta de edición “Filmora”	64
Figura 35. Edición de texto para el nombre de la estudiante y grado	65
Figura 36. Edición de la Actividad en Casa de la estudiante	65
Figura 37. Texto para el cierre del programa audiovisual	66
Figura 38. Final de la edición de “Actividades en Casa”	66
Figura 39. Carpeta de edición “Filmora”, de Actividades en Casa”	67
Figura 40. Notigógica de bienvenida en Facebook	68
Figura 41. Publicación notigógica de expectativa en la página de Facebook	68
Figura 42. Publicación de Actividades en Casa, En Facebook	68
Figura 43. Videos listos de Actividades en Casa	69
Figura 44. Perfil de Twitter	70
Figura 45. Publicación de Twitter (Logo de Radiológica)	70
Figura 46. Publicación de frases educativas	70
Figura 47. Publicación del día de Independencia en Twitter	71
Figura 48. Publicación de masacres en Colombia. Twitter	71
Figura 49. Carpeta de recopilación de audios para spots	72

Figura 50. Carpeta de recopilación de audios para podcast.....	72
Figura 51. Edición de spots, logo de Radiológica en movimiento.....	73
Figura 52. Audio y música de fondo sin copyright. “Filmora”.....	74
Figura 53. Carpeta de edición de spots “Wondershare Filmora”.....	74
Figura 54. Guion de podcast “Literatura ENSO”.....	75
Figura 55. Carpeta de guion de podcast “Literatura ENSO”.....	75
Figura 56. Edición de podcast, logo de Radiológica de entrada en movimiento y música de fondo.....	76
Figura 57. Logo de podcast en movimiento y música de fondo.....	76
Figura 58. Audio como introducción al podcast y música de fondo.....	77
Figura 59. Audio de estudiantes y música de fondo sin copyright.....	77
Figura 60. Audio final (despedida del podcast) y música de fondo.....	78
Figura 61. Edición final, logos y música de fondo.....	78
Figura 62. Carpeta de edición de podcast “Filmora.....	79
Figura 63. Edición de podcast “Viajeros por Colombia”, Entrada logo de Radiológica en movimiento y música de fondo.....	79
Figura 64. Edición de texto y música de fondo.....	80
Figura 65. Título del podcast (edición de texto). “Filmora.....	80
Figura 66. Logo de podcast en movimiento y audio de estudiantes de fondo con música.	81
Figura 67. Edición final, logos y música de fondo.....	81
Figura 68. Carpeta de edición de podcast “Filmora”.....	82
Figura 69. Logo de podcast “Literatura ENSO”.....	82

Figura 70. Logo de podcast “Viajeros por Colombia”.....	83
Figura 71. Notigógica de bienvenida a podcast “Viajeros por Colombia”.....	84
Figura 72. Publicación de podcast en la cuenta de Instagram.....	84
Figura 73. Historia en Instagram de podcast.....	84
Figura 74. Publicación de podcast en Instagram.....	85
Figura 75. Historia de podcast en Instagram.....	85
Figura 76. Publicación de podcast en Instagram.....	85
Figura 77. Historia de podcast en Instagram.....	85
Figura 78. Notigógica de bienvenida a los podcast en Facebook.....	86
Figura 79. Publicación en Facebook de podcast.....	86
Figura 80. Publicación en Facebook.....	86
Figura 81. Publicación de podcast.....	87
Figura 82. Publicación en Facebook de spots ENSO.....	87
Figura 83. Publicación en Facebook de spots ENSO.....	88
Figura 84. Nota de publicidad para el primer sorteo.....	89
Figura 85. Video de publicidad para el sorteo.....	89
Figura 86. Publicación en Instagram de nota para publicidad.....	90
Figura 87. Historia en Instagram de nota para publicidad del sorteo.....	90
Figura 88. Nota de publicidad para el sorteo.....	91
Figura 89. Publicación de nota de publicidad para sorteo.....	91
Figura 90. Historia en Instagram de nota para publicidad del sorteo.....	92
Figura 91. Nota de publicidad para el concurso.....	93

Figura 92. Publicación en Facebook de video de expectativa sobre el concurso.....	93
Figura 93. Publicación de notigógica sobre el concurso.....	94
Figura 94. Publicación en Facebook de video para aclarar dudas sobre el Concurso.....	94
Figura 95. Publicación de Facebook invitando a la comunidad educativa a enviar su cuento para el concurso.....	95
Figura 96. Publicación en Facebook de invitación a egresados de la Institución para participar en el concurso.....	95
Figura 97. Publicación en Facebook de notigógica sobre concurso.....	96
Figura 98. Publicación en Facebook de nota de invitación de últimos días de inscripción al concurso.....	96
Figura 99. Publicación en Facebook de banner de patrocinadores para el concurso.....	97
Figura 100. Historia en Instagram sobre el concurso.....	97
Figura 101. Historia en instagram de banner de patrocinadores.....	98
Figura 102. Historia en instagram de invitación a participar del concurso.....	98
Figura 103. Historia en Instagram invitando a la institución a enviar su cuento.....	98
Figura 104. Historia en Instagram informando novedad del concurso.....	98
Figura 105. Historia en Instagram invitando a enviar el cuento para el concurso.....	99
Figura 106. Historia en Instagram informando la fecha donde se anunciarán.....	99
Figura 107. Logo del concurso de amor y amistad.....	100
Figura 108. Publicación en Facebook de notigógica del concurso online de amor y amistad.....	100
Figura 109. Historia en Instagram de Notigógica de concurso online.....	101
Figura 110. Historia en Instagram de video de expectativa del concurso Onlie.....	101

Figura 111. Publicación en Facebook de video de expectativa del concurso online de amor y amistad.....	101
Figura 112. Publicación en Instagram de banner de patrocinadores.....	102
Figura 113. Publicación en Facebook de banner de patrocinadores.....	102
Figura 114. Historia en Instagram.....	102
Figura 115. Publicación en Facebook de pasos a seguir para participar en el Concurso.....	103
Figura 116. Historia en Instagram de pasos a seguir para participar en el Concurso.....	103
Figura 117. Historia en Instagram del sorteo (escogiendo el ganador).....	104
Figura 118. Historia en Instagram dando a conocer el nombre del ganador.....	104
Figura 119. Historia en Instagram agradeciendo a todos por participar.....	104
Figura 120. Historia en Instagram entregando los premios.....	105
Figura 121. Historia en Instagram de la ganadora con sus premios.....	105
Figura 122 . Historia compartida en Instagram de la ganadora.....	105
Figura 123. Publicación en Facebook de la ganadora del segundo concurso realizado en la cuenta de Instagram Radiológica.....	106
Figura 124. Historia en Instagram de la estudiante recibiendo su premio.....	106
Figura 125. Publicación en Facebook informando la hora de la transmisión en vivo.....	107
Figura 126. Historia en Instagram.....	107
Figura 127. Historia en Instagram.....	107
Figura 128. Transmisión en vivo en la página de Facebook de Radiológica.....	108
Figura 129. Publicación en Facebook de notigógica de agradecimiento al participar en el concurso ImaginARTE La palabra trasciende.....	108

Figura 130 .Historia en Instagram de notigógica de agradecimiento.....	109
Figura 131. Publicación en Facebook de notigógica de los seis ganadores.....	109
Figura 132. Historia en Instagram de notigógica para el ganador.....	109
Figura 133. Historia en Instagram de notigógica para la ganadora.....	109
Figura 134. Publicación de notigógicas en Facebook entregando los premios.....	110
Figura 135. Historia en Instagram.....	110
Figura 136. Historia en Instagram de notigógica, entregando premio.....	110
Figura 137. Historia en Instagram de notigógica, entregando los respectivos premios.....	111
Figura 138. Mención de honor a los ganadores del concurso.....	111
Figura 139. Publicación en Facebook unos minutos antes comenzar la transmisión en vivo del concurso de amor y amistad.....	112
Figura 140. Historia en Instagram, minutos antes de comenzar el concurso.....	112
Figura 141. Transmisión en vivo en la página de Facebook de Radiogógica sobre el concurso de “Aprende y gana con Radiogógica” (amor y amistad).....	113
Figura 142 . Publicación en Facebook de agradecimiento por participar en el concurso.....	113
Figura 143. Historia en Instagram de agradecimiento por haber participado en el concurso.....	114
Figura 144. Historia en Instagram agradeciendo a los patrocinadores por su apoyo.....	114
Figura 145. Historia en Instagram.....	114
Figura 146. Historia en Instagram de los ganadores con sus premios.....	114
Figura 147. Historia en Instagram de la ganadora con su premio de Fabilatto.....	115
Figura 148. Historia en Instagram de la ganadora con su premio del Restaurante	

Boyacá.....	115
Figura 149. Historia en Instagram de la ganadora con su premio de Meraky.....	115
Figura 150. Historia en Instagram de la ganadora con su premio de Gif Store.....	115
Figura 151. Publicación en Facebook de notigógicas de agradecimiento a cada uno de los patrocinadores por su apoyo al concurso.....	116
Figura 152 .Historia en Instagram de notigógica como agradecimiento de Ama Lu (Patrocinador).....	116
Figura 153. Historia en Instagram de notigógica como agradecimiento al Restaurante Boyacá.....	116
Figura 154 .Historia en Instagram de notigógica como agradecimiento a Fabilatto (patrocinador).....	117
Figura 155. Historia en Instagram de agradecimiento a El Closet de Pau (Patrocinador).....	117
Figura 156. Edición de IGTV en “Filmora”.....	118
Figura 157. Intro de IGTV.....	118
Figura 158. Edición de video con música de fondo.....	119
Figura 159. Edición de logos en movimiento y música de fondo.....	119
Figura 160. Carpeta de edición de IGTV “Filmora”.....	120
Figura 161. Publicación en Facebook.....	120
Figura 162. Publicación en Instagram de “Lunes de IGTV con Radiogógica”.....	121
Figura 163. Historia en Instagram de IGTV.....	121
Figura 164. Carpeta de videos editados (IGTV).	121
Figura 165. Carpeta de recopilación de historias de vida de estudiantes.....	122
Figura 166. Edición de historias de vida en “Filmora (entrada logo de Radiogógica en movimiento y música de fondo).....	123

Figura 167. Ventana de texto en movimiento y música de fondo (Filmora).....	123
Figura 168. Video de estudiante y música de fondo (Filmora).....	124
Figura 169. Ventana de texto en movimiento y música de fondo. (fimora).....	124
Figura 170. Ventana de texto en movimiento y música de fondo (filmora).....	125
Figura 171. Logos en movimiento y música de fondo.....	125
Figura 172. Carpeta de edición de historias de vida “Filmora”.....	126
Figura 173. Publicación en Facebook de Historia de Vida de la estudiante Rosa Picón del grado 11ºB.....	126
Figura 174. Publicación en Facebook de Historia de Vida de la estudiante Amaranta Lupe Sánchez del grado 8º.....	127
Figura 175. Publicación en Facebook de Historia de Vida del estudiante Julián Carrascal.....	127
Figura 176. Edición de “Historias de Vida” (Filmora).....	128
Figura 177. Carpeta de edición de Historias de Vida (Filmora).....	129
Figura 178. Publicación en Facebook de “Viajemos por el mundo de la lectura”.....	129
Figura 179. Publicación de notigógica de bienvenida a los “Tip educativos”.....	130
Figura 180. Publicación de notigógica de “Tip Educativos”.....	130
Figura 181. Publicación de notigógica de bienvenida a “Tip de películas”.....	131
Figura 182. Publicación de notigógica de “Tip de películas”.....	131
Figura 183. Edicion en Canva de “Tip de películas”.....	131
Figura 184. Edición en Canva de logo “Metamorfosis del 2020”.....	132
Figura 185. Logo de “Metamorfosis del 2020”.....	132
Figura 186. Publicación en Facebook de notigógica de expectativa.....	133
Figura 187. Historia en Instagram.....	133

Figura 188. Transmisión en vivo de “La Metamorfosis del 2020” en Instagram.....	133
Figura 189. Publicación en Instagram de notigógica de bienvenida a los martes de Trágame Tierra.....	134
Figura 190. Historia en Instagram de Trágame Tierra.....	134
Figura 191. Historia en Instagram de Trágame Tierra.	135
Figura 192. Historia en Instagram de Trágame Tierra.....	135
Figura 193. Historia en Instagram de Trágame Tierra.	135
Figura 194. Publicación de Jueves de TBT.....	136
Figura 195. Publicación de Jueves de TBT.....	136
Figura 196. Historia en Instagram de notigógica “Frases educativas”.....	137
Figura 197. Publicación en Instagram de notigógica “Frases educativas”.....	137
Figura 198. Historia en Instagram de notigógica.....	137
Figura 199. Historia en Instagram de notigógica.....	137
Figura 200. Publicación en Instagram de notigógica de juegos de inteligencia.....	138
Figura 201. Historia en Instagram de notigógica de juegos de inteligencia.....	138
Figura 202. Publicación en notigógica de expectativa de Actividades en Casa.	139
Figura 203. Publicación de notigógica de IGTV.....	139
Figura 204. Publicación en Facebook de notigógica de expectativa de “Literatura ENSO”.....	139
Figura 205. Publicación de notigógica de expectativa.....	139
Figura 206. Publicación en Facebook de notigógica de expectativa “Viajemos por el mundo de la lectura”.	140

Figura 207. Historia en Instagram de notigógica de expectativa podcast “Viajeros por Colombia”	140
Figura 208. Publicación en Facebook, de notigógica de expectativa de Historias de Vida.....	140
Figura 209. Intro para los IGT.....	141
Figura 210. Intro para portada de la página de Facebook logo de Radiogógica en movimiento.....	141
Figura 211. Video en Facebook de expectativa para concurso “ImaginARTE, La palabra trasciende”.....	142
Figura 212. Plantilla en Canva para “Las Frases educativas”.....	142
Figura 213. Plantilla en Canva para “Los Jueves de TBT”.....	143
Figura 214. Plantilla en Canva para “Los juegos de inteligencia”.....	144
Figura 215. Plantilla en Canva de “Tip educativos”.....	144
Figura 216. Plantilla en Canva de “Tip de películas”.....	144
Figura 217. Plantilla en Canva de “Historias destacadas” en Instagram.....	145
Figura 218. Plantilla en Canva de “Historias destacadas” en Instagram.....	145
Figura 219. Plantilla en Canva de “Lunes de IGTV con Radiogógica”.....	146
Figura 220. Logo de podcast “Literatura ENSO”.....	146
Figura 221. Logo de podcast “Viajeros por Colombia”.....	146
Figura 222. Horario de actividades para las distintas plataformas digitales de Radiogógica.....	147
Figura 223. Estado actual de la página de Facebook de Radiogógica.....	149
Figura 224. Estado actual de la cuenta de Instagram de Radiogógica.....	150
Figura 225. Estado actual de la cuenta de Twitter de Radiogógica.....	151
Figura 226. Estado actual de la plataforma de YouTube de Radiogógica.....	152

Lista de Tablas

Tabla 1. Matriz DOFA.....	8
Tabla 2. Descripción de las actividades a desarrollar.	13
Tabla 3. Cronograma de actividades.....	15

Lista de Apéndices

Apéndice A. Guía de encuesta para determinar las preferencias y necesidades de emisora Radiológica.....	158
Apéndice B. Diagnóstico sobre las redes sociales de Radiológica en Google Forms.....	158
Apéndice C. Guía de instrumento de recolección de información (Entrevista).....	159
Apéndice D. Instrumento de recolección de información (Entrevista).....	159

Resumen

El presente Plan de Trabajo fue realizado bajo la modalidad de pasantías, este tuvo como fin, Implementar herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña. Para lograr con efectividad el presente Plan de Trabajo y así generar un gran fortalecimiento en las redes sociales, se realizó lo siguiente. En primera medida, se llevó a cabo un diagnóstico para determinar las preferencias y necesidades que tienen las redes sociales de la emisora Radiológica, para cumplir con dicho objetivo, se realizó una encuesta donde estudiantes, docentes y administrativos fueron los partícipes de realizar dicha actividad. Por otro lado, se llevó a cabo un instrumento de recolección de información para determinar las pautas o patrones comunicativos, periodísticos y técnicos de la emisora; el docente Aldemar Villamizar Gamboa, fue la persona idónea para llevar a cabo con éxito dicha actividad. Finalmente, se diseñaron herramientas virtuales comunicativas para obtener el fortalecimiento en las redes sociales de la emisora. Es así que se desarrolló con total éxito la implementación de herramientas virtuales de comunicación, para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña, donde se logró, una apropiación y un fortalecimiento altamente positivo en las distintas plataformas digitales dentro de toda la comunidad educativa.

Introducción

La implementación de herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña, es una iniciativa fundamental que se debió generar en las distintas plataformas digitales de la emisora Radiológica, debido a que la emisora lleva 5 años de funcionamiento y por ende debe ir generando prácticas de apropiación y fortalecimiento con cada una de sus redes sociales.

El propósito del presente Plan de Trabajo es lograr que la comunidad educativa (Estudiantes, docentes, administrativos) se apropie de cada uno de los contenidos que se divulgan en las plataformas digitales, con el fin que cada día se incremente una mejor interacción y, por ende, se logre fortalecer sus páginas virtuales. Al lograr dicho fin, se dará paso a posicionar la emisora Radiológica y es justo allí donde se conseguirá plenamente el objetivo de la emisora, que es, no solo la institución educativa sino toda la comunidad Ocañera, conozcan de Radiológica y se apropien de cada uno de los productos que se divulgan en sus distintas plataformas digitales y en lo que se transmite a través de su frecuencia radial, (96.0 FM), conociendo así de Radiológica, todas las actividades que puede brindar además de sus programas radiales.

El presente informe muestra la implementación y el diseño de herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña, a través de actividades creadas para

cumplir con cabalidad el objetivo del presente plan de trabajo.

Herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiogógica de la Escuela Normal Superior de Ocaña

1.1 Descripción de la empresa

La Escuela Normal Superior de Ocaña es una institución educativa que fomenta la educación primaria, básica media, secundaria y el Programa de Formación Complementaria, orientando a sus estudiantes como personas integra y autónomas, siendo la pedagogía el eje transversal de las competencias por los docentes. La Institución Educativa “Escuela Normal Superior de Ocaña”, está comprometida en trabajar por la calidad educativa de cara a afrontar los retos y desafíos propios de la contemporaneidad, respondiendo a los planteamientos del Ministerio de Educación Nacional y conscientes de nuestra tarea irrenunciable de formar maestros en las actuales exigencias educativas, técnicas y científicas, propias de la profesión docente, ahondando además en la promoción y el conocimiento de la pedagogía, en este sentido nos hemos comprometido con una experiencia innovadora de educación, que se recoge en el presente documento y que permite la reestructuración de la formación en aspectos humanos, académicos, administrativos y físicos; con la intencionalidad de lograr un persona y un educador que responda a las exigencias actuales de nuestra sociedad. (Escuela Normal Superior de Ocaña, 2017, pág. 7)

La emisora Radiogógica es una herramienta fundamental para la Escuela Normal Superior Ocaña el cual permite informar entretener y educar a los estudiantes. La emisora

lleva cinco años en funcionamiento donde actualmente cuenta con 15 programas en los que son dirigidos por estudiantes de la institución.

1.1.1 Misión. La Escuela Normal Superior de Ocaña, es un institución de carácter pedagógico y oficial, dedicada a formar maestros y maestras como personas integrales, autónomas, libres para desempeñarse en preescolar y básica primaria, centrada en una pedagogía fundamentalmente dirigida a la transformación significativa de las prácticas educativas; fomentando y desarrollando la competencia investigativa en educación y pedagogía a través de los saberes disciplinarios, la diversidad, la ética, el respeto a la diferencia y atención a educandos con o sin necesidades educativas especiales; comprometidos con su quehacer, el saber ser de lo bello, lo emocional, lo sentimental y el reflejo en lo imaginario y lo fantástico que resulta del diario vivir de la docencia. (Escuela Normal Superior de Ocaña, 2017, pág. 29)

1.1.2 Visión. La Normal será una institución superior, abierta y flexible, con capacidad de articular su entorno en el proceso educativo que necesita la región y el país, a través de la práctica y la investigación pedagógica. Promotora de acciones que desde la escuela se proyecten a la comunidad. (Escuela Normal Superior de Ocaña, 2017, pág. 30)

1.1.3 Objetivos de la empresa. • Fortalecer el Proyecto Educativo Institucional, por medio del análisis y del mejoramiento continuo de sus procesos.

Promover espacios de alcance estratégico, que busquen la comprensión y puesta en

marcha del Sistema de Gestión de Calidad.

Prestar un servicio educativo de máxima calidad científico pedagógico, cimentado en la práctica y reflexión continúa.

Identificar las oportunidades de mejora para mantener el compromiso y el sentido de pertenencia del talento humano en la realización de los diferentes procesos de la Institución en busca de brindar un mejor servicio educativo.

Diseñar herramientas para ejercer control, seguimiento y evaluación de los procesos institucionales, optimizándolos por medio de la toma de decisiones estratégicas a través de la Investigación.

Fortalecer las condiciones de Calidad que garanticen el funcionamiento del Programa de Formación Complementaria.

Aplicar las políticas que lleven a la institución a un cambio que realmente mejore la calidad de la educación en la Formación del Maestro Superior. (Escuela Normal Superior de Ocaña, 2017, pág. 20)

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional. La estructura organizacional de la Institución Educativa Escuela Normal Superior de Ocaña, traza la ruta de los procesos estratégicos, misionales, de apoyo y de mejoramiento de la calidad, y que afecta la cultura institucional y el clima escolar desde una concepción sistémica, toda vez que la concibe como una organización sistémica abierta. Un sistema es un conjunto de elementos relacionados o

que interactúan para conseguir unos objetivos.

Por ello la Institución Educativa cumple con los requisitos básicos de los sistemas, a saber: Insumos o entradas: estudiante, profesores, valores, infraestructura física, problemática, marco legal vigente. Transformaciones que comprenden: actividades para el logro de los objetivos estratégicos; para el desarrollo de la misión y el alcance de la visión; para el mantenimiento y mejora del sistema interno y para la adaptación al entorno externo. Las salidas: documentos, investigaciones de aula, estudiantes educados y con un proyecto de vida claro, etc. Los soportes en el cual se apoya la Institución Educativa (Preescolar, Básica, Media Académica y el Programa de Formación Complementaria) están concebidos desde esta mirada e involucran todos los recursos que dispone, ya sean tecnológicos (intranet, emisora, proyecto Enjambre) académicos (Currículo y Proyectos Transversales) actividades (culturales, deportivas o de innovación tecnológica) y de convivencia Proyectos sociales. (Escuela Normal Superior de Ocaña, 2017, pág. 49).

Criterios básicos de la estructura organizacional. Debe propiciar una forma de participación colegiada, todos nos sintamos importantes y con una responsabilidad social de la acción educativa.

FLEXIBILIDAD. No podemos hacer una estructura rígida en un mundo de tanto cambio como el de hoy.

EQUIDAD. Posibilidad de facilitar, todos los agentes formadores sin discriminación, no importe la religión, el género, etc

DINAMISMO. La gestión debe ser funcional que estimule la interacción comunitaria y responda a sus necesidades orientadas a una atenta investigación científica y formativa.

COHERENCIA. Las diferentes unidades estructurales deben formar un todo, coordinadas entre sí que forme una unidad total a pesar de las diferencias.

PERTINENCIA. Que responda a la realidad y al futuro inmediato y mediato.

FUNCIONALIDAD. Racionalizar los recursos; aporta a la estructura nuevos medios para la mejor organización.

AUTOVALORACIÓN. Inmersa en la cultura de la auto-evaluación que permita el crecimiento a partir de la lectura de la realidad partiendo de los propios actores e implicados directa e indirectamente.

En la gestión educativa es elemento importante la gestión de personal: que sean más calificados, más comprometidos. Con conciencia de FORMADOR DE FORMADORES, crecimiento personal e institucional. (Escuela Normal Superior de Ocaña, 2017, pág. 49)

La emisora Radiogógica tiene aproximadamente cinco años de funcionamiento, en el que tiene como objetivo principal, informar, educar y entretener a los estudiantes a través de Programas radiales educativos en pro de la enseñanza de la institución

y de la comunidad ocañera. La emisora está conformada por Alonso Montagut Navas (Rector de la institución, director de la emisora), Aldemar Villamizar (coordinador de la emisora), Sergio Urquijo (Encargado de la parrilla radial), Maritza Velásquez (Encargada de la revista digital PIENSO) y María Paula Lemus (Encargada de los productos audiovisuales). Radiológica cuenta con la creación de distintos programas audiovisuales (Enso Clips, Enso Noticias) que permiten informar a través de ellos todos aquellos eventos que se realizan dentro de la institución y/o Ocaña o a nivel nacional, de igual forma se cuenta con la creación de la revista Pienso, la cual se anexan todos aquellos trabajos artísticos, de lectura, música, fotografía, e historias, que los mismos estudiantes realizan, así mismo se lleva a cabo toda la parte de diseño, donde día a día se publican a las distintas redes sociales, imágenes, infografías y notigógicas que tienen como fin, transmitir información importante a los estudiantes mediante diseños creativos.

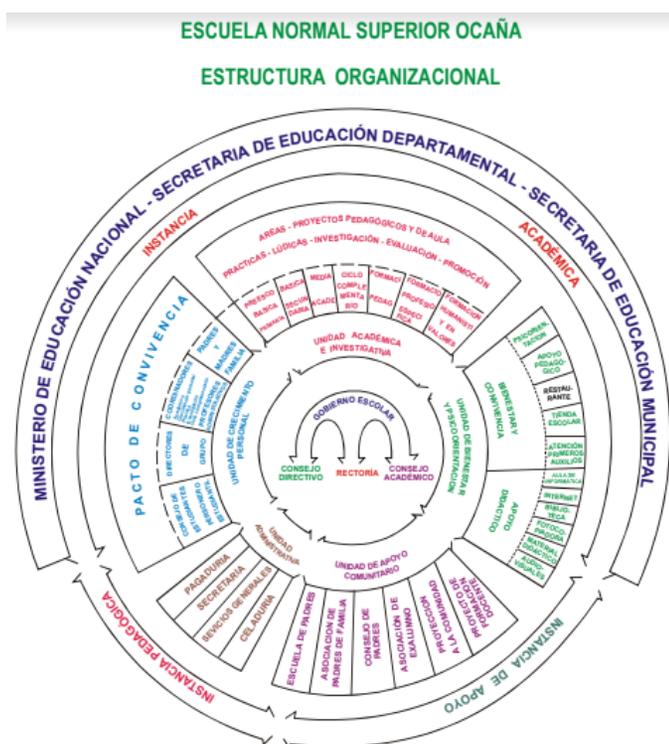


Figura 1. Organigrama de la estructura organizacional. (Escuela Normal Superior de Ocaña, 2017, pág. 51).

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.

Radiogógica es una emisora institucional de la Escuela Normal Superior de Ocaña que nació como un proyecto pedagógico para que los estudiantes se formarían de una manera más educativa y práctica. La emisora Radiogógica cuenta con el apoyo de Alonso Montagut Navas (Director de la emisora), Aldemar Villamizar Gamboa (Coordinador de la emisora) y Maritza Velásquez (Coordinadora de la revista Pienso). Dentro de la emisora se realizan diversas actividades, como por ejemplo, contenidos audiovisuales y radiales y piezas gráficas que permiten ser la vanguardia de la nueva era digital. Así mismo Radiogógica cuenta con aproximadamente 15 programas radiales en los que son dirigidos por estudiantes de la institución educativa, en el que hablan de diversos temas de interés general, como por ejemplo, salud, deporte, cultura, educación, pedagogía, política, música, farándula, historia etc. Es así que la emisora en sus cinco años de funcionamiento se ha caracterizado por ser un medio importante para visibilizar los proyectos, propuestas y trabajos realizados por los estudiantes. Actualmente me encuentro realizando mis pasantías tituladas “Herramientas de comunicación virtual para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiogógica de la Escuela Normal Superior de Ocaña”. En el que tiene como fin implementar herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiogógica de la Escuela Normal Superior de Ocaña, para que así cada plataforma digital obtenga contenido de valor y sea alimentada por productos de valor e interés.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Tabla 1

Matriz DOFA

<p>Factores Internos</p>	<p>Lista de Fortalezas F1. Existe voluntad por parte de la gerencia para realizar acciones encaminadas a dar el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiogógica de la ENSO. F2. Emisora Radiogógica como herramienta de comunicación importante para la proyección de la Escuela Normal Superior de Ocaña, que permita visibilizar todos los logros y sus proyectos a través de las redes sociales. F3. Interacción a través de plataformas digitales. F4. Colaboración por parte de los estudiantes en productos gráficos, audiovisuales y radiales para la divulgación en redes sociales. F5. Apoyo por parte del rector de la institución para la reestructuración de imagen en las distintas redes sociales de la emisora Radiogógica.</p>	<p>Lista de Debilidades D1. Desconocimiento de las redes sociales de la emisora Radiogógica por parte de algunos estudiantes. D2. No existe un horario donde se verifique el proceso de impacto que tenga cada producto audiovisual, gráfico y radial divulgado en las redes sociales de la emisora. D3. Pocas herramientas tecnológicas que dificultan la realización de productos multimedia. D4. Poco aprovechamiento de las plataformas digitales, para hacer visible todas las actividades de Radiogógica. D5. No se genera contenido de valor para las distintas plataformas digitales.</p>
<p>Factores Externos</p> <p>Lista de Oportunidades O1. Acceso a redes sociales, que permiten llegar a un mayor público. O2. Las plataformas digitales como medio para impulsar y fortalecer las redes sociales de la emisora Institucional Radiogógica. O3. Fidelidad de las Personas que interactúan a través de la página de Facebook.</p>	<p>Estrategias (FO) (F2, F3, F4,O1,O2,O3) Visibilizar la imagen de la emisora Radiogógica a través de las redes sociales teniendo en cuenta el contenido de valor. (F1, O3) Realizar herramientas virtuales comunicativas para fortalecer e incrementar la fidelidad en redes sociales de la emisora Radiogógica.</p>	<p>Estrategias (DO) (D1, D4,D5,O1,O2,O3) Ejecutar herramientas comunicativas virtuales haciendo uso de las plataformas digitales para lograr fortalecer cada una de las redes sociales. (D2,D3) Realizar una plantilla de verificación que permita observar qué productos generan impacto en las redes sociales de Radiogógica y</p>

Lista de Amenazas	Estrategias (FA)	cuáles no. Además, comunicar al
A1. Existencia de plataformas digitales de otras emisoras ya posicionadas.	(F1,F2,F3,F4,F5, A1,A2,A3)	gerente cada observación que se
A2. Falta de licencia de concesión en FM.	Fortalecer herramientas comunicativas para el posicionamiento y reconocimiento	Estrategias (D1,D4,D5,A1,A3)
A3. La falta de conocimiento y compromiso que algunos padres de familia tienen frente a los productos divulgados en las distintas redes sociales de la emisora Radiográfica de la Escuela Normal Superior de Ocaña.	Estrategias (FA) contando con el apoyo institucional para dar a conocer los proyectos que se desarrollan por medio de la misma. (F1,F2,F3,F4,F5, A1,A2,A3) Fortalecer herramientas comunicativas para el crecimiento de las distintas redes sociales de la emisora, contando con el apoyo institucional para dar a conocer todas las actividades, iniciativas y proyectos que se desarrollan por medio de la misma.	Realizar campañas audiovisuales que permitan sensibilizar a la audiencia interna, haciendo uso de las plataformas digitales para el reconocimiento de la emisora. (D1,D4,D5,A1,A3) Realizar campañas audiovisuales que permitan la incrementación de impacto, haciendo uso de las plataformas digitales para el reconocimiento de la emisora.

Nota: La tabla muestra el diagnóstico inicial de la dependencia asignada, haciendo uso de la herramienta denominada Matriz DOFA.

1.2.1 Planteamiento del problema. La pandemia del COVID-19 es

una epidemia ocasionada por el Coronavirus del síndrome respiratorio agudo grave. Esta epidemia ha traído consigo este año 2020 infinidades de afectaciones y complicaciones tanto en la economía, como en el mundo laboral, social y sectorial, logrando que en la población rural o urbana se vean afectadas miles de personas que han convertido un trapo rojo como símbolo de auxilio.

En épocas de crisis como en la que actualmente estamos viviendo, la resiliencia ha sido una pieza clave para ayudar a las personas a afrontar de manera firme y anclada a la realidad los cambios que se avecinan. Desde que dio inicio la pandemia en Colombia, la sociedad se ha visto interrumpida en las actividades que periódicamente el país venía trabajando y así mismo afectada por infinidades de crisis u obstáculos, pero a causa de ello también se ha aprendido como sociedad a activar en cada uno, el afrontamiento.

Colombia en los últimos meses se ha encontrado en un proceso de adaptabilidad asumiendo nuevos retos en la vida laboral, donde su finalidad ha sido darle prioridad a la unión, las nuevas oportunidades, al marketing digital y al mundo de las redes sociales. Hacer video llamadas, enviar notas de voz, y consumir noticias en directo, han sido las acciones más realizadas durante el confinamiento según datos de HootsuiteES. Desde el inicio del aislamiento, la sociedad ha tenido que acostumbrarse a nuevas actividades en su día a día, la rutina ha cambiado, y el teletrabajo está a la orden del día para así aprender a gestionar el tiempo libre de una forma diferente. El comportamiento del Internet y las redes sociales también se ha visto afectado, pues toda una sociedad ha estado en la necesidad de laborar y distraerse por medio de ellas. Escuchar noticias, estar al tanto del mundo el entretenimiento, ver películas, series, chatear, enviar mensajes de texto, ver contenido de videos, y el comprar por internet en los distintos supermercados ha incrementado notablemente. Las plataformas digitales o redes sociales, asumen un papel activo de salud pública, utilizando pancartas, ventanas emergentes y otras herramientas para enviar mensajes directamente a los usuarios sobre el lavado de manos y el distanciamiento social. Este enfoque aumenta la probabilidad que millones de personas vean los mismos mensajes cada vez que acceden a la plataforma.

Marketin TV (2014) en su video titulado *Entrevista a Vilma Núñez sobre Marketing de Contenidos y Blogs* publicado en YouTube, afirma que: “Marketing de contenidos o marketing digital consiste en crear o distribuir contenidos relevantes que atraigan y conviertan a un determinado público objetivo”.

Es por eso que siempre hay que tener en cuenta las temáticas de los productos a divulgar en las redes sociales, para así obtener un impacto realmente efectivo que ayude a la incrementación de los usuarios de cada red social y al reconocimiento de la misma.

Debido a la situación en la que se encuentra Colombia, el mundo digital se ha encontrado abierto a nuevas oportunidades en la era digital, generando contenido de valor para educar, entretener e informar a la sociedad.

Marketin TV (2014) en su video titulado *Entrevista a Vilma Núñez sobre Marketing de Contenidos y Blogs* publicado en YouTube, afirma que:

Para crear contenido de valor en las redes sociales, lo que debes hacer es: Buscar contenido, fuente, filtro, ideas, indagar en tipos de contenido, trabajar en la creación y optimizar, no hay que temer en publicar todo aquello que realices porque creo que compartir es vivir, es darlo todo.

Por tal motivo la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña, tomó la decisión de realizar sus actividades de manera virtual, usando la modalidad de teletrabajo y redes sociales como herramientas de apoyo en estos meses de aislamiento social, para así seguir dando a conocer sus noticias institucionales y de interés general a todas las personas que hacen parte de Radiológica, sin dejar a un lado y teniendo siempre presente, la importancia de manejar un uso correcto de contenido de valor. A partir de ello, las redes sociales con las que cuenta la emisora institucional Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña (Facebook, instagram, twitter, página web) permitirán

convertirse en un gran instrumento para plasmar todos los procesos y actividades de carácter informativo, educativo y entretenido que genera la institución y a su vez compartir material de interés general, que tendrá como fin fortalecer las redes sociales y posicionar su logo e imagen en las diferentes plataformas digitales.

Todo esto para destacar que su principal problema es que las redes sociales de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña, no manejan marketing digital ni un correcto contenido de valor, logrando con esto que las distintas redes sociales no sean alimentadas ni posicionadas efectivamente, de igual forma no se le ha dado el mismo valor e importancia a todas las redes sociales con las que cuenta la emisora, Instagram, es una red social que permite conectar con toda una sociedad para generar más interactividad y participación con la comunidad digital..

Finalmente, el motivo de esta Pasantía tiene como objetivo principal, implementar herramientas de comunicación virtual para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña, para así numerar un buen contenido de valor y de marketing digital que logre unir a estudiantes, docentes, administrativos y comunidad en general con las redes sociales de la emisora Radiológica. De tal manera que se logre atraer a los usuarios que siguen las redes sociales de la emisora.

Por eso se genera el siguiente interrogante:

¿Qué herramientas virtuales comunicativas permitirán el fortalecimiento en redes

sociales de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña?

1.3 Objetivos de la práctica.

1.3.1 Objetivo general. Implementar herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña.

1.3.2 Objetivos específicos. Realizar un diagnóstico para determinar las preferencias y necesidades que tienen las redes sociales de la emisora Radiológica.

Determinar las pautas o patrones comunicativos, periodísticos y técnicos de la emisora.

Diseñar herramientas virtuales comunicativas para obtener el fortalecimiento en redes sociales de la emisora.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

Tabla 2

Descripción de las actividades a desarrollar

Objetivo General	Objetivo Específicos	Actividades a desarrollar En la empresa para hacer Posible el cumplimiento de los objetivos específicos.
<p>Implementar herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña.</p>	<p>Realizar un diagnóstico para determinar las preferencias y necesidades que tienen las redes sociales de la emisora Radiológica.</p>	<p>Diseñar, validar, aplicar, tabular y realizar un análisis de la encuesta.</p>
	<p>Determinar las pautas o patrones comunicativos, periodísticos y técnicos de la emisora.</p>	<p>Realizar un instrumento de recolección de información.</p>
	<p>Diseñar herramientas virtuales comunicativas para obtener el fortalecimiento en redes sociales de la emisora.</p>	<p>Recopilar información.</p> <p>Diseñar material multimedia.</p> <p>Ejecutar el material multimedia a las redes sociales.</p> <p>Divulgación de contenido en Twitter.</p> <p>Recopilación de producto radial (podcast y spots).</p> <p>Edición de podcast y spots.</p> <p>Ejecutar podcast y spots.</p> <p>Publicidad de concursos virtual.</p>

Realización de concursos virtual.

