



CORPORACIÓN
UNIVERSITARIA
LASALLISTA

**DISEÑO DE LA NUEVA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN PARA LA
EMISORA DEL BATALLÓN SILVA PLAZA – DUITAMA/ BOYACÁ**

KATHERINE GARCÍA REYES

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS - ANTIOQUIA
2010**



CORPORACIÓN
UNIVERSITARIA
LASALLISTA

**DISEÑO DE LA NUEVA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN PARA LA
EMISORA DEL BATALLÓN SILVA PLAZA – DUITAMA/ BOYACÁ**

KATHERINE GARCÍA REYES

Trabajo de grado para el título de Comunicadora - Periodista

Asesor

**JUAN MANUEL MUÑOZ MUÑOZ
Comunicador - Periodista**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS - ANTIOQUIA
2010**

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Caldas, 10 de febrero de 2010

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	8
1. OBJETIVOS	9
1.1 OBJETIVO GENERAL	9
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
2. JUSTIFICACIONES	10
2.1 IMPACTO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO	10
2.2 IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO	11
3. MARCO TEÓRICO	12
3.1 GENERALIDADES DE LA RADIO EN EL EJÉRCITO NACIONAL DE COLOMBIA	12
3.2 LA RADIO	13
3.3 LA RADIO EN INTERNET	15
3.4 NUEVA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN RADIAL	17
3.5 DISEÑO DE LA NUEVA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN RADIAL	18
4. METODOLOGÍA	19
5. RESULTADOS	20
6. ANÁLISIS DE RESULTADOS	21
7. CONCLUSIONES	22
8. RECOMENDACIONES	23
BIBLIOGRAFÍA	24
ANEXOS	25

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Imagen de las instalaciones de la emisora	24
Anexo B. Boletines	25

RESUMEN

El Ejército Nacional de Colombia tiene la necesidad latente de obtener un incremento positivo en temas como: legitimidad por parte de la población civil, elevación de la motivación, identidad y sentido de pertenencia de los miembros de la Institución, así como el hecho de persuadir a los delincuentes para que desistan de su propósito y se acojan a los procesos de desmovilización planteados por el Gobierno Nacional. Ante esta situación, se buscó una posible solución través de la Dirección de Acción Integral del Ejército Nacional, para que se planteara una estrategia fundamental en el plan de campaña, previsto para la fecha, basada en los medios de comunicación. Dichos medios están pensados para cumplir con las necesidades antes mencionadas; y es así como se inicia con la solicitud ante el Ministerio de Comunicaciones, para obtener las licencias de radio de acuerdo a la normatividad prevista por el Estado colombiano.

El proceso de implantación de nuevas estaciones se inicia en el año 2002 con la puesta en funcionamiento de 25 estaciones radiales en ciudades y municipios del país. El Ministerio de Comunicaciones, otorgó las licencias dentro de la categoría de interés público de acuerdo al decreto de comunicaciones e interés público que interviene en este caso.

La aceptación de la población rural fue positiva para este medio de comunicación, incluyendo la emisora radial "*Señal Colombia Estéreo*" 90.1 FM, del Grupo de Caballería Silva Plazas en la vereda de Bonza del municipio de Duitama –Boyacá, pues las comunidades comenzaron a utilizar la Emisora para motivar a los soldados, enviarles su mensaje de felicitación, entre otros aspectos que permiten demostrar que la Institución tiene alto posicionamiento de credibilidad en la sociedad.

Es por esto que en la Emisora se busca el inicio de un plan de trabajo para el mejoramiento de la parrilla de programación, que de acuerdo a las directrices, es de carácter educativo y cultural, de acompañamiento a las comunidades, pero lo más importante que sea la voz del Ejército Nacional, para llegar con mensajes de apoyo y cooperación de la comunidad hacia la Institución y mensajes de motivación a la tropa que se encuentra en zonas rurales, para así avanzar comprometidos en la Misión Institucional.

