



**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EMPLEADAS POR EL
CENTRO DE DESARROLLO CULTURAL DE MORAVIA EN LA COMUNA NÚMERO
4 DE MEDELLÍN**

**Julio César Velásquez Correa- <https://orcid.org/0000-0002-8695-8513>
Mariana Tamayo Londoño - <https://orcid.org/0000-0002-4491-466X>**

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Comunicación Social - Periodismo

abril de 2022

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL EMPLEADAS POR EL
CENTRO DE DESARROLLO CULTURAL DE MORAVIA EN LA COMUNA NÚMERO
4 DE MEDELLÍN**

**Julio César Velásquez Correa- <https://orcid.org/0000-0002-8695-8513>
Mariana Tamayo Londoño - <https://orcid.org/0000-0002-4491-466X>**

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Comunicador Social -
Periodista

Asesor(a)

Marlon Echavarría Rodríguez

Comunicador Social – Periodista

Magister Comunicación Educativa

Docente universitario

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Comunicación Social - Periodismo

abril de 2022

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo principalmente a Dios por habernos dado la vida y permitir el haber llegado hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional, a nuestras familias por el apoyo constante en aquellos momentos donde todo se tornaba difícil.

También dedicamos este trabajo a las personas de la comuna #4 de Medellín por permitirnos idealizar y realizar un proyecto mediante el cual logramos trabajar por nuestra comunidad y de la mano del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia.

Este trabajo es el claro ejemplo del compromiso y el interés por el lograr alcanzar las metas trazadas desde el primer instante en el que se surge la idea de indagarnos sobre un tema que para nosotros podría ser desconocido en ese momento. Por lo tanto, dejamos cada uno de nuestros esfuerzos reflejados en cada página realizada, resaltando el apoyo que logramos recibir por las personas que se interesaron en nuestro proceso.

Dedicamos este proyecto a aquellos compañeros que por algún motivo no lograron culminar con su proceso académico, dedicamos este logro a aquellos soñadores que día a día se levantan con la intención de superarse y poder alcanzar sus estudios universitarios.

Agradecimientos

Sería ilógico culminar este hermoso proyecto sin brindar un agradecimiento enorme para cada una de las personas que nos acompañó durante la ejecución y planeación de cada proceso que nos llevó a la obtención de este resultado. En especial queremos agradecer al Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, por abrirnos sus puertas y permitirnos conocer sus procesos y sus metodologías de trabajo que siempre se encaminan en beneficiar a nuestra ciudad.

Agradecemos también a los líderes culturales y Líderes Enlaces del barrio Moravia por permitir acercarnos a ellos para enriquecer nuestro conocimiento con todos sus procesos y proyectos planteados y desarrollados para el beneficio de la comuna 4 de Medellín y de todos los integrantes del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia.

A nuestros padres que nos supieron apoyar e impulsar cada día y sobre todo en aquellos momentos en los que parecía que íbamos a desfallecer en medio de un momento complicado de nuestro proceso, agradecemos a cada docente que nos acompañó y nos brindó una parte de su conocimiento para permitir que hoy podamos ser personas con criterio y conocimientos sobre algunos temas.

Gracias a nuestros compañeros que día a día nos apoyaron y nos permitieron disfrutar este proceso por medio de risas y momentos de distracción que permitieron que este viaje de la educación y la universidad se hicieran más sanos y beneficiosos para la construcción de nuestra persona.

Contenido

cLista de tablas.....	7
Lista de figuras.....	8
Lista de anexos.....	9
Resumen.....	10
Abstract.....	11
Introducción.....	12
CAPÍTULO I.....	13
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1 Delimitación del problema.....	13
2 Pregunta de investigación.....	14
2.1 Pregunta General.....	14
3 Objetivos.....	14
3.1 Objetivo general.....	14
3.2 Objetivos específicos.....	14
4 Justificación.....	15
5 CATEGORÍAS.....	15
6 MARCO REFERENCIAL.....	16
6.1 Marco Histórico:.....	16
6.2 Marco investigativo.....	17
6.3 Marco teórico.....	23
6.4 Adaptación de las generaciones al internet.....	23
7 Marco conceptual.....	27
7.1 Transformación a lo Digital.....	27
7.1.1 Marco legal y normativo.....	35
7.1.2 Marco praxeológico.....	37
8 DISEÑO METODOLÓGICO.....	40
8.1 Tipo de metodología.....	40
8.1.1 Ruta metodológica por objetivos específicos.....	41

8.2	Criterios de muestreo	43
8.3	Fuentes de información.....	43
8.3.1	Primarias:	43
9	Cronograma:	44
10	APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS:	45
10.1	Conclusión	48
10.1.1	Información apropiada en redes sociales	49
10.2	Conclusión	52
10.3	Conclusión	54
11	Triangulación	54
12	Conclusión	60
	Referencias.....	63
	Anexos	67

Lista de tablas

Tabla 1. Metodología	42
Tabla 2. Cronograma.....	45
Tabla 3. Resultados generales de la matriz de datos.	46
Tabla 4. Hallazgos de la categoría Estrategias de Comunicación Digital en las entrevistas	47
Tabla 5. Hallazgos de la categoría en las entrevistas.	50
Tabla 6. Categorías y temas	53

Lista de figuras

Ilustración 1. Información apropiada en redes sociales. Fuente: elaboración propia	67
Ilustración 2. Acercamiento del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia con la comunidad por medio de estrategias de comunicación digital. Fuente: elaboración propia.	67
Ilustración 3. Plataformas de acceso a la corporación. Fuente: elaboración propia.	68
Ilustración 4. El centro cultural debe mejorar las estrategias de comunicación digital. Fuente: elaboración propia.....	68
Ilustración 5. Redes sociales como medio principal para compartir y enterarse de los eventos. Fuente: elaboración propia.....	69

Lista de anexos

Anexo 1	67
Anexo 2	67
Anexo 3	68
Anexo 4	68
Anexo 5	69

Resumen

El propósito de este proyecto consistió en conocer las estrategias de comunicación digital del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, para reconocer de qué manera se han estado integrando con las nuevas tecnologías y reconocer si esto ha permitido un crecimiento para los proyectos y programas del Centro Cultural.

Para poder llegar a esta información se realizó un estudio bajo la metodología cualitativa, permitiendo así que nos pudiéramos acercar a la comunidad beneficiaria de cada una de las intervenciones del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia.

Con la intención de recolectar la información necesaria debimos realizar un sondeo a través de las redes sociales del Centro de Desarrollo, además de realizar una serie de entrevista y encuestas que nos permitió conocer cuáles eran las estrategias de comunicación digital que se estaban utilizando y el impacto que estaba teniendo en la comunidad del barrio Moravia y en general en la comuna # 4 de Medellín.

Palabras clave: Organizaciones culturales, Medios digitales, Desarrollo digital

Abstract

The purpose of this project was to know the digital communication strategies of the Cultural Development Center of Moravia, to recognize how they have been integrating with new technologies and to recognize if this has allowed a growth for the projects and programs of the Cultural Center.

To reach this information, a qualitative study was conducted, allowing us to get closer to the beneficiary community of each of the interventions of the Cultural Development Center of Moravia.

To collect the necessary information we had to conduct a survey through the social networks of the Development Center, in addition to conducting a series of interviews and surveys that allowed us to know what digital communication strategies were being used and the impact it was having on the community of the Moravia neighborhood and in general in the commune #4 of Medellin.

Keywords: Cultural organizations, Digital media, Digital development

Introducción

Este trabajo de investigación se realiza bajo la necesidad del entendimiento y reconocimiento sobre la integración de las comunidades que en muchos casos son olvidadas por el Estado, esto con la intención de integrar estos grupos a todo el proceso investigativo, haciéndolos participes activamente y dejando de verlos como un foco de información y entenderlos como los verdaderos autores y dueños de las problemáticas y las mismas soluciones

Por medio de este proyecto nos queremos dar a la tarea de demostrar a las organizaciones culturales, en este caso puntual, el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, que al hacer uso de buenas estrategias de comunicación podrían llegar a lugares y personas que aún no han logrado llegar. Difundir su información o sus actividades puede convertirse en la manera más adecuada para cumplir ese ideal de transformación que hace parte de su conducta y de su diario construir incluyendo la necesidad de avanzar con las necesidades que el mundo y las personas aquejan, haciendo uso de las herramientas de interacción que estas mismas presentan.

CAPÍTULO I

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El propósito de este estudio cualitativo se basó en conocer las estrategias de comunicación digital y las oportunidades de desarrollo que usan y ejecutan los grupos culturales, teniendo en cuenta la evaluación e integración que estos llevan a cabo con las nuevas plataformas digitales, nos basaremos principalmente en el caso del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, epicentro en el cual se han formado diversos movimientos sociales y/o grupos culturales en pro de la comunidad que conforma la comuna 4.

Como instrumento de recolección de datos se utilizan métodos de entrevistas con beneficiarios y partícipes de estos grupos culturales, además de esto se realizó un sondeo de las redes sociales y medios digitales utilizados por estos grupos y/o movimientos.

A lo largo de la historia, el ser humano se ha encontrado con la necesidad de expresarse a través de grupos o movimientos sociales, pero muchos de estos no logran ser integrados por gran parte de la sociedad. Actualmente con la aparición de las redes sociales las personas han encontrado una nueva forma de comunicar, expresar o demostrar la cotidianidad que acompaña su vida. Estas plataformas digitales y redes sociales se han venido utilizando como un propulsor para atraer a otras personas a que se interesen por conocer sobre proyectos o actividades que puedan ser de interés social o de alguna otra índole. Es acá donde radica la importancia de generar una fusión o unión entre las redes sociales y los grupos culturales.

1.1 Delimitación del problema

Este proyecto de investigación se desarrolló a partir del año 2019 en el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia ubicado en la CRA 52 de la zona centro - oriental de Medellín, lugar que se presta para diferentes eventos, como: conferencias, conciertos, espacios lúdicos -

recreativos, culturales y para el conocimiento. Brindando a las personas que conforman esta zona una gran variedad de oportunidades, capacitaciones y cursos. Se buscará la participación de los integrantes del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia como directivos, talleristas y público beneficiado de la comuna.

2 Pregunta de investigación

2.1 Pregunta General

¿De qué modo las estrategias de comunicación digital implementadas por el Centro de Desarrollo Cultural del sector de Moravia en la ciudad de Medellín han sido apropiadas por la comunidad de dicha localidad con la intención y el resultado del desarrollo social?

3 Objetivos

3.1 Objetivo general

Comprender los procesos de apropiación por parte de la comunidad del sector de Moravia en la ciudad de Medellín respecto a las estrategias de comunicación digital implementadas por el Centro de Desarrollo Cultural de dicha localidad en favor de su desarrollo social.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar las estrategias de comunicación digital adoptadas por el Centro de Desarrollo Cultural del sector de Moravia en Medellín para el contacto con la comunidad.
- Describir formas de apropiación de la comunidad del sector de Moravia en la ciudad de Medellín respecto a la comunicación digital del Centro de Desarrollo Cultural de la localidad.

- Analizar los beneficios en el desarrollo social del sector de Moravia en Medellín al apropiarse de las estrategias de comunicación digital de su Centro de Desarrollo Cultural.

4 Justificación

Este proyecto de investigación va de la mano con la sub - línea de “investigación de comunicación, participación y cambio social”.

Esto se debe a que el trabajo se enfoca en investigar e indagar sobre el uso de las redes sociales y las estrategias de comunicación de los centros culturales a través de métodos de investigación desarrollados durante las plataformas digitales, buscando comprender el rol que tiene la comunicación en el desarrollo de cambio social y participación; ya que investigar sobre este tema permite conocer la manera en que el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia ha venido dando uso a las nuevas estrategias de comunicación y los beneficios o ventajas que se encuentran en esta, además, es importante conocer la viabilidad que ha tenido la industria de medios digitales en grupos o movimientos culturales tradicionales y poner en una balanza los beneficios que se han encontrado en la incursión de los grupos culturales a través de plataformas digitales.

Es de entender que el cambio social que presentan las comunidades va de la mano de las personas que presentan a los grupos culturales oportunidades para el desarrollo, todo esto se obtiene con la participación social.