Diseñar material del concurso.

Ejecutar el material a las redes sociales.

IGTV.

Recopilar y seleccionar información

Editar material multimedia.

Ejecutar productos audiovisuales o multimedia a las redes sociales.

Nota: La tabla muestra las actividades a realizar en la propuesta que se ha planteado.

1.5 Cronograma de actividades

Tabla 3

Cronograma de actividades a desarrollar

Objetivo general	Objetivos específico	Actividades	Fecha																				
			junio				julio				agosto				septiembre				octubre				
			Inicial		Final		Inicial		Final		Inicial		Final		Inicial		Final		Inicial		Final		
D	A	D	A	D	A	D	A	D	A	D	A	D	A	D	A	D	A	D	A				
Implementar herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiogógica de la Escuela Normal Superior de Ocaña.	Realizar un diagnostico para determinar las preferencias y necesidades que tienen las redes sociales de la emisora Radiogógica	Diseñar Encuesta	1	20	4	20																	
		Validar Encuesta	8	20	10	20																	
		Aplicar Encuesta	11	20	18	20																	
		Tabular Encuesta	18	20	19	20																	
		Realizar análisis de la encuesta	19	20	23	20																	
	Determinar las pautas o patrones comunicativos, periodísticos y técnicos de la emisora.	Realizar un instrumento de recolección de información.		24	20	30	20																
	Diseñar herramientas virtuales comunicativas para obtener el fortalecimiento en redes sociales de la emisora.		Recopilar información.					1	20	18	20												
			Diseñar material multimedia.					20	20	25	20												
			Ejecutar el material multimedia a redes sociales.					27	20							28	20						
			Divulgación de contenido en Twitter	22	20																	2	20
			Recopilación de producto radial (podcast y spots).					28	20					8	20								
			Edición de podcast y spots.									10	20	12	20								
			Ejecutar podcast y spots.									12	20									1	20
			Publicidad de concursos virtuales	1	20																	1	20
			Realización de concursos virtual.	1	20																	1	20
			Diseñar material del concurso.	1	20																	1	20
			Ejecutar el material en redes sociales.	1	20																	1	20
			IGTV					27	20							28	20						
Recopilar y seleccionar información.									19	20	26	20											
Editar material multimedia.									27	20			1	20									
Ejecutar productos audiovisuales o multimedia a redes sociales.									28	20									2	20			

Nota: La tabla muestra el cronograma de actividades a realizar en la propuesta que se ha planteado.

2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque conceptual

A continuación se darán a conocer los siguientes conceptos claves que hacen referencia al presente Plan de Trabajo.

Preproducción: Hace referencia al primer paso para la elaboración radial que se pretende realizar. Dicho paso se puede entender como un bosquejo o boceto fundamental durante el trabajo de producción. Según Slideshare (2019) en su sitio web titulado El proceso de producción radial, expresa que:

Es aquí donde comienza el proceso de elaboración del programa que queremos realizar, para iniciar con el proceso de preproducción se deben hacer las siguientes preguntas: ¿Cuándo?, ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Dónde?, ¿Cómo?, ¿Por qué?. Por eso es importante que todo productor sepa que su función básicamente es: concretar entrevistas, buscar información necesaria, preparar listas de temas musicales, seleccionar efectos sonoros, entre otros. Entonces es necesario entender que la preproducción es una especie de bosquejo al que debemos recurrir durante todo el trabajo de producción. (p.3).

Producción: En este segundo paso se da inicio con la realización del programa

radial, a su vez cada integrante debe disponer de su propio rol dentro del equipo. Según Slideshare (2019) en su sitio web titulado *El proceso de producción radial*, expresa que:

Sencillamente es la fase de realización. En esta etapa se ve cómo se desempeña el rol de cada uno de los miembros del equipo. Aquí es donde se evidencia lo planificado en la etapa de preproducción y se demuestra qué tan hábiles son el equipo en el tiempo al aire, la claridad de lo que se va a decir y hacer, el trabajo en equipo, la capacidad de improvisación y claridad, el conocimiento de los contenidos y la espontaneidad. El locutor y el operador son las piezas claves en esta etapa porque deben tener sincronía. (p.4).

Posproducción: Es el último proceso, y en él, se evalúan los anteriores puntos, para así observar qué tan efectivo resultó lo realizado en la respectiva elaboración radial. Según Slideshare (2019) en su sitio web titulado, *El proceso de producción radial*, expresa que:

“En esta última etapa se procede a la autoevaluación, de las dos etapas anteriores, ósea de la preproducción (determinación de objetivos y roles del equipo, recolección y selección de información) y de la producción (salida al aire)” (p.4).

Radiodifusión virtual: Ha sido una gran oportunidad tecnológica que ha servido para innovar, generar más espacios para divulgar contenidos y por ende lograr hacer productos nuevos. La radio virtual es para toda aquella persona que esté en frente de un computador, ya sea en su lugar de trabajo o en su hogar, con el fin de producir contenidos altamente novedosos e impactantes en la radiodifusión. Según García (2020) en su artículo titulado *Radio en línea, manual paso a paso para hacer streaming de audio*, expresa que:

La radio en línea no ha supuesto la revolución radiofónica que muchos auguraban, pero sí un gran salto tecnológico y una oportunidad que podemos y debemos aprovechar. Las radios en línea utilizan la tecnología streaming que permite transmitir audio (o video) en tiempo real. El funcionamiento básico es así: desde una computadora se transmite audio a un servidor web con un software de streaming. Este audio no se queda alojado en el servidor, sino que está pasando continuamente y puedes ser escuchado por cualquier persona en cualquier lugar del planeta en tiempo real mientras se transmite. (p.4).

Radio educativa: Ha sido una gran oportunidad para el ámbito educativo o escolar, ya que ha sido vista como una herramienta para la enseñanza y aprendizaje del estudiante. La radio educativa permite que cada alumno disfrute de su educación de una manera más recreativa y práctica. Según Martín, Parejo, & Vivas (2018) en su artículo titulado *Radio educativa para fomentar las vocaciones científicas: el proyecto 'Ratones de Laboratorio'*, expresa que:

Cuando nos referimos a la radio escolar, también lo hacemos a un aumento de la motivación de los alumnos, a cambios metodológicos de los docentes y, como consecuencia de esto, a una mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje. Lo que supone una transmisión más efectiva de la educación en valores, una mayor participación del alumnado y una mejora considerable del ambiente del aula y de las relaciones interpersonales alumno-alumno y alumno-profesor, e incluso profesor-padres. (p.2).

Redes sociales: Las redes sociales son una herramienta sumamente importante para

la interacción entre una sociedad, en la que por ende se permite retroalimentar con las personas más cercanas a con las más lejanas, logrando una relación en línea cien por ciento efectiva. Durante estos meses de confinamiento social, las redes sociales han sido aún más utilizadas por toda una sociedad debido a los aislamientos que se han tenido que tomar como medida de prevención, donde la comunidad ha logrado conectarse con sus familiares, amistades y así mismo informarse de lo que sucede día a día en el mundo, sobre todo con lo referente al COVID-19 como noticia relevante en este año 2020, es por ello que gracias a lo que pueden ofrecer las redes sociales hoy en día, es que infinidades de personas pueden seguir en constante comunicación. Según los autores Carrera, Hernández, & Yanez, (2017) en su artículo titulado *las redes sociales y adolescencias. Repercusión en la actividad física*, expresan que:

En los últimos años las redes sociales se erigen como el medio de comunicación más importante en la actividad humana, y han llegado a catalogarse como un fenómeno, sin antecedentes al crear las posibilidades para que las personas puedan relacionarse en línea y establezcan un intercambio dinámico y comunicativo, basado en amistad, intereses, actividades en común, o están interesados en explorar vínculos con otras personas. Considerada como una herramienta social que conecta personas con sus amigos y otras personas que trabajan, estudian y viven cerca de ellos. (p. 243).

Marketing de contenidos: Marketing de contenido es una estrategia esencial que tiene como fin posicionar ya sea una empresa, o una cuenta de alguna plataforma digital (Facebook, Instagram). Es por ello que para conseguir fidelidad y generar interacción es

importante tener en cuenta que cada publicación que se vaya a divulgar, debe contener valor e importancia para así conseguir la atención total de los seguidores en dicha empresa o red social. Cuando un usuario se siente atraído por el contenido que se divulga en determinada plataforma digital, se siente en la necesidad de conectarse aún más con su empresa, marca o página ya que sus contenidos son relevantes. Si se logra obtener un excelente contenido de valor, se logrará la estrategia efectiva de marketing digital dentro de posibles clientes o usuarios. Según los autores Fernandez & López,(2017) en su artículo titulado *Comunicación y marketing de contenidos*, expresan que:

Marketing de contenido, se trata de una estrategia fundamental que engloba todo tipo de actividades de creación de contenido, sea offline como online, para dar a conocer tu empresa sin vender de forma agresiva, para captar la atención de posibles clientes y poder tanto desarrollar negocio como fidelizarlos. (p.220).

Historias destacadas: Las historias destacadas son una gran oportunidad para capturar aquellas historias que en 24 horas son eliminadas, si un usuario entra a un perfil y no conoce nada sobre la persona que administra dicha página, con las historias destacadas podrá conocer lo que divulga en su respectiva cuenta de instagram. De igual forma es una estupenda idea para organizar cada contenido divulgado de una manera más efectiva, logrando así que permanezcan siempre fijos. Según, Community The social media company (2017) en su sitio web titulado *En qué consiste las historias destacadas y los archivos de historias en Instagram*, expresa que:

Las historias destacadas permiten a los usuarios expresar su identidad agrupando historias que ellos consideren relevantes e incluyéndolas en su perfil. Estarán disponibles durante todo el tiempo que deseen sus propios creadores, pudiendo tener tantas historias como quieran (no hay límite). Se situarán debajo de las biografías en los propios perfiles de los usuarios representándose a través de círculos. Para crearlas, tan sólo hay que presionar en el círculo “Nuevo” en el extremo izquierdo, seleccionar Historias del archivo, establecer una portada y posteriormente un nombre. (p.1).

Post: Es una publicación que se hace en una determinada plataforma digital (Facebook, Instagram), en el que tiene como fin divulgar e informar un determinado tema a través de un texto, imagen o audio. Según Houdinis escapistas profesionales de la rutina, (2007) en su sitio web titulado, *¿Qué es un post?*, expresa que:

Un post se traduce en español como ‘artículo’, aunque se suele utilizar con la terminología inglesa o el nombre de ‘entradas’ en las publicaciones hechas en blogs. Los posts son los artículos que vamos publicando en la parte central del blog y que se ordenan de manera cronológica. Por lo general, los posts tienen un titular, un cuerpo del artículo donde se puede introducir texto, fotografía, código html e incluso audio. Los posts están archivados por categorías y también se acompañan de palabras clave relacionadas con el contenido del artículo. Además, por lo general, los posts permiten que los lectores realicen comentarios, aunque es una función que se puede habilitar o deshabilitar en función de interés del autor del blog. (p.1).

Podcast: Un podcast es uno o varios archivos que contienen audio, a cada grabación se le llaman episodio y puede tener una duración entre 5 y 30 minutos. Cada podcast puede ser reproducido en línea o ser descargados en cualquier herramienta tecnológica (computadora o dispositivo móvil). Según EL español (2020) en su sitio web titulado *Qué es un podcast: Definición y funcionamiento*, expresa que:

Un podcast es una publicación de carácter digital y periódica, en formato de audio o vídeo y que se puede descargar de internet o escuchar online. Básicamente, se trata de una especie de programa de radio personalizable y descargable que puede montarse en una página web, en un blog o en todo tipo de plataformas para que esté a disposición de los usuarios y/o seguidores. La principal diferencia entre un podcast y la radio es la permanencia en el tiempo. Un podcast puede escucharse en cualquier momento, ya que quedan alojados en una web o en una plataforma para su descarga o para su escucha online. Esto ha provocado que la gran mayoría de programas de radio ya emitan sus propios podcast y sean muchos los que abogan por que ya no existen tantas diferencias como antes entre la radio y el podcast. Son dos medios que se complementan y que comparten un buen número de características. (p.1).

Spots: Es un anuncio auditivo o visual que contiene una breve duración, en el que tiene como fin, transmitir un mensaje, los spots pueden ser emitidos a través de la radio o la televisión. Según RED frame (2020) en su sitio web titulado *Spot publicitario: tipos y ejemplos*, expresa que:

El spot publicitario es una herramienta comunicacional destinada para dar a conocer un producto o un servicio con la intención de persuadir o estimular la intención de compra. El anuncio publicitario es un formato concebido -en un primer momento- para televisión, aunque la evolución de las diferentes plataformas online ha hecho que este formato se dé también en Internet. (p.1).

IGTV: Es una nueva manera que ofrece Instagram para subir videos en dicha red social, solo permite subir videos de 60 segundos, pero con los IGTV, dicha plataforma digital proyecta llevar cada contenido audiovisual a un lapso de tiempo más largo. Según Cyberclick (2020) en su sitio web titulado *Instagram TV (IGTV): ¿Qué es y cómo funciona?* expresa que:

Instagram TV es una especie de canal de televisión integrado en la red social, donde los usuarios pueden consumir contenidos en vídeo creados por otros. Se puede acceder a ella desde la propia aplicación de Instagram (pulsando en el nuevo icono que aparece al lado de los mensajes directos) o bien a través de una aplicación independiente que se ha creado en exclusiva para IGTV. Hasta ahora, podíamos subir vídeos de hasta 15 segundos a las Stories de Instagram y de hasta 60 segundos a nuestro feed. Con Instagram TV, este límite se amplía ya que nos permite subir vídeos de hasta 1 hora si usamos la versión web de Instagram, y de hasta 15 minutos si optamos por la aplicación móvil. (p.1)

Publicidad: Es una forma de comunicación que permite la incrementación total y

efectiva de una empresa, negocio o plataforma digital (Facebook, Instagram) la publicidad logra el reconocimiento, el posicionamiento y el fortalecimiento en dichas empresas.

Según Esteinou, (2014) en su artículo titulado *La publicidad y la transformación cultural del país* expresa que:

La publicidad es una actividad comunicativo-cultural que con diferentes propiedades ha sido utilizada en todos los tiempos desde que existe el comercio, especialmente en la fase de la modernidad; mediante ella se dan a conocer colectivamente los productos o servicios que existen en una sociedad, para que sean aceptados o adquiridos por la mayoría de consumidores posibles. En este sentido, la publicidad se ha convertido en una dinámica simbólica indispensable para el funcionamiento sistémico de las sociedades industrializadas contemporáneas, particularmente en su dinámica de operación económica. (p. 285).

Emprendimiento: Es una persona que diseña, lanza y pone en funcionamiento un negocio, partiendo de una innovación. Todas aquellas personas que decidan emprender un nuevo negocio, lograrán el reconocimiento de sus empresas o tiendas virtuales por medio de la imagen de su marca, los productos que ofrece y la manera en como realiza su publicidad. Según Vélez & Sara, (2016) en su artículo titulado *Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica* expresa que:

Emprendimiento es una actitud de no tenerle miedo al esfuerzo, a la perseverancia, a la resistencia, es decir si uno se cae levantarse de nuevo. No hay que tener miedo a los

fracasos. Emprender es atreverse a dar un paso más y asumir los riesgos que ello lleva. Emprender es hacer un sueño realidad. Emprender es una muy buena forma en que cada uno como persona puede ser el arquitecto de su proyecto de vida futura. (p.350).

Confinamiento social: Es la manera correcta de permanecer el mayor tiempo posible refugiados, con el fin de disminuir la propagación del virus. Dicho concepto está bajo nuevas normas socialmente restrictivas. Según Red de Todos somos Todos (2020) en su artículo titulado *Confinamiento y aislamiento social*, expresa que:

Confinamiento es una medida extraordinaria y de emergencia tomada por el gobierno por la que se decreta el cierre de establecimientos de ocio, turísticos, culturales y en la que se restringen los desplazamientos de la población de la zona confinada a movimientos de carácter laboral, asistencial, emergencia o aprovisionamientos de comida o productos farmacéuticos. (p.5).

Pandemia: Es una epidémica que se extiende a muchos países atacando a la gran mayoría de personas de una localidad o región. En la actualidad el mundo se ha tenido que enfrentar a una nueva pandemia llamada El COVID-19, el cual ha sido un asunto de gran relevancia durante estos meses del año 2020, convirtiéndose en una pandemia que ha afectado no solo la salud sino también la parte económica y educativa a toda una población mundial. Todas aquellas consecuencias que ha traído consigo dicha pandemia, han dado pie para que toda una sociedad se aisle, dando uso así a las distintas plataformas digitales como medio efectivo para la comunicación con el exterior. Según Organización

Mundial de la Salud, (2010), en su sitio web titulado *Alertas y Respuestas Mundiales (GAR)* expresa que:

Se llama pandemia a la propagación mundial de una nueva enfermedad. Se produce una pandemia de gripe cuando surge un nuevo virus gripal que se propaga por el mundo y la mayoría de las personas no tienen inmunidad contra él. Por lo común, los virus que han causado pandemias con anterioridad han provenido de virus gripales que infectan a los animales. (p.1).

2.2 Enfoque legal

Las redes sociales se han convertido en una herramienta que permiten a la sociedad participar y compartir información, facilitando su acceso a la interacción y la comunicación entre personas o grupos. Los siguientes artículos de la Constitución Política de Colombia, hace referencia a los derechos y deberes fundamentales que tiene cada persona y que por ende ofrece el Estado. Así mismo en el presente enfoque legal se darán a conocer las leyes y decretos que conforman y rige El Ministerio de las tecnologías de la información y las comunicaciones, en cuanto a la radiodifusión sonora y las plataformas digitales.

Constitución Política de Colombia

En el Artículo 1 de la (Constitución Política de Colombia, 1991) se manifiesta que “Colombia es un Estado social de derecho organizado en forma de República unitaria,

descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general”. (p.1).

En el Artículo 20 de la (Constitución Política de Colombia , 1991) señala que “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”. (p.3).

En el Artículo 73 de la (Constitución Política de Colombia, 1991) manifiesta que, “La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional”. (p.13).

En el Artículo 15 de la (Constitución Política de Colombia , 1991) manifiesta que, “Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas. En la recolección, tratamiento y circulación de datos se respetarán la libertad y demás garantías consagradas en la Constitución. La correspondencia y demás formas de comunicación privada son inviolables. Sólo pueden ser interceptadas o registradas mediante orden judicial, en los casos y con las formalidades que establezca la ley. Para efectos tributarios o judiciales y

para los casos de inspección, vigilancia e intervención del Estado podrá exigirse la presentación de libros de contabilidad y demás documentos privados, en los términos que señale la ley”. (p.3).

Ley 1341 de 2009

De acuerdo con la (Ley 1341 de 2009, 2009) "Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones".

Por otro lado, en este mismo artículo se establece, “Los servicios de radiodifusión sonora en Colombia, contribuirán a difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y a fortalecer la democracia. Además, determina que en los programas radiales debe hacerse buen uso del idioma castellano. Por los servicios de radiodifusión sonora no podrá hacerse transmisiones que atenten contra La Constitución y las leyes de la República o la vida, honra y bienes de los ciudadanos”.

Decreto 1412 del 2017

Tomado del (Decreto 1412 de 2017, 2017) en el *Artículo 2.2.16.1* la normatividad del Ministerio de las tecnologías de la información y las comunicaciones, se adopta los siguientes términos que hacen referencia a los contenidos apropiados para desarrollar en las distintas plataformas digitales.

Señala que, “Para que un contenido sea considerado como digital, deberá cumplir con las siguientes características, sin perjuicio de otras que para el efecto determine el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: Su valor comercial no está determinado por los insumos empleados para su desarrollo. Se puede copiar, transmitir o utilizar mediante redes de telecomunicación o herramientas TIC. Obedece a productos de información provistos en formato digital como una secuencia de unos y ceros para ser leídos por un computador y dar instrucciones al mismo, tales como software de computadores, videos, películas, música, juegos, libros electrónicos y aplicaciones”.

“Se entiende por software para el desarrollo de contenidos digitales el conjunto de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas relacionadas con la creación y producción de contenidos digitales”.

De igual forma el *Artículo 2.2.16.2*. Expresa que,

“El software para el desarrollo de contenidos digitales tendrá las siguientes clasificaciones, sin perjuicio de otras que para los efectos del presente título determine el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”:

“Software de preproducción, producción y edición de video: Se utiliza para colocar fragmentos de vídeo, fotografías, gráficos, audio, efectos digitales y cualquier otro material audiovisual en una cinta o un archivo informático”.

Software de producción y edición sonora: “Se emplea para crear, seleccionar e integrar grabaciones de sonido en preparación para la mezcla o grabación original del sonido final de un programa de televisión, película, videojuego, o cualquier producción que involucre sonido grabado o sintético”.

En el Artículo 2.2.16.3. expresa que,

Servicios de educación virtual para el desarrollo de contenidos digitales. Para los efectos del presente título, se considerarán servicios de educación virtual para el desarrollo de contenidos digitales, aquellos orientados a los siguientes componentes:

Post-producción, efectos visuales y composición digital: Servicio de educación virtual especializado-en la creación de efectos ópticos, de sonido, fluidos y partículas, entre otros, que son creadas digitalmente o a través de la composición de imágenes reales o y retocados en conjunto.

3. Informe del cumplimiento de trabajo

Implementar herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña.

Cada objetivo específico del presente Plan de Trabajo, se llevó a cabo de manera exitosa, logrando el reconocimiento total de las preferencias y necesidades de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña. Por medio de dicho diagnóstico se pudo evidenciar cada una de las actividades que la comunidad educativa deseaba que fueran divulgadas en las distintas redes sociales, como aquellos contenidos que de una u otra manera no eran de agrado ni de sentido viable para conseguir el fortalecimiento en las distintas plataformas digitales.

3.1 Resultados del Objetivo Específico 1.

Realizar un diagnóstico para determinar las preferencias y necesidades que tienen las redes sociales de la emisora Radiológica.

La primera actividad del primer objetivo específico, fue diseñar el diagnóstico (encuesta), allí se tuvieron en cuenta varios factores importantes para conocer lo que la comunidad educativa deseaba ver en las distintas redes sociales de la emisora, como por ejemplo, los contenidos que más les agradaba, los productos en el que más les gustaría

participar, los tipos de concursos que más les agradaría que la emisora realizara etc. Cada pregunta y tipo de respuesta fue realizada con el fin que la comunidad educativa pudiera desarrollar dicho diagnóstico con interés y apropiación por la emisora de su Institución educativa.

Evidencias:

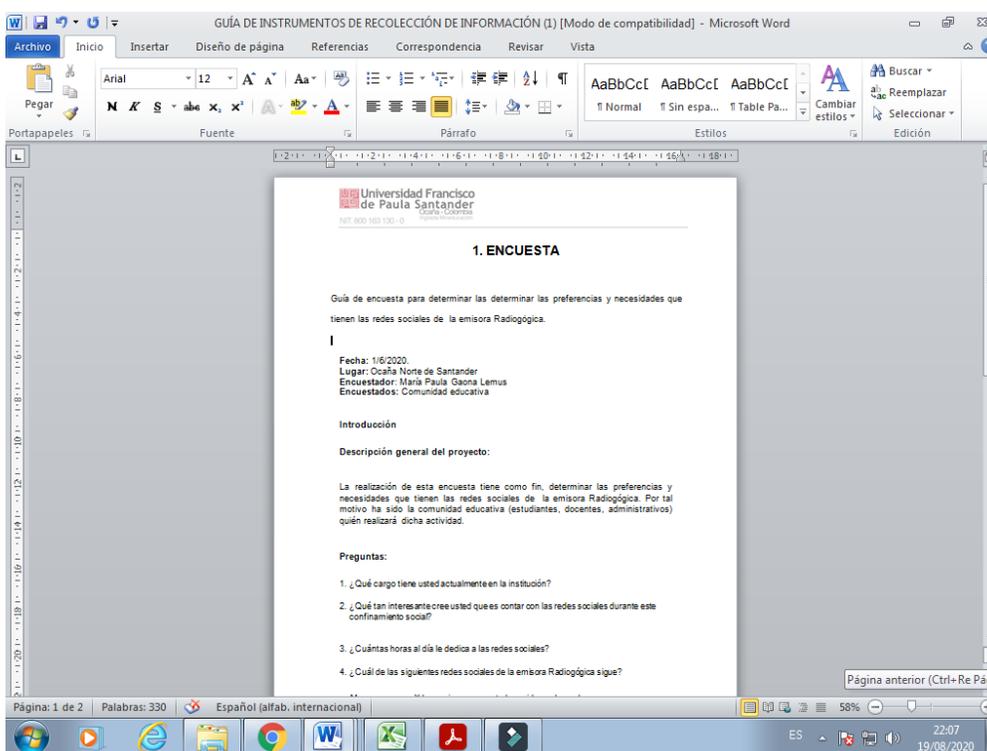


Figura 2. Guía de instrumento de recolección de información (encuesta).

docs.google.com/forms/d/1cwLGNYY_HPK6doMFw-s_G42MvPGL_PztG4i2PzFE7w/edit

Aplicaciones CoreDRAWX8 Anexo_Circ_21_Radi... proyecto radial Como Descargar e L... Online Character C... Otros favoritos

Formulario sin título

Preguntas Respuestas 285

Enviar

Redes sociales de Radiología.

Redes sociales de Radiología.

1. ¿Qué cargo tiene usted actualmente en la institución? *

Estudiante

Docente

Administrativo

2. ¿Qué tan interesante cree usted que es contar con las redes sociales durante este confinamiento social? *

Muy interesante

Figura 3. Diseño de diagnóstico en Google Forms.

Como segunda actividad del primer objetivo específico fue validar el diagnóstico (encuesta), Se tuvo en cuenta que fuera aprobada por un docente profesional para que así pudiese constar la revisión de la encuesta, y por ende considerar dicho diagnóstico totalmente válida para su efectiva aplicación.

Evidencias:

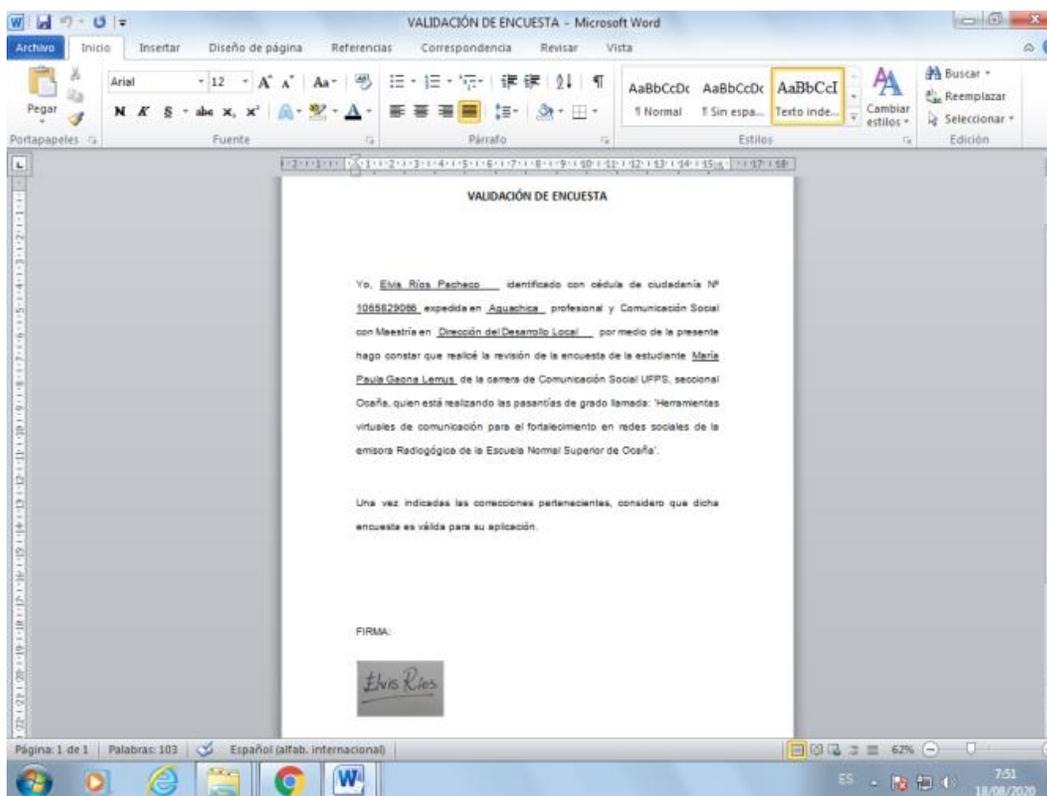


Figura 4. Carta de validación para el diagnóstico.

La aplicación de la encuesta, es considerada como la tercera actividad del primer objetivo específico, Durante el 11 al 18 de junio del presente año, se dio inicio a la realización de la misma de manera virtual, donde por medio de Google Forms la comunidad educativa (docentes, estudiantes, administrativos), llevó a cabo la ejecución de cada una de las preguntas de dicho diagnóstico. El enlace de Google Forms fue divulgada en la página de Facebook de Radiológica, en los grupos de whatsapp de estudiantes, docentes y administrativos de la Institución, con el fin que el gran porcentaje de la comunidad educativa realizara dicho diagnóstico, para así lograr determinar las necesidades y preferencias de las redes sociales y de la comunidad educativa que retroalimenta dichas

plataformas digitales. 256 estudiantes, 23 docentes y 6 administrativos, realizaron dicha actividad, obteniendo así un total de 285 personas.

Evidencias:

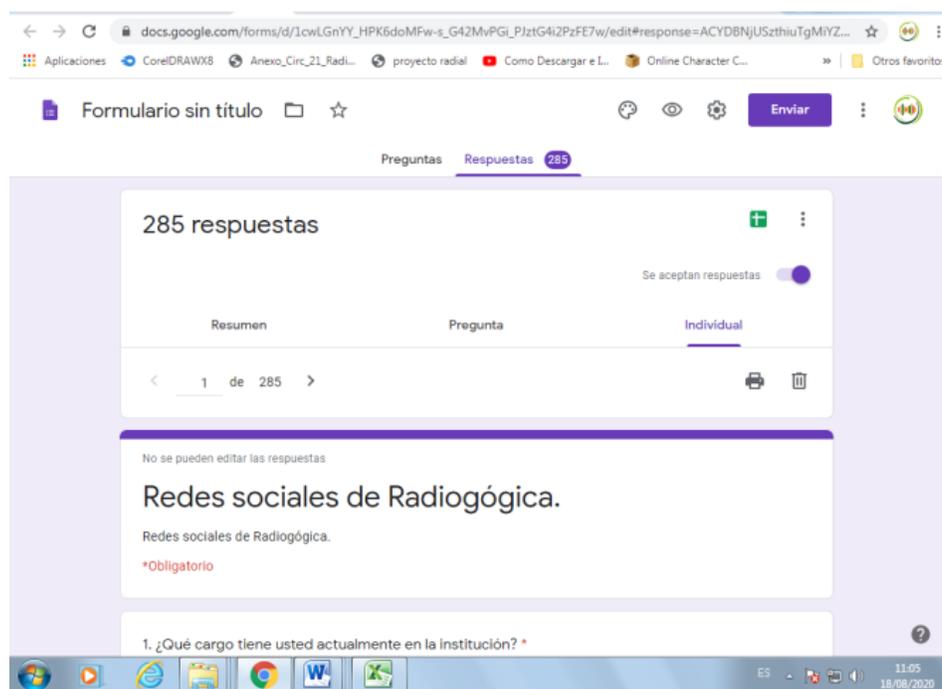


Figura 5. Aplicación del diagnóstico en Google Forms.

2. ¿Qué tan interesante cree usted que es contar con las redes sociales durante este confinamiento social? *

Muy interesante

Algo interesante

Nada interesante

Otros: _____

3. ¿Cuántas horas al día le dedica a las redes sociales? *

Menos de una hora

2 a 3 horas

4 a 5 horas

6 a 7 horas

8 a 9 horas

Más de 9 horas

Figura 6. Aplicación del diagnóstico.

4. ¿Cuál de las siguientes redes sociales de la emisora Radiogógica sigue? *

Facebook

Instagram

Twitter

Todas las anteriores

Instrucciones: Marque con una X las opciones que usted considere adecuadas 5. ¿Qué es lo que más le gusta de lo que se publica en la red social que más sigue? *

Trabajos audiovisuales realizados por los estudiantes

Notigógicas de efemérides

Enlaces educativos (libros, cuentos, historias)

Notigógicas de cumpleaños

¿Sabías que?

Notigógicas de información de interés (economía, salud, política, contabilidad)

IGTV

En vivos

Figura 7. Aplicación del diagnóstico

Como cuarta actividad, se realizó la tabulación de la encuesta, allí se pudo

evidenciar gráficamente las preferencias y necesidades que la comunidad educativa tiene antes las distintas redes sociales de la emisora. De igual forma se logró observar aquellos contenidos que no son de agrado e importancia para la institución, y que por ende no eran viables para conseguir el objetivo del presente Plan de Trabajo. Es así que en dicha tabulación se logró evidenciar con claridad, las actividades que eran fundamentales llevar a cabo para conseguir el fortalecimiento, el interés y la apropiación en las redes sociales de Radiológica para con la comunidad educativa.

Evidencias:

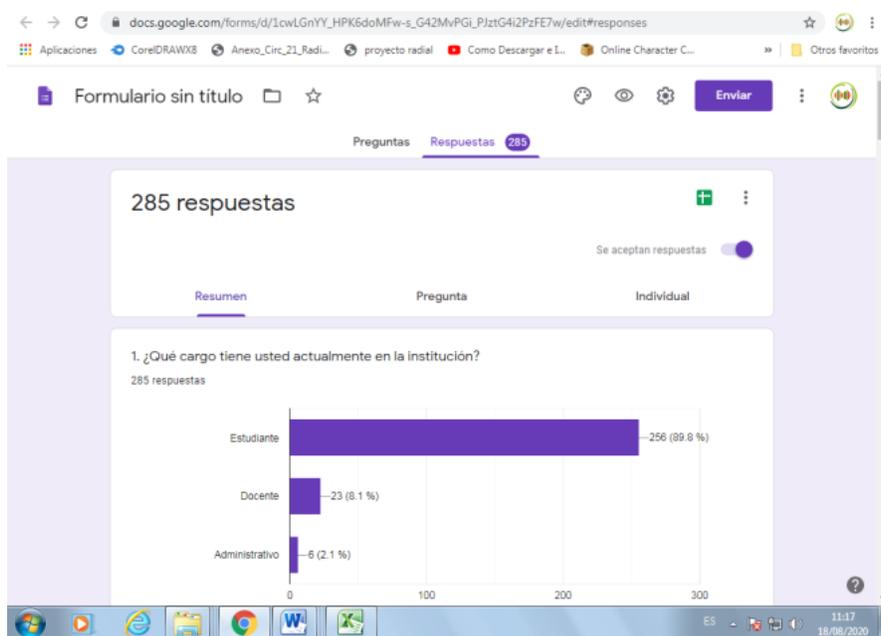


Figura 8. Tabulación de cada respuesta en Google Forms.

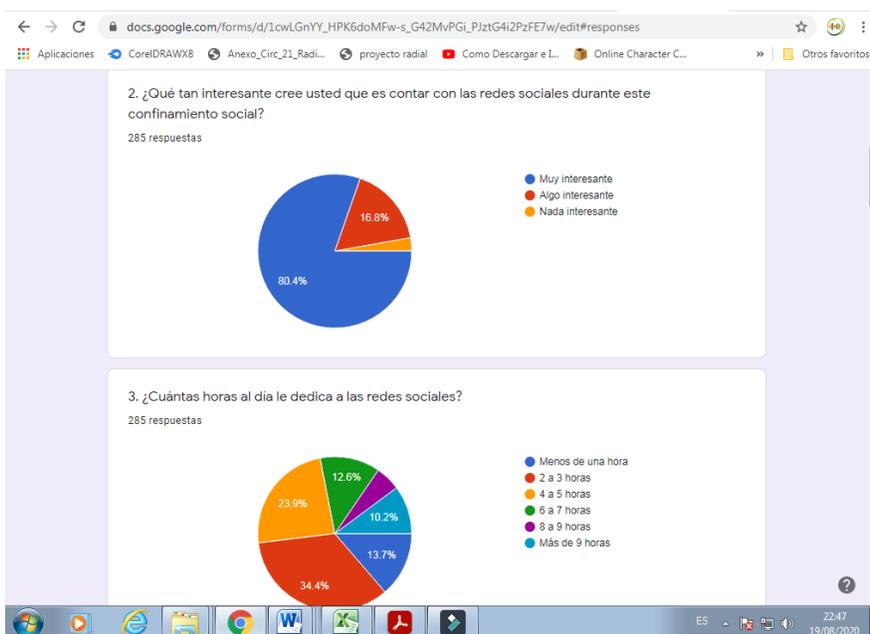


Figura 9. Tabulación de cada respuesta en Google Forms.