SUMMARY

The National Army of Colombia has the latent need to obtain a positive increase on topics such as legitimacy by the civil population, increased motivation, identity and sense of belonging among members of the institution, and the fact to persuade offenders to desist from their purpose and embrace demobilization processes raised by the Government. In this situation, a possible solution was sought through the Department of Integral Action of the National Army to be raised a key strategy in the campaign plan, scheduled to date, based on the media. These resources are designed to meet the above requirements, and this is how it starts with the application to the Ministry of Communications, to obtain licenses to radio in agreement of the arrangement envisaged by the Colombian State.

The implementation process of new stations began in 2002 with the commissioning of 25 radio stations in cities and municipalities. The Ministry of Communications granted licenses under the category of public interest in accordance with the decree of communications and public interest involved in this case.

The acceptance of the rural population was positive for this medium of communication, including radio station " Señal Colombia Estéreo " 90.1 FM, of the cavalry Silva Plazas Group on the sidewalk of the town of Duitama Bonza-Boyacá, as communities began to use the radio station to motivate troops, to send his congratulatory message, inter alia to establish that the institution has high rankings of credibility in society.

That's why the station is looking at starting a work plan for the improvement of the radio programming, which according to the guidelines, is an educational and cultural accompaniment to the communities, but the most important thing is the voice of the Army, to reach with messages of support and cooperation of the community towards the institution and motivational messages to the troops that are in rural areas, so committed to advancing the institutional mission.

INTRODUCCIÓN

La licencia para el funcionamiento de la Emisora del Batallón Silva Plaza “*Señal Colombia Estéreo*” 90.1 FM (**Ver Anexo A**), en el municipio de Duitama, Boyacá, fue otorgada con una potencia de 5 Kilovatios y la ubicación de los transmisores en el cerro La Rusia; para así dar inicio el 16 de marzo de 2003, con la primera emisión al aire de ésta, con un cubrimiento en departamentos como: Boyacá, Cundinamarca, Santander, Casanare y municipios ubicados al suroeste del departamento de Antioquia. Y aunque su alcance cubre una gran extensión del territorio nacional, la Emisora no cuenta con una buena asesoría profesional a nivel de programación y está perdiendo fuerza entre la comunidad y sus alrededores, ya que no cumple con las expectativas y basa su contenido principalmente en información noticiosa y de entretenimiento que mandan desde la ciudad de Bogotá, perdiendo así la proximidad para llegarle a tan selecto grupo.

Es por esta razón que se debe implementar y complementar dicha Emisora, por medio de la creación de un plan estratégico que genere como resultado, una parrilla de programación radial, novedosa, educativa y formativa, que refresque el ambiente de este medio de comunicación para el Ejército Nacional de Colombia y su público directo.

Partiendo de lo anterior, se busca fomentar la creación de la parrilla de programación radial, teniendo en cuenta las razones de la Emisora, teorías generales que ayuden a la creación de ésta, así como también nuevas ideas y conceptualizaciones que generen resultados provechosos para la misma. No se debe dejar de lado el legado institucional que marca el contenido de la Emisora, como tampoco las diferentes doctrinas y necesidades planteadas inicialmente por esta Institución.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una nueva parrilla de programación radial para la emisora del *Batallón Silva Plaza*, que le dé fuerza y dinamismo a la misma y así generar un mayor crecimiento en los procesos comunicativos, permanentes al servicio de la tecnología en locución y producción radial de la misma.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Idear el diseño, de la nueva parrilla radial, con una programación que le dé forma y propósito a la emisora del Batallón, como medio no solo de comunicación sino también para la expresión y evolución de la misma.
- Planear los programas que integrarán la nueva parrilla de producción radial, los cuales deben estar enfocados a los intereses del Batallón SILVA PLAZA, basados en su misión y visión.
- Interactuar con los encargados y miembros de la emisora del Batallón SILVA PLAZA, para la creación de la nueva parrilla de programación radial, con el fin de que participen en la proyección de nuevos espacios radiales.