5 CATEGORÍAS

- Estrategias de comunicación digital.
- Desarrollo Social.
- Apropiación digital.

6 MARCO REFERENCIAL

6.1 Marco Histórico:

El inicio del barrio Moravia se remonta aproximadamente al año 1979. Este sector comenzó siendo un terreno en el que funcionaba el botadero de basuras de la ciudad de Medellín, en el que las familias desplazadas que llegaban de diferentes pueblos de los departamentos de Antioquia, Córdoba y Chocó comenzaron a construir casas de invasión. Estas familias vivían de reciclar las basuras, luego comenzaron a migrar a otro tipo de labores informales como el rebusque.

La característica principal de este barrio no es que sea en su mayoría una zona de invasión, ni que la mayor parte de sus habitantes sean desplazados, en realidad es la montaña de 30 metros de altura que está ubicada sobre un terreno de 18 metros de profundidad de desechos domiciliarios, industriales, hospitalarios y urbanos.

En la actualidad, Moravia o El Morro, sigue siendo un barrio sobrepoblado de la ciudad de Medellín, cuenta con más de 40 mil habitantes en un área de 42 hectáreas. ha sido una zona que ha necesitado apoyo de la alcaldía del municipio de Medellín y el cual ha tenido la oportunidad de contar con intervenciones sociales, políticas y urbanísticas en donde el objetivo principal es buscar la reubicación de las familias de El Morro.

Moravia tuvo la oportunidad de contar con la llegada de un centro de la cultura en mayo del 2008 con la inauguración del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, una obra del arquitecto Rogelio Salmona donde la cultura, el arte y la educación han sido vitales en temas de empoderamiento, derechos humanos y territorio (EPM, s.f.). esto fue un plus bastante positivo para el barrio y todos los habitantes que lo conforman.

El interés en desarrollar este proyecto es analizar las estrategias de comunicación por las que el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia se da a conocer, estas son: Instagram, Facebook, página web, Twitter y YouTube. En sus redes sociales cuentan con más 10 mil seguidores y se viene haciendo uso de estas herramientas desde el año 2012, con las que se busca transmitir diversos temas de conversación sobre los temas de posible interés para la comunidad.

6.2 Marco investigativo

La comunicación ha generado grandes procesos y avances a lo largo de su desarrollo, permitiendo que el ser humano logre realizar grandes incursiones en pro de su crecimiento y generando avances tecnológicos que han presentado la oportunidad de avance para que la humanidad pueda lograr todos esos objetivos que tienen como propósito.

Un claro ejemplo frente a estos temas se da en el análisis sobre la manera en la que el ser humano anteriormente se iba comunicando, es decir, alrededor del fuego y por medio de jeroglíficos que relataban las historias que el ser humano quería relatar. Justo desde ese momento se ha entendido que la comunicación es una necesidad con la que el ser humano necesita vivir y convivir con los demás, siendo esto la manera en la que la cotidianidad de la vida toma forma permitiendo que las historias y aprendizajes se puedan desarrollar y compartir entre las distintas comunidades y generaciones.

La comunicación tiene la necesidad de continuar creciendo y desarrollándose, es de esta manera como cada vez traerá consigo un sinnúmero de avances a mejorar y que podrán dar como resultado zonas de confort que las personas deben de enfrentar, pero solo aquellos que realmente entiendan la importancia de experimentar nuevas experiencias van a entender que es importante caminar de la mano de las actualizaciones que presente la vida, en este caso la necesidad de la interconexión.

Los avances en la comunicación se han convertido en grandes oportunidades para el crecimiento ideal de cualquier organización, pero solo unas cuantas compañías han sabido beneficiarse de estos avances e ir de la mano con las actualizaciones que presentan estas herramientas; solo aquellos que se han tomado la tarea de irrumpir en medio de la gran variedad de plataformas digitales han tenido también que ahondar en el uso de las estrategias digitales ideales para fomentar sus actividades. Para nadie es un secreto que esto puede generar grandes diferencias en la forma de navegar buscando garantías de funcionalidad como organización.

Solo aquellas personas u organizaciones que logren acceder y adaptarse al cambio y se permitan experimentar durante los distintos procesos comunicativos, van a encontrar un mayor desenlace para sus labores, funciones y/o proyectos, siendo el caso de aquellas personas que han debido acoplarse a nuevos procesos comunicativos como lo es la virtualidad o en el caso de aquellas empresas que han sabido sacar ganancias por medio de sus potenciales en las ventas virtuales o llevando sus productos a plataformas digitales, proceso que les ha permitido colocarse muy por encima de otros contrincantes.

Este suceso comunicacional no es ajeno a las personas que conforman las comunidades, grupos o movimientos culturales; es de conocimiento que los procesos culturales buscan tener una difusión y el poder llegar a las personas, que se proyecta, van a beneficiarse con sus labores, debido a esto se evidencia que a pesar de la distancia ha habido grupos culturales que han demostrado que integrando sus proyectos a estrategias de comunicación que vayan de la mano con beneficios para la comunidad, logran tener una mayor aceptación y sobre todo se genera un interés que permite que los grupos culturales se sostengan en el tiempo por medio de los procesos comunicativos que han ejecutado.

A continuación se presenta el planteamiento de los autores:

No estamos poniendo en duda la magnitud del cambio, sino tratando de precisar dónde hay que situar su impacto en la vida social. La gran innovación tecnológica sitúa a la sociedad del siglo XXI exactamente donde los críticos de la industria cultural advertían que no estábamos porque la estructura de la sociedad capitalista impedía que estuviera. Pero lo estamos gracias al impulso de esa industria puesta al servicio de un capitalismo, ahora no “tardío”, ya postmoderno o digital. Si no había simetría en los papeles de emisor y receptor no era porque lo impidiera un designio inherente que retrajera al capitalismo de innovar donde pudiera fomentar ámbitos de interacción, sino porque la posibilidad de establecerlos aún no estaba al alcance de la explotación de la tecnología. La conclusión es que se juzgaba a una sociedad sobre un supuesto inaplicable. Ahora ya lo está, y no a pesar de, sino gracias al impulso de la tecnología promovido por la industria al servicio del capital. (Núñez Ladevéze, 2015)

Con la aparición de las nuevas estrategias de comunicación digital se han logrado generar grandes beneficios para las organizaciones culturales, pero sobre todo se ha sabido enriquecer el ámbito de la comunicación social.

Esto ha permitido que las comunidades se puedan enriquecer en conocimientos y desarrollos, también que se les permita tener mayor cercanía en los diferentes proyectos que se planteen, generando así un proceso que nutre en ambos sentidos pues permite que las estrategias de comunicación se fortalezcan y lleguen a tener un efecto positivo en las personas que lo implementan, pero sobre todo permiten que quienes no las conozcan se interesen en ellas y como resultado ofrece una conexión en conjunto de una sociedad que entiende la importancia de comenzar a integrar procesos de transmisión de la información para permanecer siempre conectados.

De forma muy resumida y casi modélica, las potencialidades positivas más trascendentes que las nuevas redes digitales ofrecen a la cultura y a la comunicación social, reñidas de la diversidad y la economía. Fuerte disminución potencial de costes para la eliminación de fases enteras de cadenas de valor (copiado, stock, transporte distribución, comercialización) y la consiguiente desintermediación, aunque esos ahorros sean muy diferentes en las formas off line y on-line. Nuevos modelos de negocios y mejores vías de rentabilización de los elevados costes fijos de la creación cultural e informativa. Descenso de las barreras de entrada y nuevas oportunidades de promoción y venta para las canteras de creación innovadora. (Bustamante, 2004).

Es así como el autor se encarga de mostrar algunas de las problemáticas que suelen tener los grupos culturales por falta de apoyo gubernamental, resalta también que es importante que se busque la empatía entre el trabajo que se realiza por medio de estos grupos y la aparición de esta era digital, pero de igual manera plantea los posibles beneficios que se pueden encontrar con la implementación de estrategias de comunicación que busquen reflejar avances notorios en la sociedad, además, el autor se empeña en especificar que los avances de comunicación con la integración de estrategias adecuadas van a permitir que las comunidades se unan bajo los mismos intereses que pueden generar lazos para permanecer unidos por parámetros de comunicaciones, que en este caso se puede iniciar por un proceso de comunicación digital, pero es importante demostrar que las estrategias de comunicación son necesarias para así permitir que los gobiernos y entidades públicas entiendan la importancia de fomentar la implementación de estos para sus procesos culturales y sociales

“La falta de conocimiento hace que muchas de las organizaciones culturales continúen en el limbo con cuestiones como el uso de estas nuevas tecnologías, “La globalización y la creciente

valorización de la cultura y de los bienes simbólicos inaugura una nueva dinámica marcada por el uso de tecnologías digitales y redes sociales, y la consolidación de la denominada economía del conocimiento y de los servicios intangibles en los que, pese a las promesas de socialización, prevalece la ampliación del foso de excluidos de la sociedad de la información” Carvalho, J. M. D. (2013).

Las sociedades han venido en una transformación constante ya que van adquiriendo prácticas y usos alternativos de carácter lúdico, estético, social y los hábitos comunicativos que demarcan unos nuevos mapas culturales, rebasando las categorías locales, nacionales e internacionales, creando una nueva forma sociocultural. En el momento actual las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación están cambiando nuestro mundo y de cierta manera a nosotros mismo, pero aún falta demasiado para que se entienda que estas tecnologías son de gran ayuda en distintos ámbitos y que sabiendo aprovechar estas herramientas se pueden enriquecer demasiadas situaciones sociales.

“La comunicación va a permitir a las organizaciones la sensibilización sobre sus objetivos, así como desarrollar el conocimiento por parte del público de las actividades de la organización” (Center, 2001)

La importancia de la implementación de las estrategias de comunicación es la familiarización que se puede generar entre las organizaciones culturales y el público objetivo, pues por medio de estas estrategias se consigue mostrar y compartir situaciones o contenidos que en otros momentos no se logró hacer todo esto se logra realizando recordación entre la organización y el público a quien va dirigida la información, por consiguiente hay interacción, lo cual evidencia que lo que se está haciendo llega a las personas necesarias para que la información que se está compartiendo funcione.

La aparición de las nuevas tecnologías permite que el ser humano vaya sintiendo la necesidad de articularse a nuevos procesos que generarán un crecimiento notorio de nuevos proyectos y, sobre todo, que los proyectos que hasta el momento este esté realizando se puedan diversificar y expandir de diferentes maneras, de forma que se pueda tener un resultado mucho más positivo y se genere un crecimiento exponencial en los procesos y futuros eventos.

“Las nuevas tecnologías han aportado rapidez y comodidad, entre otras ventajas, al quehacer cotidiano de la comunicación. Los sitios web han supuesto grandes ventajas y oportunidades para quienes gestionan la comunicación. Principalmente son tres” (Seitel, 2002). “La primera es que internet permite ofrecer a públicos amplios y dispersos extensa información sobre las organizaciones y sus proyectos. El segundo aspecto que destaca Seitel es que se puede trabajar en tiempo real, la inmediatez y la posibilidad de respuesta inmediata. Y el tercer aspecto que destaca Seitel es el de la segmentación, posible en internet y que supone una mayor efectividad en comunicación. Adecuar el mensaje al público al que se dirige ayuda a que la comunicación sea más efectiva”. (Almansa-Martínez, 2011).

“Las aportaciones de las nuevas tecnologías y de internet a la comunicación de las organizaciones se pueden resumir de la siguiente manera: rapidez a la hora de localizar y difundir información; permite incorporar motores de búsqueda, haciendo más cómoda y rápida la consulta; posibilidad de actualizaciones constantes; interactividad con los públicos; gran capacidad de almacenamiento; posibilidad de incluir recursos multimedia, que suponen un valor añadido (sin duda, puede resultar más atractivo y fácilmente comprensible que, por ejemplo, el uso exclusivo del texto); no hay limitación temporal de consulta y se puede acceder desde cualquier lugar”. (González-Herrero & Ruiz de Valbuena, 2006).

“La ecología cultural con su poder explicativo ha mirado a la tecnología como un eje básico de la vida social, qué puede decir ahora frente a la revolución tecnológica de las máquinas de información y comunicación. Qué entenderá la historia de las mentalidades de la mente ecológica que la trama virtual de multitudes en Internet. Cómo expresa lo que sucede en una comunidad virtual el discurso antropológico de las diversas corrientes que lo componen”. (Cáceres, 2006).

