

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Resumen

Las redes sociales en Colombia han alcanzado un alto nivel de penetración gracias a la masificación de las conexiones a internet residenciales y los dispositivos móviles tales como Smartphone o tabletas.

Los medios de comunicación tradicionales también han incursionado en este tipo de espacios y muchas de las emisoras radiales, canales de televisión, periódicos o revistas que no posea una cuenta en alguna de las redes mencionadas anteriormente y en muchas más.

En el presente documento se evidencia que aunque en la actualidad las denominadas redes sociales virtuales han ocupado un lugar cada vez más importante en la vida del ser humano y por ende involucra todos los aspectos de su rutina diaria, las radios comunitarias, en el caso concreto de Pensilvania Estéreo, no han aprovechado su potencial como lugar de encuentro, de debate y opinión y sólo se limitan a usarlas como un medio publicitario más.

Palabras claves

Radio ciudadana, redes sociales, participación, medios de comunicación.

Abstract

Social networks in Colombia have reached a high level of penetration due to the overcrowding of residential internet connections and mobile devices such as Smartphone or tablet.

The traditional media have also ventured into these spaces and it's almost impossible to think that a radio station, television station, newspaper or magazine that does not have an account in any of the networks mentioned above and many more.

This document is evidence that even today called virtual social networks have played an increasingly important role in human life and therefore involves all aspects of their daily routine,

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

community radio, in the specific case Pensilvania Estéreo, have not taken advantage of its potential as a place for meeting, debate and opinion and only limited to use as an advertising medium.

Keywords

Community radio, social networks, Facebook, participation, media.

1. Introducción

Facebook, Twitter, Youtube son plataformas tecnológicas que usan a diario millones de de personas con el fin de dar a conocer sus opiniones, críticas, apoyos o simplemente como entretenimiento. Los medios de comunicación han visto el gran potencial que estas redes pueden tener para capturar seguidores y más que eso fidelizarlos con los contenidos que sus equipos digitales desarrollan para atraer la atención de los usuarios, además de crear relaciones más directas de participación con los realizadores de sus programas y contrastar sus puntos de vista con el fin de generar debates que ayudan aún más a democratizar un medio de comunicación.

El acceso a Facebook, principalmente, es rápido, fácil y gratuito y es usado tanto por grandes empresas de televisión, radio o prensa, al igual que por medios más modestos o de índole comunitaria, la diferencia entre ambos más que en la cantidad de seguidores y su alcance, radica en el uso que uno y otro hace de esta red social.

En el presente artículo se pretende analizar la forma como la emisora Pensilvania Estéreo hace uso de su fan page en Facebook y de los contenidos, propios o de terceros, que publica con el fin de satisfacer los gustos de sus oyentes. Posteriormente se pretende establecer con base a las estadísticas de la página la cantidad de interacciones que los contenidos tienen y la retroalimentación, de haberla, que los oyentes hacen a la emisora.

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

2. Radio y redes sociales

Para entender el papel que la radio ha tenido en el país es necesario conocer la finalidad de este servicio, el cual de acuerdo a la ley 1341 de 2009 estipula que: “Los servicios de radiodifusión sonora contribuirán a difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y a fortalecer la democracia.”

Este concepto se complementa con el artículo 20 de la Constitución Nacional de Colombia promulgada en 1991 en el que se indica 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.

A partir de este mandato constitucional y con el fin de democratizar el acceso a la información, el decreto 1446 de 1995 del Ministerio de Comunicaciones, en su artículo 3, estableció la clasificación de las emisoras de acuerdo a su naturaleza jurídica dividiéndolas en comerciales, de interés público y comunitarias. En este último caso las comunidades organizadas encontraron la oportunidad de acceder al servicio de radio difusión sonora a través de concesiones otorgadas por el Estado para el uso del espectro electromagnético para uso social.

Luego de conocer el punto de vista normativo en Colombia sobre el servicio de radiodifusión sonora, también es bueno conocer otro tipo de definiciones alejadas un poco desde el marco legal y entrar en otro tipo de conceptos que están más ligados a cumplir la forma como los valores y la cultura deben ser expuestos en este tipo de medios.