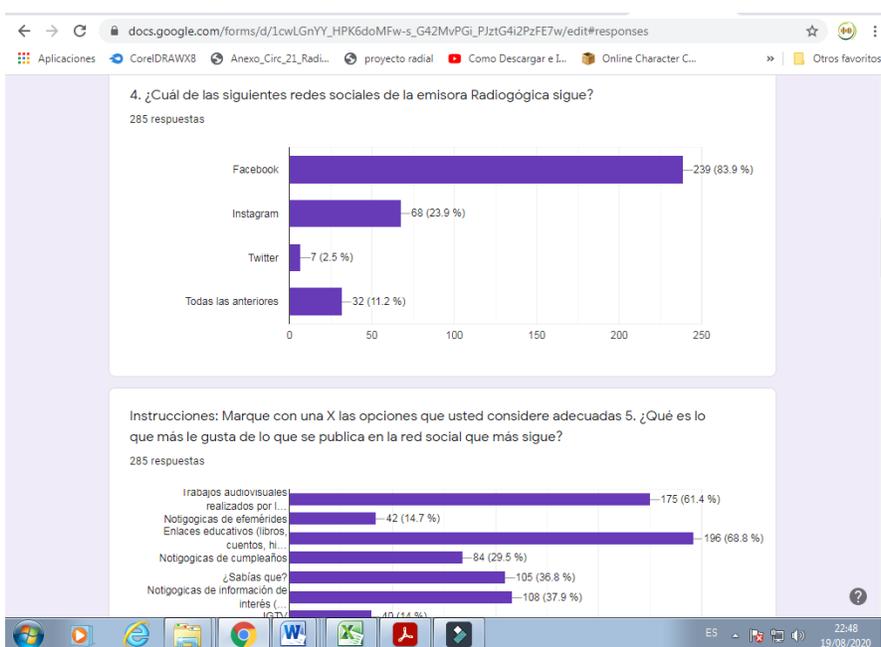


Figura 10. Tabulación de cada respuesta en Google Forms.

Análisis del diagnóstico, en esta última actividad se realizó un informe para así analizar los resultados arrojados para con cada una de las preguntas realizadas en dicha encuesta.

A continuación se dará a conocer el respectivo análisis de cada pregunta con su respectiva gráfica.

1. ¿Qué cargo tiene usted actualmente en la institución

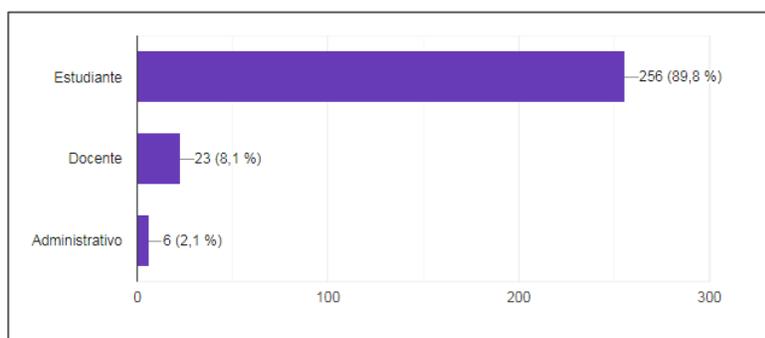


Figura 11. Tabulación de respuesta en Google Forms.

La comunidad educativa de la Escuela Normal Superior de Ocaña cuenta con 682 estudiantes desde el grado sexto al Programa de Formación Complementaria, así mismo con 32 docentes y por ultimo con 6 administrativos. En este primer punto, se puede dar cuenta que la mayoría de encuestas realizadas fue por los estudiantes con un total de 256 alumnos, seguido con 23 docentes y por último con 6 administrativos. La comunidad educativa siempre se ha destacado por colaborar con las actividades que realiza la

institución, es por ello que en este primer punto se evidencia la realización efectiva de la encuesta por cada cargo.

2. ¿Qué tan interesante cree usted que es contar con las redes sociales durante este confinamiento social?

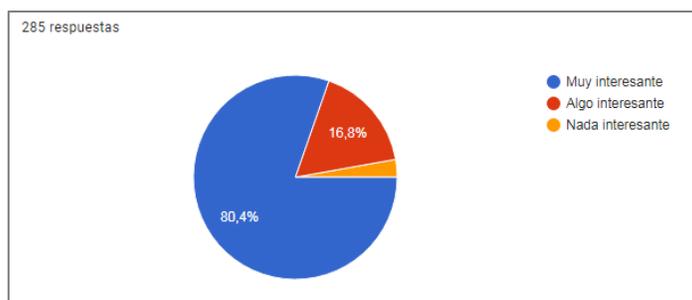


Figura 12. Tabulación de respuesta en Google Forms.

Esta segunda pregunta fue fundamental hacerla pues debido a la situación en la que actualmente se encuentra el mundo, es importante saber qué tan interesante es para toda una comunidad educativa contar con redes sociales durante este confinamiento social. Tenido un total de 285 respuestas en toda la encuesta, en esta pregunta con una opción de respuesta de muy interesante, algo interesante y nada interesante, 229 personas dijeron que era muy interesante, así mismo 48 personas eligieron la opción, algo interesante y 8 personas con el 2,8% eligieron la opción, nada interesante. Esta pregunta demuestra que para toda una institución educativa con cargos distintos, las redes sociales son importantes e interesantes.

3. ¿Cuántas horas al día le dedica a las redes sociales?

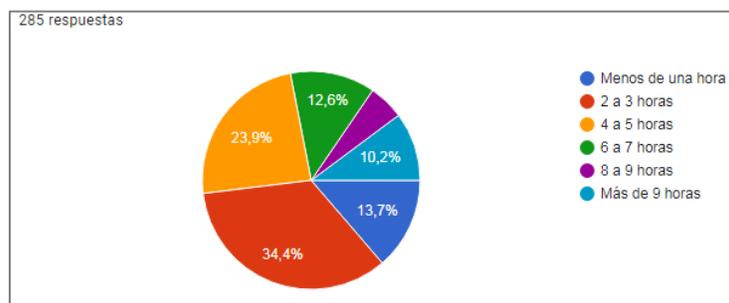


Figura 13. Tabulación de respuesta en Google Forms.

Para saber la hora de divulgación más efectiva para cada contenido en las redes sociales, es importante saber cuántas horas le dedica la comunidad educativa a las redes sociales. Es por ello que en esta pregunta se pudo evidenciar que 39 personas utilizan las redes sociales menos de 1 hora, por otro lado 98 personas utilizan las redes sociales entre 2 a 3 horas, en seguida 68 personas utilizan las redes sociales entre 4 a 5 horas, 36 personas utilizan las redes sociales entre 6 a 7 horas, en seguida 15 personas con un 5,3% utilizan las redes sociales entre 8 a 9 horas, y por último 29 personas utilizan las redes sociales más de 9 horas. En esta pregunta claramente se puede evidenciar que las horas más usadas en la comunidad educativa por las redes sociales son de 2 a 3 horas (98 personas) y de 4 a 5 horas (68 personas). Por ende es sumamente importante tener en cuenta dichas horas para la divulgación efectiva de los contenidos a las distintas redes sociales de la emisora Radiológica, pues así el impacto de cada producto será positivo e incrementará continuamente.

4. ¿Cuál de las siguientes redes sociales de la emisora Radiológica sigue?

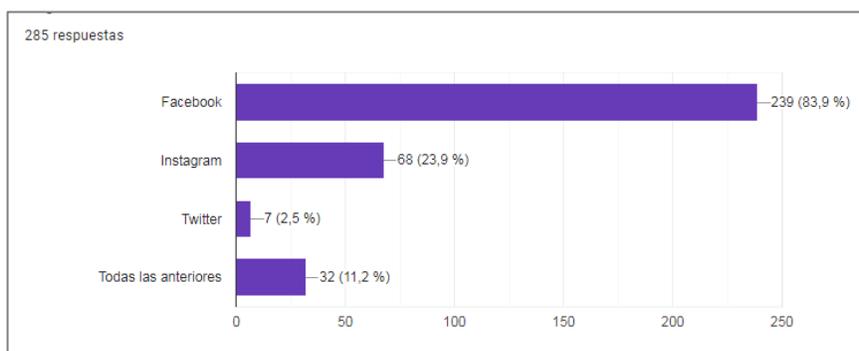


Figura 14. Tabulación de respuesta en Google Forms.

La emisora Radiológica cuenta con 3 redes sociales, su página de Facebook, Instagram y Twitter. Contar con seguidores en las distintas redes sociales es importante para generar un buen contenido de valor en cada una e interactuar así según el objetivo que ofrece cada red social. Con un total de 239 personas Facebook es la red social con la que más sigue e interactúa la comunidad educativa, en seguida con un total de 68 personas, Instagram es la segunda red social más seguida por la comunidad educativa, por otro lado con un total de 7 personas. Twitter es la tercera red social que sigue y utiliza la comunidad educativa y por último siguen todas las redes sociales 32 personas con un porcentaje del 11,2%.

Twitter a diferencia de Instagram y Facebook, ha sido una red social que no ha sido muy utilizada, pero cabe resaltar que es una red social sumamente importante y por ello se incrementará su uso para proporcionar a la comunidad educativa la capacidad de transmitir y consumir fácilmente pequeñas informaciones digeribles sobre el mundo (cultura, educación, arte, economía, contabilidad etc.). En esta pregunta, se evidencia claramente que Facebook es la red social más usada por la institución educativa, en ella se

cuenta con 2.383 seguidores y se divulgan día a día contenidos de valor educativo en el que responden favorablemente a cada producto.

Instrucciones: Marque con una X las opciones que usted considere adecuadas.

5. ¿Qué es lo que más le gusta de lo que se publica en la red social que más sigue?

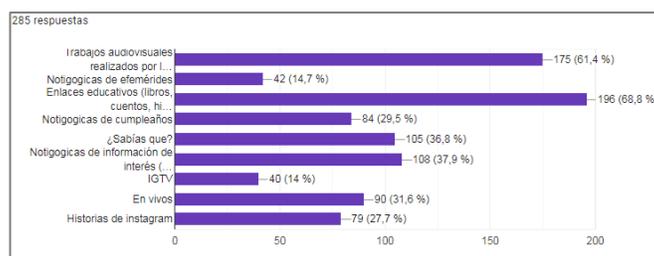


Figura 15. Tabulación de respuesta en Google Forms.

Esta pregunta es fundamental para conocer que contenido es de mayor interés y gusto por la comunidad educativa. Por lo tanto en esta pregunta se pudo evidenciar que los tres contenidos de mayor gusto son: en primer lugar con un total de 196 los enlaces educativos (libros, cuentos e historias), para la comunidad educativa los enlaces educativos se han convertido en información fundamental para su educación virtual, logrando así un mayor conocimiento e interacción en cada asignatura. En segundo lugar con un total de 175 personas se encuentran los trabajos audiovisuales realizados por los estudiantes, para toda la institución educativa los productos audiovisuales se han convertido en un contenido de interés educativo pues se da a conocer el valor que en cada trabajo como estudiantes y futuros maestros normalistas brindan a sus alumnos. Y en tercer lugar con un total de 108 personas se encuentran las notigógicas de información de interés (economía, salud, política, contabilidad), en la página de Facebook de

Radiológica se publican notigógicas que permiten dar a conocer información de interés general, en cada una se informa sobre economía, salud, política y contabilidad que permiten un mayor grado de información a la comunidad educativa.

6. ¿Qué es lo que no le gusta de lo que se publica en las distintas redes sociales de Radiológica.

Respuesta
Nada
Todo me gusta
Todo me gusta
Me gusta todo
Todo me gusta.
Todo me parece interesante, aparte de que informa se aprende
todo me gusta
Nada
Los en vivos

Figura 16. Tabulación de respuesta en Google Forms.

Así como es importante saber qué tipo de contenido le gusta a la comunidad educativa, también es importante saber qué tipo de contenido no le gusta ver en las redes sociales de Radiológica, es por eso que esta pregunta adopta un papel fundamental a la hora de conocer los gustos y necesidades de la institución educativa. En esta pregunta se pudo evidenciar que a la gran mayoría de los usuarios de las redes sociales de Radiológica, les parece agradable los contenidos que se divulgan en la misma, pero también se pudo evidenciar que hay muchos contenidos que no les agrada, como por ejemplo, la gran cantidad de videos y fotos que se publican, los sabias qué, temas muy comunes y repetitivos, la ausencia de horario para la divulgación de cada producto, y

noticias del COVID-19. Con esta pregunta se logró evidenciar aquellas inconformidades que los docentes, estudiantes y administrativos de la institución tienen frente a los contenidos de las redes sociales de la emisora, con ello se podrá trabajar continuamente para así obtener un fortalecimiento positivo en las distintas redes sociales.

Instrucciones: Marque con una X las opciones que usted considere adecuadas.

7. ¿Qué tipo de contenido le gustaría que fueran publicados en las redes sociales de Radiológica?

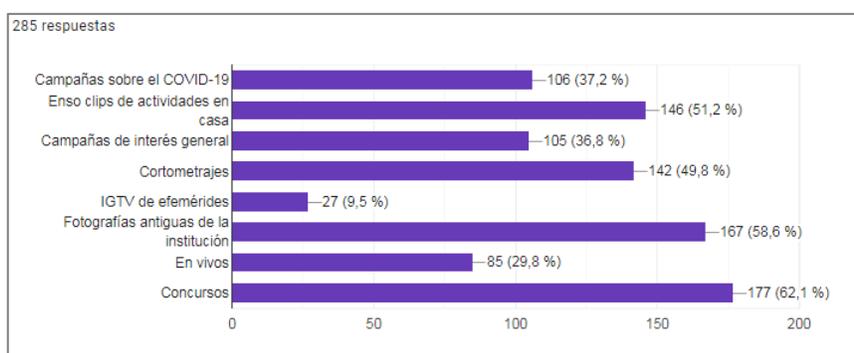


Figura 17. Tabulación de respuesta en Google Forms.

Conocer el tipo de contenido que la comunidad educativa le gustaría que fuesen publicados, es indispensable para lograr fortalecer las redes sociales con cada producto que se publique. Por ende en esta pregunta se pudo evidenciar que los tres contenidos que darían un impacto positivo en cuanto a reacciones, comentarios y compartidos en las redes sociales serían: en primer lugar y con gran total de 177 personas los concursos serían el contenido más agradable y efectivo para el fortalecimiento de las redes sociales de la emisora, en segundo lugar con un total de 167 personas se encuentran las

fotografías antiguas de la institución y por último 146 personas se encuentran los Enso Clips de actividades en casa que sería otro de los productos que generarían en los usuarios una interacción positiva. Cada uno de los contenidos asignados en cada respuesta, son de suma importancia para las redes sociales, pero solo 3 fueron los más gustados por la comunidad educativa.

Instrucciones: Marque con una X las opciones que usted considere adecuadas.

8. ¿De los siguientes contenidos en cuál le gustaría participar?

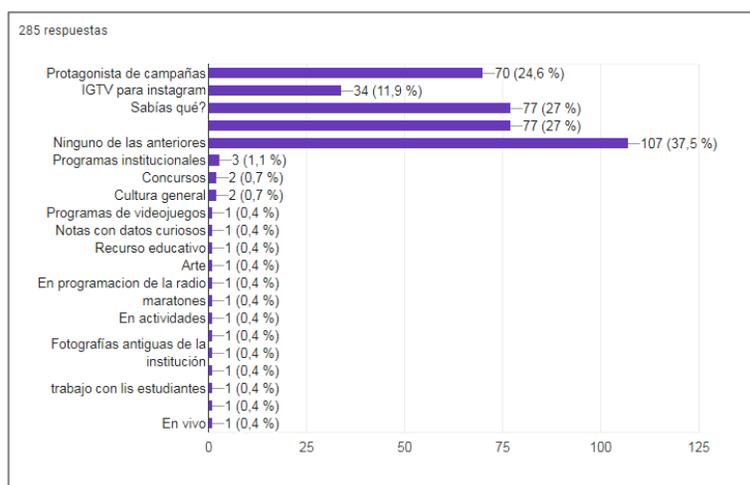


Figura 18. Tabulación de respuesta en Google Forms.

Para la emisora Radiológica es impórtate conocer el apoyo y la participación de los estudiantes, docentes y administrativos para la realización de cada contenido, en esta pregunta se pudo evidenciar que 107 personas no les interesa apoyar en los contenidos brindados en cada opción de respuesta, pero sin embargo dieron conocer los productos en los que si participarían, entre ellos están, apoyar con los concursos, el arte, la

recolección de fotografías antiguas, la realización de notas con datos curiosos y demás. Cabe resaltar que aun cuando se obtuvo un gran porcentaje en la opción, “ninguno de las anteriores”, si hubo muchas personas que decidieron ayudar como por ejemplo en los sabias que, con un total de 77 personas, así mismo con la opción de “protagonistas de campañas”, con un total de 70 personas. La Escuela Normal Superior de Ocaña, siempre se ha caracterizado por su apoyo incondicional a cada actividad que realiza el colegio o su emisora institucional.

9. ¿Le gustaría realizar contenidos para las redes sociales de Radiológica como spots o podcast?

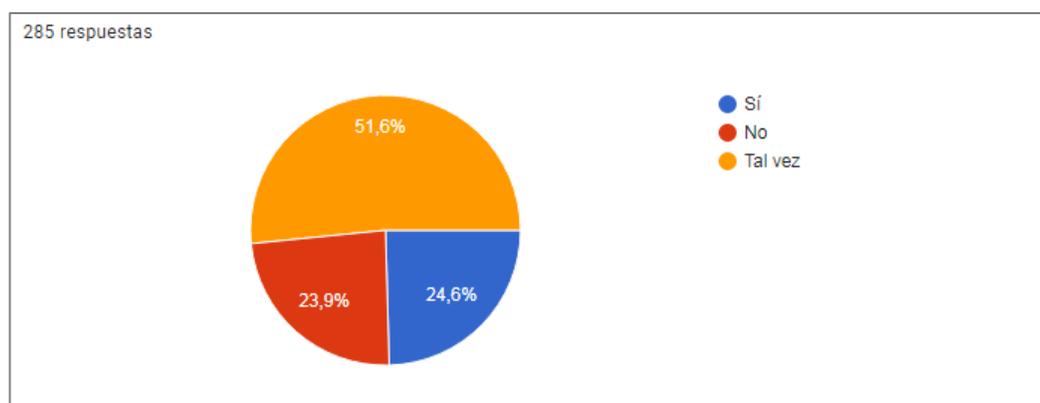


Figura 19. Tabulación de respuesta en Google Forms.

Los spots y podcast son fundamentales dentro de una emisora y cumple un rol altamente importante a la hora de querer realizarlos. Es por eso que la emisora Radiológica ha querido evidenciar en esta pregunta el apoyo por parte de docentes, administrativos y estudiantes para realizar spots o podcast de interés general. Es por ello que con una opción de respuesta múltiple se pudo evidenciar que con un total de 70 personas la institución

educativa dijo si, aceptando su apoyo y colaboración a la emisora institucional, seguido con un total de 68 personas la institución dijo No, dudando o así mismo negándose a colaborar en dichos productos por pena, inseguridad o desinterés, y por ultimo con un total de 147 personas la comunidad educativa eligió la opción “tal vez”. La institución siempre se ha caracterizado por apoyar los eventos o actividades de la institución, pero cabe resaltar que uno de sus obstáculos al momento de realizar determinada actividad, se basa en el miedo o en la inseguridad, es por ello que en esta pregunta se pudo evidenciar que la gran mayoría desean colaborar pero dudan al aceptar debido a dichas razones. Siendo así, está en los integrantes de la emisora Radiogógica, brindarles una mejor información a las personas que desean colaborar con dichos productos, para así hacerles entender la poca complejidad que estos productos tienen a la hora de ejecutarlos y la importancia de hacerlos públicos en las distintas redes sociales de la emisora.

10. ¿Qué tipo de concursos le gustaría que realizara Radiogógica en sus redes sociales?

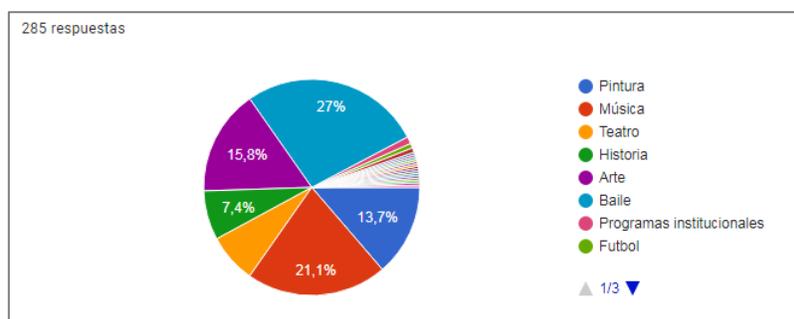


Figura 20. Tabulación de respuesta en Google Forms.

Los concursos en la Escuela Normal Superior, han adoptado un papel altamente importante para los estudiantes, docentes y administrativos, y en estos momento de confinamiento social, se ha descubierto que el realizar concursos ayuda a mantener a toda la comunidad educativa unida y al tanto de cada contenido que la emisora sube a sus distintas redes sociales. Es por ello que en esta pregunta, se puede evidenciar la gran importancia de la comunidad educativa porque la emisora realice concursos que permita incentivar el baile, el arte, la historia o la música. Siendo esta pregunta con un tipo de respuesta múltiple, se pudo evidenciar lo siguiente, con un total de 77 personas se encuentran los concursos de baile, siendo este el más seleccionado por la comunidad educativa, así mismo con un total de 60 personas, se encuentran los concursos de música, la Normal Superior se caracteriza por ser promotores de las melodías, el canto y la armonía, y el realizar este tipo de concursos, le dará la oportunidad a muchas personas de explotar y hacer viral su talento y amor por la música, de igual forma, con un total de 45 personas se encuentran los concursos de arte, son infinidad de alumnos que estudian en la institución por ser un colegio que aplica gran parte de su educación al arte y eso es lo que muchos estudiantes y padres de familia acogen de la institución, por otro lado 39 personas se encuentran los concursos de pintura, la Normal Superior es una institución que se caracteriza por ser artístico y la pintura es la pasión y el talento de muchos estudiantes en la Institución educativa, por otro lado con un total de 21 personas se encuentran los concursos de teatro, gran cantidad de estudiantes y docentes disfrutan hacer teatro y el contar con este tipo de concursos, permite que los estudiantes expresen sus emociones e historias a través de un libreto, en seguida con un total de 21 personas se encuentran los concursos de historia, el colegio cuenta con muchos estudiantes que desean ser historiadores y el realizar

concursos de este tipo, logrará que el colegio se vea representado por futuros narradores y escritores procedentes de Ocaña y de la Escuela Normal Superior.

Muchos estudiantes, docentes y administrativos eligieron libremente el tipo de concursos en los que desearían participar, entre esos están, fotografía, deportes, cultura general, medio ambiente - avances científicos y cuentos. La comunidad educativa de la Escuela Normal Superior de Ocaña participa en los distintos concursos o sorteos que la emisora Radiológica realiza en sus diferentes redes sociales.

11. ¿Le gustaría ser parte de un producto audiovisual (video) donde relate sus historias de vida y sean divulgadas a través de las redes sociales de Radiológica?

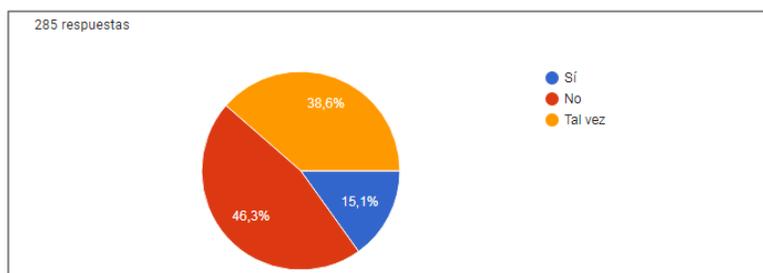


Figura 21. Tabulación de respuesta en Google Forms.

Uno de los objetivos de la emisora Radiológica es integrar y unir la comunidad interna a la emisora Radiológica con el fin de divulgar contenidos educativos donde cada uno de ellos sean los protagonistas. Es por ello que en esta pregunta se pudo evidenciar en gran parte las dudas de docentes, estudiantes y administrativos para realizar productos audiovisuales donde se plasmen sus historias de vida. Es así que con un total de 43

personas la comunidad educativa respondió Si, en seguida con un total de 132 personas la comunidad educativa respondió No, y por ultimo con un total de 110 personas la comunidad educativa respondió “tal vez”. La emisora llevará a cabo dichos contenidos audiovisuales con ese 15,1% de personas que dijeron si a esta actividad, y así se incentivará a los demás a apoyar en dichos productos audiovisuales.

12. ¿Qué opina en que las redes sociales en tiempo de aislamiento social se hayan convertido en una herramienta fundamental para el teletrabajo y la educación en casa?

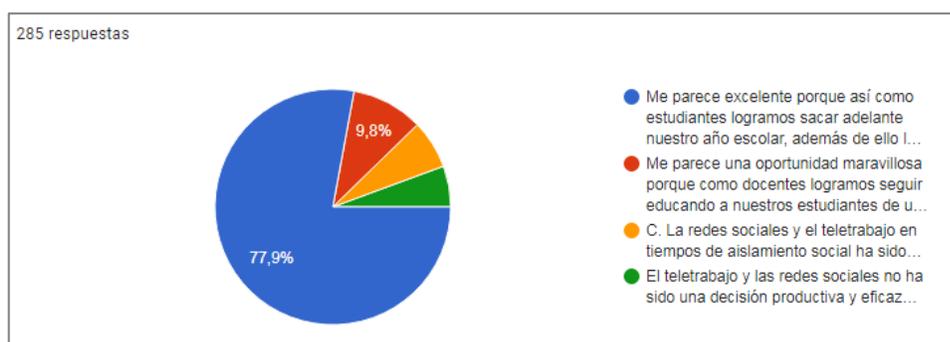


Figura 22. Tabulación de respuesta en Google Forms.

Las redes sociales en este tiempo de aislamiento social ha tomado un rol sumamente importante y más aún en la educación escolar de los estudiantes, es por ello que esta pregunta era altamente indispensable realizarla en esta encuesta, pues es importante conocer la opinión de los docentes, estudiantes y administrativos sobre las redes sociales en la educación virtual. En esta pregunta con una opción de respuesta múltiple se pudo evidenciar lo siguiente, con un total de 222 personas se afirma que para los estudiantes, las redes sociales en tiempo de aislamiento social ha sido una oportunidad favorable para sacar con éxito su año escolar, de igual forma, los docentes y los

administrativos con un porcentaje del 6,7% afirmaron que las redes sociales se han convertido en una oportunidad total para ellos como trabajadores de una institución educativa. Pero cabe resaltar que aun cuando muchos afirmaron que las redes sociales eran una herramienta primordial para su educación y trabajo virtual, otros con un total de 16 personas afirmaron lo contrario, asegurando que las redes sociales no era una decisión productiva y eficaz, ya que lo único que lograba era que se convirtiera en motivo de distraimiento al usar las distintas plataformas digitales.

13. ¿Ha descuidado sus deberes laborales o escolares por utilizar su tiempo en alguna red social de nuestra emisora Radiológica?

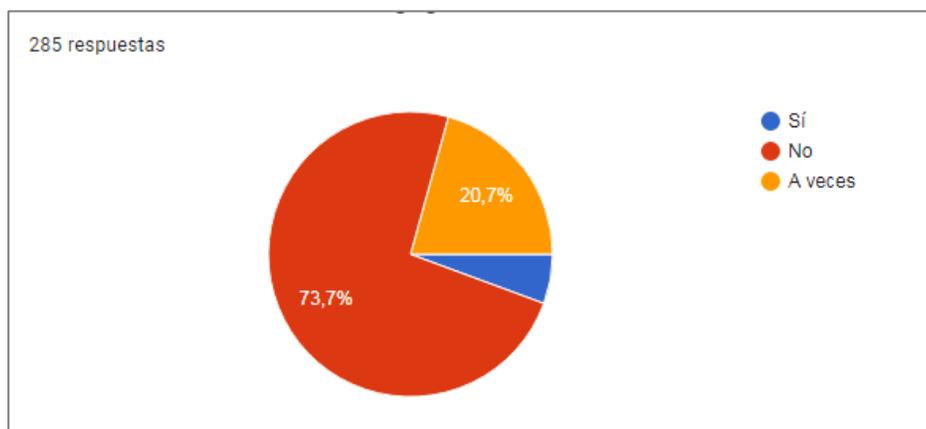


Figura 23. Tabulación de respuesta en Google Forms.

En algunos casos, las personas y en especial los jóvenes, han tomado las redes sociales como un pasatiempo o una diversión, es por eso que para culminar esta encuesta, es fundamental saber si la comunidad educativa en algún momento ha descuidado sus

deberes laborales o escolares por utilizar su tiempo en alguna red social de nuestra emisora Radiogógica. En esta pregunta se pudo evidenciar que, con un total de 16 personas con un porcentaje del 5,6% respondieron que Si han descuidado sus deberes por usar las redes sociales, en seguida con un total de 210 personas se evidencia que No han descuidado sus deberes por las redes sociales y por ultimo con un total de 59 personas se evidencia que a veces descuidan sus deberes por usar su tiempo en las redes sociales.

Como un análisis general del presente diagnóstico, se pudo evidenciar el apoyo de la comunidad educativa a cada actividad que la institución o la emisora realiza, por ser promotores de la educación, el arte, la cultura y el talento. De igual forma en esta actividad se pudo conocer el impacto que ha tenido para cada uno de los docentes, estudiantes y administrativos el uso de las redes sociales en tiempo de confinamiento social. Los seguidores de cada uno de las redes sociales de la emisora Radiogógica, demostraron su apoyo incondicional frente a cada actividad que se publica en la misma y de igual forma con aquellos productos que se piensan realizar, con el fin de generar contenidos de valor efectivos que logren la incrementación de los seguidores y el impacto positivo frente a cada producto. Por otro lado en dicha actividad, se pudo demostrar diversos puntos, entre ellos, conocer los productos que ya no generan impacto alguno, aquellos contenidos que los estudiantes desearían ver en las redes sociales y así mismo en los que les gustaría ser partícipes.

Gracias a este diagnóstico se pudieron evidenciar infinidad de puntos fundamentales para determinar las preferencias y necesidades en las que la emisora debe

implementar y gestionar para lograr el fortalecimiento efectivo en las redes sociales de la emisora Radiogógica de la Escuela Normal Superior de Ocaña.

Evidencia

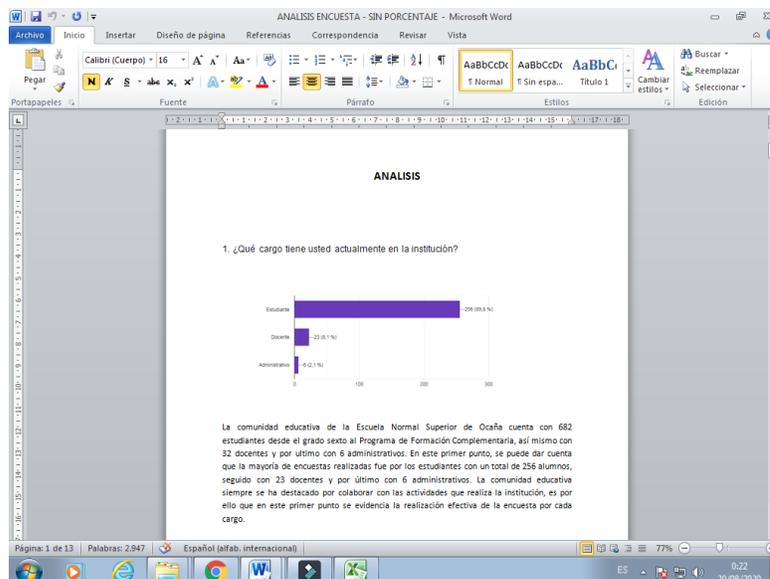


Figura 24. Análisis por pregunta

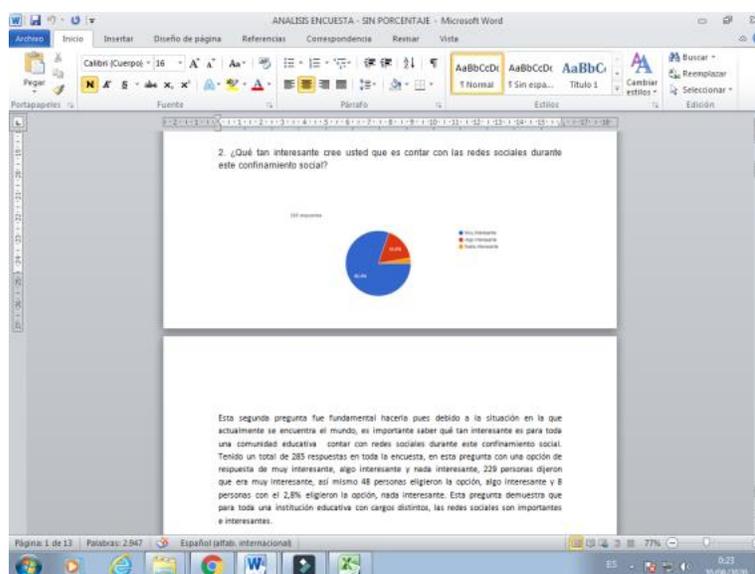


Figura 25. Análisis por pregunta.

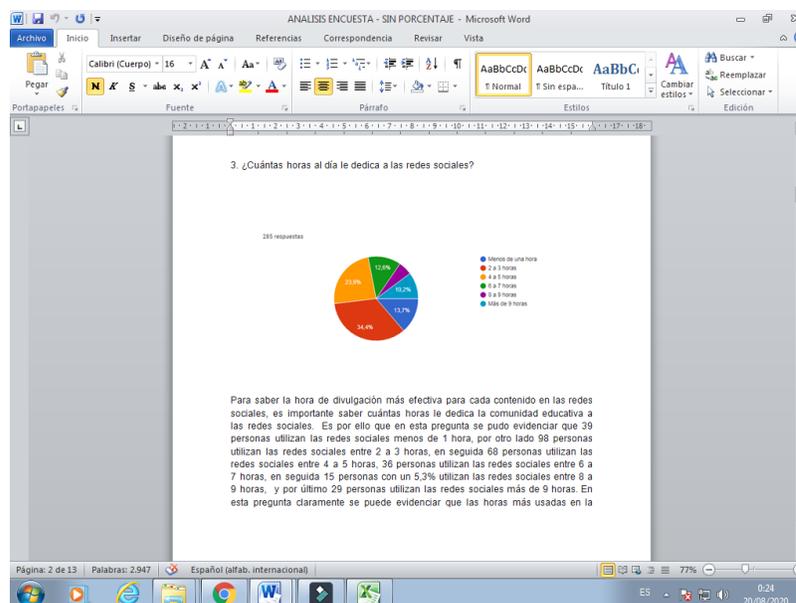


Figura 26. Análisis por pregunta.

3.2 Resultados del Objetivo Específico 2.

Determinar las pautas o patrones comunicativos, periodísticos y técnicos de la emisora.

En el segundo objetivo específico se realizó una entrevista como instrumento de recolección de información al docente y coordinador de la emisora, Aldemar Villamizar Gamboa, con el fin de determinar las pautas o patrones comunicativos, periodísticos y técnicos de la emisora Radiogógica de la Escuela Normal Superior de Ocaña. Dicha actividad fue realizada del 24 a 30 de junio del presente año. Como primer paso, se plasmó unas series de preguntas que abarcarían en gran totalidad la información que se requería

para conocer dichas pautas, y que a su vez darían paso a profundizar la entrevista. Como segundo paso, se llevó a cabo un análisis de toda la información suministrada en dicha entrevista, a continuación se dará a conocer la respectiva observación.

La emisora Radiográfica de la Escuela Normal Superior de Ocaña inició como un proyecto pedagógico en el 2014, primero fue trabajada por ondas siendo un proyecto de apoyo científico que desarrollaba el Ministerio de Educación, pero desafortunadamente este proyecto no fue aprobado, por lo que se decidió continuar con el proceso de la emisora por propia cuenta de la Institución, el objetivo de la emisora en sus inicios fue de orden recreativo y cultural donde día día se fue incorporando en lo científico y educativo, en ese entonces la emisora funcionaba con la ayuda de los integrantes de la emisora y con el apoyo del egresado de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Anthony Pacheco, que fue pieza clave para diligenciar el proyecto, así mismo se pudo evidenciar un grupo pequeño de estudiantes con los que se dio inicio a los programas radiales de orden cultural, recreativo y educativo. La falta de conocimiento y de recursos económicos fueron un gran obstáculo al momento de iniciar con la emisora debido a que en la parte técnica, las consolas con las que en ese entonces la emisora contaba no reunían los requisitos y características técnicas para ser óptimos, pero aun así fueron trabajando día a día por sacar adelante la emisora institucional.

Al pasar el tiempo la emisora fue creciendo hasta tal punto de crear sus redes sociales como Facebook e Instagram, el docente Aldemar Villamizar fue creador de generar dichas plataformas digitales realizando pequeñas notas que desde un comienzo

fueron llamadas “notigógicas”, (en relación al nombre de la emisora) en el que se daba información recreativa, informativa y datos curiosos para así articular contenido importante de la emisora y la institución. Actualmente la emisora Radiológica cuenta con gran número de personas que siguen las redes sociales, como docentes, administrativos, estudiantes, padres de familia, egresados y comunidad en general, cabe resaltar que la emisora de igual forma creó otra red social para su uso informativo llamada Twitter, que actualmente cuenta con 56 seguidores, por otro lado Radiológica cuenta con la plataforma de YouTube en el que tiene como fin, publicar videos institucionales como los ENSO Noticias o ENSO Clips. En el año 2014, aun no se contaba con la presencia y el apoyo de la comunicadora social y docente Maritza Velásquez (directora de diseño y creadora de la revista Pienso) por ende, se necesitaba con suma urgencia una persona profesional con alto conocimiento en la radio, redes sociales y en la enseñanza efectiva e idónea para la formación de los estudiantes en conceptos periodísticos y redacción. Es por ello que la docente Maritza Velásquez llegó hacer parte de la institución y de la emisora para ser papel fundamental en aquellos vacíos o actividades que los demás integrantes de la emisora tenían.