6.3 Marco teórico

Actualmente el internet ha jugado un papel sumamente importante en la comunicación de las personas, y es que, desde su nacimiento, en la época de los 60, se ha empeñado en convertirse en una de las fuentes de conexión más fuerte y hasta el momento lo ha conseguido manteniendo a todas las personas interconectadas. Esto ha quedado demostrado en cada paso que el internet ha avanzado a lo largo de la cotidianidad de la vida de cada persona, lo que antes se expresaba por medio de cartas, radio o exclusivamente en un periódico, como el caso de las noticias, ya se tramita primeramente por medio de las plataformas digitales, bien sea redes sociales o alguna otra red de comunicación digital.

Uno de los enigmas de la aparición del internet y de estas plataformas de la información es la saturación de datos y posible información que en gran parte no sea de interés para el ser humano, pero es allí donde es el hombre quien decide qué información consumir y que cual de esta información dejar seguir.

6.4 Adaptación de las generaciones al internet

Uno de los diez rasgos de la sociedad de la información es la omnipotencia, a esto se hace referencia a la facilidad que tenemos de encontrar información por doquier, encontramos datos,

noticias o cualquier tipo de información en todo momento y esto es gracias a la compatibilidad y adaptación que ha tenido esta sociedad con el internet.

La generación pasada creció y conformó su imaginario cultural al lado de la televisión, que durante sus primeras décadas era sólo en blanco y negro, se enteró con pasmo y gusto de los primeros viajes espaciales, conformó sus preferencias cinematográficas en la asistencia a la sala de cine delante de una pantalla que reflejaba la proyección de 35mm y ha transitado no sin asombro de la telefonía alámbrica y convencional a la de carácter celular o móvil. Los jóvenes de hoy nacieron cuando la difusión de señales televisivas por satélite ya era una realidad, saben que se puede cruzar el Atlántico en un vuelo de unas cuantas horas, han visto más cine en televisión y en video que en las salas tradicionales y no se asombran con la Internet porque han crecido junto a ella durante la última década: frecuentan espacios de chat, emplean el correo electrónico y manejan programas de navegación en la red de redes con una habilidad literalmente innata. Esa es la Sociedad de la Información. Los medios de comunicación se han convertido en el espacio de interacción social por excelencia, lo cual implica mayores facilidades para el intercambio de preocupaciones e ideas, pero, también, una riesgosa supeditación a los consorcios que tienen mayor influencia, particularmente en los medios de difusión abierta (o generalista, como les llaman en algunos sitios). (DELARBRE, 2011)

Es en estas palabras es como Raúl Trejos, explica algo de lo que ha sido el paso de las últimas generaciones hasta llegar a la actual y encontrarnos con una sociedad impregnada por lo que vienen siendo las redes sociales y los movimientos a través de las plataformas digitales y el paso que tiene la información por las plataformas digitales, logrando así convertirse en una zona por la cual la información navega y permite al usuario ser un integrante de aquello que es de su gusto.

En la actualidad es común ver que los jóvenes no son partícipes de realizar consultas o adquisición de información por medio de bibliotecas o periódicos, en estos momentos se ha tornado mucho más fácil adueñarse de la información por medio de computadoras, tal cual como lo plantea (McLuhan, 2012): "Una computadora como instrumento de investigación y comunicación será capaz de aumentar la recuperación de información, hacer obsoleta la organización masiva de las bibliotecas, recuperar la función enciclopédica del individuo y transformarla en una línea privada de comercializables rápidamente personalizados".

Desde esta parte surge la necesidad de que aquellos movimientos culturales que se venían desarrollando hasta el momento, adquirieron la capacidad de hacer muy suyo el tema de la era digital, entender que estamos en un cambio rotundo de difusión de información, y buscar la forma de cambiar la manera en la que se venía generando contenido para sus participante y partícipes, pues esta juventud claramente se desvive o influencia con mayor facilidad por aquello que encuentre en el internet, ya sea desde su móvil o desde una computadora.

“Las redes informáticas interactivas crecen de modo exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación, y dando forma a la vida a la vez que ésta les da forma a ellas. los cambios sociales son tan espectaculares como los procesos de transformación tecnológicos y económicos”. (Castells, 2000).

Para grandes autores como Castells y Martín Barbero, estos cambios y esta transformación que se vienen presentando es algo interesante, pero que a su vez ha venido evidenciando en su camino, muchas de las problemáticas sociales que se llevan a cabo en las diferentes esferas sociales, como lo evidencia Marín Barbero en una de sus investigaciones a cerca de la sociedad digital.

“El concepto de sociedad de la información se refiere a las mutaciones sociales ligadas a la revolución tecnológica que atraviesa, por primera vez, tanto nuestra idea como la realidad del mundo, pues no se trata sólo de lo que le sucede a la parte de la población conectada, sino, tanto o más, a la desconectada, ya que ahondando la vieja división internacional del trabajo o las tradicionales y las modernas desigualdades sociales, el mundo padece hoy la más gigantesca operación de exclusión social, política y cultural de la historia humana”. (Barbero, 2004).

Una de las falencias de esta sociedad de la información es el problema o la falta de acceso de todas las personas a esta digitalización. Es acá donde se presenta una de las coyunturas más fuertes, ya que a la vez que muchas personas conciben comunicarse o informarse por medio de las plataformas digitales, algunas otras no pueden hacerlo por ningún medio.

Claro ejemplo de esto, son los grupos o industrias culturales, que no reconocen la necesidad de difundir masivamente sus labores, su aporte y sus actividades sociales a aquellas personas que posiblemente se interesan en lo que vienen haciendo, pero que por falta de información no logra conocer más a fondo acerca de estos grupos.

Es importante que se entienda que logrando procesar información significativa por medio de esta sociedad, se logrará llegar a lugares donde antes no se podría hacerlo con un simple voz a voz, se debe sacar provecho a la aparición de estas plataformas y sobre todo entender que la juventud actual pasa gran parte de su tiempo muy cerca de un computador o a un móvil y si se impulsa la difusión de información es evidente que los resultados serán beneficiosos para aquellas industrias que hagan uso inteligente de esta nueva sociedad de la información.

Además se debe tener en cuenta que esta sociedad ha sido un trampolín perfecto para incentivar la competitividad de las diferentes empresas, movimientos o grupos que han tratado de sobresalir por medio de esta nueva era, quizá con información interesante o con productos del

interés común, pero antes de esto, se debe replantear y pensar que es lo que está haciendo que la sociedad se deslumbre, y es ahí donde las industrias deben trabajar con el fin de lograr ser un ente positivo y punto de partida para otras competencias.

La fusión de actividades interesantes y las plataformas digitales pueden generar grandes beneficios, tanto para las industrias culturales, como para la sociedad, quien se hará dueña de actividades, movimientos y talleres que instruyan al conocimiento y al razonamiento, teniendo claro que lo más importante es lograr que la información y el grupo cultural permanezca en constante movimiento entre las plataformas y las diferentes personas.

7 Marco conceptual

7.1 Transformación a lo Digital

Los avances tecnológicos han venido acompañando las mejoras en muchos ámbitos de la vida cotidiana, el área de la comunicación claramente no podría quedarse atrás, un claro ejemplo es la transformación que han tenido medios como la radio, quien inicialmente se escuchaba por la sintonía en una emisora, pero con la nueva era digital hemos encontrado emisoras virtuales, otro caso puntual es el periódico.

En modo alguno el “cambio digital” supone una revolución, sino más bien se trata de una evolución, una línea de continuidad necesariamente contextualizada y determinada por las grandes transformaciones experimentadas en el último cuarto de siglo por los sectores dedicados a la producción informativa, comunicativa y cultural.

Un claro ejemplo nos lo ofrece la prensa diaria escrita, este es un sector en continua reconversión tecnológica desde finales de los años 50 del pasado siglo cuando las editoras de periódicos adoptaron el procedimiento offset y la composición en frío. “Hacia mediados de la década de 1980 los diarios, en su fase de edición, ya se habían transformado en verdaderos

medios electrónicos. Finalmente, una nueva fase en esta evolución se da en la segunda parte de los años noventa con el desarrollo de productos periodísticos en nuevos soportes digitales (CD-Rom) y la irrupción de la World Wide Web (WWW) en el ámbito comercial. Después de más de tres décadas de cambios tecnológicos los diarios encuentran una nueva forma de llegar a sus lectores a través de Internet” (Albornoz, 2005, pág. 4).

Las palabras de este autor son muy acertadas a la hora de explicar que no se debe de ver la llegada de las plataformas digitales como una revolución y más bien deberíamos verlo como una clara evolución para lo que se viene trabajando actualmente. A parte de esto, la cita nos pone el ejemplo de algunos avances que se han dado en medios de comunicación como el periódico, medio que por las vías de la tecnología logró llegar a ofrecer su información por plataformas digitales.

Es importante conocer esto, porque algunos medios de comunicación, incluso los grupos culturales, no ven la importancia que tiene la integración de la era digital. Esto permite que se pueda llegar a lugares antes no pensados y a personas interesadas en instruirse, también permite darse a conocer con mayor facilidad.

Entre los grupos culturales y la comunicación siempre ha existido un vínculo que los ha mantenido unidos a pesar de que políticamente en distintas épocas y situaciones se ha tratado de dejar a un lado esta unión, pues económicamente suele no ser muy rentable para algunos intereses.

Cultura y comunicación forman una pareja de relaciones complejas y paradójicas en nuestra sociedad contemporánea. A primera vista, sabemos que no hay cultura socialmente existente que no tenga un plan intrínseco de difusión y, por tanto, una comunicación fehaciente ante determinados sectores sociales, por pequeños que estos sean. A sensu contrario, si es difícil pensar una comunicación que no tenga aspectos creativos y

deje de transmitir valores de cultura, más aún resulta inimaginable un medio de comunicación masivo que se limite a transmitir la cultura realizada en otro lugar, aunque sólo sea porque la programación crea un nuevo sentido. Como han concluido autores que han reflexionado sobre ese tema desde hace años, “la relación entre ambos es estructural: “Una no marcha ni se explica, sin la otra” (...) si la cultura es un hecho social no hay cultura más que manifestada, transmitida y vivida por el individuo. (Caune, 1995).

Esta dependencia mutua se ha acrecentado en el seno de las Industrias Culturales, pese a sus dinámicas sectoriales diversas, en una expansión llena de sinergias e incluso entre las artes clásicas mercantilizadas (los espectáculos en vivo, las artes plásticas, los museos y el patrimonio) cuya difusión hoy, incluso sin caer en la obsesión de las máximas audiencias, depende en buena medida de los medios de comunicación, sin embargo, la polivalencia y ambigüedad de ambos términos ha servido de palanca muchas veces para ignorar esas relaciones, especialmente cuando los intereses políticos o económicos aconsejaban su separación y aislamiento tajantes.

“¿Tienen las nuevas redes digitales visos de solucionar automáticamente todas estas amenazas, como tantas veces se nos ha prometido? En primer lugar, hay un factor nada despreciable que está condicionando profundamente la arquitectura futura, el que, en las últimas décadas también, en las telecomunicaciones se ha producido una generalizada privatización de las redes, con dinámicas empresariales de beneficio máximo, y con repercusión de costes a todas las tarifas, incluyendo los operadores de la difusión punto-masa en las ondas hertzianas, el cable o el satélite. (Low, 2001).

“En segundo lugar, y en lo que respecta a los contenidos, la desmaterialización digital de la cultura y la información está implicando un cambio radical de su naturaleza económica, asimilada a la de la radio- televisión (costes marginales por espectador iguales a cero) obviando

el coste de conexión, y la emancipación de la tradicional manumisión a las grandes redes de distribución. Pero esa virtud encierra también economías de escala muy fuertes que impulsan a la concentración. De forma que todas las promesas de diversidad encerradas en esos cambios, -para los creadores, los editores o los usuarios- están puestas en cuestión ahora por un movimiento de concentración que, aunando globalización del mercado y posibilidades de las nuevas redes, ha puesto en marcha movimientos múltiples, desde la integración vertical entre redes y gigantescas carteras de contenidos hasta la fusión entre operadores de telecomunicaciones y fabricantes de software con grandes corporaciones mediáticas, o alianzas que refuerzan aún más el poder oligopolista por sectores y, especialmente, en forma transversal multimedia.