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Para José Ignacio López Vigil (2005) desde su perspectiva la radio, a pesar de su denominación jurídica, es comunitaria cuando:

Promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria. (López Vigil, 2005, pág. 341)

Con la implementación de este tipo de medios en el país:

Las emisoras rescatan las tradiciones del barrio o del municipio; potencian y rescatan los valores, la participación, la solidaridad, la honradez, la veeduría, la vida y el trabajo en equipo, en resumen, ponen ante el micrófono a los personajes y las noticias locales, generando debates y discusiones en torno a las necesidades y problemáticas sentidas de la comunidad. (Álvarez Moreno, 2008, P.69)

Además de los valores y la participación ciudadana, la cultura es otro de los elementos que definen a una comunidad y es ahí donde la radio también tiene un rol protagónico en el momento donde:

La Radio como difusor de cultura debe enfocarse en la preferencia que tiene su audiencia por el ámbito cultural del país, desarrollando programas que dan a conocer los aportes importantes que surgen día a día, en el aspecto cultural, también como medio de difusión social, debe orientar a la población respecto a las costumbres y tradiciones del país, para que no pierdan su identidad. (Santos Vallecillos & González Sánchez, 2003)

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Álvarez Moreno (2008) señala que la radio comunitaria nace bajo la perspectiva de la participación y su compromiso está estrechamente ligado a suplir las necesidades que los medios masivos de comunicación no han querido satisfacer.

En el estudio ‘La participación de los oyentes en la programación de la radio española’ Martínez-Costa & Herrera (2007) hacen un análisis en la forma como las radios comerciales abren sus micrófonos con el fin de que los oyentes hagan uso de los espacios de participación que las cadenas radiales y los programas cuentan. En el documento las investigadoras definen la participación “como una técnica de producción de contenidos que utilizan los profesionales de la radio para facilitar el diálogo con la audiencia y el intercambio provisional entre los roles de emisor y receptor.” (Martínez-Costa & Herrera, 2007, P.30).

Entonces surge una pregunta al respecto ¿Por qué las emisoras comunitarias no generan espacios de participación ciudadana en su programación?

Una respuesta a esta interrogante la da Álvarez Moreno cuando hace una primera aproximación acerca del sentido de pertenencia que este tipo de emisoras puede generar entre los habitantes de la comunidad al respecto de ella:

Una emisora que nace de una necesidad específica de la comunidad, o como paso lógico de un proceso de desarrollo comunitario, será una emisora en la que la comunidad participe. Pero una emisora instalada en medio de una comunidad que no la ve como necesaria o que no participó en su creación, se quedará aislada en las cuatro paredes de la cabina de grabación. (Álvarez Moreno, 2008, P.68)

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Este elemento de análisis puede servir como punto de partida para medir de manera cualitativa la participación que los oyentes de estas emisoras puedan tener en las redes sociales de la misma, lo que se desarrollará más adelante.

En el momento que los medios de comunicación aprovecharon las bondades de las TIC's:

Las posibilidades de interacción y difusión que brindan las redes sociales pueden estimular la conversación en torno a una determinada cadena de radio, programa o un contenido concreto en la Red. El volumen, accesibilidad y rapidez de los comentarios y/o contenidos generados alrededor de un determinado producto radiofónico han propiciado el surgimiento de nuevas fórmulas para cuantificar la repercusión de dicho espacio en la Web. (Videla Rodríguez & Piñeiro Otero, 2013).

A partir del uso de las redes sociales por parte de las emisoras, y los medios de comunicación en general, se han generado un nuevo tipo de oyentes, lectores o televidentes, a los cuales se les denominan prosumidores, que según Sánchez Carrera & Contreras Pulido (2012) son:

Aquellos usuarios de la Red que asumen el rol de canal de comunicación. Tiene su origen en la unión de dos conceptos: productor y consumidor. En un principio no hacía referencia al campo de la tecnología, sino que señalaba a aquel individuo que realizaba actividades para sí mismo, estaba vinculado con la economía: el productor que elabora sus propios productos y los consume, sin necesidad de intermediarios. (p. 64).

A partir de esta definición se explica la forma como el público actual ha pasado de ser aquel que no sólo se limita a consumir los contenidos, también tiene la posibilidad de opinar, criticar, sugerir e incluso crear sus propios contenidos que en muchas ocasiones son usados por los mismos medios lo que “facilita un contacto e intercambio provisional entre los roles de emisor y receptor y hace posible que la audiencia intervenga en el contenido de las emisiones.” (Herrera Damas, 2004)

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Al respecto Ramos del Cano hace referencia al modo como las radios en España tuvieron que hacer uso de estas nuevas tecnologías con el fin de llegar a su público de una forma distinta aprovechando las nuevas relaciones con sus oyentes:

En los últimos años, las radios españolas han tenido que asumir Internet como una nueva plataforma de comunicación que atraviesa transversalmente todos los medios y les ha hecho partícipes de sus especificidades (multimedia, hipertexto e interactividad). Esto supone todo un cambio no sólo en cuanto a la manera de elaboración y estructuración del mensaje periodístico, sino en los nuevos modos de producción requeridos por las nuevas formas de consumo e interacción de la audiencia. (Ramos del Cano, 2014)

En el caso concreto de Facebook:

La radio inició su uso corporativo como método para captar seguidores que, interesados por sus programas, aportaran opiniones, comentarios e información. Facebook se convirtió así en el complemento perfecto para generar debate y multiplicar la participación. La relación con el oyente se estrechó, proporcionando un lugar común donde los usuarios comparten el gusto por la radio. (Pascual, 2013, P.129).