Por tal motivo, la Escuela Normal Superior de Ocaña tomó la decisión de seguir solicitando el convenio con la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña para que cada practicante apoye en la asesoría y acompañamiento de cada actividad que se presenta en la emisora y la institución educativa. En el año 2015, Diego La furí fue el primer practicante en llegar a la emisora Radiológica y su objetivo fue organizar estatutos de la emisora y grabar gran cantidad de spots. A finales del año 2015, la emisora inició con su

proceso legal, donde realizó su primera solicitud y enviaron su primer proyecto, y a mediados del año 2016 la emisora obtiene su primer radicado, en todo su proceso legal, la emisora ha presentado infinidad de obstáculos que han logrado que la emisora después de cinco años de funcionamiento aún no se encuentre en FM legalmente, pero cabe resaltar que actualmente la emisora Radiológica se encuentra en un proceso más efectivo y pronto para lograr dicho proceso.

La emisora Radiológica cuenta con pautas o patrones periodísticos, comunicativos y técnicos, por tal motivo el Ministerio de las TIC les otorgó la licencia como emisora institucional, de interés público, con una frecuencia de 500 megabyte que es considerada una frecuencia suficiente para Ocaña. Cabe resaltar que las pautas establecidas por la institución y la emisora Radiológica es generar espacios culturales. En la parte técnica la emisora cuenta con equipos necesarios para realizar radio calidad, donde el fin está en la concentración de insumo de contenidos que sean realmente novedosos. En la parte periodística, la emisora opta por una serie de pautas y entre ellas están, el no involucrar a la emisora en hechos de órgano político y no pautar en términos de beneficio económico. La emisora rige sus pautas y patrones entorno a la creatividad, arte, cultura, educación, en lo científico y pedagógico.

Evidencias

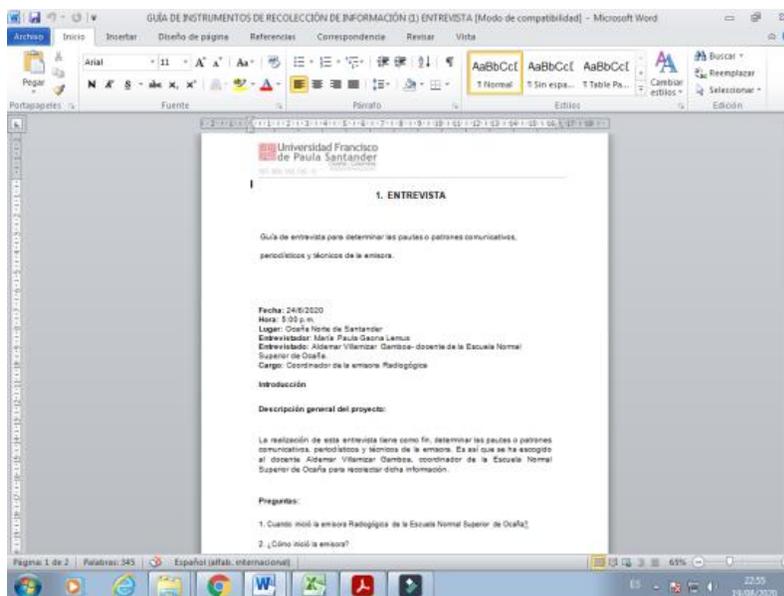


Figura 27. Formato de instrumento de recolección de información (entrevista).



Figura 28. Entrevista (video).



Figura 29. Entrevista (video).

3.3 Resultados del Objetivo Especifico 3.

Diseñar herramientas virtuales comunicativas para obtener el fortalecimiento en redes sociales de la emisora.

Como primera actividad del tercer objetivo específico, se encuentra recopilar videos para llevar a cabo el producto audiovisual “Actividades en Casa” escogido por la comunidad educativa para divulgar en la red social de Facebook. En dicha actividad, se logró que varios estudiantes fueran los protagonistas de sus propias actividades creativas en casa.

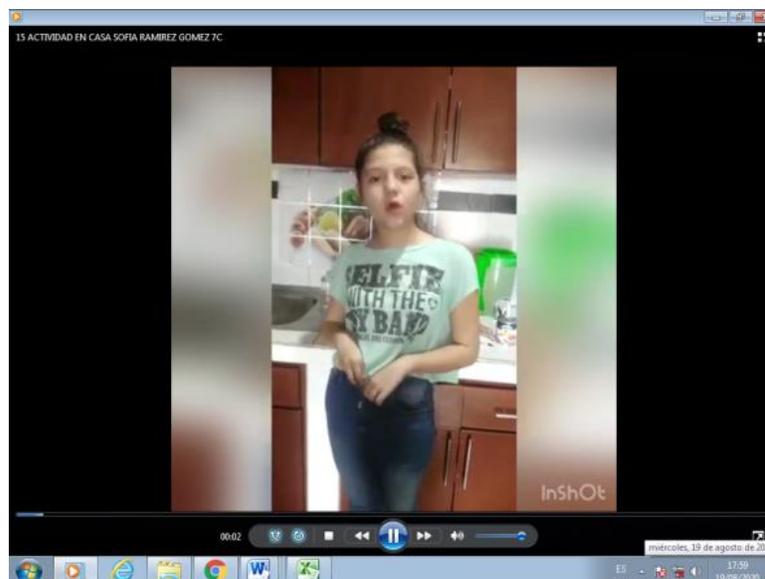
Evidencias:

Figura 30. Video de estudiante para “Actividades en Casa”.



Figura 31. Video de estudiantes para “Actividades en Casa”.



Figura 32. Video de estudiante para “Actividades en Casa”.

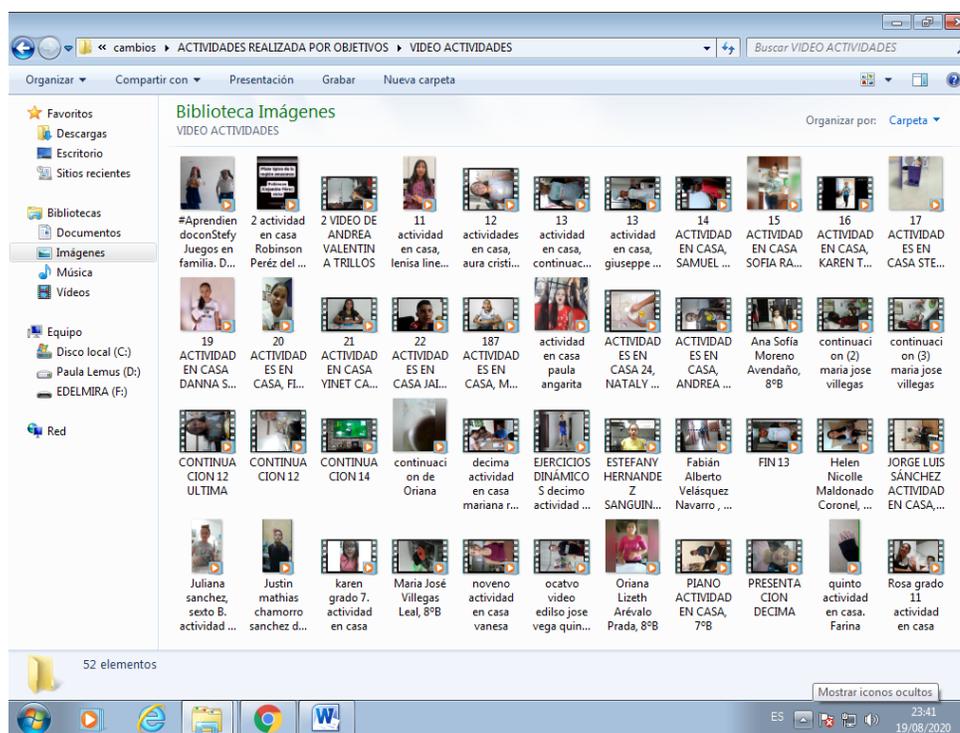


Figura 33. Videos recepcionados para “Actividades en Casa”.

Como segunda actividad, está el diseñar cada uno de los productos audiovisuales, dicha actividad se editó a través de una herramienta de producción de edición de video llamada “Wondershare Filmora”, en ella se creó una pequeño intro como apertura al producto audiovisual, de igual manera se agregó música sin fondo y sin copyright para su efectiva divulgación en la red social de Facebook, y por último se editó una página de texto donde se le agradeció a cada estudiante por realizar su actividad en casa.

Evidencias:

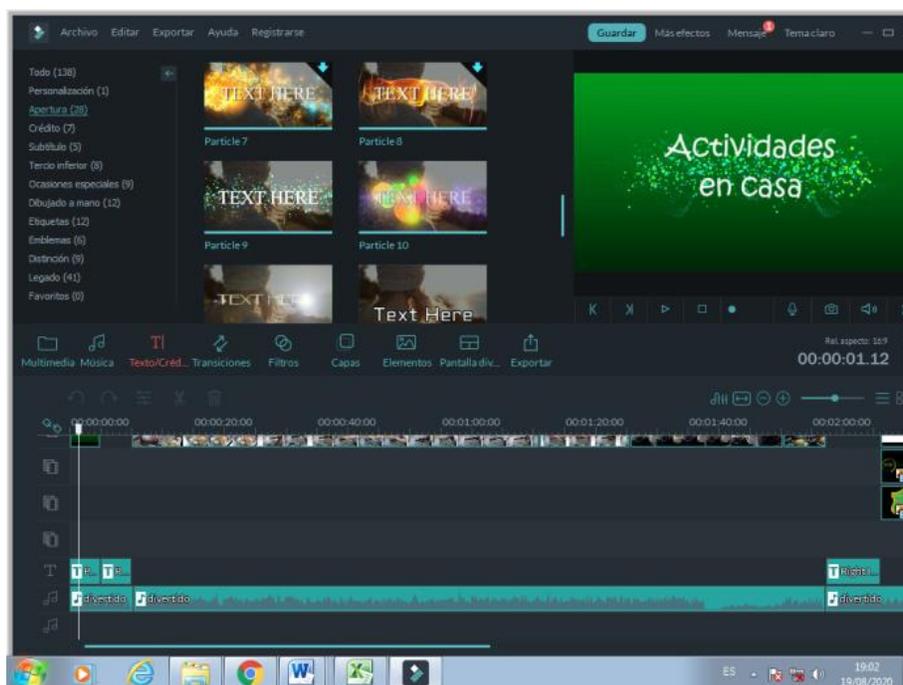


Figura 34. Herramienta de edición “Filmora”.

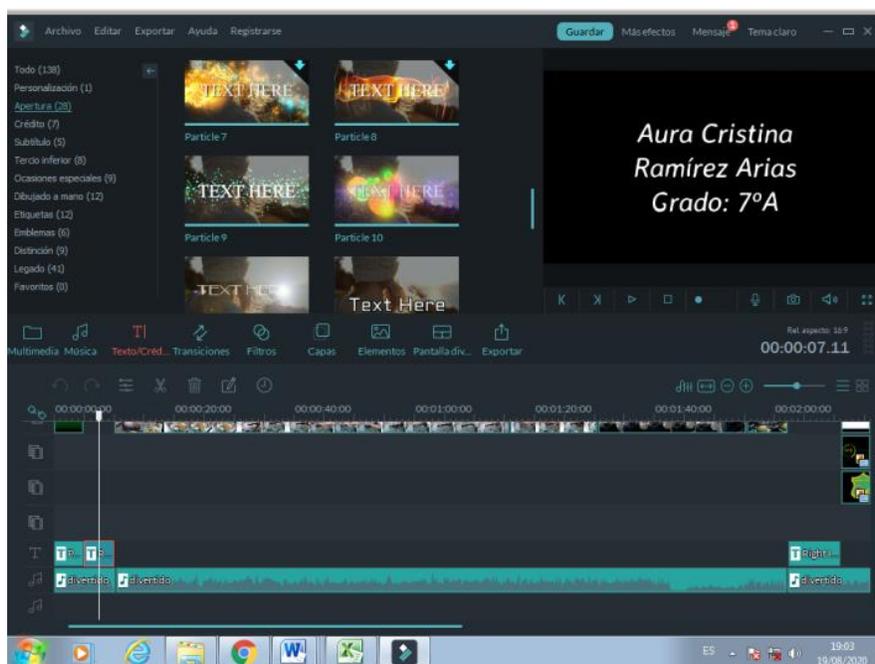


Figura 35. Edición de texto para el nombre de la estudiante y grado

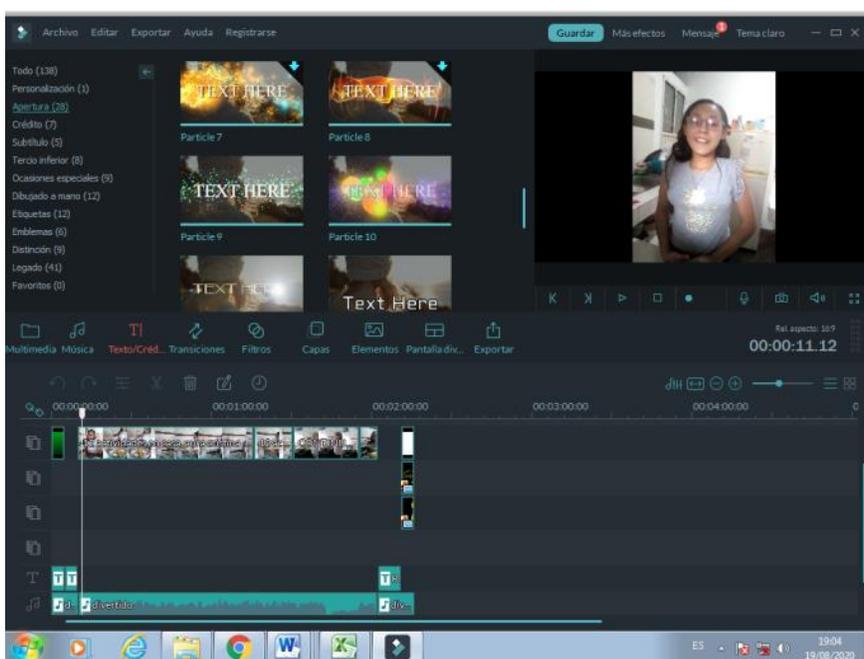


Figura 36. Edición de la Actividad en Casa de la estudiante.

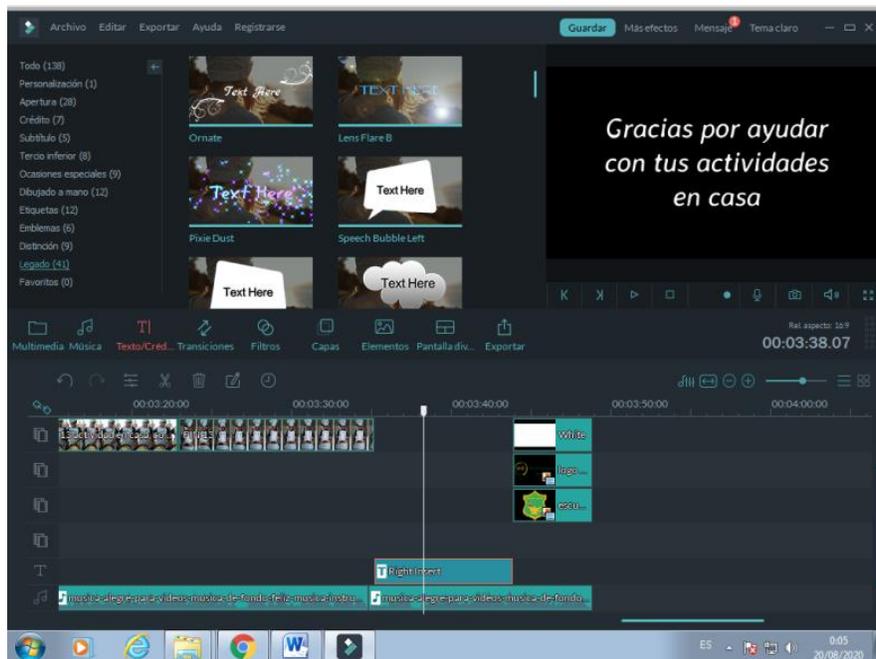


Figura 37. Texto para el cierre del programa audiovisual

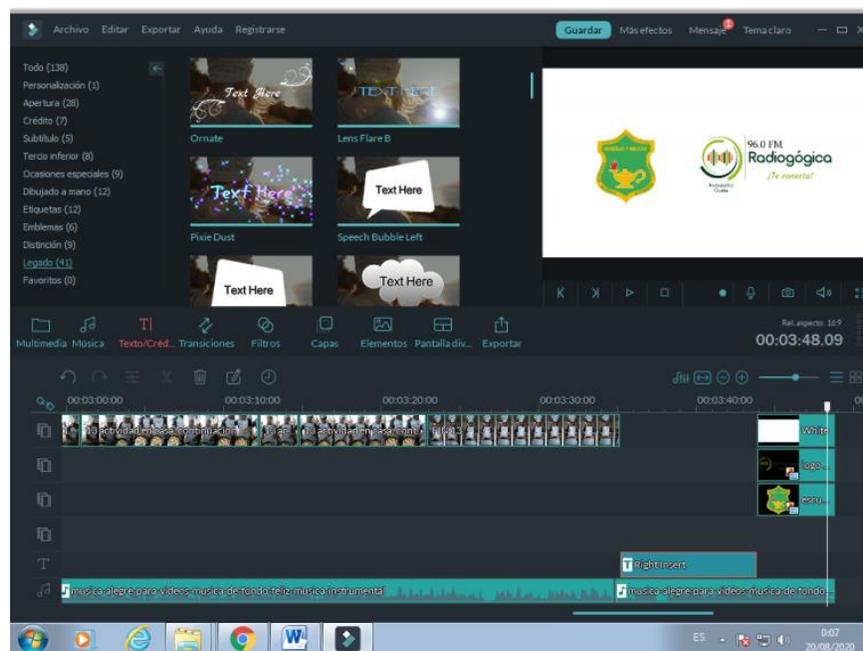


Figura 38. Final de la edición de "Actividades en Casa."

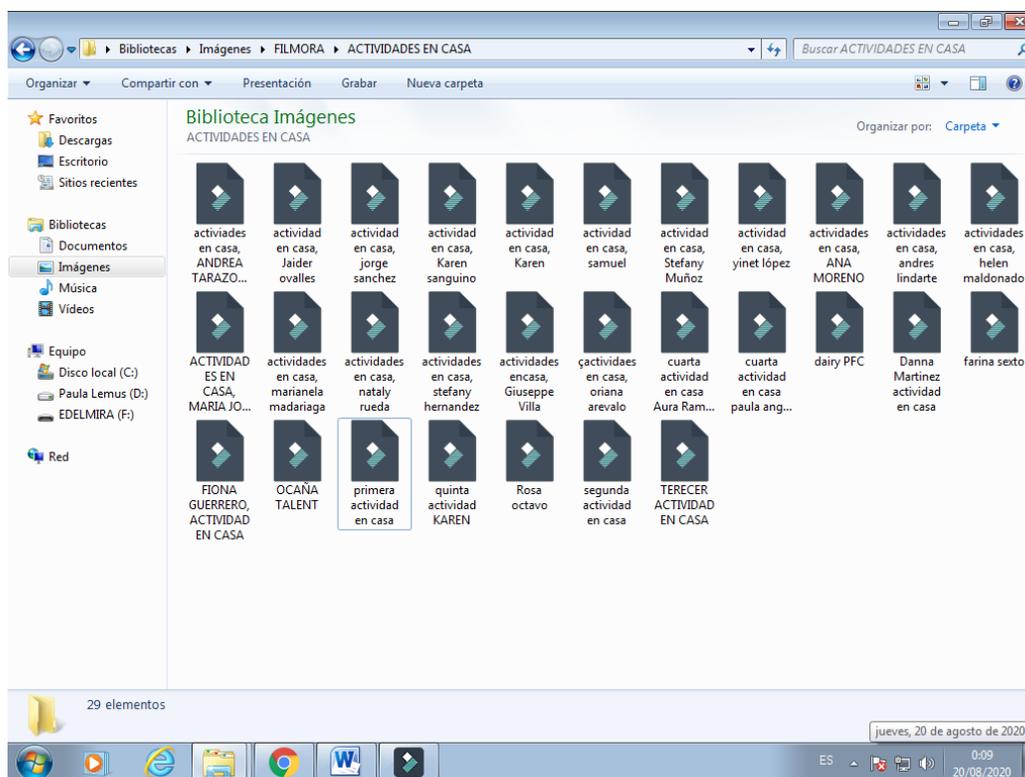


Figura 39. Carpeta de edición “Filmora”, de Actividades en Casa”.

Ejecutar cada uno de los contenidos audiovisuales (Actividades en Casa), es la tercera actividad para llevar a cabo en este segundo objetivo específico. “Actividades en Casa”, fue divulgado a partir del día 27 de julio del presente año, a través de la página de Facebook de Radiogógica. Cada domingo, se publicaba una “Notigógica”, como es llamada en Radiogógica para generar expectativa de lo que trataría la “Actividad en Casa”, al día siguiente, así toda la comunidad educativa, estaría pendiente de la divulgación de la misma. Cada lunes a las 8:00 a.m. en la red de social de Facebook se difundía su respectivo producto audiovisual donde los estudiantes eran los protagonistas principales de cada contenido. En cada Actividad en Casa, los estudiantes dieron a conocer sus actividades creativas que realizaron en casa y en familia durante los meses de confinamiento social.

Evidencias:



Figura 40. Notigógica de Bienvenida en Facebook



Figura 41. Publicación notigógica de expectativa en la página de Facebook



Figura 42. Publicación de Actividades en Casa, en Facebook.

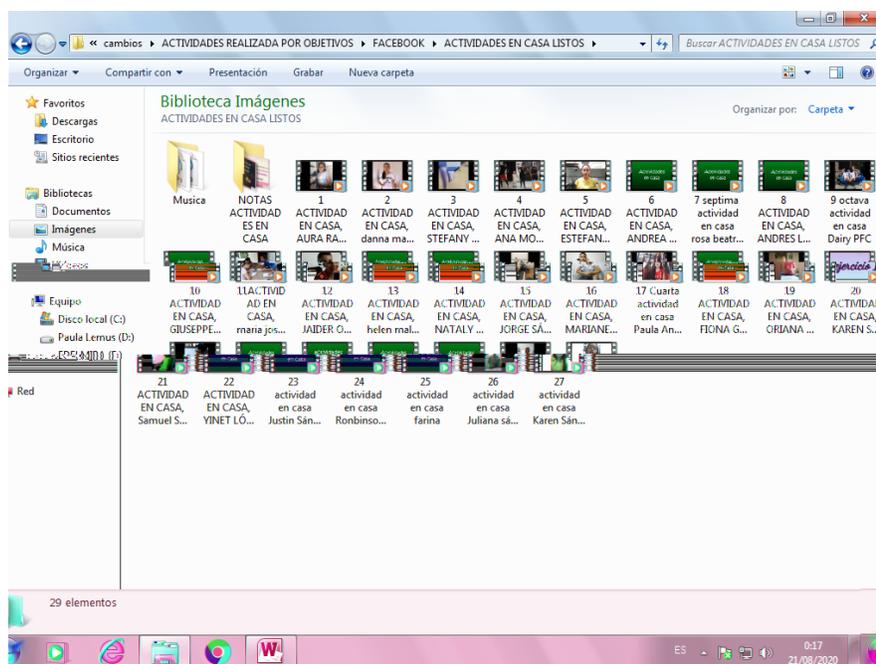


Figura 43. Videos listos de Actividades en Casa.

La cuarta actividad del presente objetivo específico, corresponde a la divulgación de contenidos en la red social de Twitter. En dicha plataforma digital se busca generar cada día contenidos relevantes e importantes para toda la comunidad educativa que sigue y retroalimenta dicha red social. Anteriormente Twitter contaba con 56 seguidores, actualmente ya son 88 seguidores que siguen y retwittear aquellos contenidos que Radiológica publica en esta red social.

Evidencias:



Figura 44. Perfil de Twitter.



Figura 45. Publicación de en Twitter (Logo de Radiogógica)



Figura 46. Publicación de frases educativas.



Figura 47. Publicación del día de Independencia en Twitter.



Figura 48. Publicación de masacres en Colombia. Twitter.

Recopilación de productos radial (podcast, spots), en esta quinta actividad, se recopilaban audios educativos donde la comunidad educativa fue responsable de llevarlos a cabo. Como primera medida se tuvo en cuenta que los spots tuvieran contenido pedagógico para así lograr la concientización de toda la institución para con cada uno de los mensajes que se querían transmitir, dichos spots fueron recopilados desde el día 28 de julio hasta el 8 de agosto del presente año. Por otro lado se realizaron podcast sobre literatura siendo este un tema sumamente instructivo para los estudiantes, docentes, administrativos y comunidad en general, dicho podcast fue llamado “Literatura ENSO”.

Evidencias:

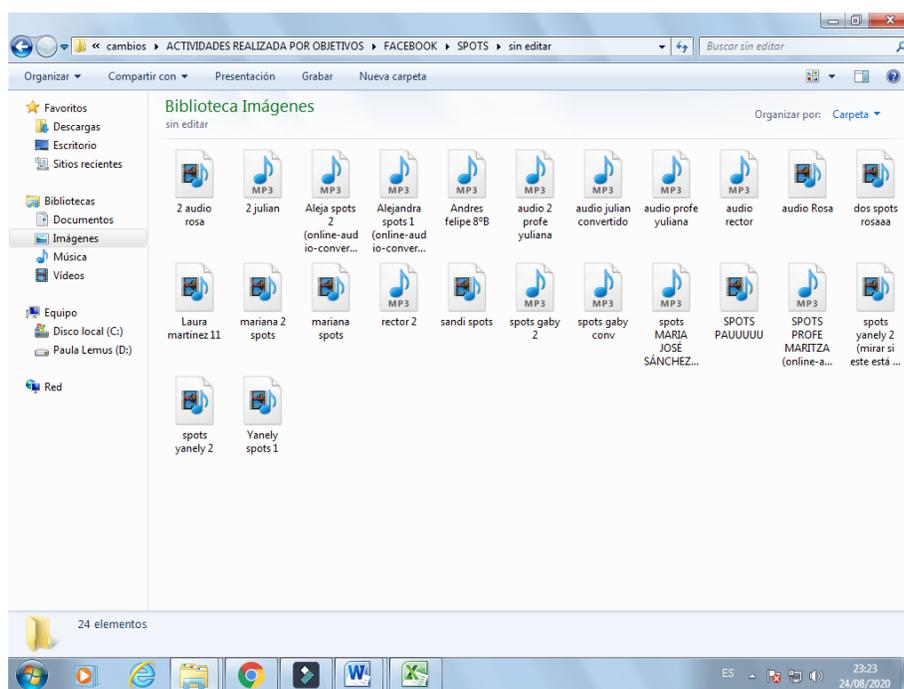


Figura 49. Carpeta de recopilación de audios para spots.

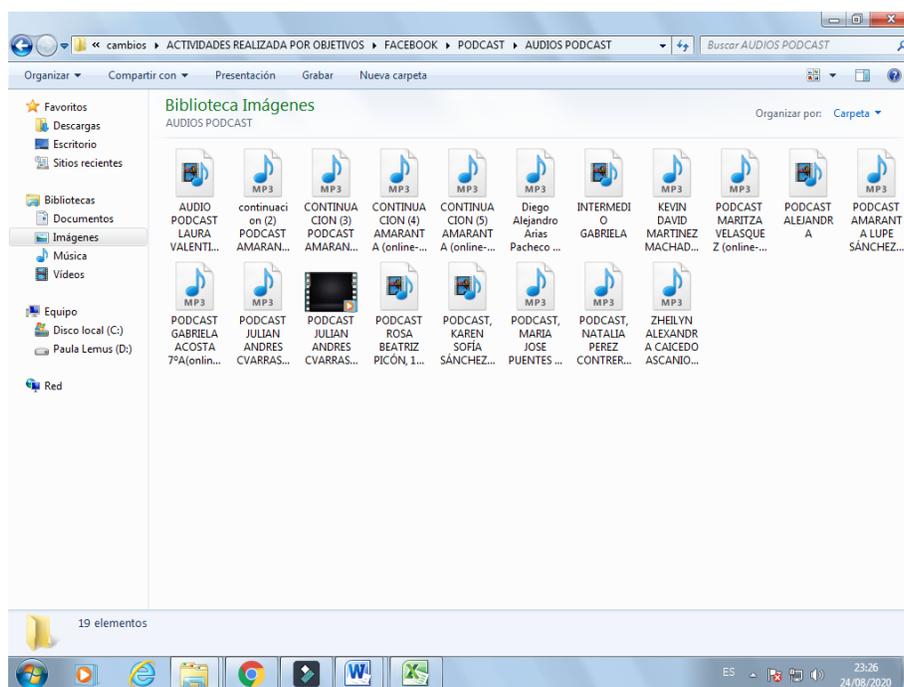


Figura 50. Carpeta de recopilación de audios para podcast.

Como sexta actividad se encuentra la edición de cada uno de los spots y podcast. “Filmora” fue la herramienta escogida para la realización de los mismos, los spots contaron con el logo de Radiológica en movimiento, el audio y música sin copyright de fondo para su efectiva divulgación. Por otro lado se realizaron guiones para cada uno de los podcast ya que permitía un mejor resultado para cada uno, debido a que ayudaría a madurar las ideas y corregir antes de grabar. Se contó con dos podcast diferentes en temas , edición, nombres y logos, “Literatura ENSO”, fue divulgado en la página de Facebook de Radiológica y su tema abordado a la literatura, y “Viajeros por Colombia” fue publicado cada miércoles en la cuenta de Instagram de Radiológica, en el que fue realizado por estudiantes del Programa de Formación Complementaria que eligieron cada podcast para hablar acerca de Colombia.

Evidencia

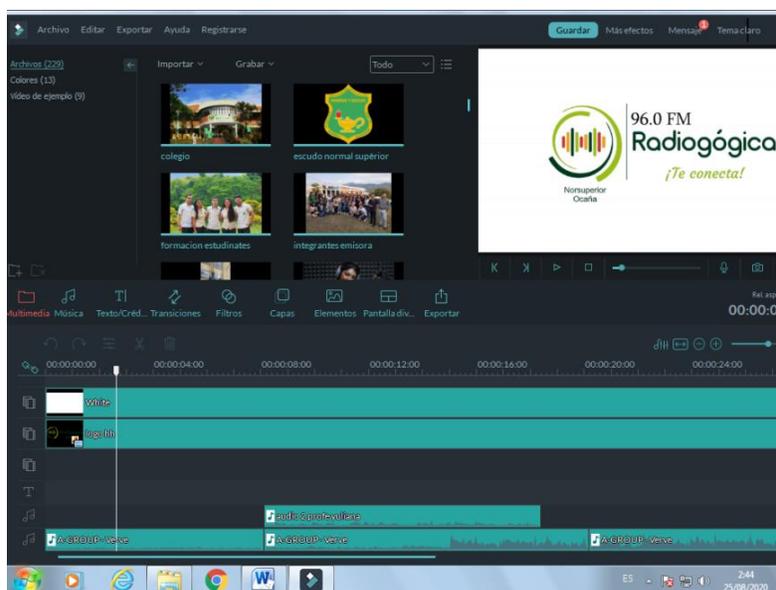


Figura 51. Edición de spots, logo de Radiológica en movimiento.



Figura 52. Audio y música de fondo sin copyright. “Filmora”.

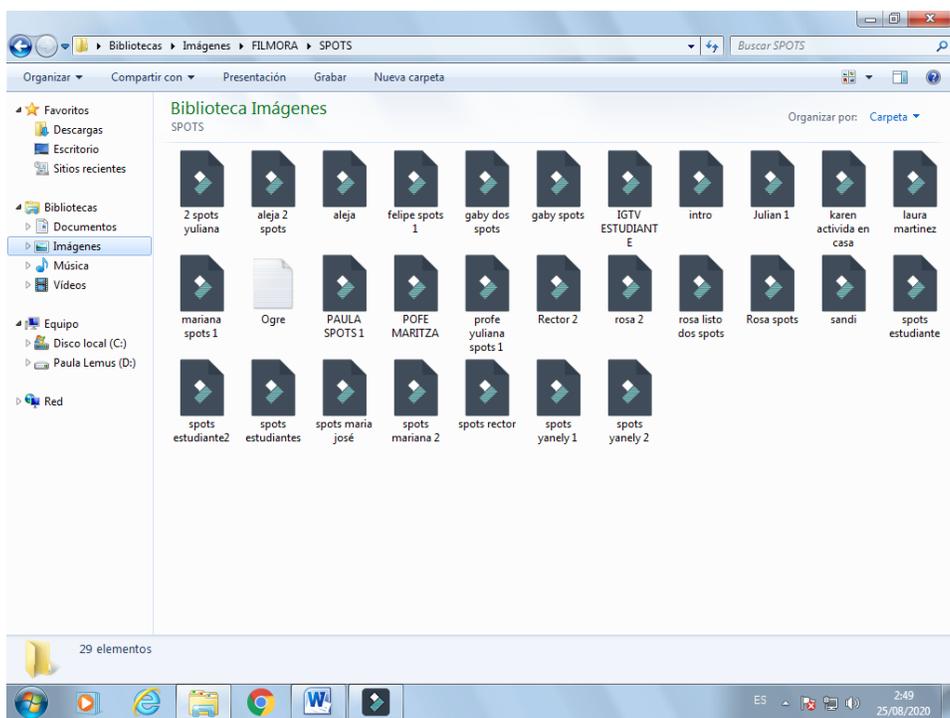


Figura 53. Carpeta de edición de spots “Wondershare Filmora”.

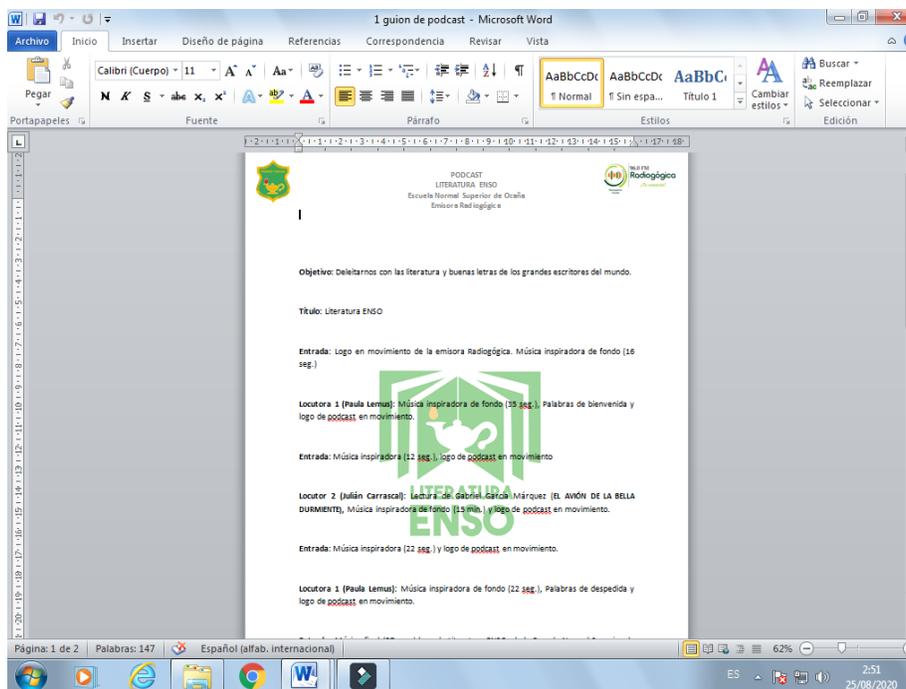


Figura 54. Guion de podcast “Literatura ENSO”.

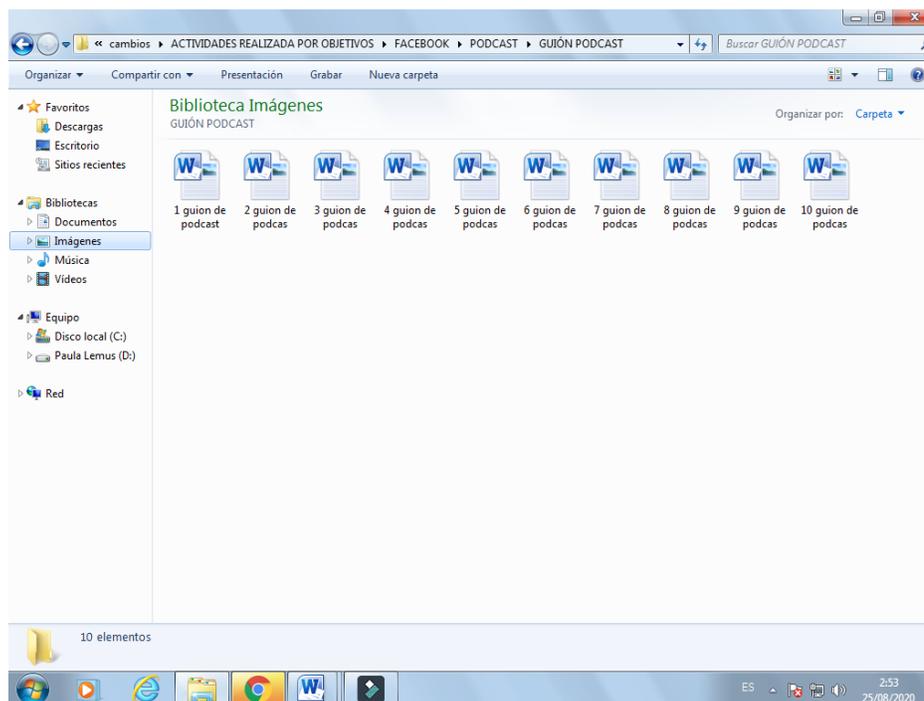


Figura 55. Carpeta de guion de podcast “Literatura ENSO”.