En definitiva, junto a las grandes oportunidades abiertas por la Era Digital a la cultura, a la comunicación y la formación, lo que verificamos hoy de forma dominante es, junto a fracturas digitales múltiples, un riesgo inédito de concentración (al mismo tiempo contra el pluralismo y contra la competencia) en grandes grupos que comienzan a colonizar completamente los nuevos dominios” (Low, 2001).

Estas citas tienen gran importancia porque nos llevan a evaluar desde la raíz los inconvenientes y las amenazas que pueden surgir en los medios de comunicación y eras digitales al momento de difundir procesos culturales y volverlos parte de la sociedad, también como las industrias juegan un papel importante en la parte económica y la importancia en las telecomunicaciones (Radiotelevisión).

Además, se evidencian los cambios que han tenido los contenidos y la información en los creadores, los editores o los usuarios y que se ponen en cuestión por los movimientos múltiples y cómo pueden cambiar de acuerdo con la opinión pública que se asocia a la globalización del mercado y posibilidades de las nuevas redes.

Por último, se debe entender la importancia de transmitir los hechos sociales, por ende, la cultura y la comunicación van de la mano y por ser un proceso estructural no es posible que se expresa una sin la otra, ya que los hechos culturales son hechos sociales y estos son transmitidos y vividos por el individuo.

La aparición de la era digital en los grupos culturales trae consigo una gran cantidad de ventajas y beneficios que enmarcan un posible crecimiento y desarrollo como estructura fortalecida para emprender nuevos caminos mediante los cuales se generará una difusión de información de manera masiva o con mayor número de público abarcado.

Para Bustamante (Bustamante, 2004) en su artículo de investigación titulado “*En la transición de la era digital: políticas de comunicación y cultura: nuevas necesidades estratégicas*” de forma resumida y casi modélica las potencialidades positivas más trascendentes que las nuevas redes digitales ofrecen a la cultura y la comunicación social podrían sintetizarse así, desde la doble perspectiva no necesariamente reñidas de la diversidad y la economía:

En las industrias Culturales pueden señalarse ya diversas posibilidades abiertas:

-Fuerte disminución potencial de coste por la eliminación de fases enteras de la cadena de valor (copiado, estock, transporte, distribución, comercialización) y la consiguiente desintermediación.

-Incrementos notables de la oferta, en cantidad (re- catalogación) y calidad (gustos minoritarios) con consecuencias importantes sobre la satisfacción del usuario y presumiblemente de la propia talla del mercado (Vettraino- Soulard 1998).

-Descenso de las barreras de entrada y nuevas oportunidades de promoción y venta para las canteras de creación innovadora y local para sectores de limitada salida comercial (como el espectáculo en vivo, o la fotografía o el cómic) y en general para las pequeñas y medianas

empresas que constituyen al mismo tiempo la base de la renovación y del empleo en estos sectores.

-Nuevos modelos de negocios y mejores vías de rentabilización de los elevados costes fijos de la creación cultural e informativa asimilada en buena medida a las posibilidades de la economía de la televisión.

Es de suma importancia conocer con claridad cuáles son las ventajas que traen los medios digitales a la comunicación a los grupos culturales e inclusive a las acciones colectivas, este texto citado se encarga de explicar que realmente los medios de comunicación sí permiten que exista una mayor expansión de estos grupos, gracias a la difusión y claramente también permite que se valore y se tenga en cuenta todos estos movimientos culturales que en su mayoría resaltan el arduo trabajo realizado por una comunidad o por un movimiento social y artístico.

La aparición de las plataformas digitales es un plus a favor de las industrias culturales, pues permite difundir con mayor facilidad la cantidad de proyectos y programas que se planteen a realizar, esperando que el resultado sea el llevar esta información a un número de personas al que no se podía llevar antes, todo esto se consigue solo con el debido conocimiento sobre el uso de las redes digitales.

A pesar de que los gobiernos de turno jueguen un papel fundamental en el crecimiento de los grupos o industrias culturales, es evidente que el apoyo que se recibe no siempre es el esperado o el indicado por las comunidades

“Trata de detectar los desafíos que tiene la cooperación cultural para concretarse en un entorno digital, además de y más allá de la crisis. Dado que se aspira a superar la mirada simplemente nacional, se incluyen las visiones y opiniones de un grupo de expertos y dirigentes oficiales iberoamericanos. Un balance crítico permite afirmar que la cooperación oficial en

general, y en materia de cultura en particular, no parecen ser prioridad para el Gobierno. De hecho, se las está sometiendo a una reorientación política y económica, basada en una drástica reducción presupuestaria y una estrategia desdibujada, que ignora el camino transitado. Se concluye que la cooperación cultural debe pensarse para reubicarse en un escenario mayoritariamente digital, pero orientándose, al mismo tiempo, hacia el objetivo de la promoción y protección de la diversidad cultural”. (Leiva, 2013).

“Pensar la cooperación cultural digital es un ejercicio inaplazable, cuya legitimidad y necesidad deben vincularse a la existencia de iniciativas como la Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales”.

Este instrumento jurídico, que reivindica que la diversidad cultural es un valor fundamental para preservar, no sólo es un aval a nivel internacional para la cooperación cultural. Su ratificación por parte de España en 2006 le otorga a la acción oficial española un marco jurídico excepcional puesto que entre sus principios rectores se encuentra el de solidaridad y cooperación internacionales. Este principio proclama que debe permitirse a todos los países, en especial a aquellos en desarrollo, crear y reforzar sus medios de expresión cultural – industrias culturales incluidas – en el plano local, nacional e internacional. (Unesco, 2005).

Estas citas nos llevan a entender que los medios dejan de ser excluidos del mundo cultural y logran infundir en la transformación y recreación de esta, no muestran la importancia de la cooperación que tienen los entes oficiales frente a los proyectos culturales tanto en la parte económica, política, como social, además, nos muestra de manera internacional la necesidad de vincularse con una cultura digital pero frente a un proceso de cooperación y crecimiento en el ámbito social, nos brinda ejemplos de España y su marco jurídico frente al tema de apoyo y como debe permitirse este proceso en los países de desarrollo y el manejo de las crisis.

Hablar de cultura es hablar de nuestras raíces, de todo aquello que permea una sociedad desde sus inicios, por eso ha sido tan importante no dejar morir estos espacios que fortalecen los proyectos o programas que se enfocan en revivir los matices culturales de una sociedad.

Actualmente se puede evidenciar la manera en que las organizaciones culturales han ganado un espacio importante en la agenda política de cada país, esto debido a que se ha entendido que es necesario mantener vivas estas costumbres mucho más luego de vivir una situación que nos obligara a estar 100 % conectados a una pantalla y contenido virtual perdiendo las relaciones humanas.

“La cultura permea todas las áreas de nuestra vida y en la actualidad se ha convertido en un motor de crecimiento económico; e incluso algunos estudiosos consideran que la industria cultural es el nuevo “petróleo” y que es una oportunidad de desarrollo especialmente para los países de América Latina, gracias a la rica diversidad cultural existente en los pueblos latinoamericanos y la capacidad del recurso humano. Es importante resaltarlo en la vida cotidiana ya que la cultura puede ser el motor de la sociedad, También, resaltar que hay una entidad que vela por el desarrollo cultural (Unesco) organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura”. (Molina, 2013).

Nos da a entender que, para obtener un cambio y un desarrollo, es óptimo velar por los derechos a obtener sobre una cultura en general, el cambio es la necesidad que se tiene hacia el progreso, por ende, recalcar que se abarcan los medios digitales para lograr una mediación con los medios culturales, aunque lo digital está avanzando, aún falta reconocimiento para incentivar la cultura y el desarrollo de estas mismas.

“La mayoría de las definiciones de cultura digital o cibercultura- tienen como común denominador el hecho de referirse a la cultura generada en torno a las nuevas tecnologías de la

comunicación y de la información, especialmente a internet y la vida en el ciberespacio. Sin embargo, en esta propuesta y a partir de los hallazgos producidos en nuestras propias investigaciones, la cultura digital surge como la imbricación de las tecnologías de la comunicación y de la información en los procesos culturales de las sociedades contemporáneas. De esta forma se entiende que el estudio de la cultura digital no se agota en el ciberespacio (cultura online) sino que se agrega la hipertextualidad entre distintos medios de comunicación social e industrias culturales (radio, cine, televisión, etc.)” (Martínez, 2012).

Este artículo de investigación nos permite tener una idea más clara del proceso cultural por medio de televisión, radio y cine, como ha sido la evolución de grupos culturales por medio de este. El enfoque que tienen los grupos culturales en la era digital y su propósito de ser más visibles y de exponer su trabajo incluyendo la participación junto a la sociedad, solo deja como resultado la necesidad de articular la cultura a la era digital, también con la intención de estar preparados y en constante estudio sobre la modernización de las herramientas digitales que día a día están en pro de facilitar e interactuar con las personas que acceden a estas.

7.1.1 Marco legal y normativo:

En Colombia se tiene la Ley 1712 de 2014 o de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional es la herramienta normativa que regula el ejercicio del derecho fundamental de acceso a la información pública en Colombia (Muñoz Peña, s.f.); esta ley nos ubica en la necesidad que presenta el sector alrededor del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, pues es un sector privado de muchos “beneficios” que bajo esta Ley se cuenta una evidencia es el derecho al acceso a la información ya que esta está en la disposición de y para todos los colombianos interesados en obtenerla.

En cuanto a las políticas públicas con las que cuenta el país, se habla de “las acciones planeadas y ejecutadas que son adoptadas por el Estado en concertación con la sociedad civil, encaminadas a mejorar las condiciones de vida de la población, con énfasis en los grupos más vulnerables excluidos de los beneficios del desarrollo” (Parra, 2012) y claro está, Moravia es uno de los tantos lugares vulnerables en la ciudad de Medellín, lo cual hace que las personas que conforman este barrio carezcan de las condiciones planeadas y defendidas por el Estado, de esta manera es que se busca incluir este sector para el mejoramiento de las condiciones de vida pues al indagar este territorio se presenta la obviedad de que aun muchos hogares que conforman esta comuna carecen de conectividad a una red de internet, y es justo sobre esto que habla dicha ley, en donde deja claro que la conexión a internet debe ser para todos y siendo claros en el fácil acceso que esta debe presentar para todos los colombianos.

Encontramos que las TIC busca crear nuevas formas de comunicación, todo esto con la intención de facilitar la vida, conexión y conocimiento a los contenidos que hay en la red, es aquí donde se enlaza el Artículo 20, donde queda claro 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 de comunicación masiva. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura” (Constitución Política de Colombia, s.f.). Es de conocimiento común que la expresión de pensamiento personal o colectivo es un derecho para todas las personas y que en el momento de entrar a la red se aceptan ciertos términos y condiciones en donde nos hacemos responsables sobre lo que compartimos y la información que consumimos en internet, todo esto de manera equitativa, entonces, indiscutiblemente, se debería consentir y repensar el incluir al sector de Moravia para que sea participe de dicha ley, y para que la tecnología permita que todos

los habitantes de este barrio se conecten a las nuevas formas de comunicación y de esta manera cumplir con el Artículo 20, donde puedan tener la libertad de expresión y sean incluidos al fácil acceso de las plataformas digitales.

7.1.2 Marco praxeológico

Desarrollar una investigación debe ser un trabajo que se enfoque en pensar en el bienestar de todas las personas que hagan parte de del entorno donde se desenvuelve este, buscando un amplio impacto en las generaciones, tanto investigadores como la población que se está abordando, de ahí parte la necesidad de entender que todas las personas deberían darse la oportunidad de conocer todas esas carencias que nos rodea y que en ocasiones son tan ajenas para nosotros, todo esto para conocer y entender la realidad de las personas y los sectores que en muchas ocasiones pasamos por alto. Mirar un poco más allá de nuestra verdad nos hará entender que aquello que a nosotros nos sobra a otros les falta, que quizás aquello que para muchos es pobreza para otros es riqueza, comprender que muchas personas llevan una lucha constante y que a pesar de no estar conformes con lo que la vida les ofrece siguen batallando en contra de todo pronóstico.