Después de esta serie de conceptos sobre el servicio de radiodifusión sonora se puede entrever que independiente de su naturaleza, la radio tiene un fin social y de promoción de valores, lo que diferencia a una emisora comercial de una comunitaria o de una interés público es el sesgo ideológico de quienes hacen uso de la licencia, y mientras en el caso de las primeras prime el interés comercial y en las últimas la posición del estado, las radios comunitarias tienen un importante rol en servir como punto medio entre unas y otras y ofrecerle a sus oyentes esos contenidos que no encuentran en las grandes cadenas y que los representen.

3. La radio comunitaria en Colombia

Según la resolución 415 de 2010 del Min TIC la radio comunitaria es:

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Aquella cuya programación está orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica. (Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2010).

Para Villamayor & Lamas (1998) el concepto de radio comunitaria ha cambiado y ahora se habla de las radios ciudadanas que son: Espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia.

En el diagnóstico presentado en el documento Radio y Pluralismo: Política de Radiodifusión Sonora Comunitaria, elaborado por el Ministerio de Comunicaciones en el año 2008, se evidencia la dificultad que muchas emisoras de tipo comunitario o ciudadano enfrentan para cumplir con su misión legal.

Una de las dificultades, expresadas en el documento oficial, es la referente a la figura de comunidades organizadas en las cuales, en su mayoría, se representan intereses particulares, ya sea el de una comunidad religiosa, un sector productivo de la economía y otros grupos con ideologías definidas. Esta situación hace que la programación tenga un determinado componente ideológico que hace, que en muchos casos, los habitantes del municipio o comunidad donde se localiza la emisora no se apropien de los contenidos que ésta ofrece a sus oyentes.

Otro elemento común en estos medios tiene que ver con la fuerte presencia de los espacios musicales que en muchas ocasiones, por no decir en su mayoría, son usados como relleno de la parrilla de programación dejando de lado espacios de beneficio para la comunidad a unos cuantos minutos diarios o hasta semanales. Este hecho se debe principalmente a la falta de investigación

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

de mercado sobre los gustos y necesidades de la población lo que lleva a que las parrillas ofrezcan poca variedad en sus contenidos.

Otro obstáculo es la competencia directa con las emisoras comerciales que se encuentran en el mismo municipio o en municipios vecinos que por su reconocimiento y especialización pueden llegar de una forma más directa al gusto de los oyentes, además de contar con una credibilidad otorgada por el respaldo que implica pertenecer a una cadena específica.

El aspecto legal y técnico es quizás el mayor obstáculo que deben enfrentar estas emisoras ciudadanas o comunitarias por la cantidad de requisitos e impuestos que deben pagar para evitar sanciones o cierres por parte de la entidad reguladora del espectro electromagnético, en este caso la Agencia Nacional del Espectro.

En cuanto a la sostenibilidad económica el mismo diagnóstico de la Política de Radiodifusión Sonora Comunitaria hace referencia a esta situación:

A pesar de que la mayor parte de los ingresos de las emisoras comunitarias provienen de la pauta local, la mayoría de las Emisoras Comunitarias se encuentran en contextos donde existen pocas posibilidades de recibir aportes financieros de los sectores locales. En muchos de estos lugares los sectores productivos son escasos o aún no creen en el impacto de las Emisoras Comunitarias y orientan sus pautas comerciales a otras alternativas. (Ministerio de Comunicaciones, 2008)

La dificultad en este aspecto reside en la restricción de la misma resolución 415 de 2010 que prohíbe la publicidad con fines políticos y proselitistas y establece el tiempo máximo que cualquier tipo de publicidad comercial puede tener al aire, lo que sumando a los factores anteriormente mencionados perjudica la sostenibilidad económica de las emisoras.

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Para enfrentar estos obstáculos las nuevas herramientas tecnológicas significaron para este tipo de medios:

Una forma de recuperar el derecho individual a la información, por la accesibilidad y facilidad de uso por parte de todos como las weblogs, los SMS, correos electrónicos, radios barriales o comunitarios o pequeños periódicos de difusión local. (López González, s.f.)