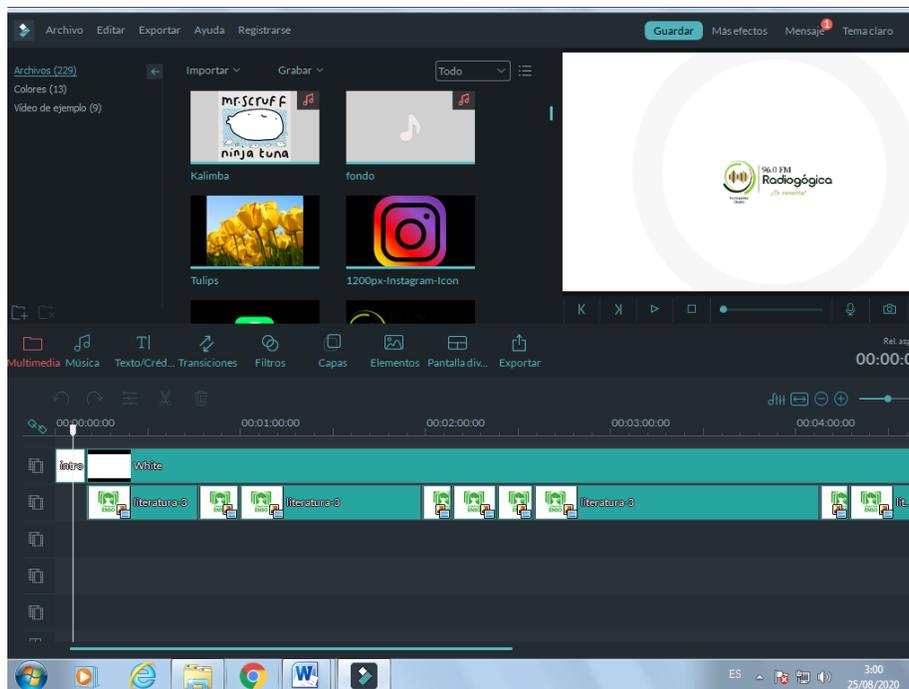


Figura 56. Edición de podcast, logo de Radiológica de entrada en movimiento y música de fondo.

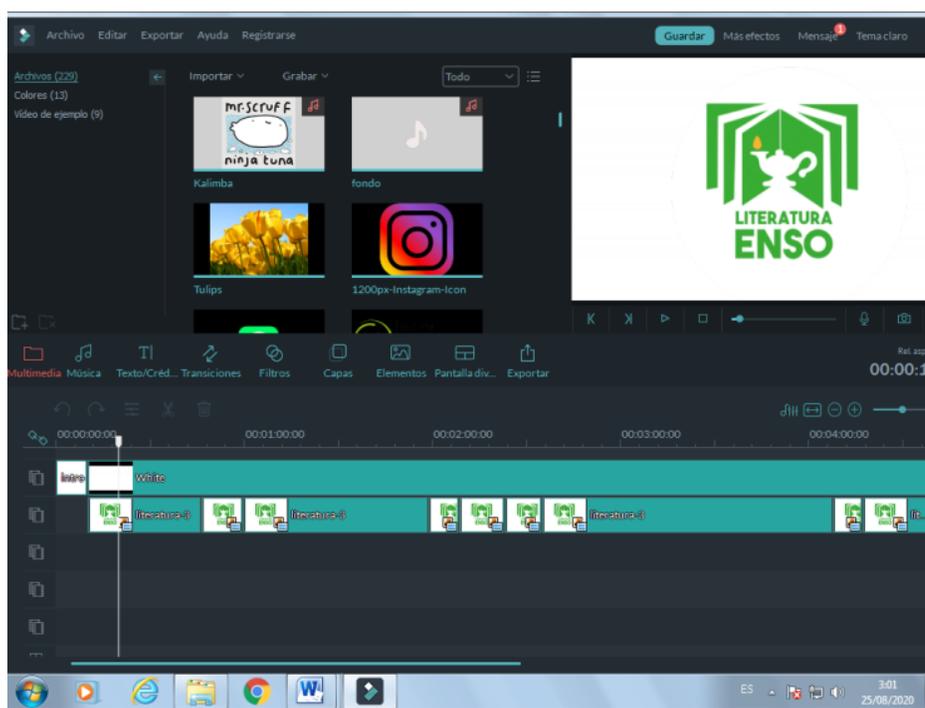


Figura 57. Logo de podcast en movimiento y música de fondo.

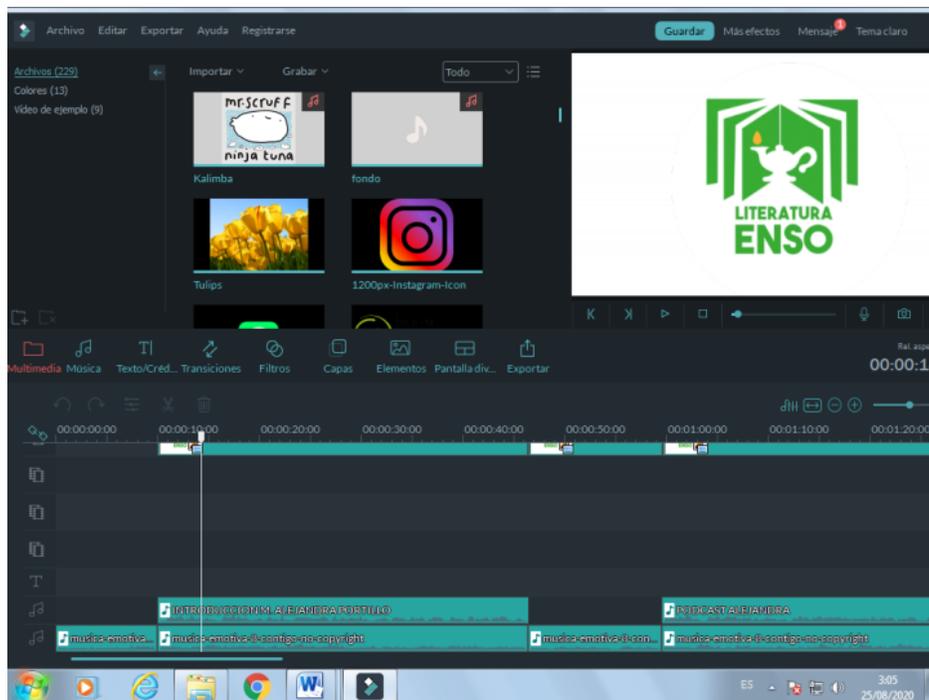


Figura 58. Audio como introducción al podcast y música de fondo.

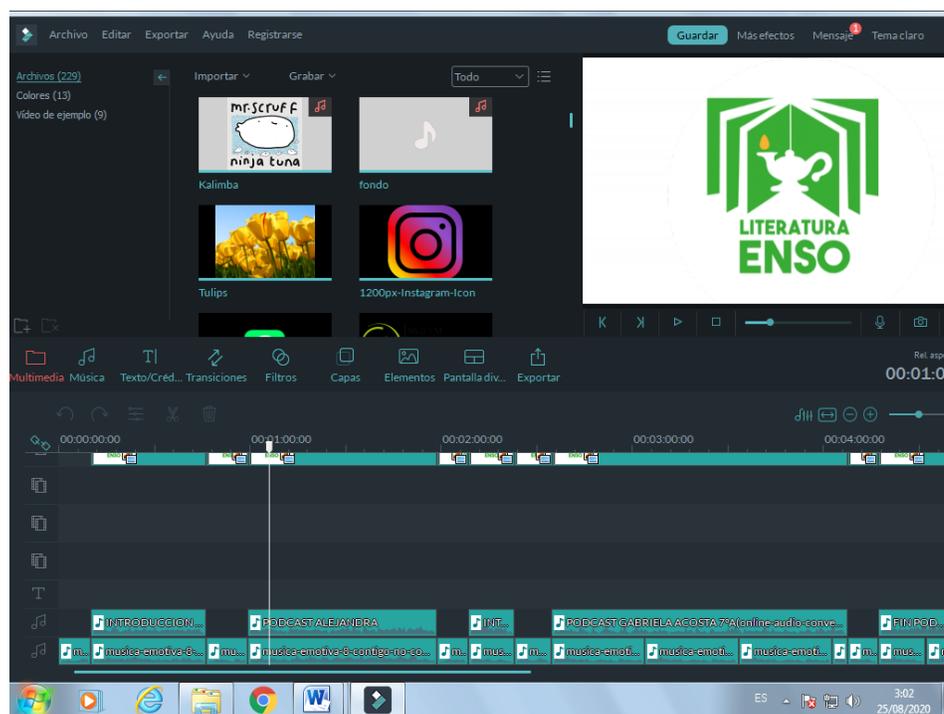


Figura 59. Audio de estudiantes y música de fondo sin copyright.

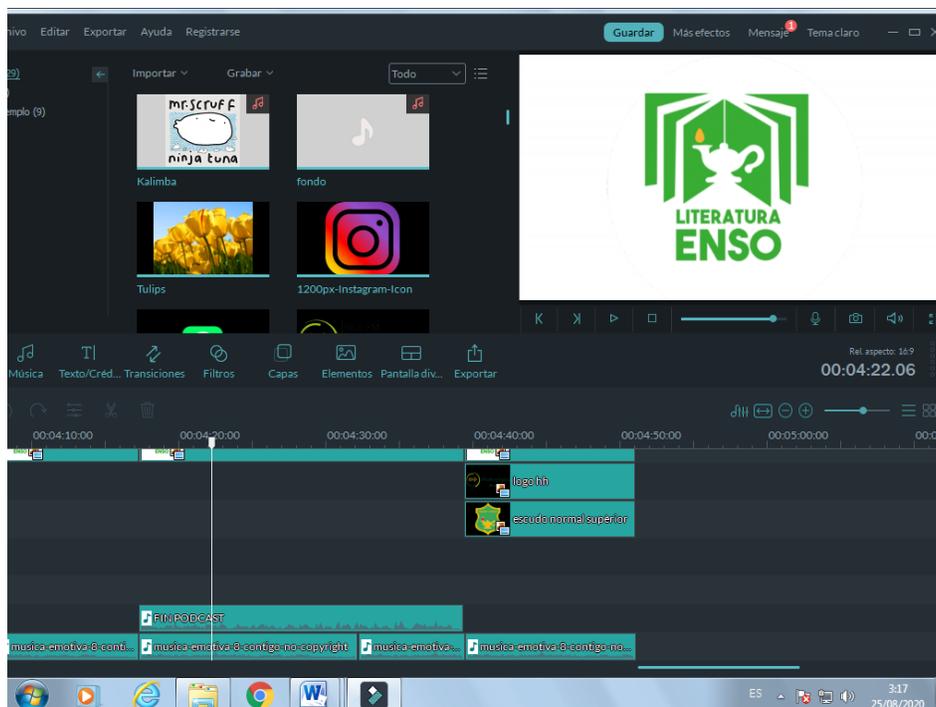


Figura 60. Audio final (despedida del podcast) y música de fondo.

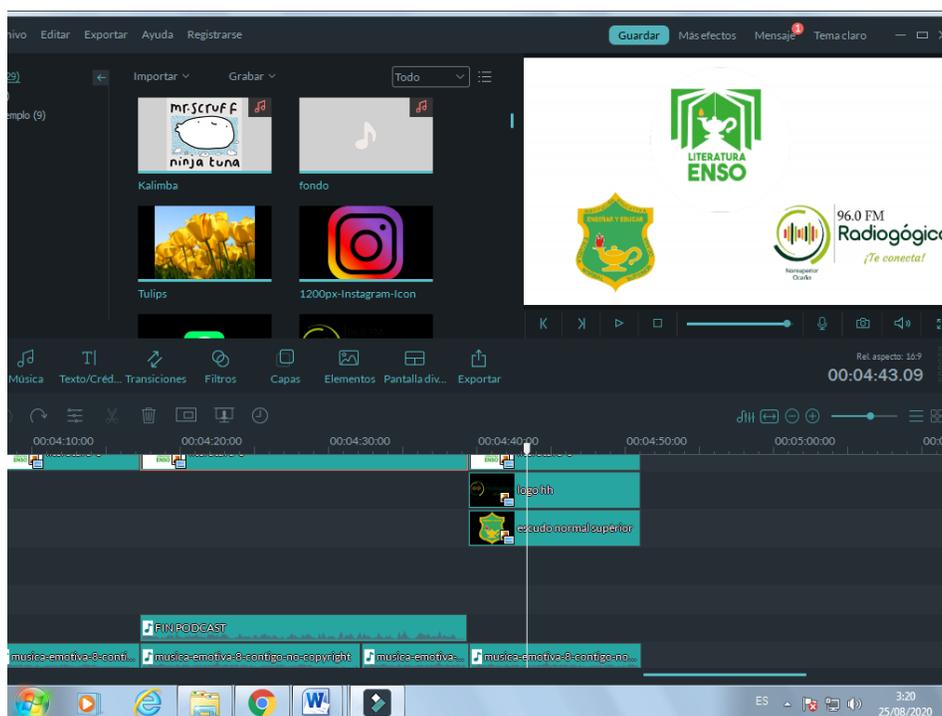


Figura 61. Edición final, logos y música de fondo.

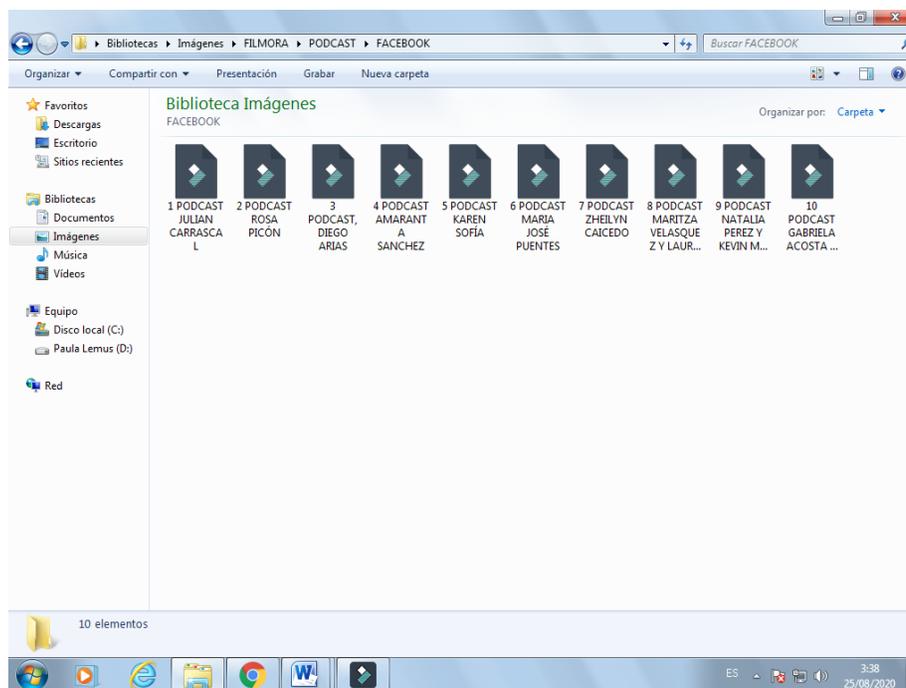


Figura 62. Carpeta de edición de podcast “Filmora”.

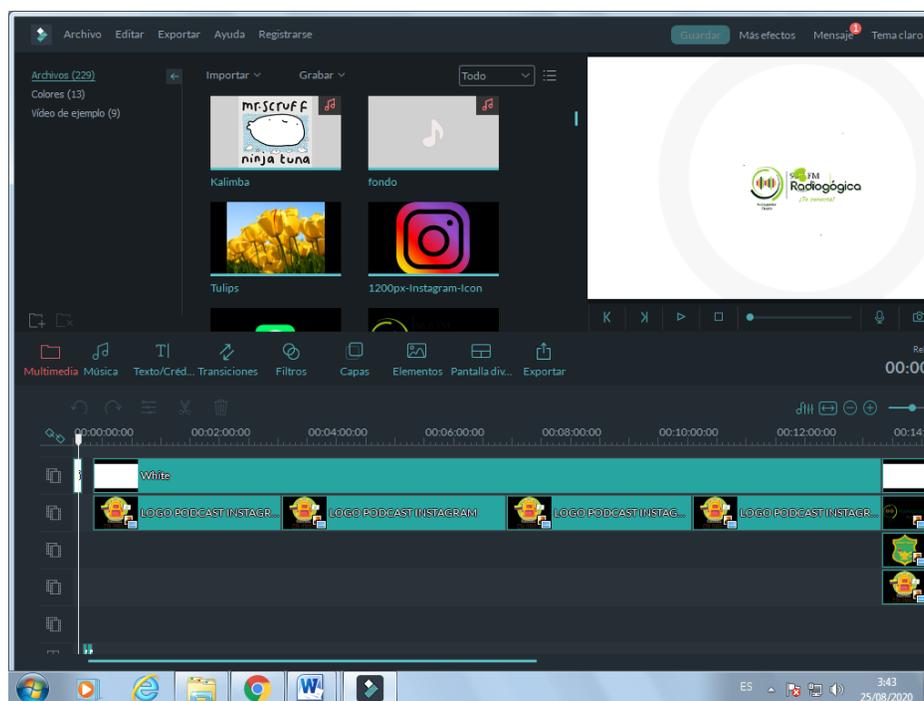


Figura 63. Edición de podcast “Viajeros por Colombia”, Entrada logo de Radiológica en movimiento y música de fondo.



Figura 64. Edición de texto y música de fondo.

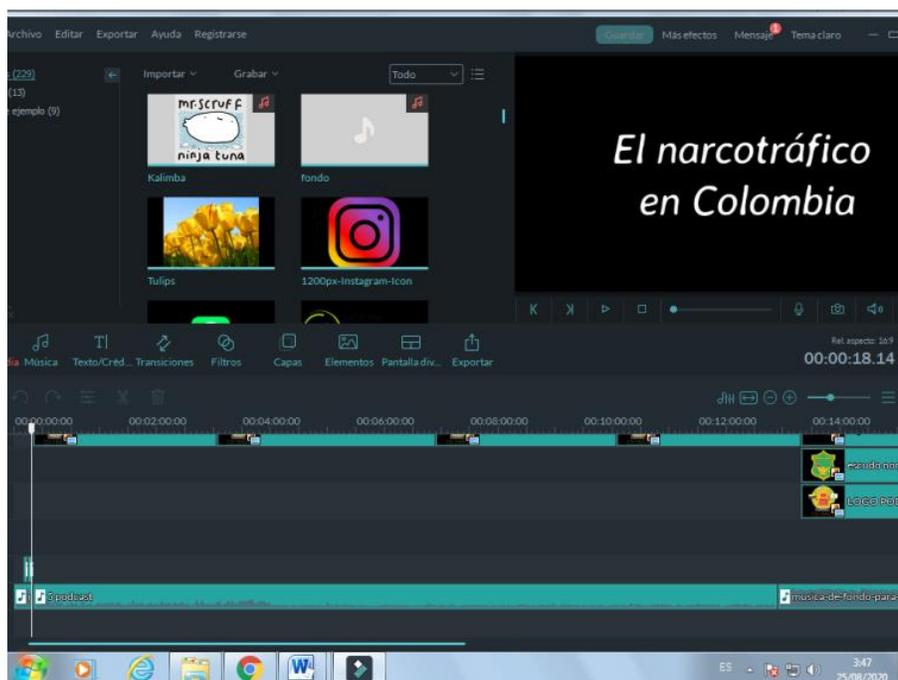


Figura 65. Título del podcast (edición de texto). "Filmora



Figura 66. Logo de podcast en movimiento y audio de estudiantes de fondo con música.

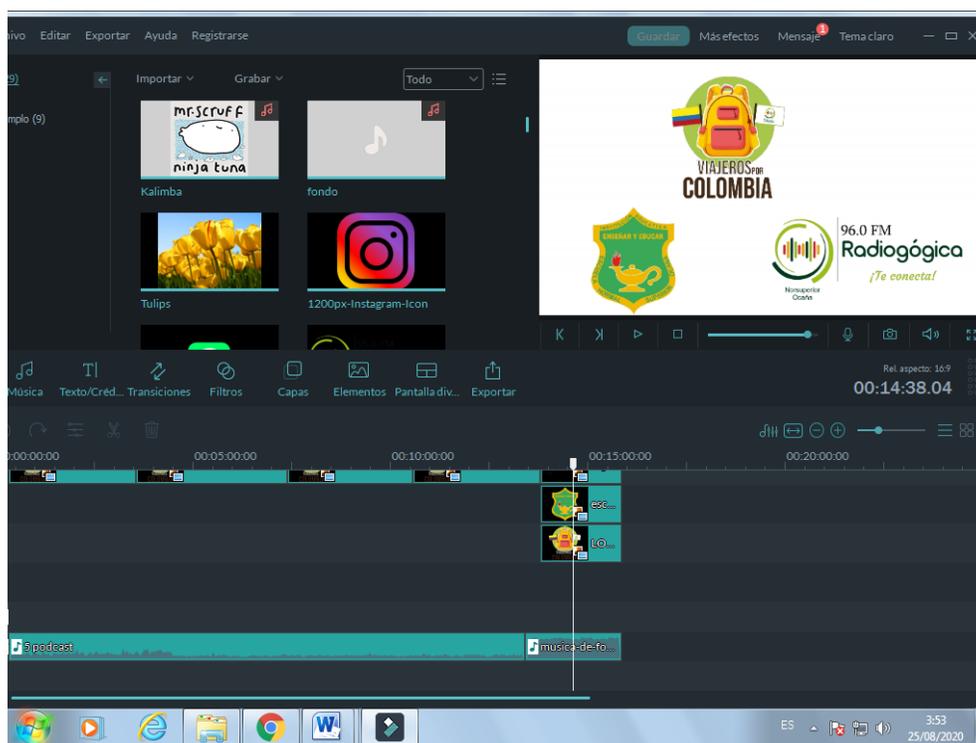


Figura 67. Edición final, logos y música de fondo.

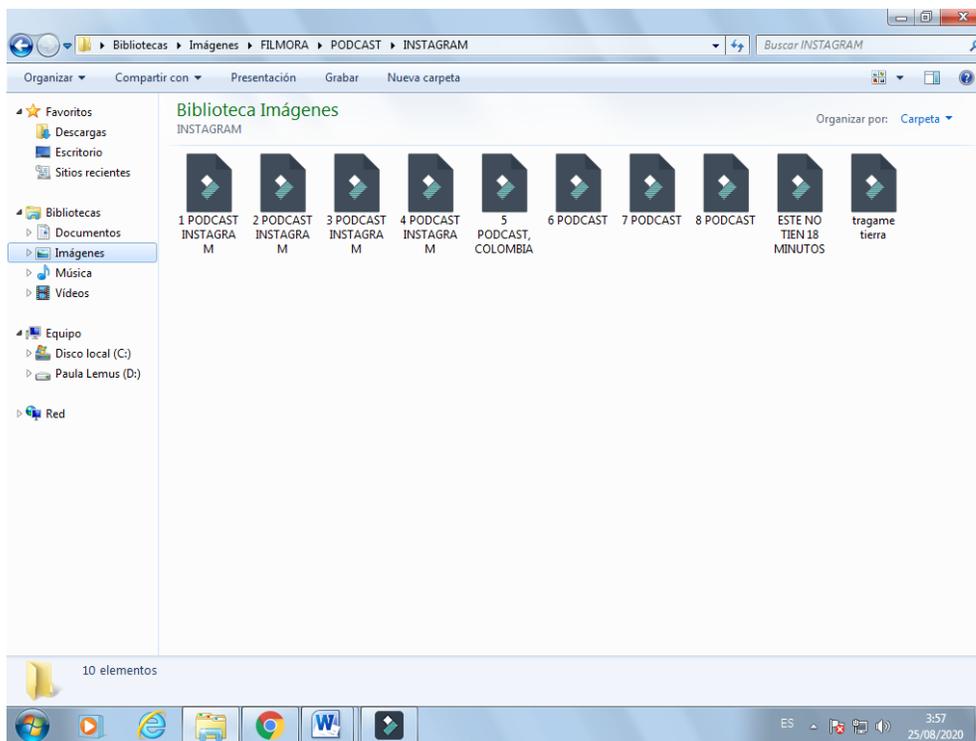


Figura 68. Carpeta de edición de podcast “Filmora”.



Figura 69. Logo de podcast “Literatura ENSO”.

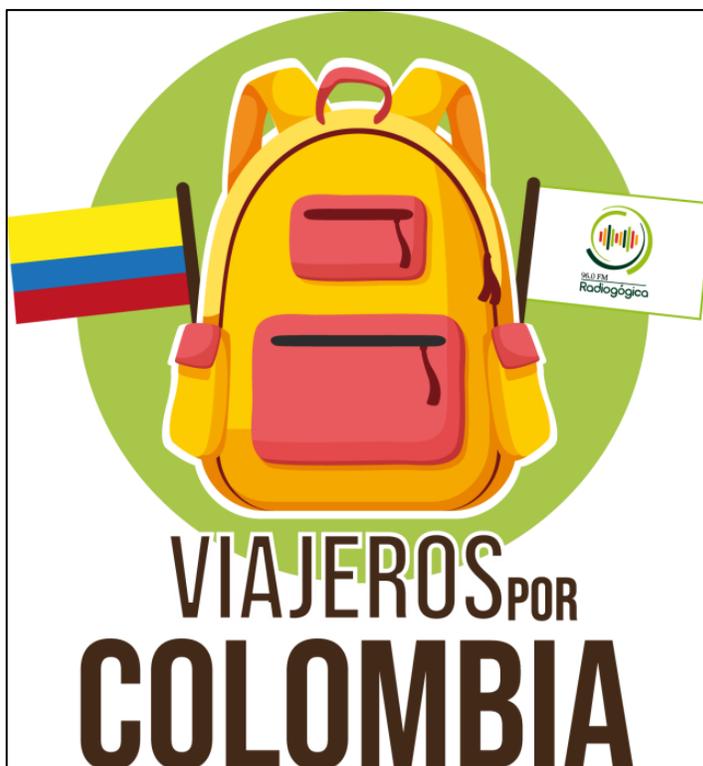


Figura 70. Logo de podcast “Viajeros por Colombia”.

Como séptima actividad se encuentra el ejecutar los productos audiovisuales (podcast, spots) a las distintas plataformas digitales de Radiológica. Cada contenido audiovisual fue divulgado de manera efectiva cumpliendo con el horario de actividades para así establecer un orden y un fortalecimiento en las distintas redes sociales. Los spots y podcast fueron divulgados cada jueves en la página de Facebook de Radiológica pero con horas de divulgación totalmente distintas para que así se distribuyeran dichos productos de manera práctica y se pudiera obtener un gran impacto (reacciones, comentarios, compartidos, vistas, reproducciones) en las mismas. Por otro lado “Viajeros por Colombia” (podcast) fueron divulgados en la cuenta de Instagram de Radiológica todos los miércoles en horas de la mañana, siendo los protagonistas de este gran trabajo los estudiante del Programa de Formación Complementaria, en dicho podcast, los estudiantes hablaron todo

acerca de Colombia.

Evidencias:



Figura 71. Notigógica de bienvenida a podcast “Viajeros por Colombia”.



Figura 72. Publicación de podcast en la cuenta de Instagram.



Figura 73. Historia en Instagram de podcast.



Figura 74. Publicación de podcast en Instagram.



Figura 75. Historia de podcast En Instagram.



Figura 76. Publicación de podcast en Instagram

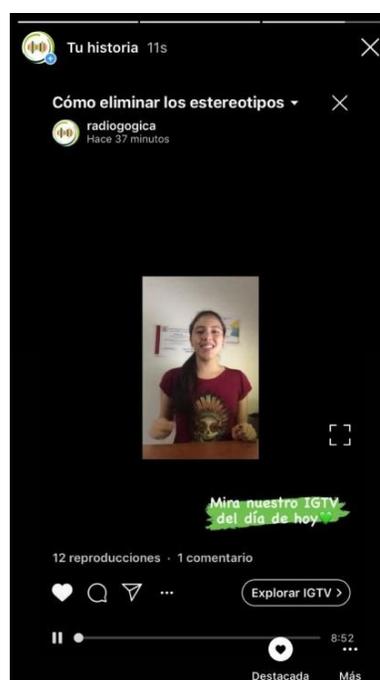


Figura 77. Historia de podcast en Instagram



Figura 78. Notifógica de bienvenida a los podcast en Facebook.

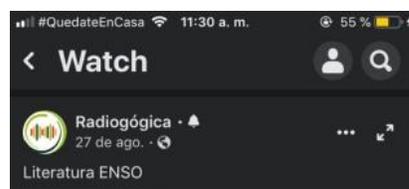
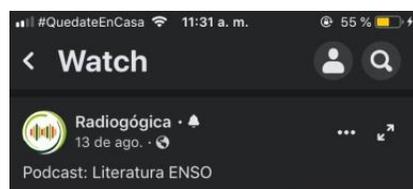


Figura 79. Publicación en Facebook de podcast.

Figura 80. Publicación en Facebook de podcast.



Figura 81. Publicación de podcast.



Figura 82. Publicación en Facebook de spots ENSO.



Figura 83. Publicación en Facebook de spots ENSO.

Como octava actividad, se llevó a cabo la publicidad de concursos, en dicha actividad se realizaron 4 concursos y sorteos en pro de la enseñanza y recreación de toda la comunidad educativa.

Como primer concurso, se llevó a cabo “Sorteo Radiogógica”. Fue realizado en la cuenta de Instagram de Radiogógica contando con 4 patrocinadores (Maraki, dumbodonas, cacricl, bycagri y Radiogógica). Se hizo publicidad a través de las redes sociales de Radiogógica.

Evidencias:



Figura 84. Nota de publicidad para el primer sorteo.



Figura 85. Video de publicidad para el sorteo.



Figura 86. Publicación en Instagram de nota para publicidad.



Figura 87. Historia en Instagram de nota para publicidad del sorteo.

Como segundo concurso, se llevó a cabo “Semana de sorteo con Radiogógica”. Fue realizado en la cuenta de Instagram de Radiogógica durante la semana santa del presente año, Se hizo publicidad a través de las redes sociales de Radiogógica.

Evidencias:



Figura 88. Nota de publicidad para el sorteo.



Figura 89. Publicación de nota de publicidad para sorteo.



Figura 90. Historia en Instagram de nota para publicidad del sorteo.

El tercer concurso fue realizado por la Escuela Normal Superior de Ocaña, la emisora Radiogógica y el área de lengua castellana. Dicho concurso trató de la escritura y cuentos propios escritos por la comunidad educativa. ImaginARTE, La palabra trasciende, como fue llamado el concurso, obtuvo sus propios estatutos para participar, sus jurados evaluadores, publicidad efectiva, apoyo por toda la comunidad educativa y premios justificables para cada uno de los ganadores. Dicho concurso obtuvo su publicidad en las distintas plataformas digitales de Radiogógica.

Evidencias



Figura 91. Nota de publicidad para el concurso.

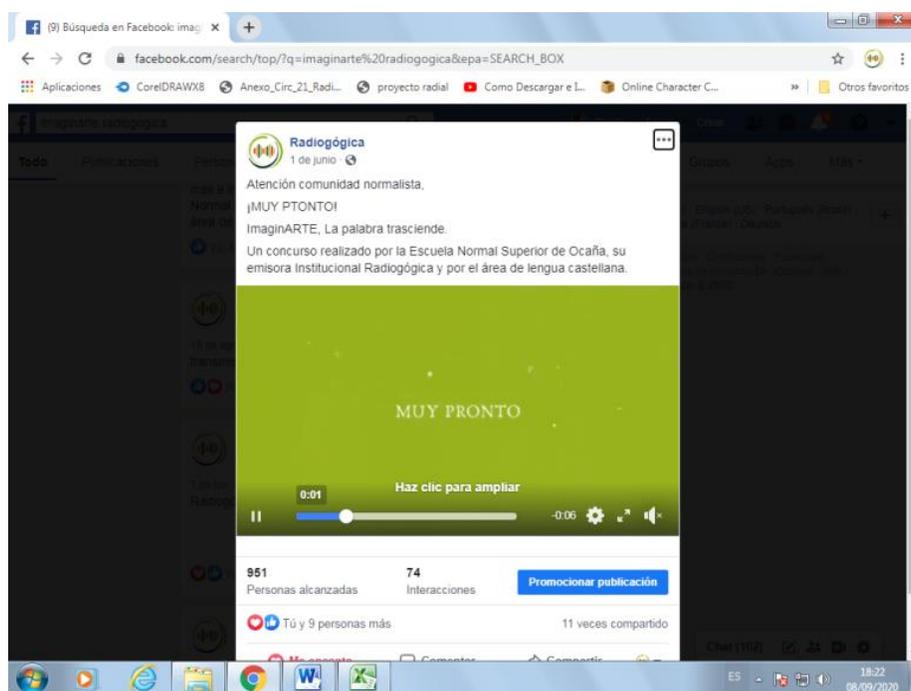


Figura 92. Publicación en Facebook de video de expectativa sobre el concurso.



Figura 93. Publicación de notigógica sobre el concurso.

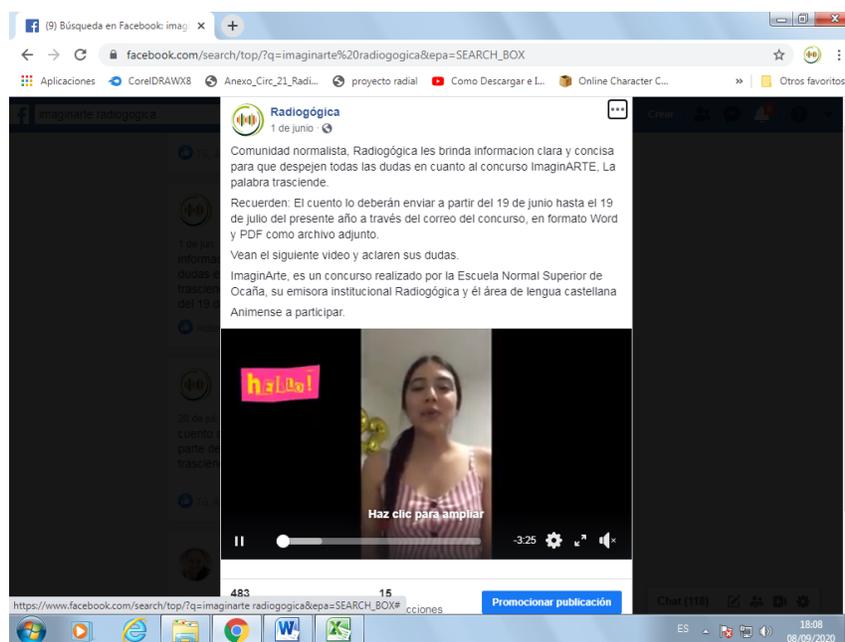


Figura 94. Publicación en Facebook de video para aclarar dudas sobre el concurso.



Figura 95. Publicación de Facebook invitando a la comunidad educativa a enviar su cuento para el concurso.

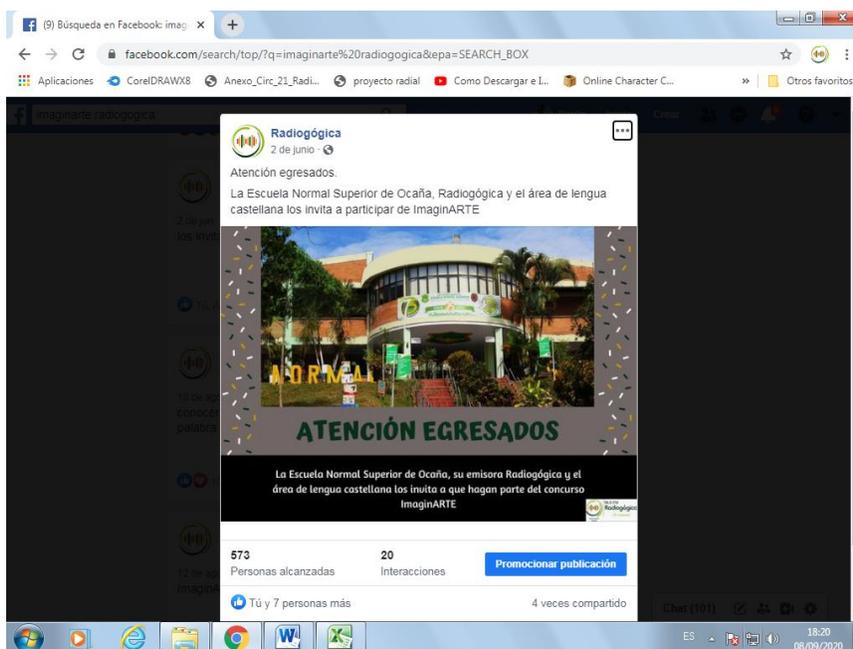


Figura 96. Publicación en Facebook de invitación a egresados de la Institución para participar en el concurso.



Figura 97. Publicación en Facebook de notigógica sobre concurso.



Figura 98. Publicación en Facebook de nota de invitación de últimos días de inscripción al concurso.

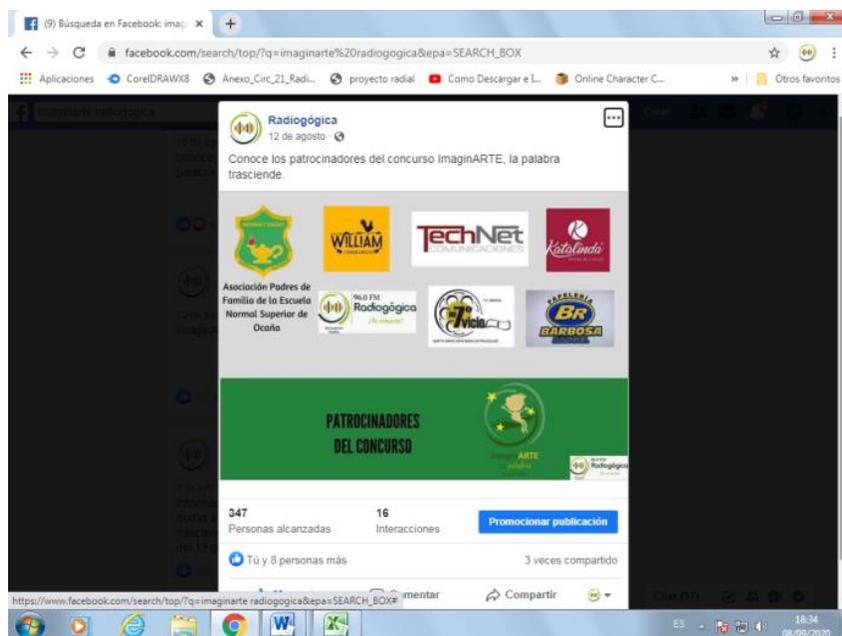


Figura 99. Publicación en Facebook de banner de patrocinadores para el concurso.