2. JUSTIFICACIÓN

2.1 IMPACTO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO

La creación y el diseño de una nueva parrilla radial, busca que se puedan dar programas propios y creativos por parte de los miembros de la emisora, brindando eficacia y mejoras en la programación de la misma. Todo esto bajo la asesoría y aportes que se puedan ofrecer con los conceptos recogidos y aprendidos en el transcurso de la carrera de Comunicación y Periodismo.

La proyección de los espacios radiales, que integrarán la nueva parrilla de producción, se propondrá por medio de actividades de grupos focales con los directos implicados de la programación radial, como lo es la creación de pregrabados para escuchar en los grupos, buscando compartir críticas constructivas y generar un resultado final completo y eficaz.

En el desarrollo coherente de este proyecto se debe tener en cuenta todo lo anterior, para así llegar a un producto final, eficaz y aplicable en la Emisora Radial del Batallón SILVA PLAZA, enfocándose en su plan de formación militar y de acción integral, fortaleciendo las bases cognoscitivas en el área de la comunicación y el periodismo como lo son:

- ✓ La comunicación humana
- ✓ Liderazgo y trabajo en equipo
- ✓ Comprensión de la realidad y sus conflictos
- ✓ Estrategias comunicativas
- ✓ Diversidad cultural
- ✓ La ciudadanía y sus procesos

2.2 IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO

- A nivel social:

El diseño de la parrilla radial brindará un desarrollo en la integración del individuo, con la comunidad militar y dentro de la misma, presentando opciones que favorezcan a la convivencia y la comprensión entre los mismos.

Se reforzaría además el respeto por la identidad militar y del mismo Batallón y así mismo se da pie para estimular la sana discrepancia y la controversia por los diversos temas propuestos en el proceso de desarrollo del proyecto.

-A nivel económico:

No existirán ganancias financieras, pero éstas se verán reflejadas en los procesos estéticos, como lo es diseño de la parrilla radial y la proyección de los programas que compondrán la misma, fortaleciendo de esta manera, la percepción de la imagen del Ejército Nacional de Colombia y sus avances a nivel tecnológico y de comunicaciones.

- A nivel Estético:

Al diseñar y crear la parrilla de programación radial, se explotarán los parámetros de calidad sonora, que impulsarán de igual forma el crecimiento y mejoras en la emisora del Batallón SILVA PLAZA.

Los conceptos de la práctica y desarrollo del proyecto, buscarán el reconocimiento de los criterios sólidos para el trabajo del campo mediático, sopesando su aplicabilidad y las herramientas disponibles para dicho proyecto.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 GENERALIDADES DE LA RADIO EN EL EJÉRCITO NACIONAL DE COLOMBIA

El Ejército Nacional de Colombia, al mismo tiempo que inicia la búsqueda de la solicitud para las licencias radiales otorgadas por el Ministerio de Comunicaciones, fue preparando personal de Suboficiales en manejo de medios de comunicación, técnicas de locución y en la parte administrativa se fueron dando las respectivas directrices por parte de la Institución, para el manejo profesional de las emisoras, dando así cabal cumplimiento a la normatividad del Ministerio. Durante este proceso, la Institución le dio la oportunidad de profesionalización al personal que integra las emisoras. En el caso de los soldados profesionales recibieron curso en mantenimiento y técnica, con el propósito de contar con el personal capacitado para solucionar problemas técnicos. En la actualidad las emisoras cuentan con dos transmisoristas que se encargan del mantenimiento de los transmisores en sus respectivas ubicaciones.

Los estudios técnicos a las emisoras fueron elaborados por personal de Suboficiales destinados por el Ejército Nacional, quienes fueron los encargados de verificar y poner al aire las 25 estaciones otorgadas por el Ministerio de Comunicaciones en su primera etapa.