4. Historia de Facebook

En el año 2003 Mark Zuckerberg creó una primera red social exclusiva para los estudiantes de la Universidad de Harvard “Facemash.com” con la cual tuvo algunos problemas legales con las directivas de la universidad por hacer uso de información privilegiada y las imágenes de los alumnos sin la autorización de la institución.

En el año 2004 Zuckerberg, con 19 años de edad, creó junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz the “Thefacebook” una red social que rápidamente tuvo acogida entre los estudiantes de Harvard llegando a tener más de 1.200 usuarios en las primeras 24 horas.

Sean Parker creador del portar de descarga de música Napster se asoció con Zuckerberg y fue nombrado presidente de la compañía hasta el año 2005. Por sugerencia de Parker se eliminó la palabra “the” del nombre y sólo quedó Facebook. El dominio Facebook.com fue comprado por 200 mil dólares y se extendió a algunos colegios de Estados Unidos.

Para el año 2006 la red social abrió el registro a personas ajenas a la universidad lo que aumentó su popularidad y comenzó a recibir ofertas de compra por parte de Microsoft y Google.

En el año 2007 el portal lanzó las versiones en francés, alemán y español, las cuales fueron traducidas por usuarios de la red de manera voluntaria. En noviembre del mismo año alcanzó los 30 millones de usuarios en el mundo.

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

En el año 2009 Facebook lanza su primera aplicación móvil y llega a los 300 millones de usuarios registrados y su cotización llegó a los 41 mil millones de dólares.

En el 2011 la compañía inició su cotización en la bolsa de valores con un valor estimado de 50 mil millones de dólares. Al año siguiente la compañía compra la aplicación Instagram por un valor de 1.000 millones de dólares.

En el año 2014 se anunció la compra de la aplicación de mensajería instantánea Whatsapp por un valor de 16 mil millones de dólares. (infotechnology, 2014)

5. Las redes sociales en Colombia

El Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en su Boletín Trimestral de las TIC, a diciembre de 2014, destaca que en Colombia hay 9.718.739 de conexiones de banda ancha, lo que significa un aumento de 616.706 con respecto al tercer trimestre del año 2013. En cuanto a las conexiones fijas y móviles, el mismo informe reporta 10.335.445 de conexiones lo que traduce un aumento de 1.884.411 con respecto al mismo período del año anterior. En el caso del departamento de Caldas el informe reporta una penetración de internet del 10.51%.

Con la incursión de dispositivos móviles como teléfonos inteligentes o tabletas, y la cada vez mayor número de conexiones residenciales las redes sociales han experimentado un rápido crecimiento. Con base a datos del portal www.owloo.com, especializado en medición de redes sociales, Colombia tiene en la actualidad 24 millones de personas registradas en la red social Facebook lo que lo corresponde a aproximadamente a un 87% de la población.

El Centro de Estudios en Periodismo de la Universidad de los Andes publicó en su portal www.mediosencolombia.com, con base a datos obtenidos por Comscore (Compañía de

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

investigación en Marketing en internet), que el 62% de los colombianos, desde los 5 años de edad en adelante lo que equivale a 13.780.920 personas; usa internet para acceder a las redes sociales, principalmente a Facebook que según el mismo portal recibe, en promedio, más de 2 millones de visitas diarias lo que demuestra la gran aceptación e influencia que esta red social tiene en Colombia. (Universidad de los Andes).

A partir de estos datos se observa que el panorama de las conexiones a internet y el acceso a redes sociales cada vez más dominan la vida cotidiana de los ciudadanos y puede marcar la pauta para que los medios de comunicación, comunitarios en este caso, comiencen a ver a Facebook, Twitter y otras redes como plataformas que los pueden ayudar no sólo a aumentar sus seguidores también para crear una relación más cercana con ellos y establecer un diálogo más cercano y que puede ayudar a conocer los gustos de sus oyentes y generar una estrategia de contenidos que permita satisfacer tanto las necesidades de entretenimiento, también las de informarse y participar activamente en la construcción de su comunidad.

6. Reseña del municipio de Pensilvania

El municipio de Pensilvania fue fundado el 03 de febrero de 1866 por Isidro Mejía, Manuel Antonio Jaramillo, entre otros.

Cuenta con una extensión territorial de 530 km² y está localizado al oriente del departamento de Caldas a 145 km de la capital Manizales. Está situado a una altura de 2.100 metros sobre el nivel del mar y cuenta con una temperatura promedio de 17 grados centígrados. Tiene una población aproximada de 26975 habitantes.

Dentro de sus actividades económicas el municipio depende principalmente del cultivo del café, la caña de azúcar, el cultivo de bosques y la piscicultura.

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Los principales sitios turísticos del municipio son el Cerro Morrón, Cerro Piamonte, las Cascadas del Bosque entre otros.