Entendemos que un proyecto de investigación no es nada sin el valor que tienen las comunidades o los grupos a investigar, es de vital importancia integrar estos grupos a todo el proceso, hacerlos participes activamente, dejar de verlos como un foco de información y entenderlos como los verdaderos autores y dueños de las problemáticas y las mismas soluciones que se encuentre o proyecten.

“Cuando Sócrates es cuestionado sobre un asunto o problema, su respuesta es siempre la misma: yo no lo sé, pero si quieres, podemos investigarlo juntos. Esto significa asumir una posición de ignorancia, ayudar a pensar al otro y pensar con el otro y gran confianza en la

comunicación racional dialógica. El principio de investigación que maneja el Asistente Social se basa en estos mismos elementos: el acento está puesto en el diálogo crítico; el diálogo mediante el cual, el otro descubre su problema y también se descubre a sí mismo; es ese mismo proceso”. (Di Carlo, 2005).

Quizá uno de los estigmas para que el ámbito investigativo pierda tanto valor entre las personas, se deba a esa falta de empatía que en algunos casos se percibe entre el investigador y la comunidad a investigar, pues, en muchas ocasiones solo se enfocan en desarrollar un proyecto que sea lucrativo o exitoso para el investigador y/o su grupo de trabajo, es decir, se basan solo en cumplir los objetivos inicialmente proyectados, pero en ese momento, cuando ya se ha logrado lo que se quiere, se deja a un lado a la comunidad sobre la que se trabajó.

Se exhiben problemáticas, se exponen realidades, se dialoga a fondo sobre temas que poco se han de tratar o que nunca han recibido una intervención por parte de las entidades encargadas y que cuando se tiene la posibilidad de intervenir no se lleva a cabo esta acción.

Las organizaciones culturales son un vivo ejemplo de estos sucesos, en muchas ocasiones un sin fin de personas se acercan a las organizaciones con la intención de desarrollar alguna investigación o recibir algún beneficio por medio de estos grupos de trabajo, se ofrecen y muestran cierto interés por lo desarrollado al interior de estos mismos, llegando al punto de generar sentimientos de alegría y confianza entre ambas partes, estos sentimientos se hacen presentes porque muchas de estas organizaciones viven esperando una oportunidad para demostrar a la sociedad todo aquello que tienen para brindar desde lo cultural y lo social, enseñar actos de fortalecimiento social desde la paz y el arte, todo esto con la finalidad de obtener un desarrollo en el cambio social.

Es por esto por lo que es importante que los grupos de investigadores entiendan que en sus manos tienen la capacidad de transformar la realidad de muchas personas y posiblemente de una comunidad completa, estas personas tienen la capacidad de exponer modelos de vida que para muchos son totalmente desconocidas para aquellas personas externas a esas comunidades inexploradas, pero aún más importante se tiene la posibilidad de entregar o buscar soluciones para comunidades ocultas o no visibles para el Estado.

Por medio de este proyecto nos queremos dar a la tarea de demostrar a las organizaciones culturales, caso puntual el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, que al hacer uso de buenas estrategias de comunicación podrían llegar a lugares y personas que aún no han llegado. Difundir su información o sus actividades puede convertirse en la manera más adecuada para cumplir ese ideal de transformación que hace parte de su conducta y de su diario construir teniendo la posibilidad de llegar cada vez a más y más personas.

Actualmente se puede jugar a favor con el tema del internet y todos los beneficios que este ofrece para el desarrollo particular y en conjunto, solo es cuestión de dar el paso y saltar al mundo de la conectividad y la creatividad digital, pero teniendo en cuenta que las herramientas digitales tienen una actualización continua y depende de la interacción activa el triunfo en el uso de estas herramientas pues es bastante claro que se pueden transformar realidades y convocar cantidades de personas por medio de un simple clic.

Un tema que es de real importancia, relevancia y el cual requiere un estudio a fondo y un manejo adecuado de las entidades encargadas se da cuando se obtiene el resultado de que aproximadamente solo el 60 % de las familias que rodean la comuna 4 cuentan con acceso a internet. Esta situación, aunque da a entender que el mensaje se puede esparcir mucho más rápido por este medio, no se puede dejar a un lado el reconocimiento que se tiene aún sobre la

necesidad de una conexión total y completa, de la cual hoy por hoy, hay personas de dicha comunidad con la inexistencia de este derecho y que se ha convertido en algo escaso. Es de esta manera donde se debe ahondar en este tema sobre el cuestionamiento si el 60 % de las personas que cuentan con este acceso es de manera completa y continua, o no.

8 DISEÑO METODOLÓGICO

8.1 Tipo de metodología

El desarrollo de esta investigación se realizó bajo el enfoque metodológico cualitativo el cual permitió realizar comparativos a partir del análisis que se llevó a cabo sobre la comunidad que aborda y rodea el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia; para esto fue necesario utilizar métodos cualitativos que nos ayudaron a entrar en contacto directo con la información que se pretende recolectar por medio de encuestas que se les realizaron a las personas que este Centro para el Desarrollo Cultural acoge. Esta metodología nos dio la facilidad de lograr trabajar de la mano con la comunidad sobre la que se estuvo ejecutando el proyecto, pero para esto se debió incluir la realización de un análisis de carácter cuantitativo donde por medio del testeo de las plataformas digitales se pudo recolectar la suficiente información para entender y estudiar de qué manera el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia hace partícipes y hace llegar la información a los habitantes de este barrio, es decir, se realizó un análisis general sobre las redes sociales con las que cuenta este centro cultural.

De esta manera se logró enlazar el análisis de información con entrevistas y vivencias desde lo vivido por la comunidad. Nuestro proyecto de investigación encontró la fuerza en la exploración de las redes digitales del Centro de Desarrollo Cultural, entendiendo de esta manera que fue de suma importancia el uso de gráficas y la tabulación de la información encontrada.

8.1.1 Ruta metodológica por objetivos específicos

Este trabajo se ejecutó bajo el uso de la estrategia metodológica exploratoria, ya que nos permitió indagar sobre un fenómeno del cual no se tiene precedentes, el enfoque de este proyecto se basó en conocer las estrategias de comunicación digital que utiliza el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, y de esta manera conocer y tener una idea más clara y concreta sobre la efectividad de las redes sociales y plataformas digitales determinando el alcance de estas estrategias y herramientas que se usan por y para con la comunidad, además, nuestra investigación abordó la línea de investigación cualitativas porque nos permitió interactuar con las personas de manera directa dándonos la posibilidad de percibir los puntos de vista acerca del fenómeno sobre el cual se estuvo trabajando. El explorar esta problemática nos dio herramientas para conocer y entender las posibles ventajas que se podía encontrar en el uso de estrategias digitales en las organizaciones culturales incluyendo el acceso a estas y la participación de las personas con las diferentes redes sociales.

Con el desarrollo de estos pasos, se busca tener claridad sobre la importancia de fomentar la creación de estrategias de comunicación que pueda generar una ventaja considerable el desarrollo de estas, tanto para las organizaciones como para las comunidades beneficiadas. Para ejecutar este proyecto se buscó realizar un sondeo de las redes sociales y plataformas digitales que maneja la entidad para luego acercarnos al mismo Centro de Desarrollo Cultural y ponernos en contacto con la persona encargada del área de comunicaciones con la intención de obtener información de primera mano que pueda enriquecer el proceso por medio de la utilización de las fuentes primarias.

Objetivo específico	Categorías teóricas	Categorías metodológicas	Elementos empíricos observables	Técnicas	Instrumentos de recolección de información
Conocer qué tipo de redes y medios digitales utiliza el centro cultural de Moravia para desarrollar sus estrategias de comunicación.	Redes y medios digitales	Cualitativo fenomenológico	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, página web	Fuentes primarias. Fuentes personales y documentos. Contexto territorial.	Diario de campo con información recolectada. Sondeo de plataformas digitales. Entrevistas realizadas a líderes y directivos.
Identificar las diversas estrategias de comunicación digital que el centro cultural utiliza para vincular a sus públicos en los programas y actividades que se realizan.	Estrategias de comunicación	Cualitativo fenomenológico	Tipo de redes sociales y medios digitales utilizados Plan de comunicaciones Página web Contenidos observables	Revisión de las estrategias utilizadas en las plataformas y redes. Revisar si se cuenta con plan de comunicaciones	Encuesta-sondeo de información Inmersión.
Recoger las evaluaciones y análisis que el Centro Cultural ha realizado respecto a la efectividad de sus estrategias de comunicación a fin de verificar la efectividad de dichas estrategias en la vinculación de los públicos.	Efectividad de estrategias de comunicación	Cualitativo fenomenológico	Cantidad de seguidores Contenido postado Interacciones en plataformas	Fuentes primarias Análisis de plataformas digitales Percepción favorabilidad	Análisis documental de las evaluaciones Entrevistas a fuentes primarias del Centro Cultural

Tabla 1. Metodología

8.2 Criterios de muestreo

Se trabajó con la intención de desarrollar y llevar a cabo la ejecución y el desarrollo sobre cada uno de los objetivos de la investigación, esto se dio bajo la búsqueda y la utilización de las herramientas que permitieran efectuar una muestra sobre el desarrollo fenomenológico de la problemática sobre la que se desarrolló y también con las herramientas sobre las cuales reposa muestras fueron las siguientes:

- Diario de campo con información recolectada.
- Informe sobre el sondeo de plataformas digitales
- Entrevistas realizadas a líderes y directivos.
- Trabajo de inmersión para hacer contacto con las fuentes.
- Análisis documental sobre evaluaciones que se hayan realizado al plan estratégico de comunicaciones.

Luego de realizar la recolección de todas estas muestras y las entrevistas, se llevó el análisis, estudio y desarrollo de la triangulación de la información. Esta herramienta se realiza al tener concluidos los objetivos y luego de haber llevado a cabo los instrumentos, consistiendo en contrarrestar si se cumplieron los objetivos inicialmente propuestos frente a la entrevista realizada llegando finalmente a la conclusión de cada uno de nuestros objetivos.

8.3 Fuentes de información:

8.3.1 Primarias:

Directores o encargados del área de comunicaciones y las estrategias de comunicación digital.

9 Cronograma:

Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
	septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Visita a las instalaciones del Centro Cultural de Moravia	x									x						
Entrevista con fuentes primarias dedicadas a la labor con las estrategias de comunicación digital		X														
Informe consolidado de las entrevistas que se lograron hacer					X											
Asistencia a eventos pactados por parte del Centro Cultural para conocer el grueso de asistentes					X											
Evaluar plan estratégico de comunicaciones										x						

Asistencia a talleres pactados por parte del Centro Cultural														X			
Entrevista a visitantes del centro Cultural para conocer cómo llegaron hasta el sitio.									X								

Tabla 2. Cronograma

10 APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS:

Para responder a la categoría **estrategias de comunicación digital**, fueron aplicados los instrumentos:

- Matriz de información.
- Entrevista semiestructurada: fue realizada al líder del Centro de Desarrollo Cultural.

La matriz de datos logró revisar los siguientes documentos:

Documento de Presentación oficial del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, por medio de diapositivas, los perfiles oficiales de Twitter, Instagram, Facebook y YouTube los cuales mostraron que la categoría **estrategias de comunicación digital** aplica adecuadamente para la realización del proyecto, pues encontramos que el Centro de Desarrollo Cultural Moravia da uso de las estrategias de comunicación digital con el propósito de acercarse a la comunidad, además, se encontró que este es un espacio que se preocupa por generar lazos de comunicación con la comunidad y los líderes enlaces, estos son los encargados de escalar, presentar, escuchar y tratar de buscar una solución para resolver las necesidades de las personas que conforman la comunidad, todo esto con el fin de promover sus proyectos, charlas, eventos, conversatorios y

talleres. Para esto se han planteado aspectos comunicativos que han tenido efecto positivo en la comunidad.