Cronología de las Emisoras del Ejército¹:

- 1954** Durante el Gobierno del General Gustavo Rojas Pinilla se activa la primera emisora militar.
- 1997** Mediante la Resolución No. 001944/ 97, se otorgó concesión para la prestación del servicio de radiodifusión sonora al Ejército Nacional por parte del Ministerio de Comunicaciones, atendiendo solicitud del Comandante del Ejército, el 7 de abril el Ministro de Comunicaciones asigna 25 frecuencias en AM y FM para el Ejército Nacional.

¹ COLOMBIA. EJERCITO NACIONAL. Directiva 073 de 2002 Dirección Acción Integral Comando Ejército. Bogotá: Ejército, 2002.

- 1998** Por considerar que las licencias adjudicadas para el funcionamiento de las radiodifusoras tácticas habían sido designadas con una potencia de antena que no permitía el cubrimiento de las jurisdicciones de las Unidades tácticas donde habían sido concedidas, se solicita la real adjudicación de frecuencias para emisoras de 5-10 y 15 KW, procurando una cobertura regional iniciándose el proceso de adquisición de los equipos.
- 1999** Se instalan 9 emisoras en diferentes partes del país y se adquieren equipos para dos KW cada una en AM y FM, en este mismo año se pone en funcionamiento la emisora básica de las emisoras del Ejército en Bogotá D.C, en el mes de julio con 10 KW.
- 2000** Se reciben de la Asociación Cravonorte los equipos para la Emisora de Saravena (Arauca) de 5 KW en AM.
- 2001** Se firma un Convenio con INRAVISION para la asignación de un canal satelital, en la banda KU.
- 2005** Se gestiona un nuevo canal con TV Andina y Telecom para tener un canal satelital en Banda C, hasta cuando se constituye RTVC y se regresa al convenio interinstitucional en la banda C.
- 2006** Se reestructura la Cadena Radial del Ejército Nacional, se le da una nueva organización administrativa y se crean cinco nuevas emisoras en Cúcuta, Ipiales, Chaparral, La Uribe y Ocaña.

3.2 LA RADIO

La radio es, como medio, una herramienta que amplía las posibilidades de comunicación e información, algunas veces más informativa que cualquier cosa, pero otras veces un tanto más artística y entretenida. Es la radio la que deja combinar ambas cosas, cediendo ante el cultivo de la creatividad en el ejercicio radiofónico.

Es entonces la radio el medio que nace arraigado en el ámbito de la cobertura, noticiosa, entretenida y diversa, que parte de la evolución histórica basándose en una dimensión social con la lógica de la comercialización, apuntando a la necesidad de recuperar un espacio que por principio se merece.

Mario Kaplún propone doce formatos básicos para hacer radio ² :

- La charla - Es un discurso o monólogo, generalmente breve. Dentro de este formato podemos distinguir tres variantes:
 - ✓ Expositiva – Alguien habla por radio con el fin de explicar algo, difundir conocimientos. Es la forma más sencilla y económica de usar la radio, pero también la menos radiofónica y la menos pedagógica.
 - ✓ Creativa – Rebasa a la expositiva, pues busca la manera de llamar la atención, de inquietar y agradar.
 - ✓ Testimonial – Alguien cuenta su propia experiencia y en primera persona, es vivencial y por lo tanto, llega.

- El noticiero (formato noticia) – Es un conjunto o sucesión de noticias, expuestas de manera escueta y poco detallada.

- Nota o crónica – Ofrece información amplia de un hecho, no incluye juicios personales, pero sí antecedentes y opiniones de otros para que quien escucha se pueda formar un juicio al respecto.

- El comentario – Involucra un análisis y una opinión acerca del hecho comentado, orienta al oyente.

- El diálogo – Incluye dos formas:
 - ✓ Diálogo didáctico – Un entrevistador cuestiona a un especialista en determinado tema, es como una charla expositiva, pero dinamizada por el entrevistador.
 - ✓ Radio consultorio - En lugar de contar con un entrevistador, se responden preguntas que hace el público.

- La entrevista informativa – Diálogo basado en preguntas y respuestas, el entrevistado es alguien ajeno al medio y aporta información u opiniones respecto a las preguntas que le hace el entrevistador.