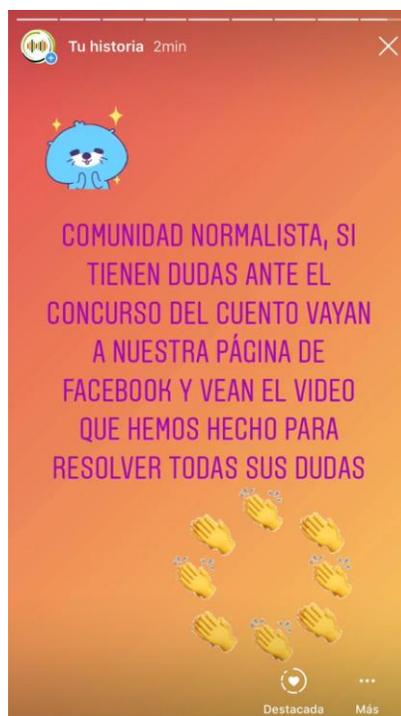


Figura 100. Historia en Instagram sobre el concurso.



Figura 101. Historia en instagram de banner de patrocinadores.



Figura 102. Historia en instagram de invitación a participar del concurso.



Figura 103. Historia en Instagram invitando a la institución a enviar su cuento.



Figura 104. Historia en Instagram informando novedad del concurso

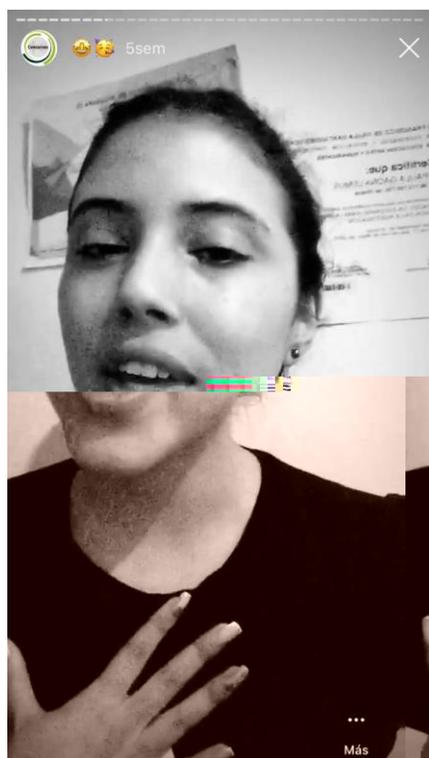


Figura 105. Historia en Instagram invitando a enviar el cuento para el concurso.



Figura 106. Historia en Instagram informando la fecha donde se anunciarán los ganadores.

Se llevó a cabo el cuarto concurso de amor y amistad llamado “Aprende y gana con Radiológica”. Se realizó el día 11 de septiembre con el fin de celebrar con los estudiantes, docentes y administrativos este mes de amor y amistad. Dicho concurso contó con el apoyo de 14 patrocinadores, entre ellos los mismos estudiantes de la institución que a causa del confinamiento social decidieron emprender, montando su propia tienda virtual. Este concurso fue realizado mediante una transmisión en vivo por la página de Facebook de Radiológica, donde cada persona llamaba y debía responder a las preguntas que se le hacía y así mismo rectificando que haya seguido a cada uno de los patrocinadores. Del presente concurso se realizó su publicidad en las distintas plataformas digitales de Radiológica.

Evidencias:



Figura 107. Logo del concurso de amor y amistad.

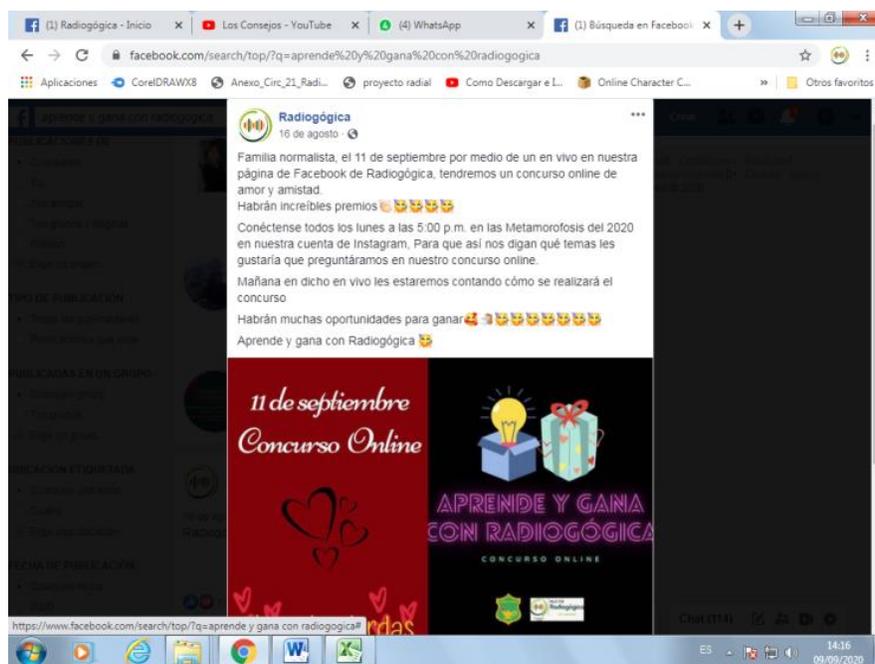


Figura 108. Publicación en Facebook de notigógica del concurso online de amor y amistad.



Figura 109. Historia en Instagram de Notigógica de concurso online.

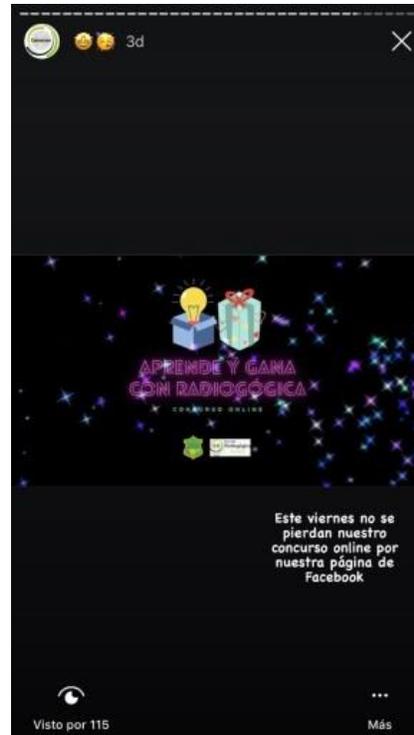


Figura 110. Historia en Instagram de video de expectativa del concurso online.

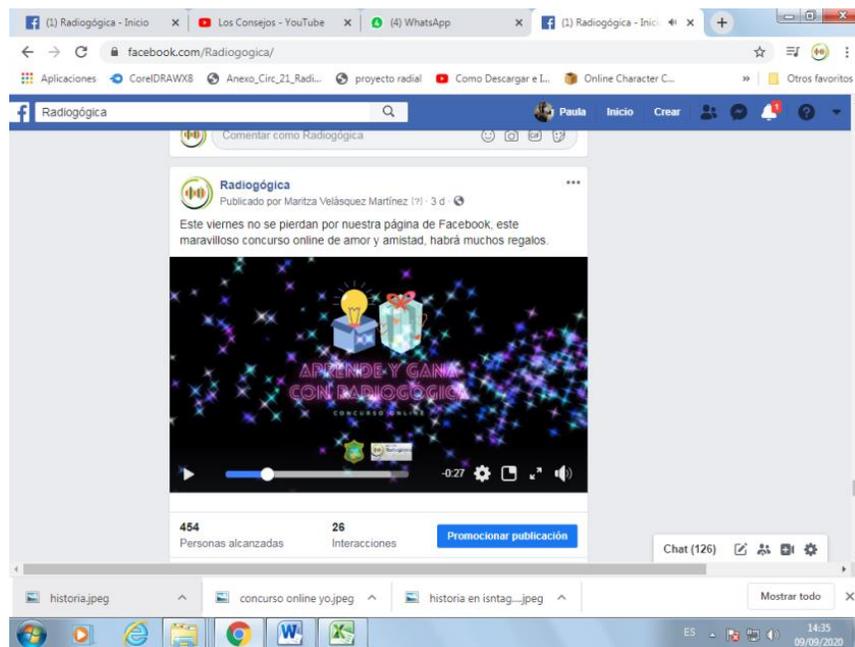


Figura 111. Publicación en Facebook de video de expectativa del concurso online de amor y amistad.



Figura 112. Publicación en Instagram de banner de patrocinadores.



Figura 113. Publicación en Facebook de banner de patrocinadores.



Figura 114. Historia en Instagram.



Figura 115. Publicación en Facebook de pasos a seguir para participar en el concurso.



Figura 116. Historia en Instagram de pasos a seguir para participar en el concurso.

La realización de los concursos es la novena actividad del tercer objetivo específico, allí se publicó el resultado de cada uno de los concursos y sorteos realizados en la institución educativa. A continuación se mostrarán las evidencias de cada concurso.

Evidencias:

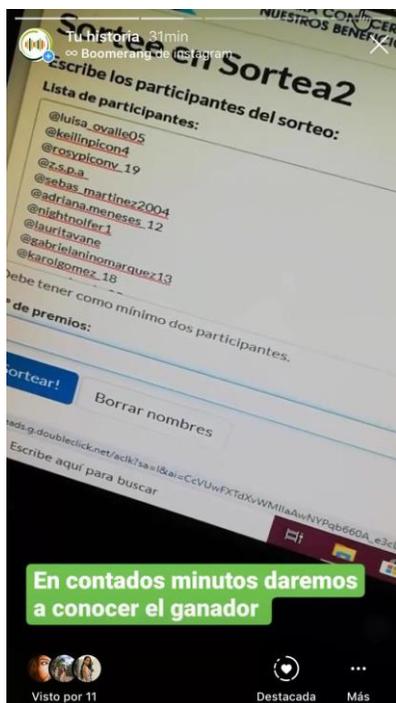


Figura 117. Historia en Instagram del sorteo (escogiendo el ganador).



Figura 118. Historia en Instagram dando a conocer el nombre del ganador.



Figura 119. Historia en Instagram agradeciendo a todos por participar.



Figura 120. Historia en Instagram entregando los premios.



Figura 121. Historia en Instagram de la ganadora con sus premios.



Figura 122. Historia compartida en Instagram de la ganadora.

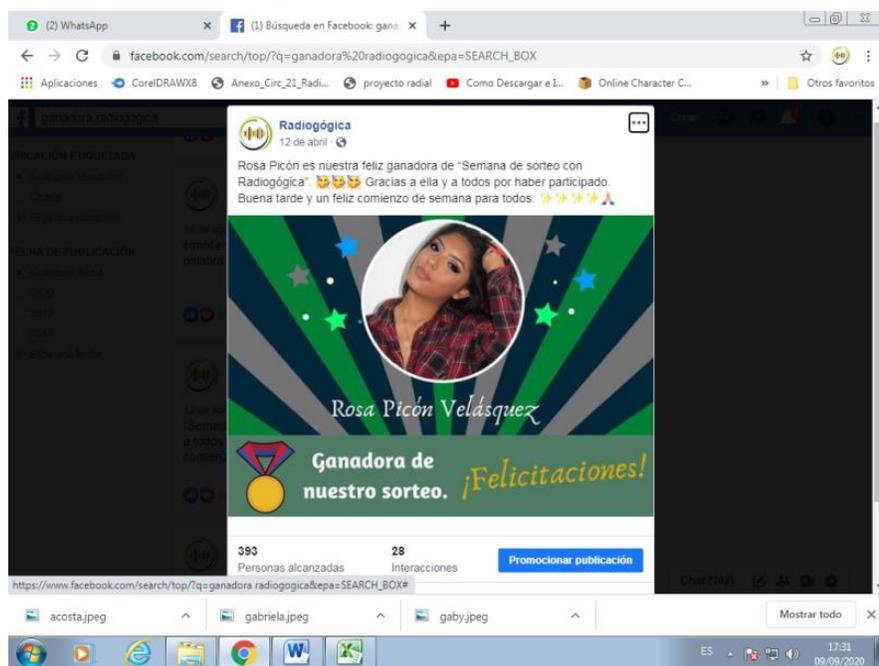


Figura 123. Publicación en Facebook de la ganadora del segundo concurso Realizado en la cuenta de Instagram Radiogógica.



Figura 124. Historia en Instagram de la estudiante recibiendo su premio.



Figura 125. Publicación en Facebook informando la hora de la transmisión en vivo.



Figura 126. Historia en Instagram informando que en pocos minutos se da inicio a la transmisión en vivo.

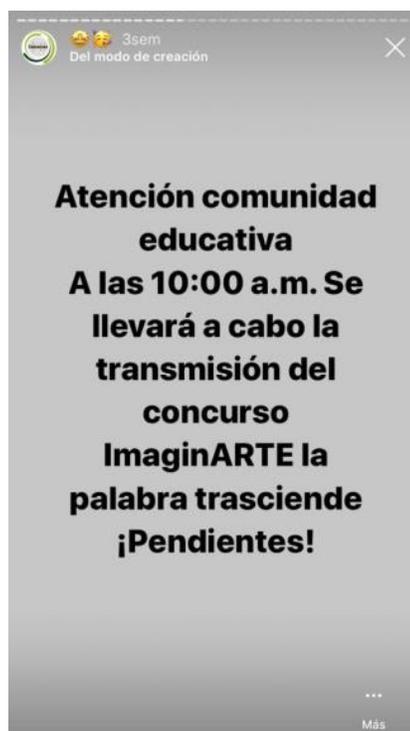


Figura 127. Historia en Instagram.

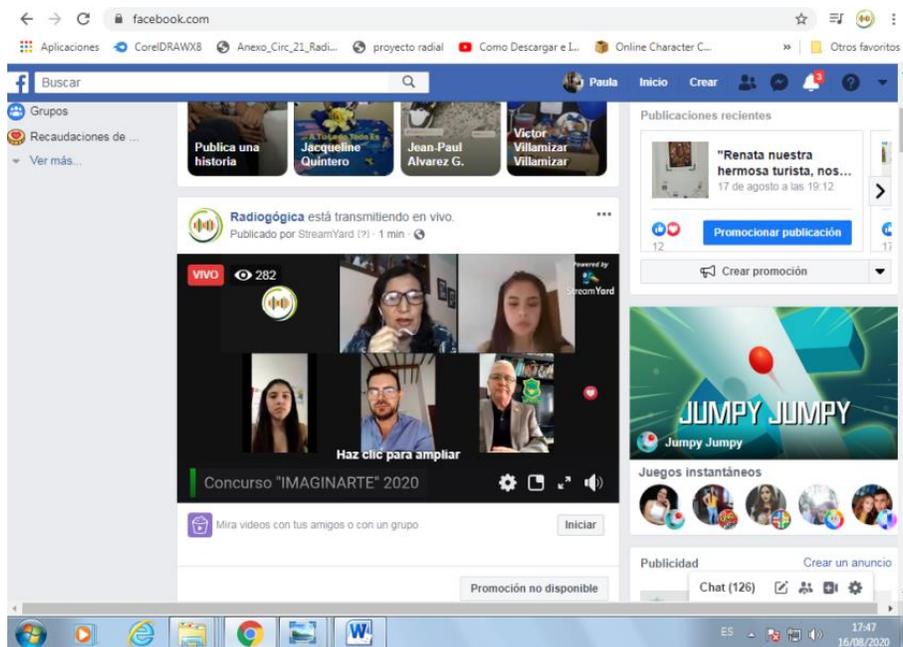


Figura 128. Transmisión en vivo en la página de Facebook de Radiológica.



Figura 129. Publicación en Facebook de Radiológica de agradecimiento a participar en el concurso ImaginARTE La palabra trasciende.



Figura 130. Historia en Instagram de notigógica de agradecimiento



Figura 131. Publicación en Facebook de notigógicas a los seis ganadores.



Figura 132. Historia en Instagram de notigógica para el ganador.



Figura 133. Historia en Instagram de notigógica para la ganadora

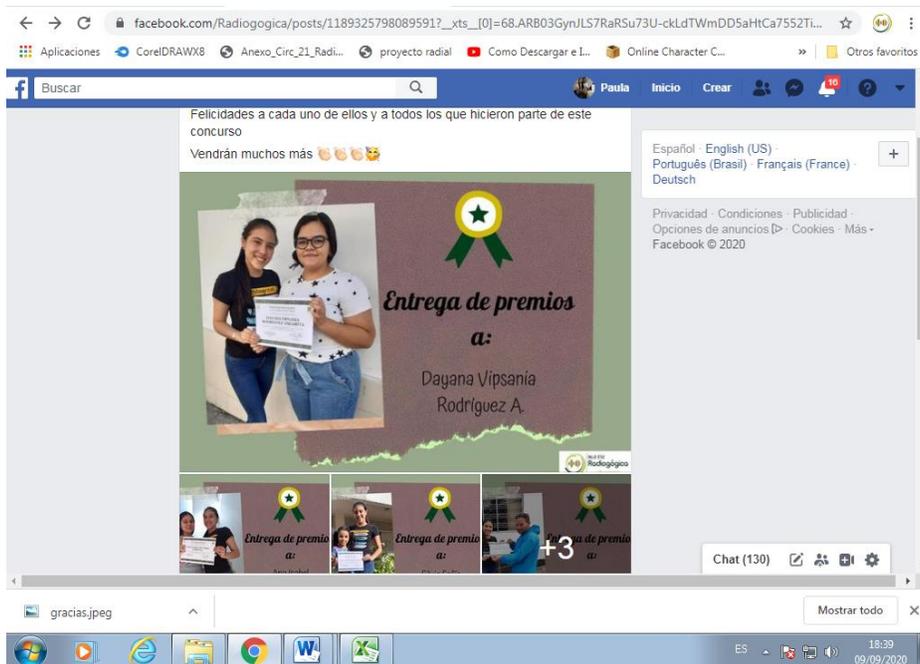


Figura 134. Publicación de notigógicas en Facebook entregando los premios a los seis ganadores.



Figura 135. Historia en Instagram.



Figura 136. Historia en Instagram. de notigógica, entregando premio.



Figura 137. Historia en Instagram. de notigógica, entregando los respectivos premios

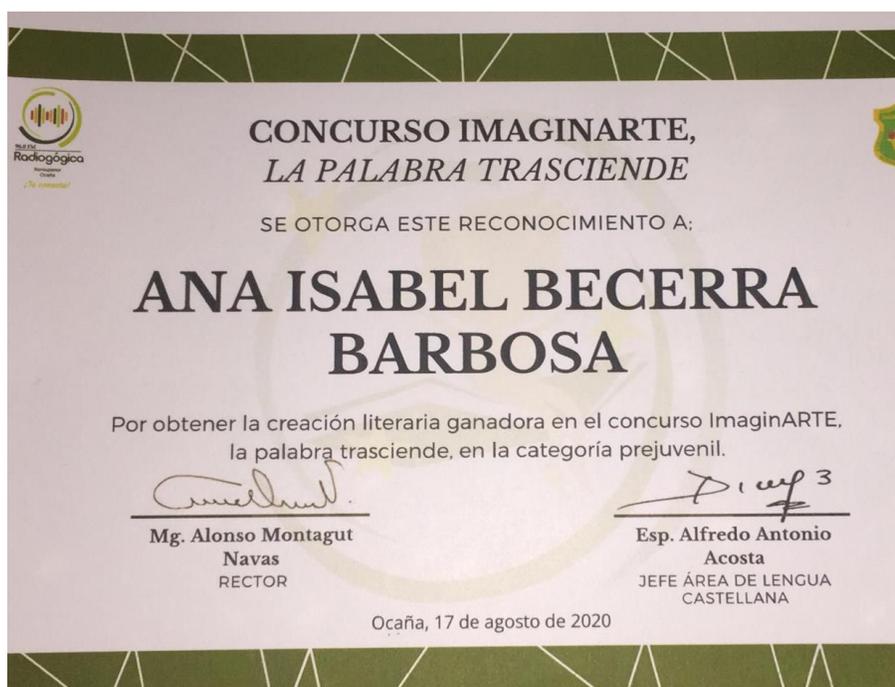


Figura 138. Mención de honor a los ganadores del concurso.



Figura 139. Publicación en Facebook unos minutos antes comenzar la transmisión en vivo del concurso de amor y amistad.



Figura 140. Historia en Instagram, minutos antes de comenzar el concurso

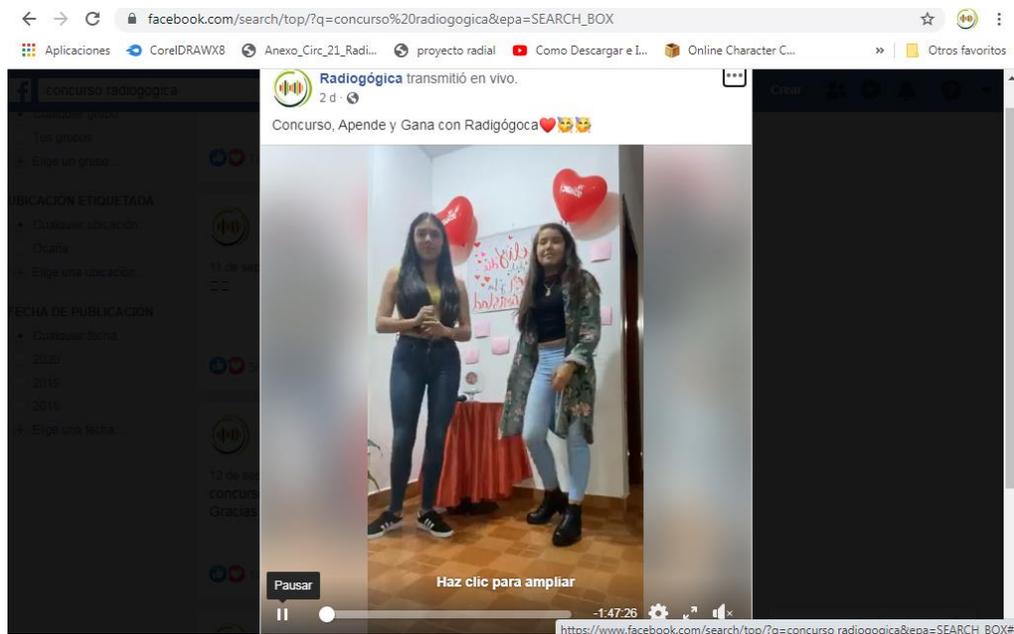


Figura 141. Transmisión en vivo en la página de Facebook de Radiogógica sobre el concurso de “Aprende y gana con Radiogógica” (amor y amistad).



Figura 142. Publicación en Facebook de agradecimiento por participar en el concurso.



Figura 143 . Historia en Instagram de agradecimiento por haber participado en el concurso.



Figura 144. Historia en Instagram agradeciendo a los patrocinadores por su apoyo.



Figura 145. Historia en Instagram



Figura 146. Historia en Instagram de los ganadores con sus premios.



Figura 147. Historia en Instagram de la ganadora con su premio de Fabilatto.



Figura 148. Historia en Instagram de la ganadora con su premio de el Restaurante Boyacá.



Figura 149. Historia en Instagram de la ganadora con su premio de Meraky.



Figura 150. Historia en Instagram de la ganadora con su premio de Gift Store.

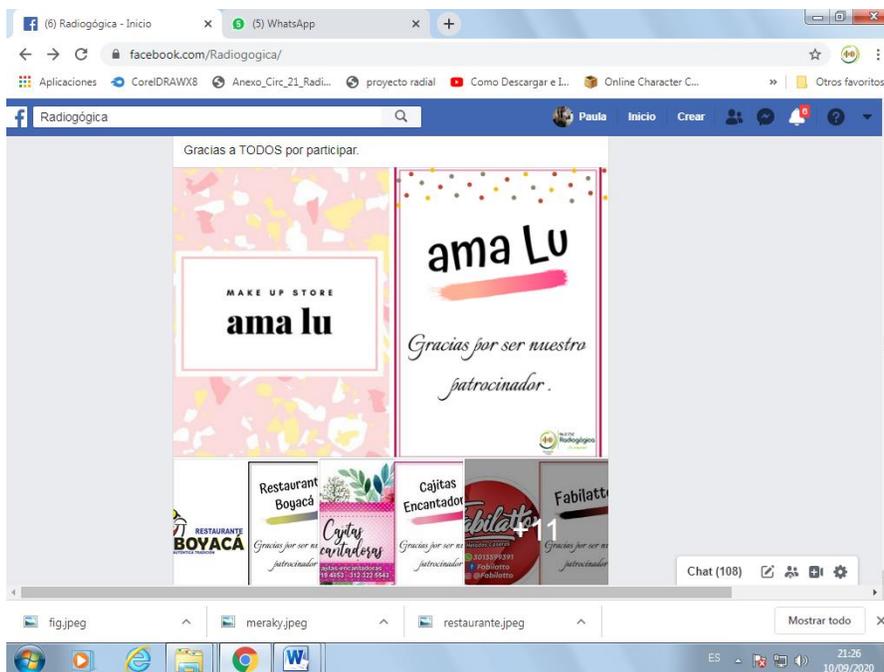


Figura 151. Publicación en Facebook de notigógicas de agradecimiento a cada uno de los patrocinadores por su apoyo al concurso.



Figura 152. Historia en Instagram de notigógica como agradecimiento a “Ama Lu” (Patrocinador).



Figura 153. Historia en Instagram de notigógica como agradecimiento al “Restaurante Boyacá”.



Figura 154. Historia en Instagram de notigógica como agradecimiento a “Fabilatto” (Patrocinador).



Figura 155. Historia en Instagram de notigógica como agradecimiento a “El Closet de Pau” (Patrocinador).

Como decima actividad, se encuentra la realización y divulgación de los IGTV en la cuenta de Instagram de Radiológica, dicha actividad fue llamada “Lunes de IGTV con Radiológica”. Y fue publicada cada lunes en dicha red social, allí se hablaban de temas sumamente educativos. Se diseñó una Intro para su efectiva presentación, de igual forma su edición contuvo música de fondo y logos de la Institución Educativa y de su emisora en movimiento.

Evidencias de edición:

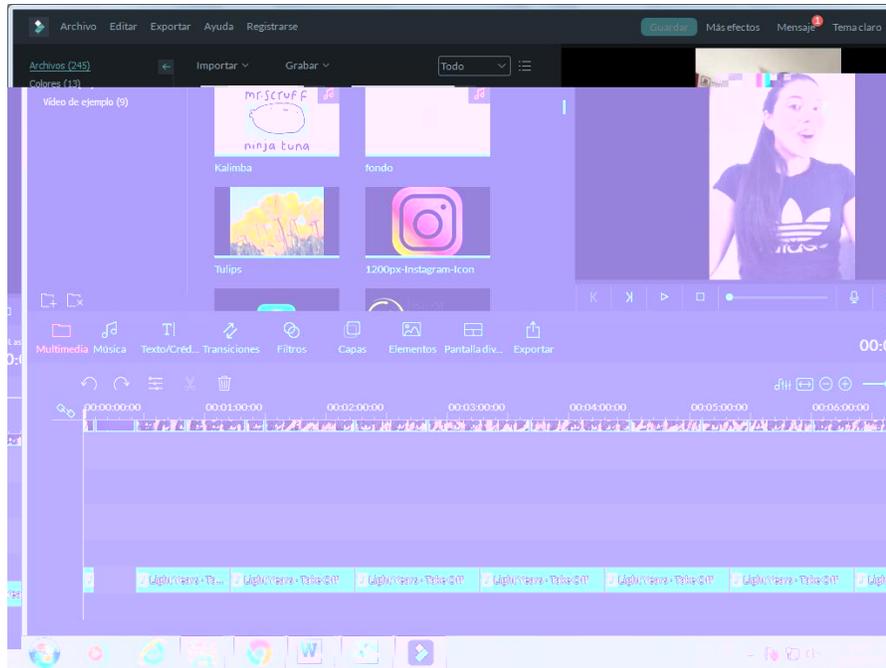


Figura 156. Edición de IGTV en “Filmora”.

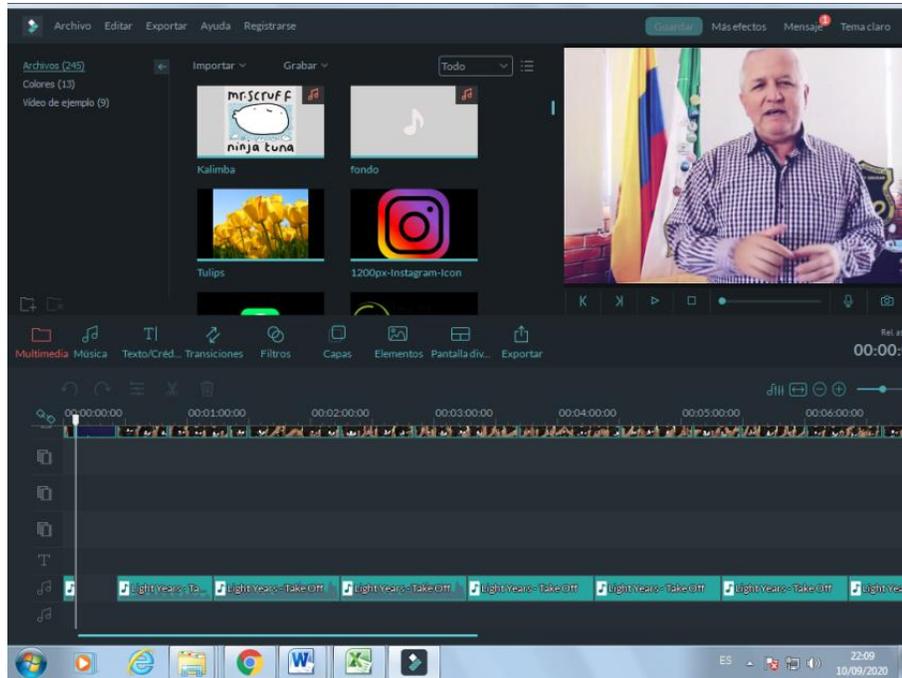


Figura 157. Intro de IGTV.

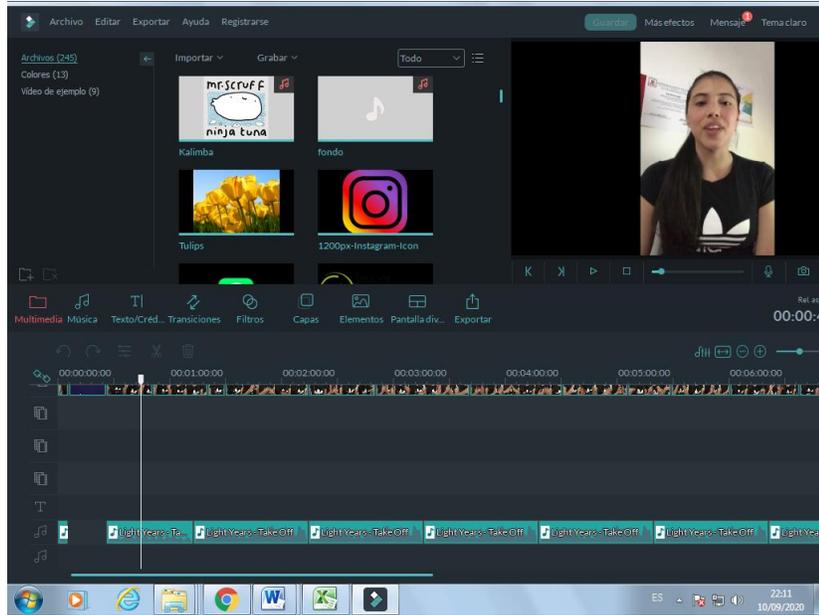


Figura 158. Edición de video con música de fondo.

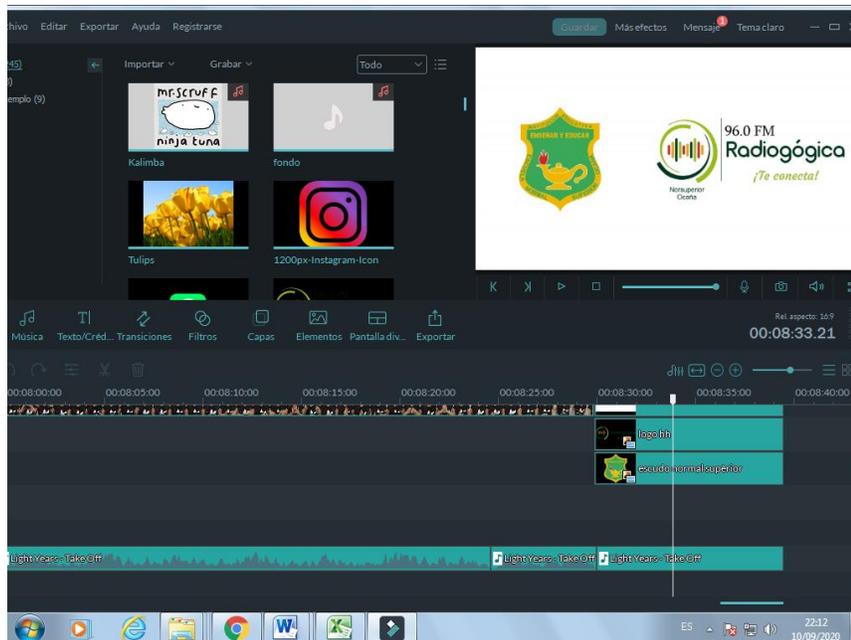


Figura 159. Edición de logos en movimiento y música de fondo.

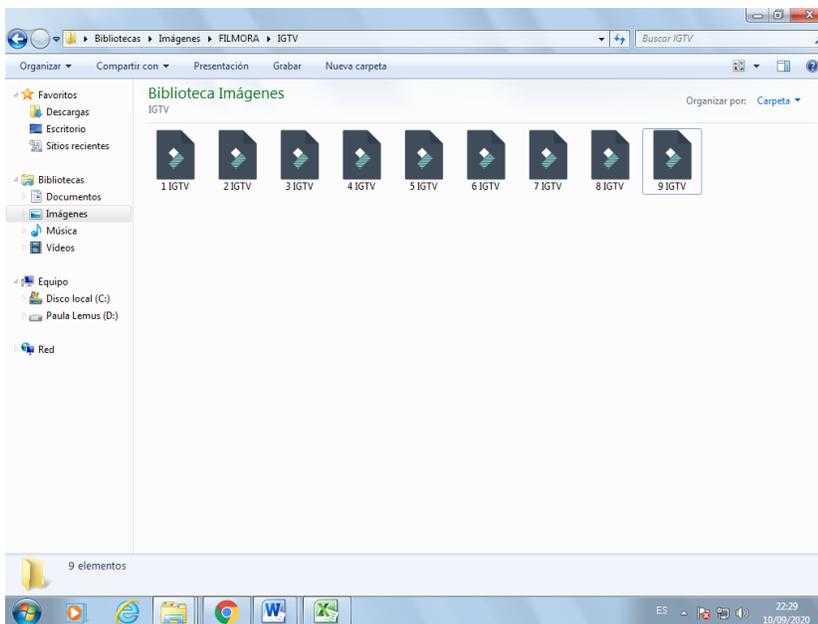


Figura 160. Carpeta de edición de IGTV “Filmora”.

Evidencias de publicación de IGTV:



Figura 161. Publicación en Facebook



Figura 162. Publicación en Instagram de “Lunes de IGTV con Radiológica”.



Figura 163. Historia en Instagram de IGTV.

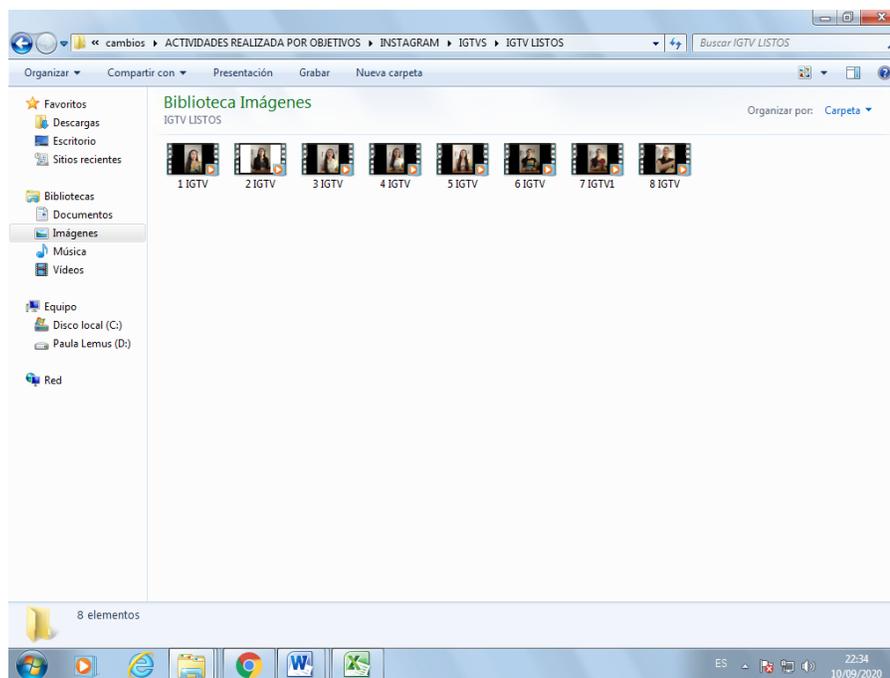


Figura 164. Carpeta de videos editados (IGTV).