Categoría	Hallazgos
Estrategias de comunicación digital	<p>En el mapeo inicial realizado de las redes sociales del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, se encontró que las plataformas digitales han sido un aliado para acercarse a la comunidad, además, estas estrategias tomaron mayor fuerza durante los días de cuarentena por el Covid-19.</p> <p>El centro cultural se ha encargado de compartir información para que la comunidad se acerque por medio de las redes sociales y conozca sus actividades y proyectos formativos y educativos.</p>

Tabla 3. Resultados generales de la matriz de datos.

Los documentos destacados fueron los perfiles de las redes sociales de Twitter, Instagram, YouTube y Facebook; con base en ello, las categorías indicaron que las estrategias de comunicación digital son un espacio en el que el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia puede buscar un aliado para tener un acercamiento oportuno para con su comunidad. Toda esto se evidencia de una manera más amplia luego de la urgente necesidad de interconexión que se presentó en pandemia, pues, aunque teníamos la necesidad de continuar con las tareas de nuestra vida cotidiana, no teníamos las herramientas suficientes y el conocimiento necesario para hacerlo. Fue así como se vio en desventaja la presencia en redes sociales de las organizaciones,

empresas y las personas en general, y fue por esto mismo que se vieron en la obligación de fortalecer sus compañías en el ámbito digital.

La entrevista semiestructurada fue aplicada a la Comunicadora Social del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia. Arrojó como resultado que “el Centro de Desarrollo Cultural nace como un espacio para fomentar el interés de la comunidad con procesos de aprendizajes desde los temas culturales, además busca lograr crecimientos sociales para la misma comunidad”.

Encontramos también, que este es un espacio que ha funcionado como un propulsor cultural para generar interés en los jóvenes hacia el arte y demás actividades que fomentan el crecimiento social.

Categoría	Entrevistado 1¹	Hallazgos generales
Estrategias de comunicación digital	María Juliana, Comunicadora Social del Centro Cultural de Moravia	<p>El Centro de Desarrollo Cultural hizo un uso más fuerte de las redes sociales gracias a la pandemia y a todo lo que esto generó en su momento.</p> <p>El Centro de Desarrollo Cultural entiende la importancia del uso de estrategias de comunicación, por tal motivo busca acompañar sus procesos por medio de las redes y plataformas digitales.</p> <p>Uno de los mayores impedimentos puede ser que en algunos puntos de la comuna 4 sigue faltando conectividad a internet.</p>

Tabla 4. Hallazgos de la categoría Estrategias de Comunicación Digital en las entrevistas.

¹ Se nombran los entrevistados con números, no con su nombre. Entrevistado 1, entrevistado 2...

Algunos aspectos más resaltados en las entrevistas para la categoría Estrategias de comunicación digital fueron:

“Nosotros somos un Centro Cultural que sabe que es importante recopilar los aprendizajes, el conocimiento y la información que estamos coproduciendo con la comunidad, entonces de esas iniciativas, programas y proyectos salen publicaciones que pueden ser escritas e ilustradas” (M. Yepes Burgos, comunicación personal, 5 de septiembre de 2021).

“Cuando nosotros vemos la comunidad que vive en el barrio sabemos que es muy posible que tengas al menos un celular por familia y que el celular tenga acceso a WhatsApp, en primera instancia nos conformamos con grupos que ya estaban conformado... y por ese medio, por WhatsApp interactuamos con ellos generando acciones pedagógicas” (M. Yepes Burgos, comunicación personal, 5 de septiembre de 2021).

“Nuestras redes sociales más activas son: YouTube, Facebook e Instagram, nuestra comunidad no está en Twitter, esta red la utilizamos más para eventos o proceso con proyectos que tienen un corte más a nivel Medellín, nacional o internacional” (M. Yepes Burgos, comunicación personal, 5 de septiembre de 2021).

10.1 Conclusión:

Con la aparición de la pandemia Covid-19 muchas de las cosas que se venían realizando debieron girar en torno a procesos digitales, por tal motivo el Centro Cultural buscó acercarse a su comunidad por medio de procesos educativos como talleres, proyectos y reuniones de manera virtual, así continuar con un desarrollo social sin importan las circunstancias.

Para responder a la categoría apropiación digital fueron aplicados los instrumentos: Encuesta, Entrevistas semiestructuradas. La encuesta aplicada a Apropiación digital unidades de análisis, buscó: describir formas de comunicación en la comunidad del sector de Moravia

(Medellín) respecto a la comunicación digital del Centro de Desarrollo Cultural de la localidad. Las variables abordadas fueron de tipo cualitativas y nominales, con el fin de complementar la información cualitativa. Así, fueron medidas:

10.1.1 Información apropiada en redes sociales.

Acercamiento del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia con la comunidad por medio de estrategias de comunicación digital.

10.1.1.1 Plataformas de acceso a la corporación

La entrevista semiestructurada fue aplicada a un Líder Enlace y gestor comunitario del barrio de Moravia. Como se ha explicado anteriormente, los Líderes Enlace que hacen parte del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, son esas personas cercanas a la comunidad, encargadas de escuchar cuáles son las necesidades que aquejan a las personas, se ponen la tarea de trabajar en pro de esta comunidad, funcionan como un canal entre el Centro y la comunidad, haciendo sentir como si estas dos partes que conforman el barrio de Moravia, fuera una sola, por esta razón, se procura trabajar de manera articulada.

Arrojó como resultado que Los líderes enlaces tienen la función de generar lazos de comunicación entre la comunidad y el Centro de Desarrollo Cultural, para lograr esto se han empeñado en trabajar por medio de redes como WhatsApp, por medio de esta plataforma generan grupos de información en los que logran integrar una gran cantidad de personas interesadas en la información. (Tabla 1)

La entrevista semiestructurada fue aplicada a un Apoyo de la línea de comunicación para el cambio social. Arrojó como resultado que el Centro de Desarrollo Cultural nace como un espacio para dignificar los aprendizajes de la comunidad, por medio de este espacio pueden fomentarse proyectos para beneficiar a la comunidad". (Tabla 1)

Categoría	Entrevistado 1 ²	Entrevistado 2
Apropiación digital	<p>Orley Mazo, líder enlace y gestor comunitario del barrio de Moravia</p> <p>Encontramos que los líderes enlace son un plus importante para llevar información en ambas direcciones, tanto en pro del centro cultural como en pro de la comunidad del barrio.</p> <p>WhatsApp ha funcionado como un espacio para generar información de interés para toda la comunidad del barrio.</p> <p>A pesar de que en algunos sectores falta conectividad a internet, los líderes reconocen la importancia de la implementación de estrategias de comunicación asertivas.</p>	<p>Juliana Paniagua, Apoyo de la línea de comunicación para el cambio social.</p> <p>Desde el Centro cultural se ha venido trabajando para que la comunidad encuentre las ayudas necesarias en este espacio.</p> <p>La pandemia obligó a plantearse los procesos comunicativos desde otra perspectiva, la cual sea mucho más amena con la comunidad.</p>

Tabla 5. Hallazgos de la categoría en las entrevistas.

Algunos aspectos más resaltados en las entrevistas para la categoría Estrategias de comunicación digital fueron: “En las plataformas digitales me gustaría encontrar el beneficio de la comunidad, que tenga esa capacidad y accesibilidad a esas herramientas”.

Además, se habló de la importancia de la creación de publicaciones que contuviera información sobre los eventos del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia para que lograra ser compartidos en toda la comunidad, pues es de conocimiento público que no todas las personas de este sector cuentan con conexión a internet.

² Se nombran los entrevistados con números, no con su nombre. Entrevistado 1, entrevistado 2...

“Las estrategias son asertivas para la comunidad, mas no con toda la comunidad porque no toda la comunidad tiene acceso a internet o a un celular... puede ser que sea benéfico, pero no para toda la comunidad”. (O. Mazo, comunicación personal, 5 de septiembre de 2021). Además de esto algunas de las personas de la comuna no cuentan con conectividad a internet, por tal motivo el líder enlace, expresa: “En las plataformas digitales me gustaría encontrar el beneficio de la comunidad, que tenga esa capacidad y esa accesibilidad a esas herramientas para que puedan tener la información que requieren”. (O. Mazo, comunicación personal, 5 de septiembre de 2021).

“La razón de ser del centro es la comunidad, si esto no fuera así el centro no existiría... el centro tiene un proceso de formación muy grande y gratuito donde las personas se inscriben a talleres artísticos y de formación... es así como el centro responde a las necesidades de la comunidad”. (J. Paniagua, comunicación personal, 5 de septiembre de 2021). La comunidad es un aspecto demasiado importante para el Centro Cultural, entendiendo esta importancia han buscado generar estrategias comunicativas amigables con las personas, algo similar a lo que expresa, el líder enlace, pues para él es importante “No simplemente colocar información que no se sabe si la van a entender o la van a leer, además que tenga un léxico o un lenguaje bastante aterrizado a la comunidad... cuando se utilizan términos tan técnicos hasta uno mismo se cansa de leerlos”. (O. Mazo, comunicación personal, 5 de septiembre de 2021).

“Siempre hace falta algo, y por eso debemos estar en la acción de mejora, o va a haber alguien que no tenga acceso a internet y va a llegar a reclamar... es hacer una buena lectura para que sea tanto presencial como virtual”. (O. Mazo, comunicación personal, 5 de septiembre de 2021). Para los líderes enlaces, la virtualidad no debe reemplazar la presencialidad en su totalidad. Entiende que un factor importante es que la comunidad tiene cierta cercanía a redes como

WhatsApp, y así por medio de esta red se pueden generar canales comunicativos bastante asertivos “Las señoras más adultas se están cualificando cada vez más en el tema digital, entonces dentro de lo digital WhatsApp es un medio importante de comunicación para las convocatorias, para programaciones”. (J. Paniagua, comunicación personal, 5 de septiembre de 2021). Pero a pesar de esto es importante hacer una lectura adecuada de la comunidad.

“Otra estrategia que es muy importante, la gran mayoría de los contenidos que encuentras en las redes sociales del centro responden a proyectos que se están realizando con la comunidad, es un resultado de esos proyectos”. (J. Paniagua, comunicación personal, 5 de septiembre de 2021).

10.2 Conclusión:

La virtualidad debe seguir acompañada de la presencialidad, pues, en muchos puntos aún hace falta mucha educación sobre el manejo de plataformas digitales, y en el peor de los casos no se cuenta con conectividad, además la manera de redactar en redes sociales puede ser un factor que aburra a las personas, generando esto, un alto nivel de desinterés hacia las propuestas o proyectos planteados por el Centro de Desarrollo Cultural.

Para responder a la categoría Desarrollo social, fueron aplicados los instrumentos: Grupo de discusión.

El grupo de discusión contó con la participación de residentes de la comuna #4 de Medellín - Visitantes del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia.

Respecto a la categoría Desarrollo Social, se encontró que la comunidad realmente está dando un uso adecuado de las redes sociales del Centro de Desarrollo Cultural, además, han encontrado en estas plataformas un lugar en el cual se enteran de los proyectos o actividades planeadas por el Centro de Desarrollo, sin embargo, encontramos que las personas sugieren que

se refuerce un poco más el uso y la actualización de esas plataformas digitales, como: Facebook, Instagram, YouTube. (Figura 5)

Categorías	Tema 1	Tema 2
Apropiación digital	Algunas de las redes sociales del Centro de Desarrollo Cultural para estar en contacto con la comunidad es Instagram y Facebook.	La virtualidad debe tomarse con mayor seriedad para que la comunidad se haga participe de mejor manera de estos procesos.
Estrategias de comunicación Social	Por medio de las redes sociales la comunidad ha conocido las propuestas que brinda el Centro de Desarrollo Cultural, además, se genera un primer acercamiento a los proyectos.	El uso de Instagram es importante destacarlo porque la generación de historias es un atractivo para las personas.
Desarrollo Social	Para generar lazos asertivos de comunicación es necesario seguir utilizando estrategias de comunicación presenciales y de igual manera comunicar de manera virtual.	

Tabla 6. Categorías y temas.

Un aspecto para resaltar en el grupo de discusión para la categoría Desarrollo social fue “la virtualidad nos atrae a participar más en las lúdicas, talleres y charlas que presenta el Centro Cultural” de la más a participar de (S. Vásquez, comunicación personal, 18 de noviembre de 2021).