La principal festividad es la Fiestas del Hacha que se celebra cada dos años en el mes de agosto. (Alcaldía Municipal de Pensilvania Caldas, s.f.)

7. Pensilvania Estéreo

La emisora Pensilvania Stéreo fue creada en 1989 con el lema ‘Nuestra Gente, Nuestra Radio’ bajo un esquema o modelo comunitario.

Desde su fundación la emisora es dirigida por el Fernando Giraldo desde hace 26 años quien se encarga de llevarles a los oyentes día a día una variada programación de música y contenidos procurando un vínculo directo con la comunidad.

La emisora cuenta con la portal en la cual se tiene acceso a la información regional, nacional e internacional a través de las noticias publicadas en el portal, además los visitantes tienen acceso a consultar los podcast, las redes sociales, programación, historia y organización de la emisora y un espacio para atención al oyente.

También el portal ofrece la oportunidad de descargar la aplicación para escuchar la emisora en dispositivos móviles y además de escuchar la señal en vivo.

La Misión de la emisora que aparece publicada registra que “prestará servicios comunitarios comunicacionales y sociales, como medio generador para resaltar la identidad cultural, asimilándolos y proyectándolos dentro y fuera de la comunidad para el desarrollo y formación del capital social.” (Pensilvania Estereo, s.f.)

Y su visión busca que en el año 2016 la población del municipio se apropie del proyecto comunicativo (Pensilvania Estereo, s.f.)

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora Pensilvania Estéreo.

Programación de la emisora Pensilvania Estéreo

Gracias a su plataforma tecnológica la emisora cuenta con la posibilidad de transmitir en tiempo real a través de su portal web la señal de su emisora análoga. A este proceso se le denomina simulcast, el cual de acuerdo a la Radio Televisión Española es la: transmisión de la misma señal por dos medios de transmisión diferentes. Por ejemplo transmisión por satélite y transmisión por Internet. (Radio Televisión Española, s.f.)

Gracias a esta opción la emisora no sólo está presente en la red mundial, también ofrece a sus oyentes ubicados fuera de la zona geográfica del municipio acceder a los contenidos que el medio ofrece y tener una la oportunidad de estar al tanto de lo que acontece en la zona.

Al igual que la mayoría de las emisoras comunitarias, el mayor porcentaje de la parrilla de programación corresponde a espacios musicales que abarcan vallenatos, baladas, pop, música tropical entre otros.

Adicionalmente hay otros espacios de salud, que son realizados por el Hospital San Juan de Dios de la localidad. También se hace la transmisión diaria de la Santa Misa y algunos pocos espacios dirigidos a la comunidad campesina principalmente.

En cuanto al uso de las TIC y las redes sociales, la emisora cuenta con la página web <http://pensilvaniastereo.com.co> , además de tener presencia en las redes sociales como <https://www.facebook.com/pensilvaniastereo> y <https://twitter.com/Pensilvania931> .

Para efectos de este estudio se tiene en cuenta el impacto y la participación que los oyentes de la emisora tienen en Facebook.

A corte del 7 de mayo la página de la emisora contaba con 999 seguidores lo que corresponde a un aumento del 243% con respecto al 20 de enero del 2015.

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Cantidad de seguidores de la fan page de la emisora Pensilvania estéreo

| Cantidad de seguidores de la fan page de la emisora Pensilvania estéreo | |
|---|------------|
| Fecha | Seguidores |
| enero 21 de 2015 | 400 |
| febrero 9 de 2015 | 600 |
| marzo 10 de 2015 | 961 |
| mayo 7 de 2015 | 999 |

Estadísticas de la fan page de la emisora Pensilvania Stereo a fecha 7 de mayo de 2015.

Fuente: elaboración propia.

En la página de Facebook los post publicados se podrían clasificar en las siguientes categorías.

- Promoción de los programas de la emisora, haciendo énfasis en los de contenido musical.
- Replica de los contenidos publicados en la red social Twitter.
- Mensajes positivos y referencias a campañas sociales que realizan algunas entidades del

estado y otras organizaciones sociales.

- En algunas ocasiones comparten las noticias que alojan en su página web.

En el cuadro anexo se puede observar un seguimiento que se hizo a la red social Facebook entre el 1 de enero al 25 de marzo de 2015. Es de anotar que en la página no se encontró ninguna publicación entre el 1 y el 25 de enero del año en curso.