Como undécima actividad se encuentra la recopilación de historias de vida de la comunidad educativa, fueron cinco las historias recopiladas para determinado tiempo y en ella se logró que la comunidad educativa respondiera exitosamente a dicho producto audiovisual.

Evidencias:

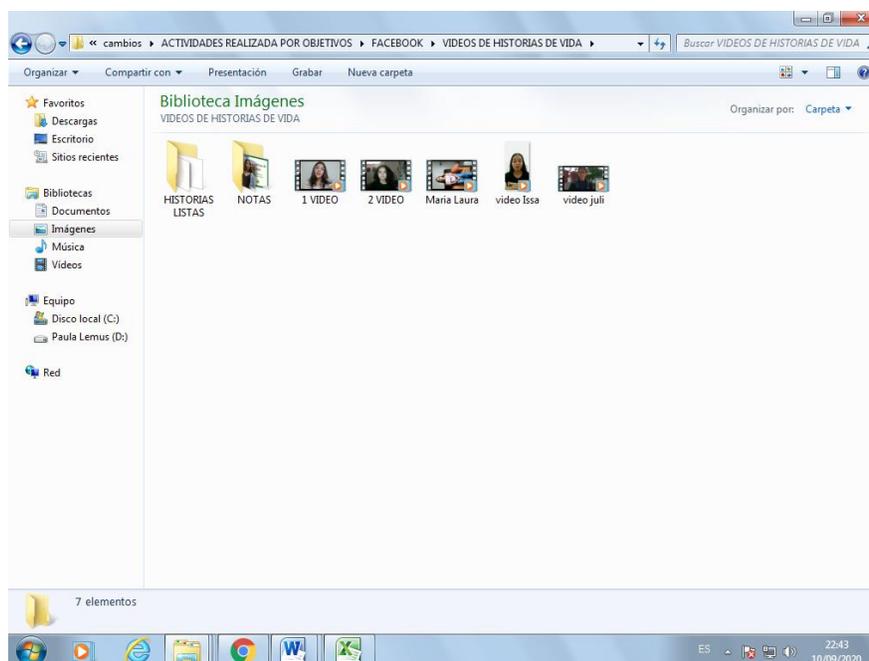


Figura 165. Carpeta de recopilación de historias de vida de estudiantes.

La actividad número doce fue editar las respectivas historias de vida de cada uno de los estudiantes que enviaron su video, dicha actividad fue editada en “Wondershare Filmora”.

Evidencias:

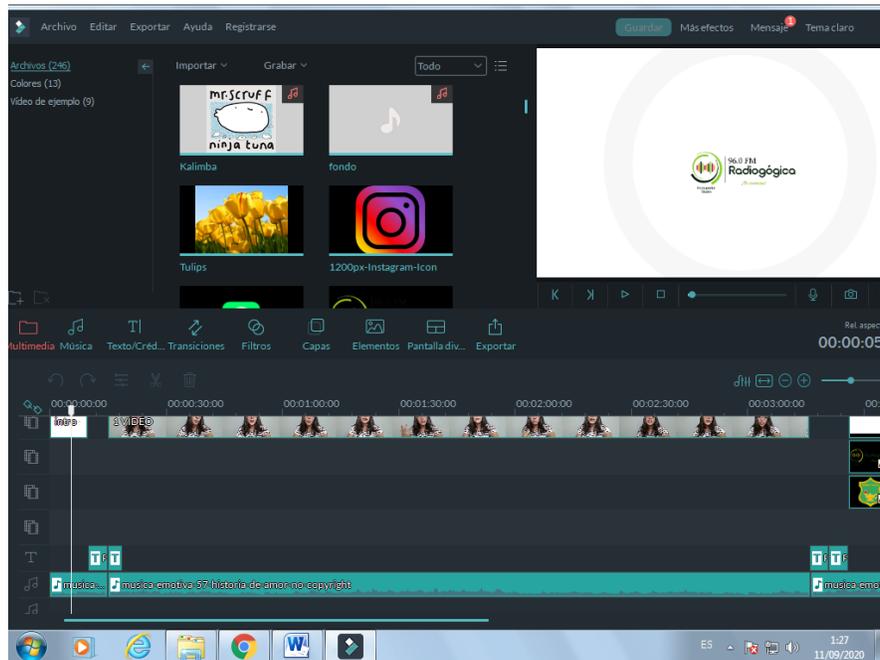


Figura 166. Edición de historias de vida en “Filmora (entrada logo de Radiológica en movimiento y música de fondo).



Figura 167. Ventana de texto en movimiento y música de fondo (Filmora).

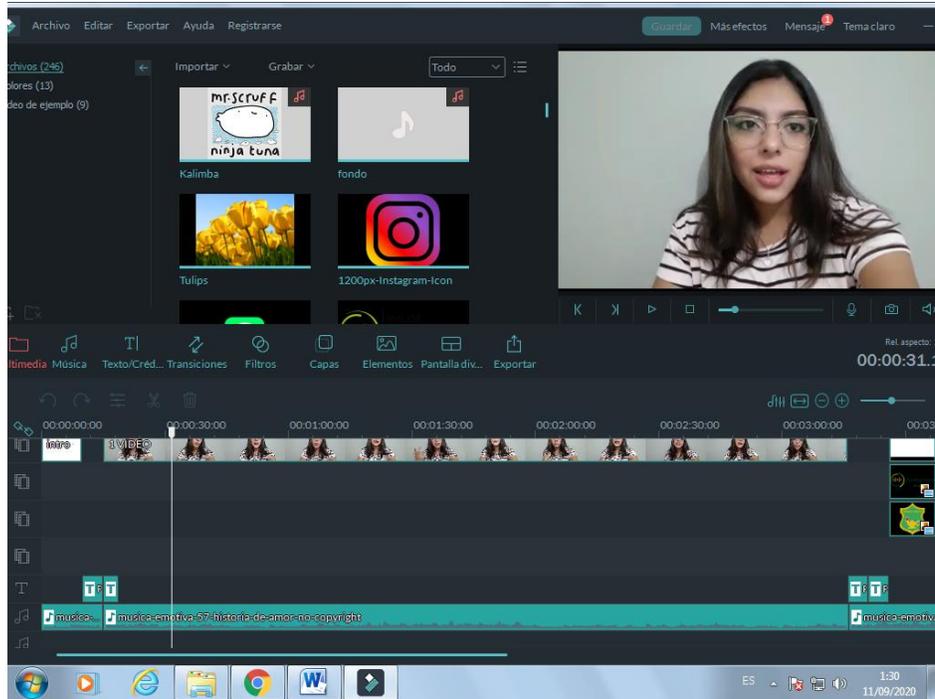


Figura 168 . Video de estudiante y música de fondo (Filmora).

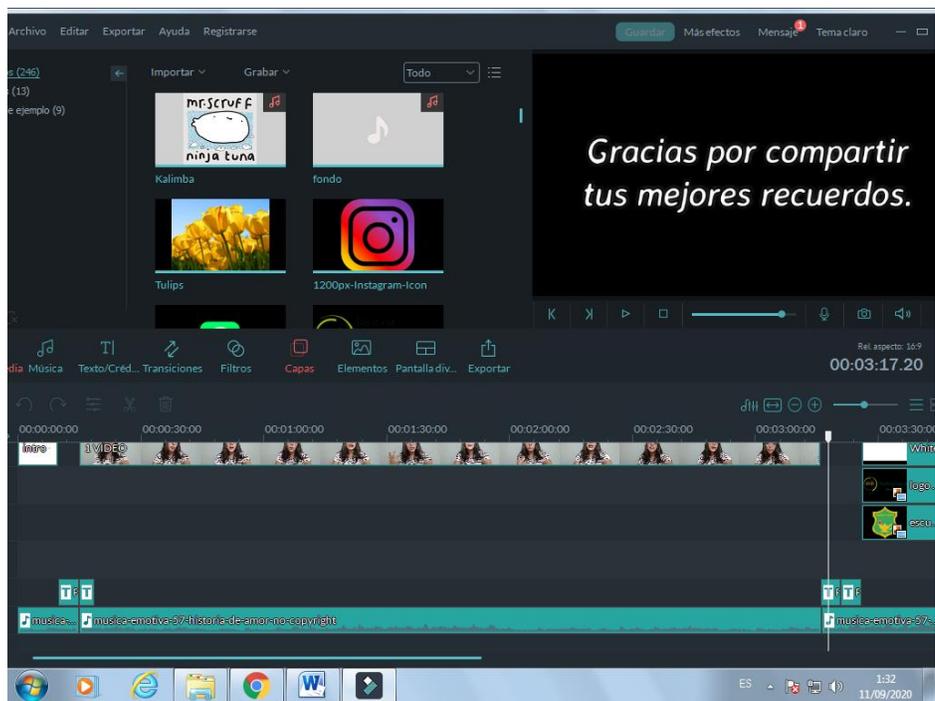


Figura 169. Ventana de texto en movimiento y música de fondo. (Filmora).



Figura 170. Ventana de texto en movimiento y música de fondo (filmora).

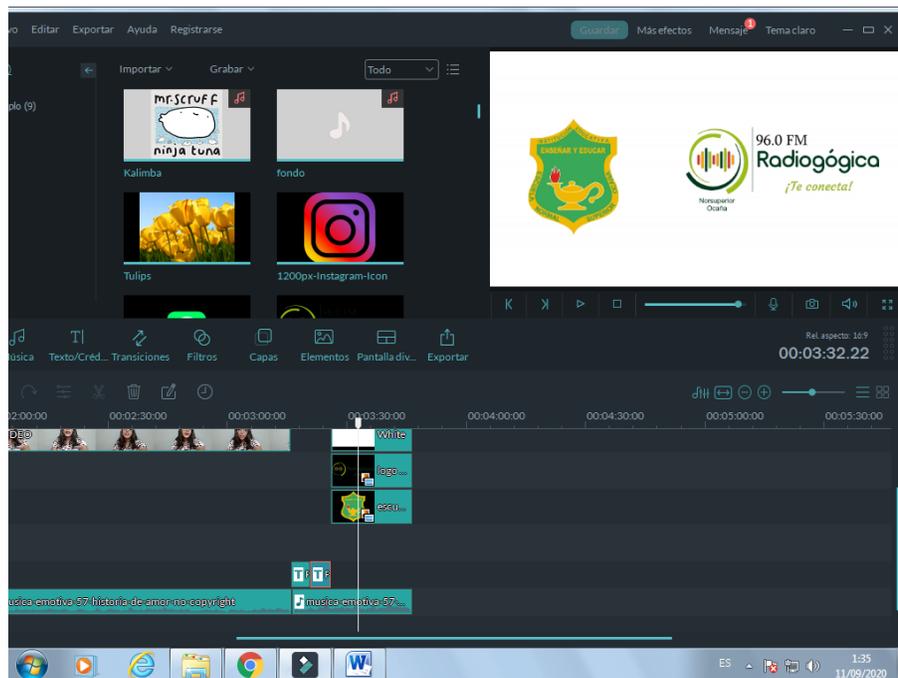


Figura 171. Logos en movimiento y música de fondo.

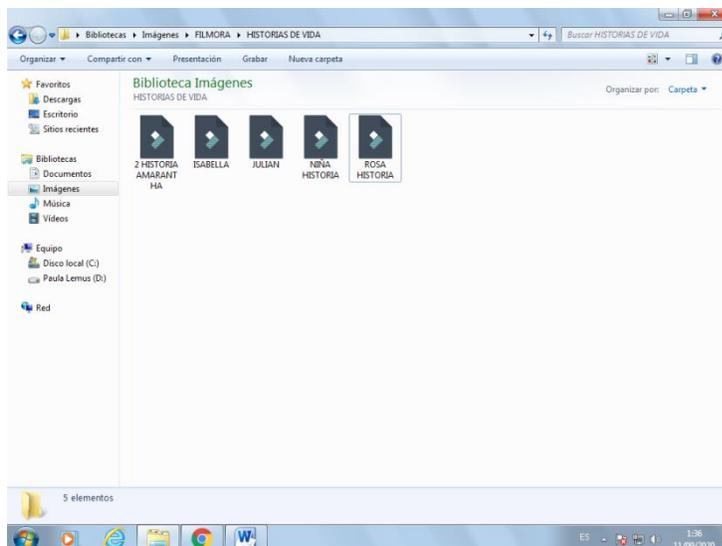


Figura 172. Carpeta de edición de historias de vida “Filmora”.

La actividad número 13 es la respectiva divulgación de los productos audiovisuales (Historias de vida) dicho producto fue divulgado en la página de Facebook de Radiológica a partir del 28 de agosto del presente año, cada viernes en horas de la mañana la comunidad educativa contaba con una nueva historia de vida.

Evidencias:

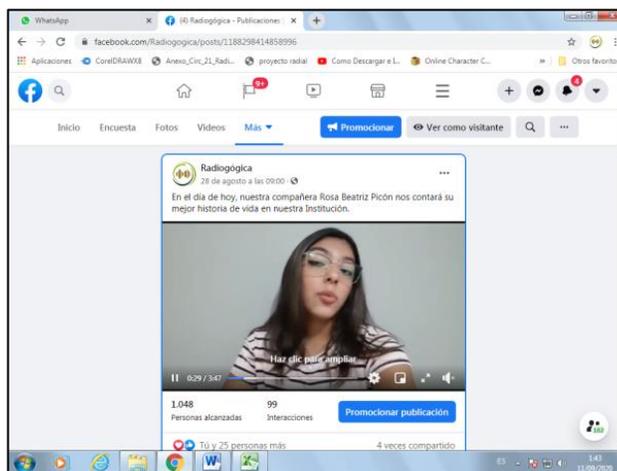


Figura 173. Publicación en Facebook de Historia de Vida de la estudiante Rosa Picón del grado 11ºB.

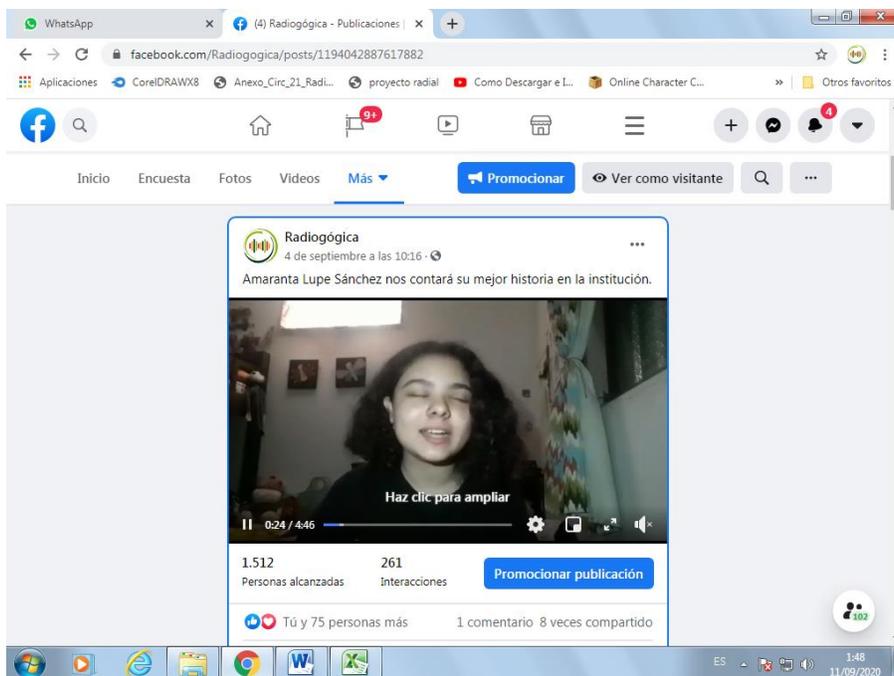


Figura 174. Publicación en Facebook de Historia de Vida de la estudiante Amaranta Lupe Sánchez del grado 8°.

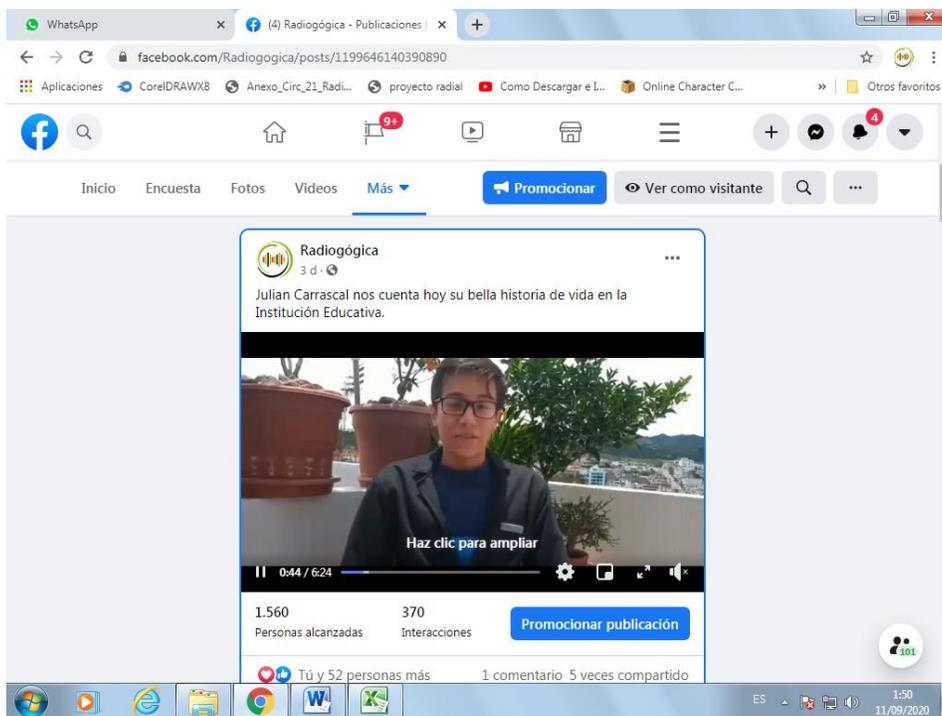


Figura 175. Publicación en Facebook de Historia de Vida del estudiante Julián Carrascal.

Además de las anteriores actividades se realizaron distintas labores para fortalecer las redes sociales de Radiológica e interactuar de una mejor manera cada día de la semana con la comunidad educativa, generando valor de contenido.

Evidencias de actividades realizadas en la página de Facebook de Radiológica:

“Viajemos por el mundo de la lectura” dicha actividad fue divulgada en Facebook todos los martes en horas de la tarde, este producto audiovisual fue trabajado por Yanelly Esperanza Muñoz, bibliotecaria de la Institución y su hija Laura Isabella Quintero Muñoz. En la presente actividad se recomendaban distintos libros educativos para que la comunidad educativa se documentara sobre las mejores literaturas en tiempos de confinamiento social.

Evidencias de edición del producto audiovisual:



Figura 176. Edición de “Historias de Vida” (Filmora).

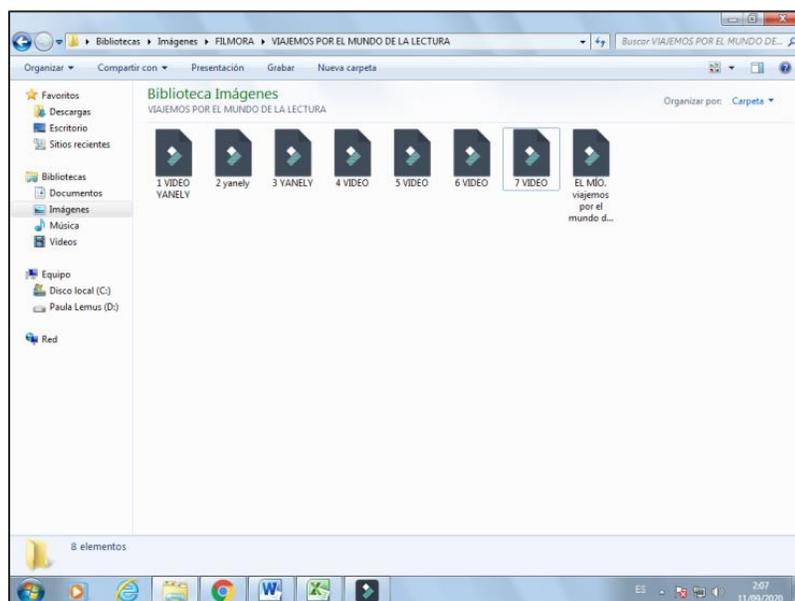


Figura 177. Carpeta de edición de Historias de Vida (Filmora).

Evidencias de divulgación del presente contenido audiovisual:

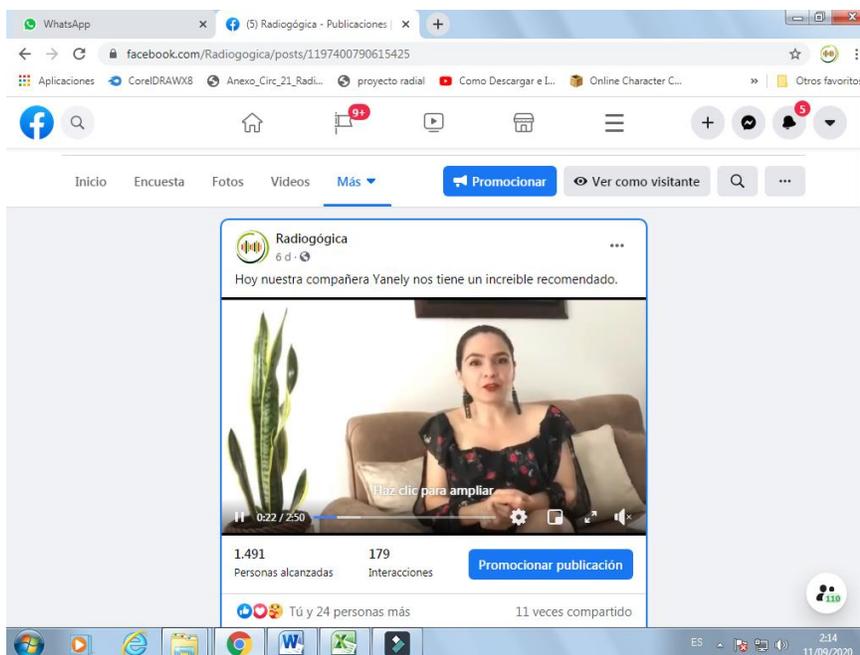


Figura 178. Publicación en Facebook de “Viajemos por el mundo de la lectura”.

En seguida se encuentra “Los Tip educativos”, dicha actividad fue divulgada cada miércoles en horas de la mañana, allí se daban a conocer información sumamente educativa para que la intuición se documentara de temas importantes en tiempos de confinamiento social.

Evidencias



Figura 179. Publicación de notigógica de bienvenida a los “Tip educativos”.



Figura 180. Publicación de notigógica de “Tip educativos”.

“Tip de películas en casa”, esta actividad fue divulgada cada sábado en horas de la tarde con el fin que toda la comunidad educativa encontrara en Radiogógica una invitación agradable para compartir en casa y en familia en tiempos de confinamiento social. Al

publicar dada notigógica se le compartía el enlace de la plataforma de YouTube para que ingresaran directamente a la película sin tener que buscarla.

Evidencias:



Figura 181. Publicación de notigógica de bienvenida a “Tip de películas”.



Figura 182. Publicación de notigógica de tip de película.

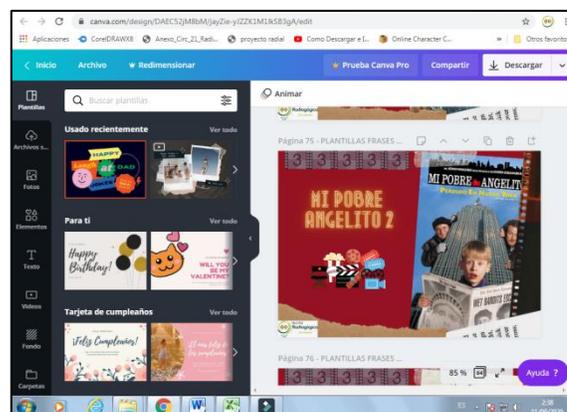


Figura 183. Edición en Canva de “Tip de películas”.

Evidencias de actividades extras divulgadas en la cuenta de Instagram de Radiológica:

Las Metamorfosis del 2020 inició transmitiéndose en la página de Facebook de Radiológica pero por inconvenientes se decidió seguir haciendo las transmisiones en vivo por la cuenta de Instagram cada lunes a las cinco de la tarde, allí se hablaban sobre aquellos cambios que surgieron durante este año 2020.

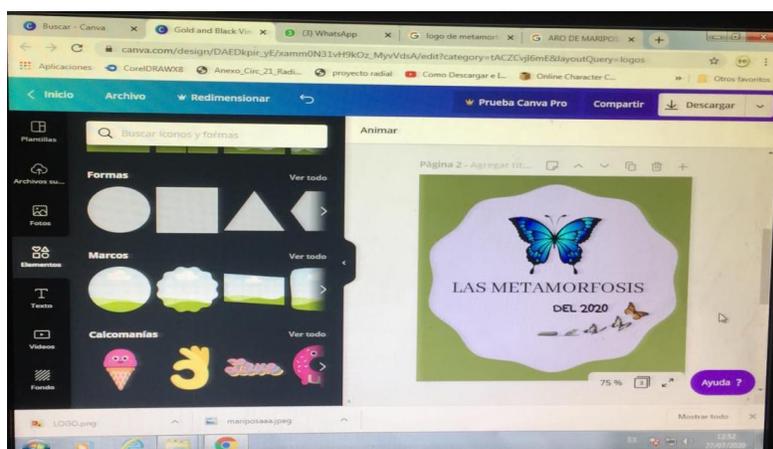


Figura 184. Edición en Canva de logo “Metamorfosis del 2020”.



Figura 185. Logo de “Metamorfosis del 2020”



Figura 186. Publicación en Facebook de notigógica de expectativa.



Figura 187. Historia en Instagram



Figura 188. Transmisión en vivo de “La Metamorfosis del 2020” en Instagram.

“Martes de Trágame Tierra” esta actividad tuvo como fin interactuar de una manera divertida con toda la comunidad educativa a través de la cuenta de Instagram de Radiológica, en dicha actividad los estudiantes enviaban sus momentos más vergonzosos y divertidos para ser publicados cada martes en horas de la mañana en las historias de dicha plataforma digital de manera anónima.

Evidencias:



Figura 189. Publicación en Instagram de notigógica de bienvenida a los martes de Trágame Tierra.



Figura 190. Historia en Instagram de Trágame Tierra.



Figura 191. Historia en Instagram de Trágame Tierra.

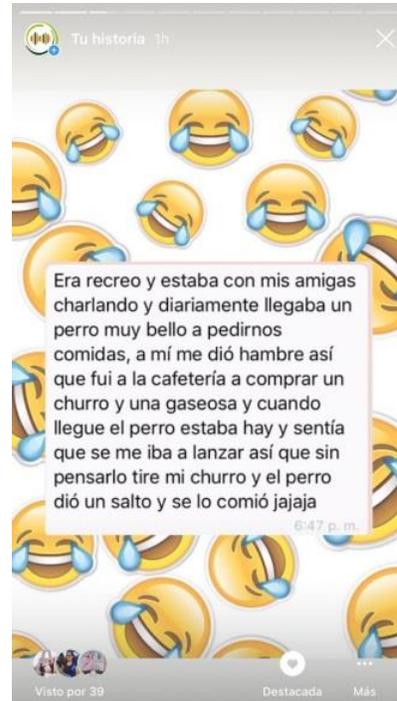


Figura 192. Historia en Instagram de Trágame Tierra.

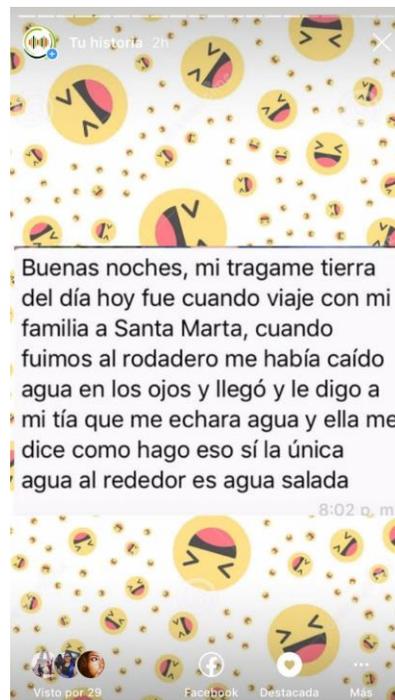


Figura 193. Historia en Instagram de Trágame Tierra.

En seguida se encuentra la actividad de Jueves de TBT, allí se publicó cada jueves en horas de la mañana, fotografías antiguas de la institución que los mismos estudiantes enviaron para que se fuese publicadas y generar así un recuerdo inmemorable.

Evidencias:



Figura 194. Publicación de notigógica de bienvenida a jueves de TBT.



Figura 195. Publicación de notigógica de Jueves de TBT.

Frases educativas, es otra de las actividades que se realizaron para fortalecer las redes sociales. Dicha actividad fue publicada cada viernes en horas de la mañana en la cuenta de Instagram. Se llevó a cabo con el fin que los estudiantes pudieran retroalimentar cada frase y compartirlas en sus distintas cuentas.

Evidencias:



Figura 196. Historia en Instagram de Notigógica “Frasas educativas”.



Figura 197. Publicación en Instagram de Notigógica “Frasas educativas”.



Figura 198. Historia en Instagram de notigógica.



Figura 199. Historia en Instagram de notigógica.

Juegos de inteligencia, en esta actividad se logró que los estudiantes cada sábado en horas de la mañana, pudieran poner en juego su inteligencia con acertijos o actividades mentales.

Evidencias:



Figura 200 . Publicación en Instagram de notigógica de juegos de inteligencia.

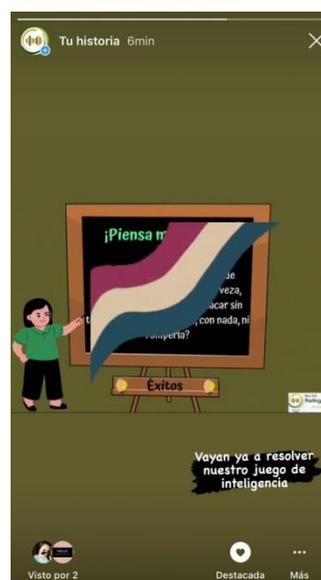


Figura 201. Historia de notigógica de Juegos de inteligencia.

Para cada una de las actividades anteriormente mencionadas, se realizaron unas series de notigógicas de expectativa, que fueron publicadas un día antes de divulgar dichas actividades, todo con el fin que la comunidad educativa en cada plataforma digital pudiera informarse de cada producto audiovisual o pieza grafica que sería difundida el día siguiente y así generar expectativa.

Evidencias:



Figura 202. Publicación en notigógica de expectativa de Actividades en Casa.



Figura 203. Publicación de notigógica de IGTV



Figura 204. Publicación en Facebook de notigógica de expectativa



Figura 205. Publicación de notigógica de expectativa

de “Literatura ENSO”



Figura 206. Publicación en Facebook de notigógica de expectativa “Viajemos por el mundo de la lectura”.



Figura 207. Historia en Instagram de notigógica de expectativa podcast “Viajeros por Colombia”.



Figura 208. Publicación en Facebook, de notigógica de expectativa de Historias de Vida.

A continuación se dará a conocer las herramientas diseñadas para la realización efectiva de cada producto audiovisual, y así mismo el mejoramiento de los perfiles para con cada una de las plataformas digitales de la emisora Radiológica.

Evidencias:

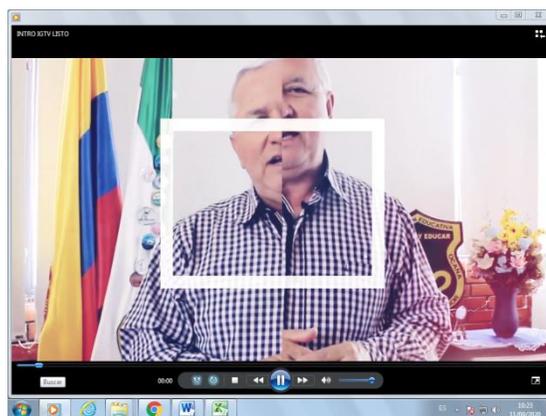


Figura 209. Intro para los IGT.

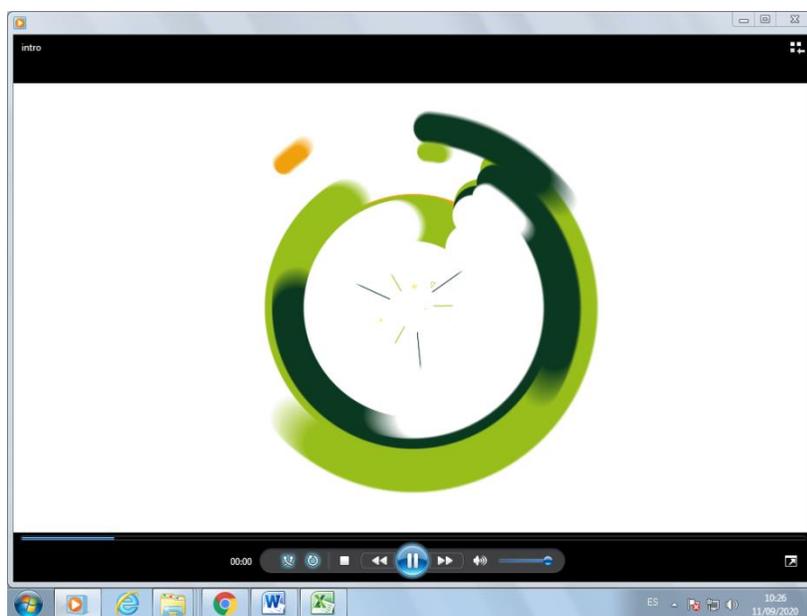


Figura 210. Intro para portada de la página de Facebook logo de Radiológica en movimiento.

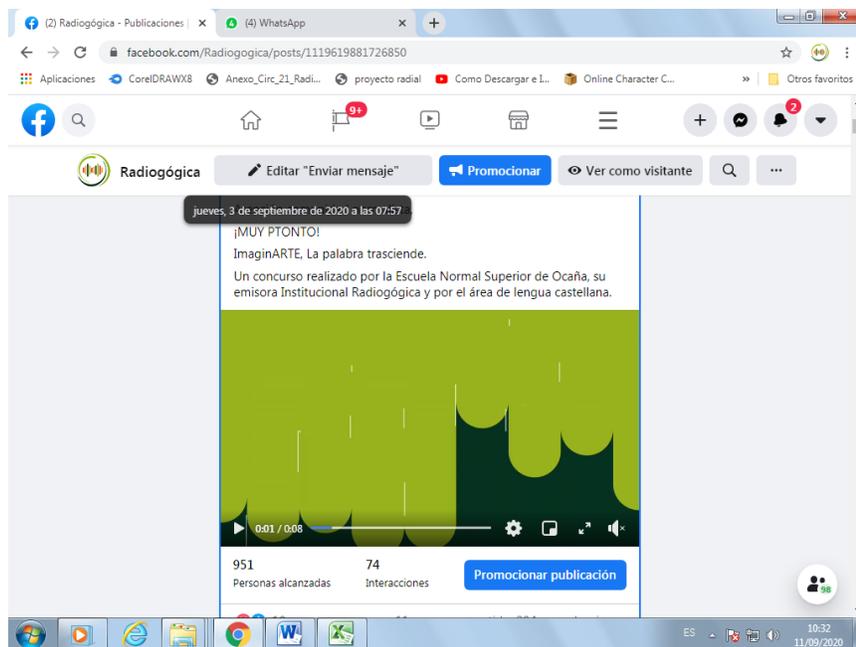


Figura 211. Video en Facebook de expectativa para concurso “ImaginARTE, La palabra trasciende”.

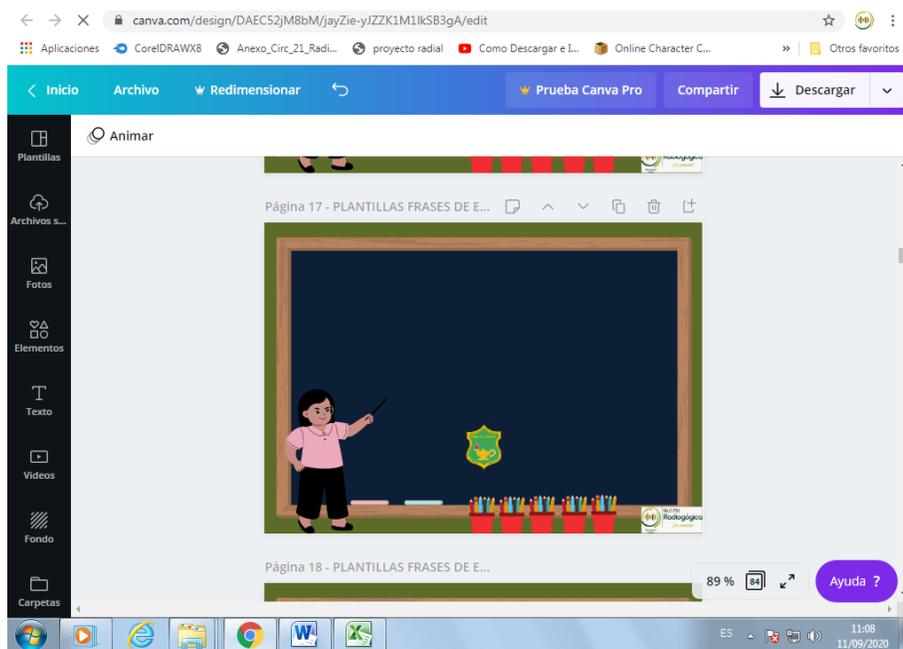


Figura 212. Plantilla en Canva para “Las Frases educativas”.