Aunque es claro que las redes sociales se deben seguir reforzando los integrantes de la comuna consideran que en las redes sociales del Centro de Desarrollo “suben muchos proyectos y actividades en los que intentan integrar a las personas para acercarse al centro de la comuna”. En la forma de integración que tienen por medio de las redes sociales se debe tener en cuenta

también la manera en que se redacta la información de las publicaciones, pues consideran que “la información es tanto informática como de noticias y de actividades, pienso que es muy efectiva gracias a lo de la pandemia la gente ha dependido más de lo que es las redes sociales y las redes sociales”

10.3 Conclusión:

Se deben mejorar los procesos de comunicación digital para que la comunidad se entere de los proyectos mucho más fácil, además, la manera de informas debe ser más sociable con el lector, para que este puede comprender lo que se le expresa y sienta el interés de seguir leyendo y seguir revisando las plataformas digitales del Centro de Desarrollo Cultural.

11 Triangulación

Identificar las estrategias de comunicación digital adoptadas por el Centro de Desarrollo Cultural del sector de Moravia en Medellín para el contacto con la comunidad

Las estrategias de comunicación digital han demostrado que desde su aparición han facilitado procesos sociales y culturales, permitiendo que las comunidades, en este caso la comuna 4, puedan acercarse y adquirir de una manera más fácil los procesos comunicativos que se entablan entre los grupos culturales y las mismas comunidades, además, han generado una gran reducción de proceso e inversiones económicas, pues han permitido que la comunicación pueda llegar a sitios donde antes no llegaba.

“De forma muy resumida y casi modélica, las potencialidades positivas más trascendentes que las nuevas redes digitales ofrecen a la cultura y a la comunicación social, reñidas de la diversidad y la economía. Fuerte disminución potencial de costes para la eliminación de fases enteras de cadenas de valor (copiado, stock, transporte distribución, comercialización) y la consiguiente desintermediación, aunque esos ahorros sean muy diferentes en las formas off line y

on line. Nuevos modelos de negocios y mejores vías de rentabilización de los elevados costes fijos de la creación cultural e informativa. Descenso de las barreras de entrada y nuevas oportunidades de promoción y venta para las canteras de creación innovadora” (Bustamante, 2004).

El autor se encarga de explicar algunos beneficios que ha presentado la implementación y el uso de las estrategias de comunicación digital en los procesos culturales y comunicativos de la sociedad. No es un secreto que las redes digitales permiten cercanía entre las personas, por tal motivo es que el uso de estrategias de comunicación ha beneficiado aspectos de la vida, desde lo económico hasta el tema de aprendizaje.

“Las nuevas tecnologías han aportado rapidez y comodidad, entre otras ventajas, al quehacer cotidiano de la comunicación. Los sitios web han supuesto grandes ventajas y oportunidades para quienes gestionan la comunicación. Principalmente son tres” (Seitel, 2002).

Luego de la pandemia Covid-19, se entendió que la vida necesita de esta era digital para continuar avanzando y permitir que los negocios sigan encontrando fluidez y rentabilidad económica, sobre todo ha quedado claro que los procesos culturales se pueden transformar y que sin importar las circunstancias logran llegar y beneficiar a las personas que los necesita, tanto como usuarios como dueños y partícipes de la creación de los proyectos de estos grupos.

El objetivo inicial consistió en la búsqueda y el análisis de las estrategias de comunicación digital del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia. En el mapeo inicial Mediante una matriz de datos se logró conocer cuáles son las plataformas digitales que utiliza el Centro de Desarrollo, arrojando como resultado que las plataformas digitales han sido un aliado para acercarse a la comunidad, además, estas estrategias tomaron mayor fuerza durante los días de cuarentena por el Covid-19. Esto queda claro luego de la intervención realizada con la

Comunicadora Social de este centro, que manifestó la necesidad de la actualización de las redes sociales, pues aunque aún en la actualidad hay personas que siguen sin tener conexión a internet, esta sigue siendo la manera más eficiente y rápida de compartir y hacer llegar la información sobre los eventos y fechas relevantes para encontrarse en el centro con las personas de la comuna, pues este Centro ha innovado en la manera de presentar sus componentes a la comuna, buscando la cercanía con las personas por medio de procesos educativos, talleres, proyectos y reuniones virtuales para continuar con el desarrollo social.

Describir las formas de apropiación de la comunidad del sector de Moravia en Medellín respecto a la comunicación digital del Centro de Desarrollo Cultural de la localidad.

Después de la pandemia Covid-19 las personas alrededor del mundo entendieron la importancia que tiene el uso, actualización y aplicación de las estrategias de comunicación para lograr que la información trascienda y llegue a los sitios y personas para generar un impacto de manera atemporal, además, la sociedad se ha estado apropiando de procesos comunicativos demostrando que se ha entendido que la aplicación de estrategias de comunicación ha brindado la posibilidad de abrir caminos en medio de situaciones complejas en las que anteriormente no se hubiese encontrado alguna solución, es así como se evidencia la importancia en la aplicación de estrategias de comunicación.

Este proceso ha generado rapidez para transmitir y recibir la información sin importar el sitio de ubicación, siempre y cuando se cuente con conectividad suficiente que permita la continuidad, recepción y búsqueda constante de información de interés para las personas.

“Las aportaciones de las nuevas tecnologías y de internet a la comunicación de las organizaciones se pueden resumir de la siguiente manera: rapidez a la hora de localizar y difundir información; permite incorporar motores de búsqueda, haciendo más cómoda y rápida la

consulta; posibilidad de actualizaciones constantes; interactividad con los públicos; gran capacidad de almacenamiento; posibilidad de incluir recursos multimedia, que suponen un valor añadido (sin duda, puede resultar más atractivo y fácilmente comprensible que, por ejemplo, el uso exclusivo del texto); no hay limitación temporal de consulta y se puede acceder desde cualquier lugar”. (Valbuena, 2006).

Las estrategias de comunicación digital han permitido que los procesos culturales se integren con más personas, pues con el uso de redes sociales y plataformas digitales se ha generado interés y acercamiento entre las personas y los grupos culturales.

Anteriormente era complicado conocer en qué sitios de la ciudad se desarrollaban proyectos o procesos de interés para las personas, pero en estos momentos con tan solo hacer un buen uso de las plataformas digitales se puede encontrar resultados positivos, y mucho más si el grupo o centro cultural hace un uso constante y adecuado de estrategias de comunicación para generar difusión masiva de su contenido.

“La comunicación va a permitir a las organizaciones la sensibilización sobre sus objetivos, así como desarrollar el conocimiento por parte del público de las actividades de la organización” (Center, 2001).

Con la apropiación que la personas han tenido con las estrategias de comunicación del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, se ha demostrado que el uso de estas genera relevancia entre la comunidad objetiva de este Centro, ahora es más fácil conocer sus procesos, cursos y proyectos por medios de las plataformas digitales, además se han apoyado fuertemente de WhatsApp para generar canales de comunicación o de información en los cuales la comunidad participa activamente, demostrando el interés y la importancia de este proceso de apropiación de las estrategias de comunicación digital.

El Centro de Desarrollo, ha jugado un papel fundamental para que la comunidad pueda apropiarse de las herramientas que este mismo presenta permitiendo la cercanía por medio de las redes sociales, haciendo conocer sus actividades y proyectos formativos y educativos. Fue así como se entendió que las redes sociales son el aliado número uno de este centro para el contacto y la integración con las personas que conforman la comuna, entendiendo la importancia de la actualización constante de las redes sociales haciendo que la comunidad participe de manera virtual y con un celular en la mano haciendo uso de los mecanismos interactivos que estas redes presentan, el Centro se ha encargado de generar lazos por medio de historias que integren a las personas de una manera más sencilla.

Analizar los beneficios en el desarrollo social del barrio Moravia en la ciudad de Medellín al apropiarse de las estrategias de comunicación digital de su Centro de Desarrollo Cultural

“La generación pasada creció y conformó su imaginario cultural al lado de la televisión, que durante sus primeras décadas era sólo en blanco y negro, se enteró con pasmo y gusto de los primeros viajes espaciales, conformó sus preferencias cinematográficas en la asistencia a la sala de cine delante de una pantalla que reflejaba la proyección de 35mm y ha transitado no sin asombro de la telefonía alámbrica y convencional a la de carácter celular o móvil. Los jóvenes de hoy nacieron cuando la difusión de señales televisivas por satélite ya era una realidad, saben que se puede cruzar el Atlántico en un vuelo de unas cuantas horas, han visto más cine en televisión y en video que en las salas tradicionales y no se asombran con la Internet porque han crecido junto a ella durante la última década: frecuentan espacios de chat, emplean el correo electrónico y manejan programas de navegación en la red de redes con una habilidad literalmente innata. Esa es la Sociedad de la Información. Los medios de comunicación se han convertido en el espacio

de interacción social por excelencia, lo cual implica mayores facilidades para el intercambio de preocupaciones e ideas, pero, también, una riesgosa supeditación a los consorcios que tienen mayor influencia, particularmente en los medios de difusión abierta (o generalista, como les llaman en algunos sitios)” (DELARBRE, 2011).

La aplicación y el conocimiento de las estrategias de comunicación en el desarrollo de las actividades del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, ha permitido que cada día más personas quieran acercarse y ser parte de las actividades, talleres, reuniones y cursos que imparten desde el Centro, esto claramente ha demostrado que la comunidad se logra desarrollar y alcanza un crecimiento positivo como sociedad por medio de estos procesos.

“Uno de los grandes errores de los grupos culturales es no entender la importancia de utilizar e implementar estrategias de comunicación que permitan que las personas se puedan acercar y de paso difundir masivamente la información, integrar estas estrategias permite entender que: “La comunicación va a permitir a las organizaciones la sensibilización sobre sus objetivos, así como desarrollar el conocimiento por parte del público de las actividades de la organización” (Center, 2001).

En el momento que se entiende la importancia de esto, la comunidad se beneficia porque se presenta un desarrollo constante, tanto para las personas como para el Centro, pues el espacio se da a conocer y sus proyectos logran tener un mayor alcance.

La integración de los diferentes centros culturales con las comunidades, generan un impacto positivo en las personas tanto del centro como las de la comunidad, pues se generan lazos que impacten en el desarrollo y el deseo de superación de las personas que conforman la comuna.

No es un secreto para nadie la necesidad que tienen las comunas de Medellín de contar con un desarrollo educativo y social en los jóvenes es aquí donde entra el apoyo de los centros de desarrollo para poder exponer el talento de todas las personas, por consiguiente, es necesario hacer conocer lo que se hace y los beneficios que hay en estas casas de la cultura. Se evidencia la necesidad del uso constante y activo de las herramientas digitales aumentando la interacción virtual que permiten las redes sociales invitando a la presencialidad.

El desarrollo social y el apropiamiento de redes sociales van de la mano, ya que, si se cuenta con el uso activo de uno, se evidencia en el desarrollo de la comuna en general.

12 Conclusión

El desarrollo, ejecución y al final el entendimiento que permite obtener el desarrollo de este trabajo de investigación, basado en el trabajo, compartir y desarrollo sobre una comunidad que presenta y aqueja las necesidades en que en pleno año 2022 y luego de vivir una pandemia que arrojó como resultado la necesidad de vivir bajo la interconexión y la salvedad de la actualización y estudio que contantemente esta necesita, solo deja en evidencia que vivimos en un mundo con la necesidad de la interconexión donde las necesidades de las personas se han tenido que adaptar a las del mundo moderno ya que este avanza a gran escala y no se detiene por nadie.

Se necesita que la presencia del Estado sea cada vez mayor y vaya en aumento, para que estas comunidades no se sientan abandonadas, pues la pandemia se ha encargado de demostrar la necesidad de la actualización constante de medios digitales que permitan la participación de las personas de manera atemporal donde se no se deje de lado la presencialidad, pero que para las personas que no tienen la oportunidad de hacer parte de los momentos, que en este caso el Centro de Desarrollo Cultural, presenta para su comunidad, pueda integrarse a estos.