Con base a los datos obtenidos, luego del seguimiento realizado a la fan page, se observa que la participación de los oyentes en Facebook es muy reducida, limitándose a dar “Me Gusta” a los

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

post. Aunque son pocas las interacciones se destaca un contenido publicado el 13 de febrero que alcanzó los 33 likes. Además se observan pocos comentarios y pocas publicaciones compartidas, reforzado por el concepto de la poca calidad de los contenidos que se crean no atraen a sus oyentes.

Estos bajos niveles de participación pueden tener una explicación desde la misma parrilla de programación que consiste mayoritariamente en programas musicales, lo que deja poco espacio para otro tipo de contenidos que puedan generar una mayor interacción por parte de los oyentes como debates, encuestas o preguntas, en la medida en que no se creen nuevos programas o no se haga una mayor difusión de los existentes, distintos a música, probablemente la situación se mantenga igual.

Al respecto Esteinou (2005) ofrece una explicación de la forma como son vistos los oyentes de las emisoras, en este caso las comunitarias, y que podría explicar la forma de participación en este tipo de medios donde:

La sociedad civil o los grupos emergentes sólo pueden participar en la programación de los medios cuando sirven como apoyo para elevar el rating de las empresas, pero no son considerados permanentemente como sujetos o entidades generadores de opinión que tengan derecho a un espacio colectivo permanente de participación informativa. (Esteinou, 2005)

La segunda razón es la falta de una evidente estrategia de contenidos y a la nula difusión que se hace de los programas, diferentes a música, con los que cuenta la emisora.

De acuerdo a Convers Yáñez, la mayor actividad se registra a través del chat de la red social, donde los oyentes solicitan música principalmente. Adicionalmente para aumentar la interacción

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

en algunas ocasiones algunas personas son etiquetadas en los post de la emisora, con el fin de lograr mayor difusión de los contenidos.

Es por eso que las emisoras comunitarias deben apropiarse de una mejor manera el uso de las herramientas tecnológicas y crear una estrategia de contenidos acorde a sus necesidades entendiendo que:

Las redes sociales también cumplen una labor de difusión muy amplia, no sólo a través de las emisoras y sus cuentas en estas redes, sino también por medio de los propios oyentes que divulgan, comentan y debaten sobre los contenidos de las emisoras. (Méndez Hoyos, Montiel del Pino, Moreno González, & Muñoz Azcurrain, 2013, P. 76)

8. Conclusiones

En el caso particular de Pensilvania Estéreo aunque las estadísticas reflejan un aumento considerable en la cantidad de seguidores que se han sumado a la fan page de la emisora, y han aumentado la cantidad de publicaciones se observa que desde mediados del mes de febrero y lo que va corrido de marzo los me gusta, los comentarios y los compartidos han reducido considerablemente llevando a que la interacción sea prácticamente nula, lo que evidencia que hace falta una mejor estrategia de contenidos no sólo con el fin de capturar nuevos usuarios, sino también para fomentar la participación de estos en la red y establecer una retroalimentación entre las directivas de la emisora, locutores y el público en general.

Las emisoras comunitarias como espacios que sirven para la construcción de ciudadanía, fortalecimiento de la cultura y los valores, deben aprovechar mejor sus espacios y por ende las redes sociales como mecanismo para cumplir su misión. En aras de su sostenimiento recurren a prácticas, dentro de su programación, que las alejan de esa misión y tal vez por desconocimiento o falta de preparación especializada por parte de su personal no crean los contenidos necesarios

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

para promover la sana convivencia en su comunidad. Una vez que se logre entender el verdadero objetivo de las emisoras las redes sociales serán la mejor arma no sólo para difundirlas, sino también para hacer partícipes a sus oyentes de la construcción de una mejor comunidad.

Es así como es posible afirmar que la emisora Pensilvania Stereo usa las redes sociales como medios de promoción de sus programas, dejando de lado la posibilidad de generar debate u opinión por parte de los oyentes.

RELACIÓN DE LOS POST PUBLICADOS EN LA FAN PAGE DE PENSILVANIA ESTÉREO EN FACEBOOK ENTRE EL 1 DE ENERO Y EL 26 DE MARZO DE 2015