² KAPLUN, Mario. Producción de programas de radio: El guión, la realización. Quito : CIESPAL, 1976. 460 p.

- La entrevista indagatoria – Consiste en un interrogatorio exhaustivo con alguna personalidad directamente relacionada con el hecho de interés.
- El radioperiódico – Consiste al igual que un periódico escrito, diversas secciones, política, economía, deportes, etc. Brinda noticias, crónicas, comentarios, etc.
- La radio/revista (programa misceláneo) – Su característica es la variedad de secciones que incluyen y la presencia de un conductor le da carácter y unidad al programa.
- La mesa redonda – Maneja la entrevista, pero con dos o más invitados, el entrevistador se le llama moderador y se encarga de llevar el hilo conductor del programa, hay dos tipos:
 - ✓ Mesa redonda propiamente dicha – Puede o no haber opiniones diversas entre los invitados, pero no se busca la confrontación.
 - ✓ Debate o discusión: Aquí se busca posiciones antagónicas y la confrontación de ideas.
- El radio/reportaje – Es uno de los formatos más relevantes de la radio. Es una monografía sobre un tema dado. Es una presentación relativamente completa del tema, Puede ser de larga duración y se debe recurrir a una amplia gama de recursos y formatos, que cumplen la función de los dibujos y fotografías en el papel.
- La dramatización – En este formato se recrea la vida, por ello está considerado el más activo de todos.

Los formatos arriba expuestos son los formatos básicos, lo que deja la opción de combinarlos de la manera que se crea más conveniente, pues la radio cubre todo un espectro de posibilidades.

3.3 LA RADIO EN INTERNET

La radio en la red cuenta con un sin fin de herramientas, que con un solo clic permite conocer un amplio contenido de propuestas radiales, desde las más tradicionales, hasta las más novedosas en la búsqueda auditiva, o por su militancia en lo social, cultural o político.

Las emisoras informativas y algunas especializadas en Colombia, empezaron, desde los años noventa, a basar el desarrollo de su programación en la digitalización de la misma, a crear sus propios sitios virtuales, que constituyeron una nueva forma de difundir sus contenidos tradicionales.

En un comienzo se interesaron en la creación del sitio en la web y así poder contar con una presencia mundial en la misma y, mediante un sistema de descargas, lograr poner a disposición de los nuevos escuchas, “ciberoyentes”, la producción y los contenidos propios de las emisoras situadas en contextos específicos demográficos y culturales. Fue así como la radio “*on – line*” se convirtió en una realidad, lo que abrió nuevos espacios para la difusión de los acontecimientos e información, para la oferta de una nueva gama de servicios, sondeo de los oyentes y la llegada a un público más específico.

Las grandes cadenas radiales del país, por ejemplo, consolidaron sus sitios en internet y abrieron un canal de radio en la web en la búsqueda de nuevos oyentes, tanto de adentro como fuera del país. Aunque esto no fue solo en las grandes cadenas, las emisoras culturales y educativas independientes y del Estado, se multiplicaron en la red aprovechando así la relativa facilidad técnica y económica del proceso. También existe una gran oferta exclusiva para la red, la cual incluye mayormente emisiones continuas de música por género; canales sin territorio, creado por concededores de la misma.

3.4 NUEVA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN RADIAL

La emisora del Batallón Silva Plaza, “*Colombia Estéreo 90.1 FM*”, cuenta con un espacio de emisión radial de lunes a viernes las 24 horas, los sábados y domingos, se transmite desde la ciudad de Bogotá por medio de un enlace que conecta a dicha emisora con el departamento de Boyacá.

La nueva parrilla de programación radial, cuanta con espacios que generan más cercanía con la comunidad, puesto que gran parte de la antigua programación se basaba en un formato de selección musical y noticias generales nacionales, sin tener en cuenta los hechos noticiosos y culturales del departamento y las zonas aledañas.