Para nosotros dos, Julio y Mariana, los encargados del desarrollo y ejecución de este trabajo de investigación, dejó de ser un simple compromiso educativo y paso a convertirse en una necesidad de cumplimiento frente a la comunidad de Moravia, pues fue sorprendente encontrarnos con unas necesidades humanas las cuales deberían ser derechos para todas las personas. El no contar con un cubrimiento total a la red de internet, es uno de los impedimentos principales para el desarrollo de la comunidad en general, pues se aumenta el desconocimiento de los procesos que en el Centro de Desarrollo Cultural se llevan a cabo, esto lo consideramos luego de analizar las oportunidades y estrategias que implementa este Centro para con las personas que lo integran, pues todas estas oportunidades son de manera gratuita y han arrojado el resultado de la efectividad sobre las personas que las aprovechan.

El desarrollo de este proyecto nos permitió conocer un poco más sobre la realidad social que se vive en la comuna # 4 de Medellín, además logramos conocer las perspectivas de las personas referente a los temas de comunicacionales y sobre todo ahondar en el interés de la comunidad por las estrategias de comunicación digital como una herramienta que puede mejorar los procesos y proyectos en torno al Centro de Desarrollo Cultural de Moravia.

Nos alegra habernos encontrado con personas que nos brindaron la información que requeríamos y nos permitieron conocer sus experiencias, expectativas y sensaciones referente a la manera en la que el Centro de Desarrollo ha ido integrando sus procesos con la comunicación digital, permitiendo que las personas puedan estar mucho más en contacto con todo aquello que se les permite por medio de la virtualidad, pero sobre todo entendimos que es importante no abandonar los procesos de comunicación que ya se han ido trabajando.

Así de esta manera el Centro de Desarrollo, ha ido encontrando un plus que le ha permitido acercarse a muchas más personas con sus proyectos, generando un interés entre los

líderes enlaces y la comunidad por hacer parte de cada uno de estos procesos, además, la misma comunidad se ha hecho participe y ha demostrado interés en generar y sostener estrategias de comunicación digital para que la información esté constantemente actualizada sin la necesidad de desplazarse hasta el Centro Cultural.

Encontramos una comunidad dispuesta a abrir sus puertas y a generar espacios de diálogo donde constantemente reconocimos que es la comunidad quien se interesa frecuentemente por el crecimiento cultural y social de la comuna # 4, al igual que son los encargados de identificar las necesidades y buscar solucionarlas por medio de los líderes de enlace, quienes a su vez se acercan hasta el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia para exponer las necesidades y buscar alguna solución que permita que la cultura, el arte y aquellos procesos sociales sigan latiendo por el bienestar de la comunidad.

También encontramos un Centro de Desarrollo Cultural que se empeña en escuchar a su comunidad para brindar soluciones que permitan el crecimiento de la comunidad y la integración de diversos procesos para finalizar actividades y movimientos en pro de la sociedad y teniendo siempre presente que la juventud es un factor importante a trabajar para lograr sostener un Centro de Desarrollo que continúe siendo un espacio de tranquilidad y esparcimiento para la sociedad, pues, es evidente que este espacio permite que las mismas personas que conforman la comuna, puedan lanzar ideas y fomentar actividades que logren y busquen enriquecer y mejorar todos los procesos y eventos que se van dando en este lugar.

Referencias

Albornoz, L. A. (2005). Las industrias culturales y las nuevas redes digitales. *Economía Política, Comunicación y Conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana*.

Almansa-Martínez, A. &.-T. (2011).

<https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959027.pdf>. ESTUDIO SOBRE LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LAS ORGANIZACIONES, 9.

Barbero, M. (2004). Los desafíos estratégicos de la sociedad de la información. *Revistas Javeriana*.

Bustamante, E. (2004).

<https://www.raco.cat/index.php/questionespublicitarias/article/view/349874>.

Bustamante, E. (2004). <https://www.questionespublicitarias.es/article/view/v9-bustamante>. En la transición de la era digital, 14.

Cáceres, L. J. (2006).

<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6465/Cibercultura%2c%20sist%c3%a9mica%20y%20pensamiento%20contempor%c3%a1neo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. CIBERCULTURA, SISTÉMICA Y PENSAMIENTO CONTEMPORÁNEO, 6.

Castells, M. (2000). La era de la información. *Economía, sociedad y cultura*.

Caune. (1995).

Center, S. C. (2001). <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959027.pdf>. ESTUDIO SOBRE LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LAS.

Constitución Política de Colombia. (s.f.). Constitución Colombia. Obtenido de Artículo 20: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-20>

DELARBRE, R. T. (2011). Vivir en la Sociedad de la Información Orden global y dimensiones locales en el universo digital. Revista iberoamericana deficiencia, tecnología, sociedad e innovación, 1,2.

Di Carlo, E. y. (2005). Importancia de la investigación para el Trabajador Social profesional. Revista Tendencias & Retos. 4.

EPM. (s.f.). Moravia comuna 4. Obtenido de Camino al Barrio:
<https://www.epm.com.co/site/home/camino-al-barrio1/moravia#:~:text=Hoy%20en%20d%C3%ADa%20Moravia%20sigue,de%20El%20Morro%20ser%20decisiva.>

González-Herrero & Ruiz de Valbuena. (2006).
<https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959027.pdf>. ESTUDIO SOBRE LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LAS ORGANIZACIONES, 267-275.

Leiva, M. T. (2013). La cooperación cultural para el futuro digital: recuperar la diversidad como eje central en tiempos de crisis. . https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/21604/cooperacion_garcialeiva_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y, 4-7.

Low. (2001).

Martínez, S. L. (2012). Comunicación, arte y cultura en la era digital. Ciberespacio y resistencias: Exploración en la cultura digital, Comunicación, arte y cultura en la era digital. Ciberespacio y resistencias: Exploración en la cultura digital, 2.

Molina, K. &. (2013). La Cultura en la Era Digital. M. Guzmán y F. Cuevas. (coords.), Hacia la sociedad de la información y el conocimiento. San José, CR: Universidad de Costa Rica. Programa Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Muñoz Peña, C. A. (s.f.). Rama Judicial. Obtenido de ABC Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública:
<https://www.ramajudicial.gov.co/documents/5067224/14535305/ABC+LEY+DE+TRANSPARENCIA.pdf/68516da7-3ea2-4d64-9ca6-32bfb3737190#:~:text=En%20principio%2C%20el%20derecho%20de,1991%20en%20su%20art%C3%ADculo%2074.&text=El%20art%C3%ADculo%2020%20protege%20el,rec>

Núñez Ladevéze, L. &. (2015). Industria cultural y relaciones ‘cara a cara’ en las redes: la continuidad del cambio en España. Industria cultural y relaciones ‘cara a cara’ en las redes: la continuidad del cambio en España, 11.

Parra, C. (2012). Elementos de las políticas públicas en Colombia. Obtenido de Asuntos Legales: <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/elementos-de-las-politicas-publicas-en-colombia-2009287#:~:text=Las%20pol%C3%ADticas%20p%C3%ABlicas%20son%20el,de%20los%20beneficios%20del%20desarrollo.>

Seitel, A. (2002). <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959027.pdf>. ESTUDIO SOBRE LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LAS ORGANIZACIONES, 8.

Unesco. (2005). La cooperación cultural para el futuro digital: recuperar la diversidad como eje central en tiempos de crisis. https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/21604/cooperacion_garcialeiva_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y, 7.

https://uniminuto0-my.sharepoint.com/personal/jherrerapul_uniminuto_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fp

ersonal%2Fjherrerapul%5Funiminuto%5Fedu%5Fco%2FDocuments%2FImplementaci%C3%B
3n%202021%2D2

□ <https://sway.office.com/RtHd07pgJgveDigk?ref=Link&loc=play>

Anexos

En el caso de la variable: Redes sociales como medio principal para compartir y enterarse de los eventos.

En el caso de la variable: El centro de desarrollo cultural debe mejorar las estrategias de comunicación digital.

En los hallazgos obtenidos aparecen así:

12.1.1.1.1 *La variable:*

En el caso de la variable Información apropiada en redes sociales: El 78.6% dijo que “sí” mientras que el 21,4% dijo que “no”. (Gráfico 1)

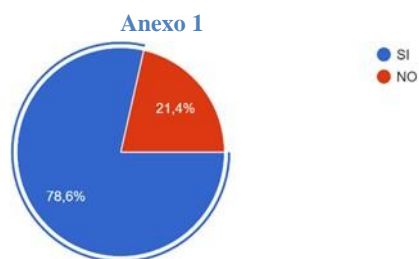


Ilustración 1. Información apropiada en redes sociales. Fuente: elaboración propia

12.1.1.1.2 *La variable:*

En el caso de la variable: acercamiento del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia con la comunidad por medio de estrategias de comunicación digital.

El 85,7% dijo que “sí” mientras que el 14,3% dijo que “no”. (Gráfico 2)

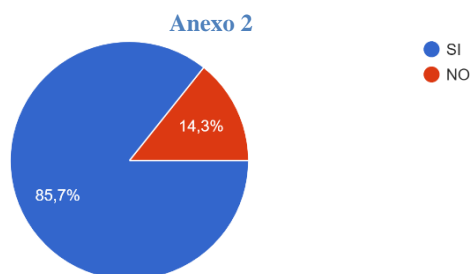


Ilustración 2. Acercamiento del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia con la comunidad por medio de estrategias de comunicación digital. Fuente: elaboración propia.

12.1.1.1.3 *La variable:*

En la variable: Plataformas de acceso a la corporación.

El 85,7% eligió Facebook.

El 21,4% Escogió Twitter.

El 28,6% Escogió WhatsApp.

El 57,1% Escogió Instagram.

Anexo 3

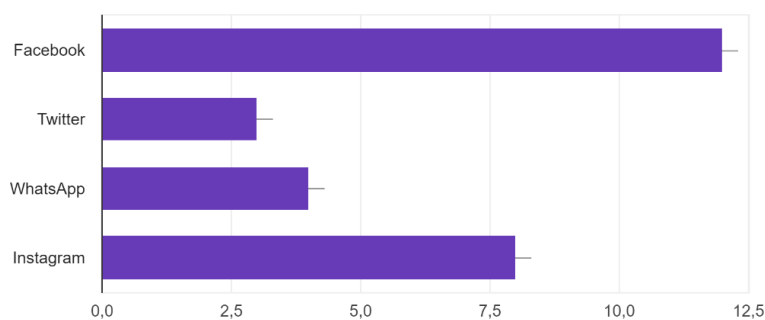


Ilustración 3. Plataformas de acceso a la corporación. Fuente: elaboración propia.

12.1.1.1.4 *La variable:*

En el caso de la variable: El centro de desarrollo cultural debe mejorar las estrategias de comunicación digital.

El 57,1% está en aprobación total.

El 28,6% está en una posición no definida.

El 14,3% Dio su aprobación con reparos.

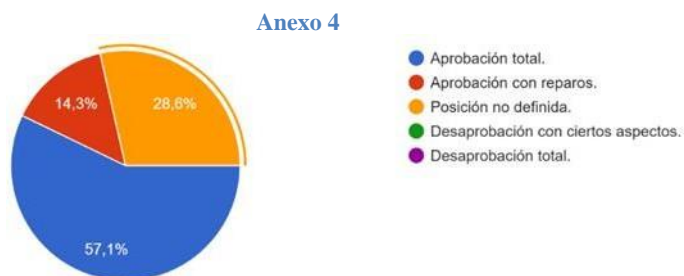


Ilustración 4. El centro cultural debe mejorar las estrategias de comunicación digital. Fuente: elaboración propia.

12.1.1.1.5 *La variable:*

En el caso de la variable: Redes sociales como medio principal para compartir y enterarse de los eventos.

El 57,1% dijo estar muy de acuerdo.

El 21,4% dijo estar algo de acuerdo.

El 14,3% dijo estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Anexo 5

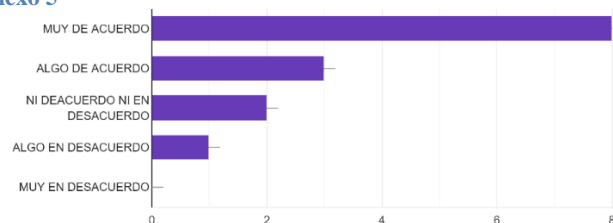


Ilustración 5. Redes sociales como medio principal para compartir y enterarse de los eventos. Fuente: elaboración propia.