| MES | DÍA | CANTIDAD DE POST | DESCRIPCIÓN DEL POST | LIKES | COMENTARIOS | COMPARTIDOS |
|-----------------------|-----|-----------------------|---|-------|-------------|-------------|
| Enero | 21 | 2 | Anuncio de la página web | 12 | 1 | 2 |
| | | | Anuncio línea de Whatsapp | 8 | 0 | 0 |
| | 22 | 1 | Invitación a seguir redes sociales | 11 | 1 | 1 |
| | 28 | 1 | Enlace noticia Periódico La Patria | 8 | 0 | 0 |
| | 30 | 3 | Agradecimiento a los oyentes | 8 | 0 | 0 |
| | | | Anuncio programa "Para empezar el día" | 4 | 0 | 0 |
| Anuncio enlace TuneIn | | | 7 | 0 | 0 | |
| Febrero | 2 | 1 | Anuncio programa "Para empezar el día" | 4 | 0 | 0 |
| | 6 | 2 | Anuncio programa "Para empezar el día" | 5 | 0 | 0 |
| | | | Anuncio cuenta de Twitter | 5 | 0 | 0 |
| | 9 | 2 | Problemas técnicos | 9 | 0 | 0 |
| | | | Enlace columna de opinión Periódico El Tiempo | 9 | 0 | 0 |
| 10 | 5 | Anuncio enlace TuneIn | 13 | | 1 | |

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

| | | | | | |
|----|---|--|----|---|----|
| | | Sugerencias | 7 | 1 | 0 |
| | | Anuncio programa "El expreso del café" | 6 | 1 | 1 |
| | | Anuncio programa "Para conocer la música" | 5 | 0 | 0 |
| | | Anuncio programa "El expreso del café" | 4 | 0 | 0 |
| 11 | 4 | Anuncio programa "Para empezar el día" | 6 | 0 | 0 |
| | | Fallecimiento compositor | 6 | 0 | 0 |
| | | Programa "Ritmo Total" | 4 | 0 | 0 |
| | | Anuncio programa "El expreso del café" | 8 | 0 | 0 |
| 12 | 7 | Anuncio programa "Para empezar el día" | 3 | 0 | 1 |
| | | Anuncio programa "Momentos para conocer la música" | 5 | 1 | 0 |
| | | Anuncio de la página web | 6 | 0 | 1 |
| | | Anuncio programa "Ritmo Total" | 4 | 0 | 0 |
| | | Anuncio Día Mundial de la Radio | 3 | 0 | 0 |
| | | Anuncio programa "Momentos para conocer la música" | 2 | 0 | 0 |
| | | Anuncio programa "El expreso del café" | 5 | 0 | 0 |
| 13 | 8 | Celebración Día Mundial de la Radio | 4 | 1 | 0 |
| | | Video mensaje Juan Gossain | 1 | 0 | 0 |
| | | Anuncio noticias en la página web | 33 | 1 | 13 |
| | | Celebración Día Mundial de la Radio | 5 | 1 | 1 |
| | | Anuncio de la página web | 4 | 0 | 0 |
| | | Problemas técnicos | 2 | 0 | 0 |
| | | Anuncio programa "El expreso del café" | 5 | 1 | 0 |

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

| | | | | | | |
|-------|---|--|--|---|---|---|
| | | Anuncio Programas "Voces de mi tierra" | 5 | 0 | 0 | |
| 16 | 1 | Anuncio programa "Para empezar el día" | 1 | 0 | 0 | |
| 17 | 2 | Campaña Policía Nacional | 7 | 0 | 0 | |
| | | Anuncio de la página web | 7 | 0 | 0 | |
| 18 | 5 | Anuncio programa "Para empezar el día" | 5 | 0 | 0 | |
| | | Anuncio programa "Momentos para conocer la música" | 7 | 0 | 0 | |
| | | Problemas técnicos | 1 | 0 | 0 | |
| | | Anuncio programa "Ritmo Total" | 1 | 0 | 0 | |
| | | Anuncio de la página web | 4 | 0 | 0 | |
| 19 | 2 | Anuncio programa "Momentos para conocer la música" | 4 | 0 | 0 | |
| | | Anuncio programa "Momentos para conocer la música" | 1 | 0 | 0 | |
| 23 | 2 | Anuncio programa "Ritmo Total" | 1 | 0 | 0 | |
| | | Anuncio de la página web | 4 | 0 | 0 | |
| 24 | 1 | Anuncio música romántica | 2 | 0 | 0 | |
| 25 | 2 | Anuncio programa "Momentos para conocer la música" | 2 | 1 | 0 | |
| | | Anuncio programa "El expreso del café" | 1 | 0 | 0 | |
| 26 | 2 | Anuncio programa "Para empezar el día" | 0 | 0 | 0 | |
| | | Anuncio programa "El expreso del café" | 0 | 1 | 0 | |
| Marzo | 5 | 4 | Anuncio programa "El expreso del café" | 2 | 0 | 0 |
| | | | Anuncio de la página web | 4 | 0 | 0 |
| | | | Anuncio de la página web | | 0 | 0 |
| | | | Anuncio programa "El expreso del café" | 2 | 0 | 0 |