Se siguió enmarcando en cada segmento la misión y visión del Batallón, buscando una fusión entre los conceptos de comunicar, informar y entretener con base a las normativas y propuestas del Ejército Nacional de Colombia.

3.5 DISEÑO DE LA NUEVA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN RADIAL

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
06:00	<p>“Diario Noticias” Formato de radioperiódico – Consiste al igual que un periódico escrito, diversas secciones, política, economía, deportes, etc. Brinda noticias, crónicas, comentarios, etc.</p>				
07:00					
08:00	<p>“Cada día” Formato de la charla - Un discurso o monólogo, generalmente breve. Dentro de este formato se mezclan sus tres variantes: Expositiva, Creativa y Testimonial.</p>				
09:00					
10:00					
11:00	<p>“Monografía Musical” Formato de radio/reportaje – Es uno de los formatos más relevantes de la radio. Es una monografía sobre un tema musical pautado con anterioridad. Es una presentación relativamente completa del tema, Puede ser de larga duración y se debe recurrir a una amplia gama de recursos y formatos, que cumplen la función de los dibujos y fotografías en el papel.</p>				
12:00					
13:00					
14:00	<p>“Tertulia de actualidad” Formato de comentario – Involucra un análisis y una opinión acerca de los hechos noticiosos hasta esa hora del día comentados, orienta al oyente.</p>				
15:00	<p>“Escúchate” Formato de Charla Testimonial, donde se pauta un tema y los oyentes llaman y opinan del mismo a partir de sus propias vivencias.</p>				
16:00					
17:00					
18:00					
19:00	<p>“Diario Noticias” Formato de radioperiódico – Consiste al igual que un periódico escrito, diversas secciones, política, economía, deportes, etc. Brinda noticias, crónicas, comentarios, etc.</p>				
20:00					
21:00	<p>“No más” Formato de Charla Creativa y Dramatización, donde los oyentes hablan, envían saludos y opinan sobre los secuestrados, la violencia y los grupos al margen de la ley.</p>				
22:00					
23:00					
00:00	<p>“Madrugadas Musicales” Selección musical con un género específico para cada noche.</p>				
1:00					
2:00					
3:00					
4:00					
5:00					

4. METODOLOGÍA

Es conveniente establecer sesiones de trabajo con los directos implicados en la emisora, por parte del área de comunicaciones, para que conozcan el interés en darle un nuevo aire a la parrilla radial, y ser concientes de las diferentes técnicas periodísticas como lo son: locución, reportería, programación, redacción de guiones, montaje de comerciales entre otros, a mejorar o a cambiar. Esto con el fin de enmarcar el objetivo específico número 3 y como herramienta para el objetivo general.

Entre los procesos de la metodología podemos destacar los siguientes puntos:

- Elaboración de formatos teóricos y boletines culturales y noticiosos, que promuevan el aprendizaje y el entretenimiento, en la parrilla radial, despertando el interés de la comunidad por la misma. **(Anexo B)**

- Intercambio de aptitudes y actitudes entre la comunidad y los que trabajamos en la emisora, para comprender dichos receptores y mejorar la realización de producciones radiales con excelentes contenidos.

- Creación de pregrabados, para ser escuchados dentro de la misma emisora y así compartir críticas constructivas, generando un resultado final completo y eficaz.

- Grabar programas de otras emisoras con la misma línea educativa, analizarlos, apropiándose de ellos, para que se noten posibles mejoras y se apliquen la práctica y el conocimiento radial.

- Organizar el enfoque de las producciones radiales, para determinar una posible línea metodológica de la parrilla y su aplicación en la realidad social que se vive en la comunidad militar, enfocados en el cumplimiento de los objetivos específicos 1 y 2, además del general.

5. RESULTADOS

Con la metodología aplicada, los resultados, aunque cumplen y abarcan más los objetivos específicos que el general, han llegado a ser un gran avance para una posible culminación exitosa de este proyecto.