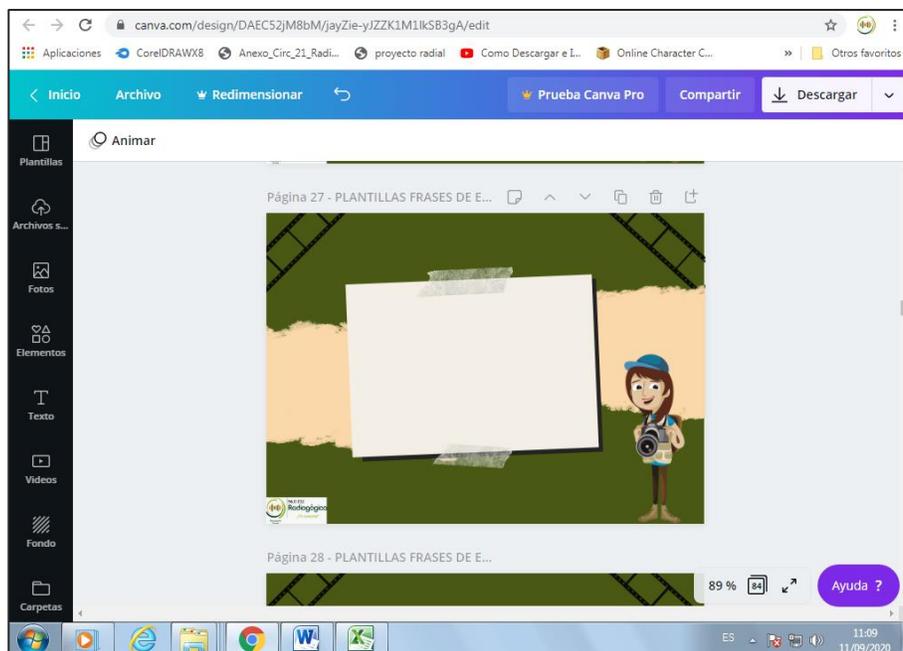


Figura 213. Plantilla en Canva para “Los Jueves de TBT”.

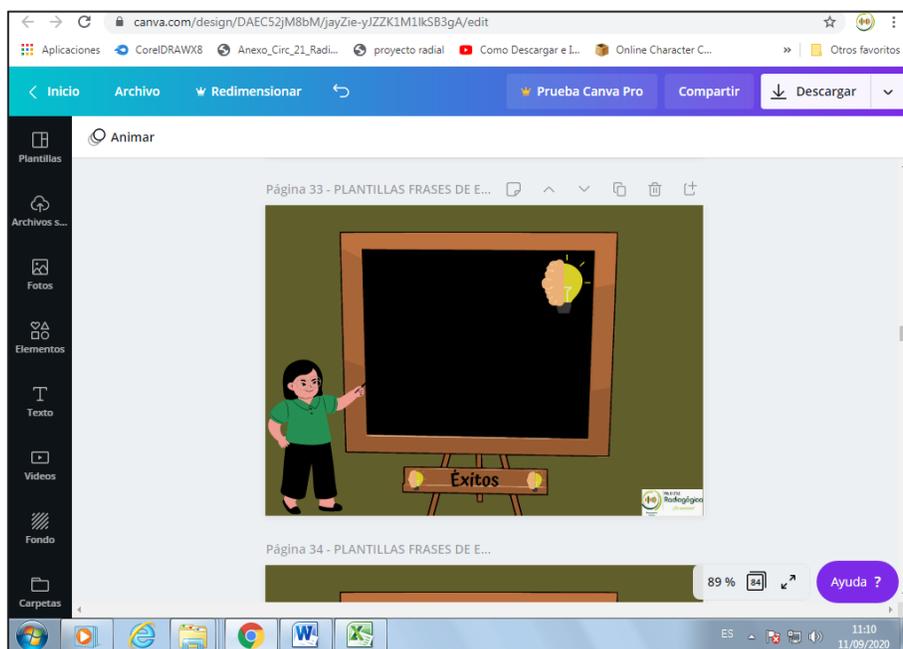


Figura 214. Plantilla en Canva para “Los juegos de inteligencia”.

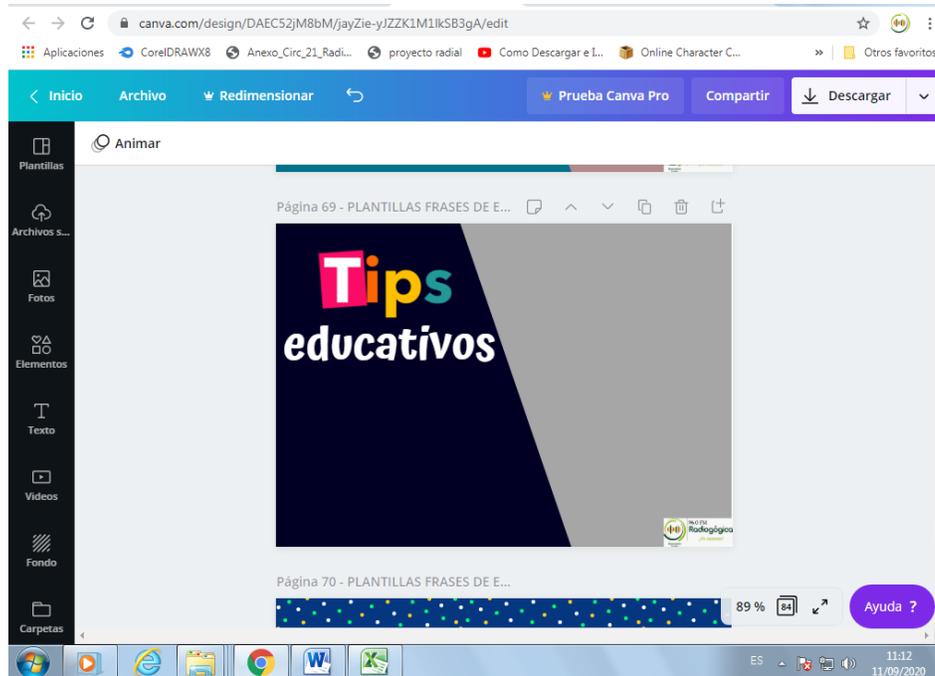


Figura 215. Plantilla en Canva de “Tip educativos”.

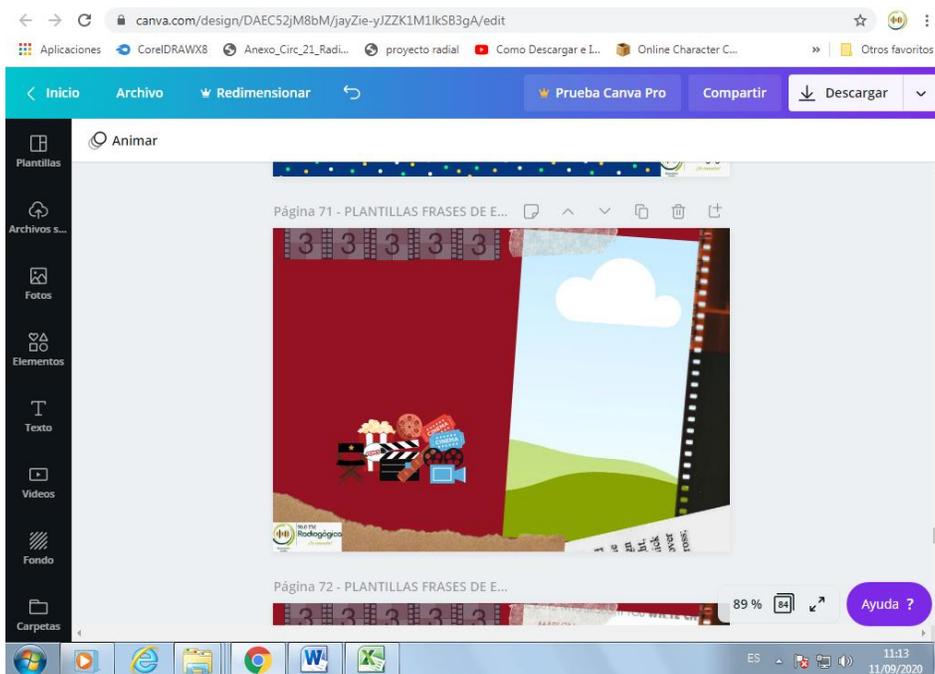


Figura 216. Plantilla en Canva de “Tip de películas”.

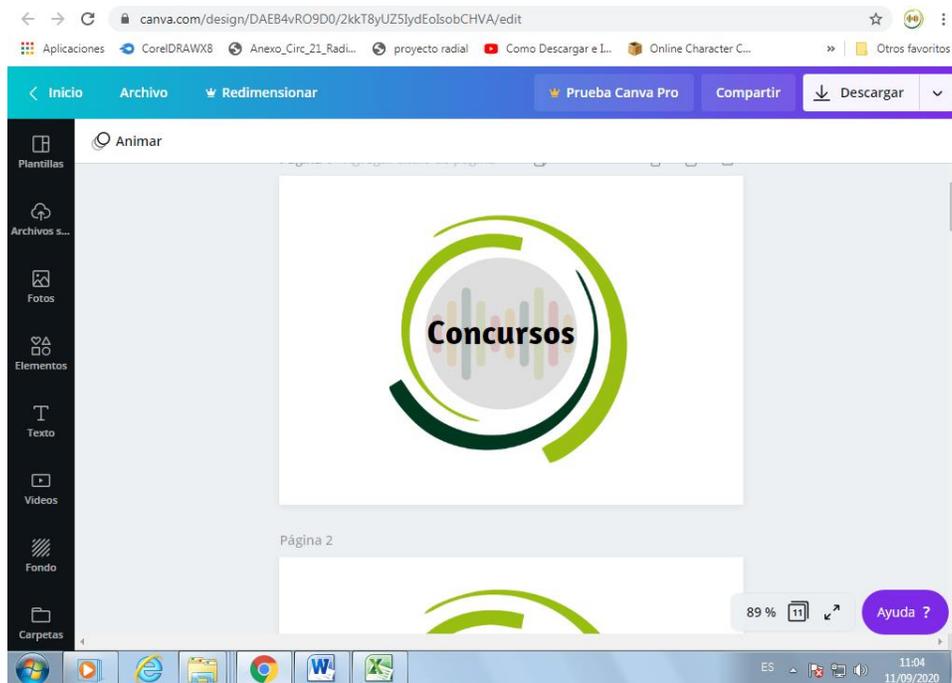


Figura 217. Plantilla en Canva de “Historias destacadas” en Instagram.

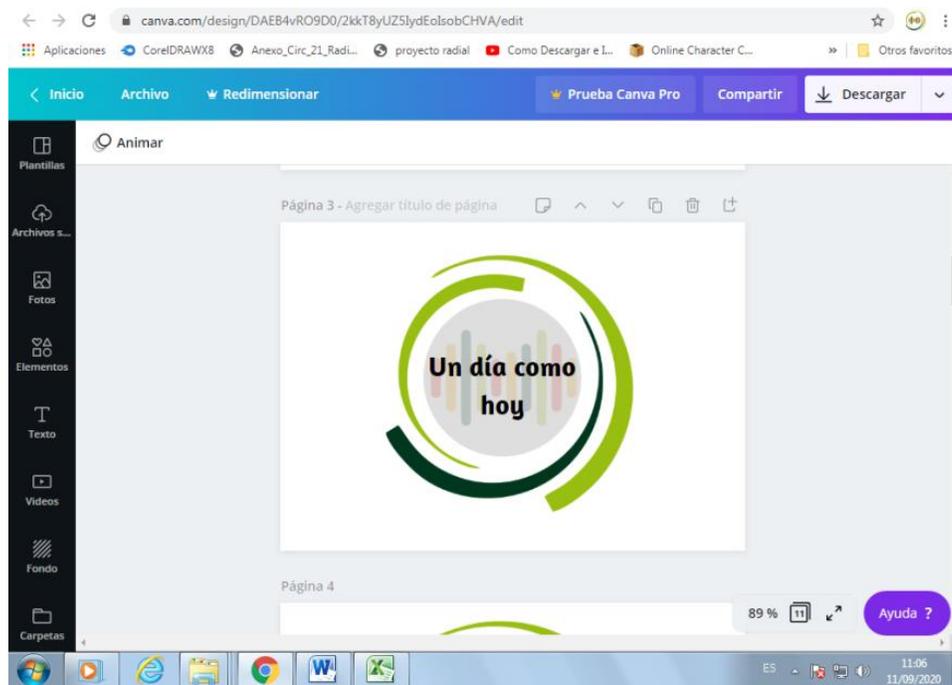


Figura 218. Plantilla en Canva de “Historias destacadas” en Instagram.

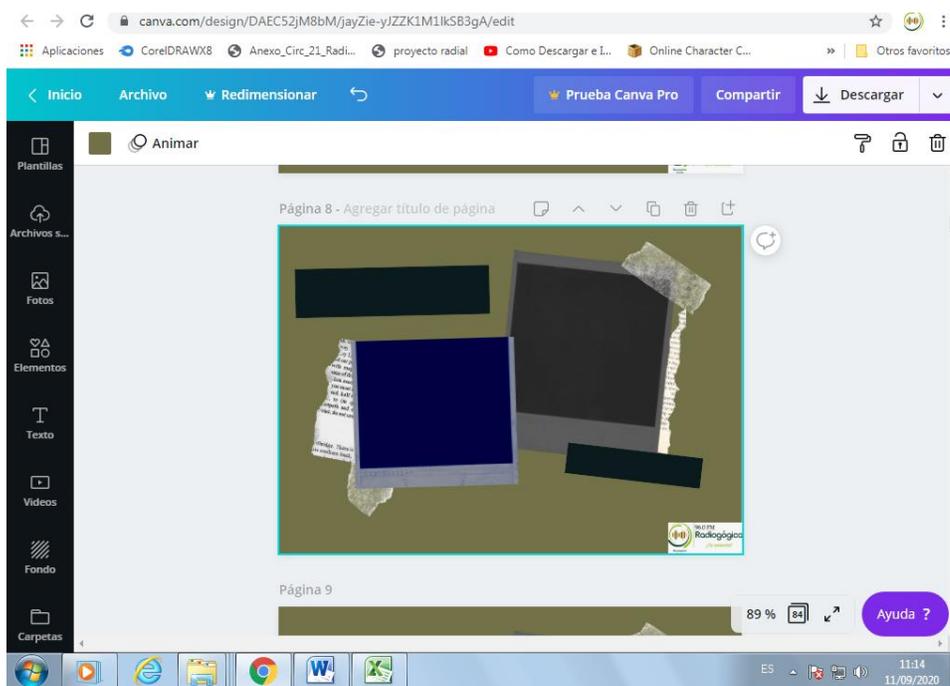


Figura 219. Plantilla en Canva de “Lunes de IGTV con Radiogógica”.



Figura 220. Logo de podcast “Literatura ENSO”.

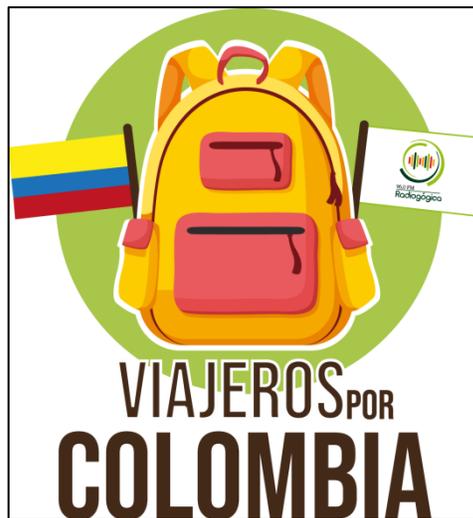


Figura 221. Logo de podcast “Viajeros por Colombia”.

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
<p>Nota de Expectativa de A.C</p> <p>Hora: 10:00 a.m</p>	<p>Actividad en casa.</p> <p>Hora: 8:00 a.m.</p> <p>Lunes de IGTV</p> <p>Hora: 9:30 a.m.</p>	<p>P. enlaces educativos</p> <p>P. martes de T.T</p> <p>Hora: 8:00 a.m.</p>	<p>P. de tips educativos</p> <p>Hora: 8:00 a.m</p> <p>P. de podcast en instagram</p> <p>Hora: 9:30 a.m.</p>	<p>P. de spots y podcast</p> <p>Hora: Spots 8:30 a.m. Podcast: 3. 00 p.m</p> <p>P. de TBT</p> <p>Hora: 3:00 p.m.</p> <p>Nota de F.E</p> <p>Hora: 5: 00 p.m.</p> <p>Nota de H.V</p> <p>Hora: 3: 00 p.m.</p>	<p>P. de H.V</p> <p>Hora: 3:00 p.m</p> <p>P. de F.E</p> <p>Hora: 8:00 a.m</p> <p>Nota tips de películas</p> <p>Hora: 5: 00 p.m.</p> <p>Nota juegos de inteligencia</p> <p>Hora: 4: 00 p.m.</p>	<p>P. tips de películas</p> <p>Hora: 1: 00 p.m.</p> <p>P. juegos de inteligencia</p> <p>Hora: 8:30 a.m.</p> 
<p>Nota de lunes de Igtv</p> <p>Hora: 3:00 p.m.</p>	<p>Nota de recordación de T.T</p> <p>Hora: 6:00 p.m</p>	<p>Nota de expectativa podcast en instagram</p> <p>Hora: 5:00 p.m</p>	<p>P. de spots y podcast.</p> <p>Hora: 4:00 p.m</p> <p>Nota de TBT ENSO</p> <p>Hora: 5:00 p.m.</p>	<p>Nota de F.E</p> <p>Hora: 5: 00 p.m.</p> <p>Nota de H.V</p> <p>Hora: 3: 00 p.m.</p>	<p>Nota juegos de inteligencia</p> <p>Hora: 4: 00 p.m.</p>	 <p>96.0 FM Radiológica <i>Te conectas</i></p>

Figura 222. Horario de actividades para las distintas plataformas digitales de Radiológica.

4. Diagnostico Final

Durante el tiempo establecido para llevar a cabo el presente Plan de Trabajo en la Escuela Normal Superior de Ocaña, se realizaron diversos aportes que permitieron el fortalecimiento en las plataformas digitales de Radiológica, entre esas, generar contenido de valor tanto para la página de Facebook de Radiológica como para la cuenta de Instagram. En dicha actividad anteriormente mencionada, se desglosaron diversas actividades que darían respuestas a los respectivos objetivos específicos y así cumplir a cabalidad con la implementación de herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña, siendo este el objetivo general del Plan de Trabajo.

Gracias a cada uno de los aportes anteriormente mencionados en el presente informe (IGTV, Actividades en Casa, concursos, Podcast, Spots, transmisiones en vivo, tip educativos, Historias de Vida, Juegos de inteligencia, tip de películas etc.) se logró la apropiación por parte de la comunidad educativa de las redes sociales de la emisora, pues se incrementaron gran cantidad de usuarios a las plataformas digitales y así mismo aumentó su interacción.

Las redes sociales de Radiológica y la plataforma de YouTube obtuvieron un cambio favorable en cuanto a contenido, imagen de perfil y cantidad de seguidores.



Figura 223. Estado actual de la página de Facebook de Radiogógica.

Fuente: <https://www.facebook.com/Radiogogica>

La página de Facebook de Radiogógica anteriormente contaba con 1500 seguidores, pero debido a su efectivo proceso, dicha cantidad de usuarios se incrementó a un total de 2577 usuarios, logrando con esto que la respectiva página haya obtenido un mayor público y por consiguiente una mayor interacción .

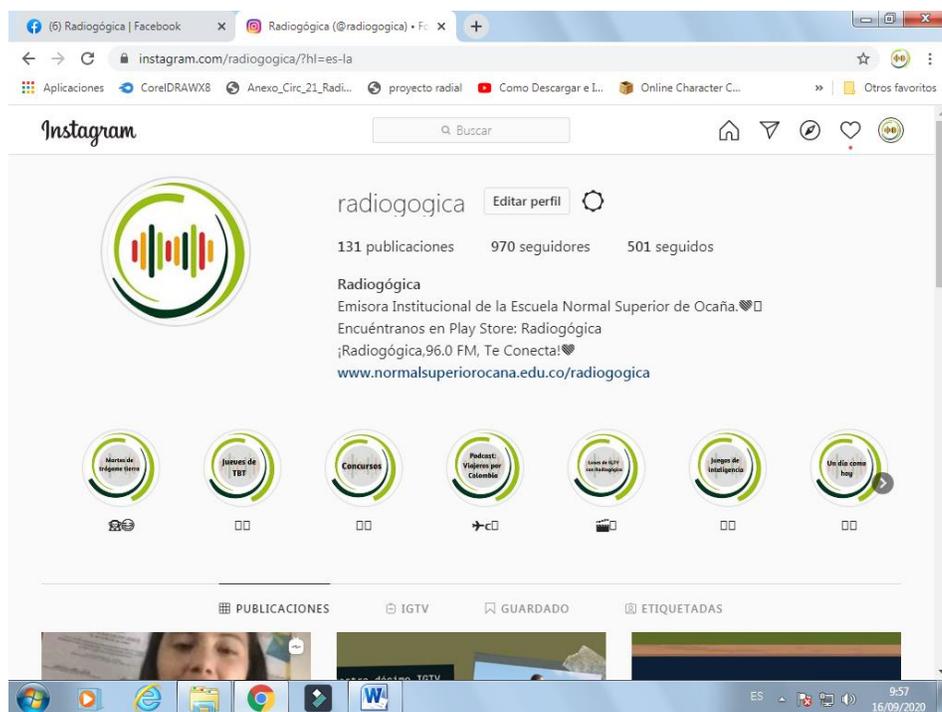


Figura 224. Estado actual de la cuenta de Instagram de Radiogógica.

Fuente: <https://www.instagram.com/radiogogica/?hl=es-la>

Al inicio de la pasantía, la cuenta de Instagram contaba con 500 seguidores, y durante el proceso de fortalecimiento en la misma se incrementó a 970 seguidores. Instagram durante estos meses de pasantías ha mejorado considerablemente debido a los cambios de imagen, contenido, retroalimentación de información y actividades, logrando que muchos usuarios nos hagan saber que se encuentran agrados con dicha red social, por todo aquel trabajo que semana a semana se difunden en esta red social.

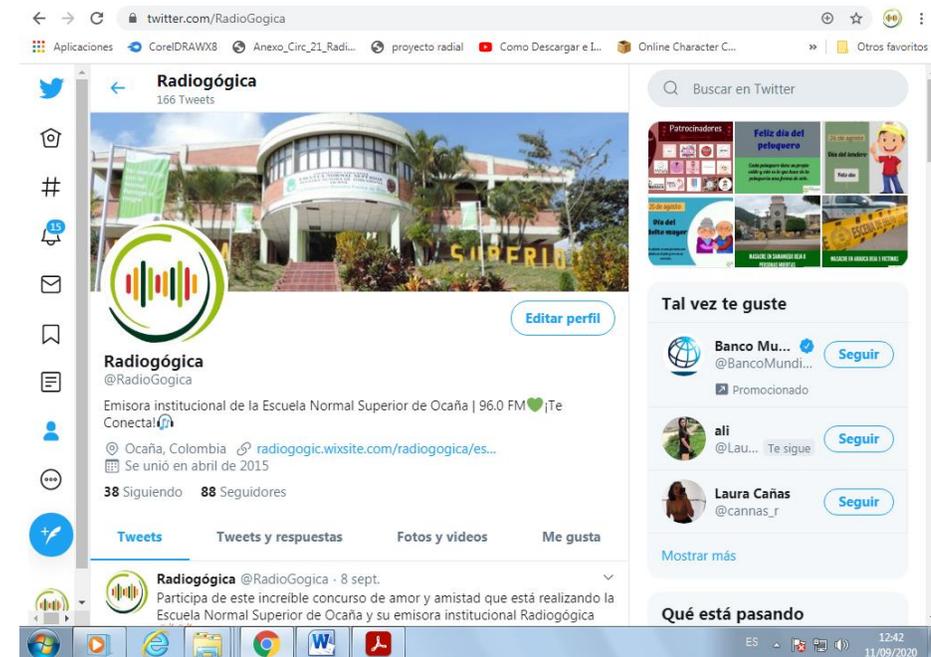


Figura 225. Estado actual de la cuenta de Twitter de Radiogógica.

Fuente: <https://twitter.com/RadioGogica>

La cuenta de Twitter de Radiogógica se unió en abril de 2015 contando con tan solo 49 seguidores, y durante su proceso de alimentación de contenido e interacción se incrementó en 88 seguidores con gran cantidad de usuarios que “retuiteaban” cada publicación difundida en dicha red social.

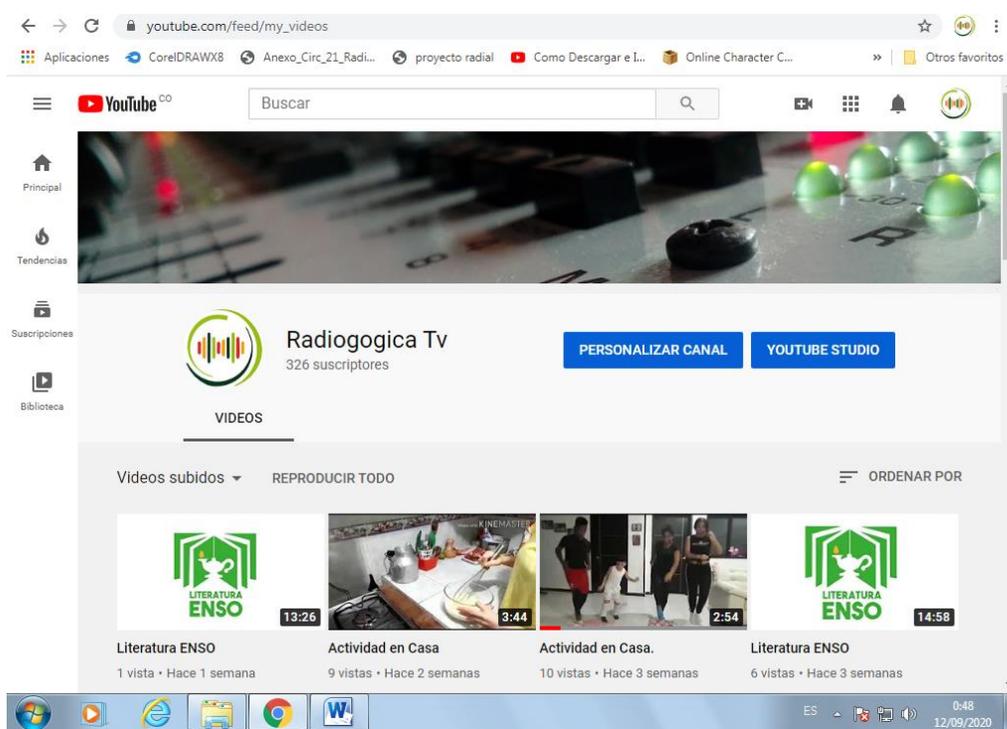


Figura 226. Estado actual de la plataforma de YouTube de Radiogógica.

Fuente: https://www.youtube.com/feed/my_videos

En la plataforma de YouTube de Radiogógica se han divulgado aquellos productos audiovisuales que han sido trabajados con la institución educativa, con el fin que los 326 suscriptores que actualmente ha incrementado dicha plataforma, conozcan de las habilidades y trabajos que los estudiantes de la Institución realizan en sus labores académicas y en las distintas plataformas digitales de la emisora.

5. Conclusiones

Radiogógica es una emisora Institucional de la Escuela Normal Superior de Ocaña, que tiene como fin informar, entretener y educar de una manera correcta a los estudiantes. Inició como un proyecto pedagógico en el 2014, primero fue trabajada por ondas siendo un propósito de apoyo científico que desarrollaba el Ministerio de Educación, pero desafortunadamente este proyecto no fue aprobado, por lo que se decidió continuar con el proceso de la emisora por propia cuenta de la Institución, el objetivo de la emisora en sus inicios fue de orden recreativo y cultural, donde día a día se fue incorporando en lo científico y educativo.

Actualmente la emisora Radiogógica cuenta con todo el apoyo y respaldo de la comunidad educativa, debido a su importancia en la Institución para el reconocimiento de la misma. Gracias a su efectivo proceso durante los meses de pasantías, las redes social de Radiogógica obtuvieron un excelente fortalecimiento cumpliendo así a cabalidad con el objetivo general del presente Plan de Trabajo, cada objetivo específico fue cumplido exitosamente debido a cada una de las actividades planteadas, de igual forma dieron un resultado positivo para culminar exitosamente con el presente informe de pasantías, logrando obtener las adecuadas herramientas virtuales de comunicación para el fortalecimiento en redes sociales de la emisora Radiogógica de la Escuela Normal Superior de Ocaña. El diagnóstico, el instrumento de recolección de información, (entrevista), y la realización de herramientas virtuales de comunicación, fueron los tres objetivos primordiales para conseguir el fortalecimiento de Radiogógica para con cada una de sus redes sociales.

6. Recomendaciones

Radiogógica es una emisora que en sus últimos meses ha crecido considerablemente, es por eso, que es fundamental que se cuente con un comunicador social que esté en frente de la emisora Radiogógica, tanto en la parte radial como en la organizacional, de igual forma no descuidar el respectivo contenido en las distintas plataformas digitales, debido a que si se descuida, los seguidores de dichas redes sociales se pueden desinteresar por los contenidos que luego puedan ser difundidos en cada una de ellas.

No dejar de generar contenido de valor, es una recomendación altamente importante, solo generando esta clase de actividad (contenido de valor), se podrá mantener un fortalecimiento y una apropiación por la comunidad educativa y por todos aquellos usuarios que siguen las plataformas digitales de la emisora. Dicho comunicador social debe mantenerse día a día pendiente de alimentar las redes sociales. De igual forma es importante que se lleve a cabo un horario de actividades que permitan a los seguidores de cada red social estar al tanto de las próximas actividades divulgadas en las plataformas digitales de la emisora. Se recomienda al director de la emisora, orientar a los estudiantes a apropiarse de la emisora y de las actividades que esta genera, con el fin que los alumnos se acerquen a la emisora con agrado y sentido de pertenencia y no por una simple ayuda educativa.

Por último se recomienda a todo el equipo que conforma la emisora Radiogógica,

generar y mantener actividades creativas en pro de la enseñanza y recreación de la Institución educativa, con el fin que los estudiantes, docentes y administrativos reciban actividades lúdicas dentro y fuera de la institución.

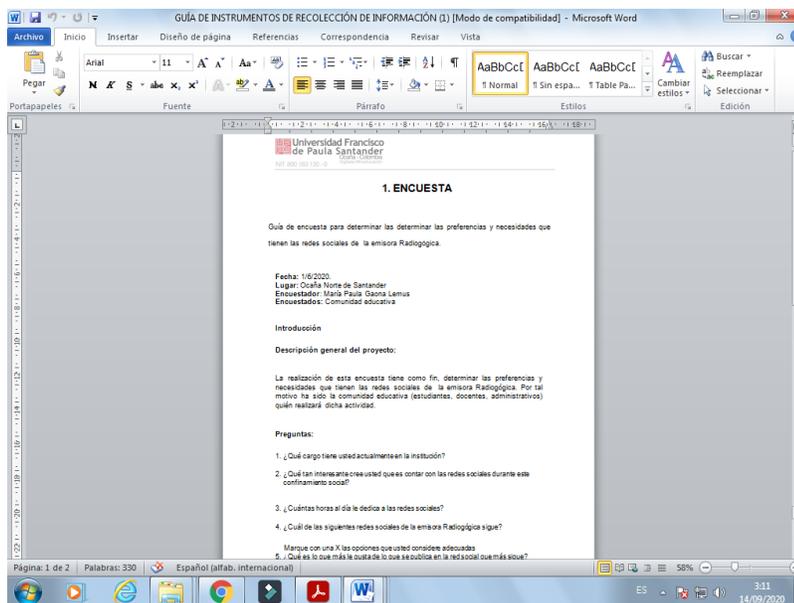
Referencias

- Abdón Andrés Carrera Rivera, K. D. (2017). LAS REDES SOCIALES Y ADOLESCENCIAS. REPERCUSIÓN EN LA ACTIVIDAD FÍSICA. *Revista Universidad y Sociedad*, 242-247.
- Carrera, A., Hernández, K., & Yanez, J. (2017). LAS REDES SOCIALES Y ADOLESCENCIAS. REPERCUSIÓN EN LA ACTIVIDAD FÍSICA. *Revista Universidad y Sociedad*, 242-247.
- Community The social media company. (2017). *En qué consisten las historias destacadas y los archivos de historias en Instagram*. Obtenido de <https://community.es/social-media/en-que-consisten-las-historias-destacadas-y-los-archivos-de-historias-en-instagram/>
- Constitución Política de Colombia . (1991). *Artículo 15*. Obtenido de <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Constitución Política de Colombia . (1991). *Artículo 20*. Obtenido de <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Constitución Política de Colombia. (1991). *Artículo 1*. Obtenido de <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Constitución Política de Colombia. (1991). *Artículo 73*. Obtenido de <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Cyberclick. (2020). *Instagram TV (IGTV): ¿qué es y cómo funciona?* Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/instagram-tv-igtv-que-es-y-como-funciona>
- Decreto 1412 de 2017. (2017). *Presidencia de la República de Colombia*. Obtenido de Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201412%20DEL%2025%20DE%20AGOSTO%20DE%202017.pdf>
- EL español. (2020). *Qué es un podcast: definición y funcionamiento*. Obtenido de https://www.elespanol.com/como/podcast-definicion-funcionamiento/461204772_0.html
- Escuela Normal Superior de Ocaña. (2017). *Proyecto Educativo Institucional*. Obtenido de <http://www.normalsuperiorocana.edu.co/sgc/pei.pdf>
- Esteinou, J. (2014). La publicidad y la transformación cultural del país. *Argumentos*, 285-295.
- Fernandez, S., & López, M. (2017). Comunicación y marketing de contenidos. *ResearchGate*, 220-251.
- García, S. (2020). Radio en línea, manual paso a paso para hacer streaming de audio. *Radios Libres*, 3-49.
- Houdinis escapistas profesionales de la rutina. (2007). *¿QUÉ ES UN POST?* Obtenido de <https://www.atrapalo.com/houdinis/que-es-un-post/>
- Ley 1341 de 2009. (2009). *El Congreso de Colombia*. Obtenido de Obtenido del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/3707:Ley-1341-de-2009>
- Marketin TV. (2014). *Entrevista a Vilma Nuñez sobre Marketing de Contenidos y Blogs*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=NcgSr7kVt5g&feature=emb_title
- Marketin TV. (2014). *Entrevista a Vilma Nuñez sobre Marketing de Contenidos y Blogs*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=NcgSr7kVt5g&feature=emb_title
- Martín, D., Parejo, M., & Vivas, C. (2018). Radio educativa para fomentar las vocaciones científicas: el proyecto ‘Ratones de Laboratorio’. *Index Comunicación* , 1-12.
- Organización Mundial de la Salud. (2010). *Alerta y Respuesta Mundiales (GAR)*. Obtenido de

- https://www.who.int/csr/disease/swineflu/frequently_asked_questions/pandemic/es/
Red de Todos somos Todos. (2020). Confinamiento y aislamiento. *Plena inclusión*, 2-24.
- RED frame. (2020). *Spot publicitario: tipos y ejemplos*. Obtenido de <https://productoravideomarketing.es/que-es-un-spot-publicitario>
- Slideshare. (2019). *El proceso de producción radial*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/juanlquintana/el-proceso-de-produccion-radial>
- Slideshare. (2019). *El proceso de producción radial*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/juanlquintana/el-proceso-de-produccion-radial>
- Slideshare. (2019). *El proceso de producción radial*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/juanlquintana/el-proceso-de-produccion-radial>
- Vélez, X., & Sara, O. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Ciencias económicas y empresariales*, 1-24.

Apéndices

Apéndice A. Guía de encuesta para determinar las preferencias y necesidades de la emisora Radiológica.



Apéndice B. Diagnóstico sobre las redes sociales de Radiológica en Google Forms.

Redes sociales de Radiológica

Preguntas | Respuestas 285

Redes sociales de Radiológica.

1. ¿Qué cargo tiene usted actualmente en la institución? *

Estudiante

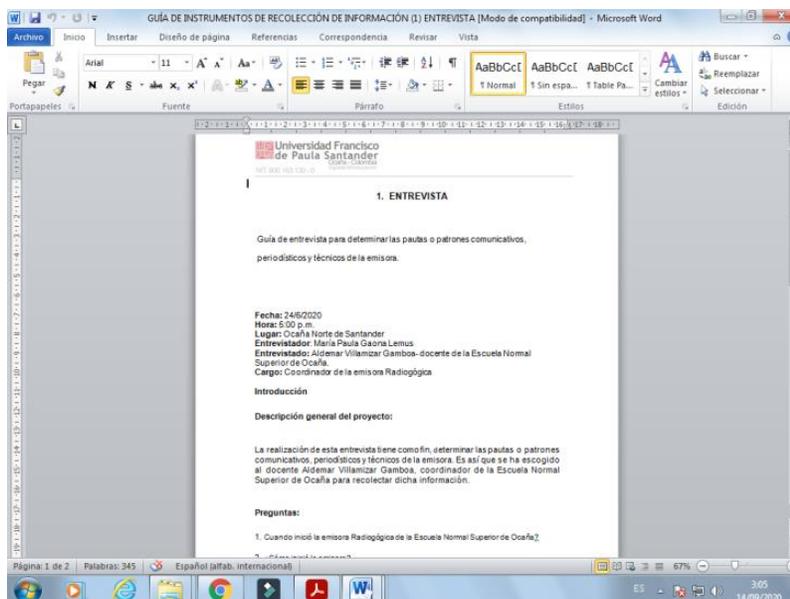
Docente

Administrativo

2. ¿Qué tan interesante cree usted que es contar con las redes sociales durante este confinamiento social? *

Muy interesante

Apéndice C. Guía de instrumento de recolección de información (Entrevista).



Apéndice D. Instrumento de recolección de información (Entrevista).