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

| | | | | | |
|----|---|---|----|---|---|
| 9 | 3 | Anuncio programa "Para empezar el día" | 2 | 0 | 0 |
| | | Anuncio programa "Ritmo Total" | 0 | 0 | 0 |
| | | Anuncio programa "El expreso del café" | 0 | 0 | 0 |
| 10 | 1 | Anuncio programa "El expreso del café" | 1 | 0 | 0 |
| 12 | 2 | Anuncio programa "El expreso del café" | 4 | 0 | 0 |
| | | Anuncio cuenta de Twitter | 14 | 0 | 1 |
| 13 | 1 | Anuncio programa "El expreso del café" | 7 | 0 | 0 |
| 16 | 1 | Enlace Asomundis para personas en condición de discapacidad | 1 | 0 | 0 |
| 19 | 2 | Anuncio boletas para concierto | 1 | 0 | 0 |
| | | Anuncio programa "El expreso del café" | 1 | 0 | 0 |
| 20 | 1 | Anuncio cuenta de Twitter | 6 | 1 | 0 |
| 24 | 2 | Deseo feliz semana | 4 | 1 | 0 |
| | | Celebración Día del Locutor | 0 | 0 | 0 |
| 25 | 1 | Anuncio fallecimiento | 0 | 0 | 0 |

Fuente: Elaboración propia

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Referencias

Alcaldía Municipal de Pensilvania Caldas. (s.f.). Recuperado el 29 de abril de 2015, de

www.pensilvania-caldas.gov.co

Álvarez Moreno, M. A. (2008). El desafío de las radios comunitarias. *Anagramas*, 6(12), 61-67.

Esteinou, J. (2005). Hacia un Nuevo Modelo de Comunicación Social: La Radio Ciudadana.

Razón y Palabra, 10(46).

Herrera Damas, S. (2004). La participación de los oyentes en los programas de radio, ¿Un género radiofónico? *Revista de comunicación*, 3, 7.

infotechnology. (3 de febrero de 2014). Recuperado el 11 de mayo de 2015, de

<http://www.infotechnology.com/internet/La-historia-de-Facebook-paso-a-paso-20140203-0003.html>

López González, M. (s.f.). *Eumed*. Recuperado el 12 de mayo de 2015, de

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/664/La%20comunicacion%20y%20la%20participacion%20ciudadana%20La%20Radio%20Comunitaria.htm>

López Vigil, J. (2005). *Manual urgente para Radialistas Apasionados*.

Martínez-Costa, M., & Herrera Damas, S. (2007). La participación de los oyentes en la programación de la radio española. *Comunicación y sociedad*, XX(1), 22-49.

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Méndez Hoyos, A., Montiel del Pino, C., Moreno González, A., & Muñoz Azcurrain, L. (2013).

La interactividad en la radio por Internet. En J. Pérez Rufí, *Nuevos tiempos para la industria radiofónica en España*.

Ministerio de Comunicaciones. (2008). Radio y Pluralismo: Política de Radiodifusión Sonora Comunitaria.

Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. (2010). Resolución 415.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2014). Boletín Trimestral de las TIC.

Pascual, A. P. (2013). Redes sociales en la radio española. Facebook, Twitter y Community Management. *Revista Estudios de la Comunicación*, 123-144.

Pensilvania Estereo. (s.f.). Recuperado el 19 de mayo de 2015, de

<http://pensilvaniastereo.com.co/sitio/#!quienes-somos/ca77>

Radio Televisión Española. (s.f.). Recuperado el 19 de mayo de 2015, de

<http://manualdeestilo.rtve.es/anexos/7-4-glosario-de-terminos-utilizados-en-el-lenguaje-televisivo/>

Ramos del Cano, F. (2014). Redes sociales y participación radiofónica: Análisis de caso de Twitter y Facebook en la Cadena SER. *Ámbitos* (25).

Sánchez Carrera, J., & Contreras Pulido, P. (2012). De cara al prosumidor. *Icono* 14, 10(3), 62-84. Recuperado el 7 de mayo de 2015

Santos Vallecillos, A., & González Sánchez, K. (2003). *El papel del medio de comunicación radio en el desarrollo cultural salvadoreño*. EL Salvador.

Uso de la red social Facebook como medio de participación ciudadana en la emisora

Pensilvania Estéreo.

Universidad de los Andes. (s.f.). Medios en Colombia. Recuperado el 29 de abril de 2015, de

<http://www.mediosencolombia.com/usos-de-internet-y-redes-sociales-en-colombia/>

Videla Rodríguez, J. J., & Piñeiro Otero, T. (2013). Hacia una “radio social” Interacción,

proyección y repercusión de las cadenas españolas en redes sociales. *Icono 14, 11*(1), 83-113.

Villamayor, C., & Lamas, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*.