Los resultados casi que satisfacen los tres objetivos específicos, puesto que se ha logrado una gran y fructuosa relación con los directos implicados en el funcionamiento de la emisora, lo que deja un espacio para la interacción y la fusión de los mismos en la creación de la parrilla de programación radial.

Por otra parte, la redacción de boletines culturales y noticiosos que acercan a la comunidad con la programación de la emisora ha logrado mostrar, tanto a los compañeros de trabajo como a las directivas de la misma, ya que éstos pueden ser una posible herramienta para mejorar en la parrilla.

Además la apertura de un espacio en la emisora para escuchar sugerencias y gustos de los oyentes, ha generado ideas novedosas que podrían complementar el plan de desarrollo, en el que actualmente se está trabajando que es la creación de la parrilla de programación radial, para la emisora.

Ahora bien, con los objetivos específicos ya abarcados podemos concluir con una realización y creación completa de la nueva parrilla radial, enmarcada ésta como el objetivo general del proyecto, la cual se ha empezado aplicar como proyecto piloto que ha demostrado inmensas mejoras, no sólo en audiencia, sino en aceptación de la misma, tanto fuera como dentro del entorno laboral.

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Con la experiencia del proyecto de grado totalmente finalizada y evaluada por los directos implicados en el mismo, podemos dar como análisis los siguientes ítems:

- La nueva interacción y fusión de los intereses entre los compañeros de trabajo, fundados por la creación de la nueva parrilla radial y el desarrollo satisfactorio de este proyecto; es algo en lo que se debe seguir trabajando y mejorando, por el bienestar no sólo de la comunidad sino también del crecimiento de la emisora y el Batallón en la misma.
- La creación de boletines culturales y noticiosos, que involucran más a la comunidad en la labor de la emisora, acrecentando los radio escuchas, así también como a futuros colaboradores, demostrando así que debe formar parte de las herramientas comunicativas indispensables para la expansión y cercanía de la nueva parrilla radial con la comunidad.
- Los espacios para escuchar sugerencias y nuevas ideas por parte de los oyentes, para complementar el grupo focal en la creación de la nueva parrilla radial, dio resultados excelentes a nivel de lo que se planteó en un inicio; pero además abrió las puertas a los oyentes para incentivar en ellos un sentido de pertenencia hacia la emisora y su comunidad como razón de ser de la misma.
- La creación de la nueva parrilla radial y su aplicación como piloto de prueba, dejó resultados satisfactorios, tanto en los compañeros de trabajo puesto que acrecentó su integración con la comunidad, como para los radioescuchas que lograron expresar sus intereses y mejoras para la emisora, al sentir ambos una cercanía en la cual se ven identificados y reflejados como parte de una sola comunidad el Ejército Nacional de Colombia.

7. CONCLUSIONES

- La emisora radial “*Colombia Estéreo 90.1 FM*” del Batallón Silva Plaza, como muchos de los medios de comunicación en el Ejército Nacional de Colombia, carecen de una guía idónea para la formación de programas que los acerquen a la comunidad que los escucha, ya que tienen como único fin informar y generar misión y visión, sin pensar en el cómo lo hacen.
- Con el desarrollo de este proyecto se logro observar que la comunidad del Silva Plaza, se identifica más y genera un estado de retroalimentación, si se les tiene en cuenta a la hora de comunicar y entretener, no como fin del proceso, sino como parte de éste.
- La aplicación de las herramientas comunicativas de diagnóstico y retroalimentación fueron fundamentales, tanto en el desarrollo del proyecto como en su resultado final, que fue el diseño y creación de la nueva parrilla radial.

8. RECOMENDACIONES

Para una óptima mejoría creciente, en la emisora del Batallón Silva Plaza, se debe tener en cuenta el actual proyecto y todo lo desarrollado alrededor del mismo, sin olvidar sugerencias anteriores sobre una mejor capacitación del personal actual, las herramientas comunicativas y las nuevas y cada día cambiantes teorías sobre el campo radial.

Además no se debe olvidar, un constante sondeo sobre lo que la comunidad piensa y requiera de la emisora y su programación, recordemos que son los oyentes nuestra razón de ser y son los mismos lo que determinan nuestro impacto en la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

KAPLUN, Mario. Producción de programas de radio: El guión, la realización. Quito : CIESPAL, 1976. 460 p.

HAYE, Ricardo. Hacia una nueva radio. Buenos Aires : Paidós, 1995. 220 p.

FAUS BELAU, Ángel. La radio: introducción a un medio desconocido. Madrid : Ed. Latina Universitaria, 1981. 310 p.

ORTIZ, Miguel Ángel. Técnicas de comunicación en radio: guiones, géneros y fórmulas. Barcelona : Paidós, 1995. 226 p.

ANEXOS

Anexo A. Fotografías



Anexo B. Boletines



DÍA INTERNACIONAL DEL TURISMO

Este 24 de septiembre en la edición XXX del día internacional del Turismo, se presentará en el Teatro Sogamoso, a las 6 de la tarde, algunos proyectos de turismo que actualmente se encuentra en ejecución.

Esta actividad se llevará a cabo, buscando incentivar en los ciudadanos del municipio y el departamento de Boyacá, mejorar y crecer en el mercado administrativo y del turismo. Convocan la administración municipal de Sogamoso y la secretaría de Desarrollo de la ciudad.



Teatro Sogamoso

“EMPAREJA2”



El famoso humorista colombiano, José Ordoñez, se presentará en Tunja y Duitama con su aclamada obra “Empareja2” donde se resaltan las más singulares ocurrencias y anécdotas que se puedan desarrollar en un matrimonio o una familia tradicional.

Luego de haber recorrido los mejores teatros en ciudades como Miami, San Francisco, Sacramento, Denver y Ciudad de México; este miércoles 23 de septiembre se presentará en el teatro Maldonado desde las 7 de la noche, en la ciudad de Tunja, para luego seguir el jueves 24 del mismo mes al municipio de Duitama.

Para las diferentes empresas o instituciones interesadas en asistir al evento, habrá descuento del 25 por ciento para grupos mayores a 10 personas. Para una mayor información se pueden comunicar con los organizadores del evento al 311 237 97 52.

José Ordoñez/ archivo Word press.

KGR.

Comunicadora – Periodista/ Practicante

e-mail: lali184@hotmail.com

Celular: 314 677 10 51

BOYACÁ

BOLETÍN N° 007

EL SONIDO SOBRE RUEDAS INVADIR DUITAMA

Este 10 y 11 de octubre se llevará a cabo el 15° Campeonato Nacional de Sonido Sobre Ruedas en la ciudad de Duitama, un evento de talle Latinoamericano relacionado con la industria del entretenimiento sobre ruedas.

Dicho evento se realizara en las instalaciones del Instituto Técnico Rafael Reyes, donde se celebrara el cumpleaños número 15 del evento con diferentes actividades, entre las cuales se encuentran auto contra auto sonando, muestras de carros y artistas invitados, entre otros.



El Campeonato además es un punto de encuentro oficial entre los aficionados del Car Audio & Tuning colombianos, su despliegue en medios de comunicación y calendario nacional solo se puede comparar en el país con un deportes como el futbol. Siendo Sonido sobre ruedas uno de los más prestigiosos eventos de la IASCA (International Auto Sound Challenge Association - Asociación Internacional de Competencias de Autosonido) expandiendo fronteras y llegando a otros públicos en eventos locales realizados en países como Chile, Venezuela y Ecuador.

El Campeonato Nacional de Sonidos Sobre Ruedas se realiza durante todo el año organizando una espectacular gira a nivel nacional que visita las principales ciudades del país, brindándole a los colombianos más de 8 horas continuas de show, espectáculos y competencias dándole gusto a todos y premiándolos por su asistencia con diferentes obsequios de los patrocinadores oficiales del evento.

KGR.

Comunicadora – Periodista/ Practicante

e-mail: lali184@hotmail.com

Celular: 314 677 10 51