

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Programa en Comunicación Social



Universidad Cooperativa
de Colombia

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA VISIBILIZAR LA CASA DE LA CULTURA ABELARDO FORERO
BENAVIDES ANTE LA COMUNIDAD DE FACATATIVÁ. PRÁCTICA SOCIAL SOLIDARIA

Presentado por:

Leidy Carolina Buriticá Ayala

Diana Roció Gómez Moreno

Kimberly Oliveros Araujo

Bogotá, D.C. – Colombia

2018

Universidad Cooperativa de Colombia
Facultad de ciencias Humanas y Sociales
Programa de Comunicación Social

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA VISIBILIZAR LA CASA DE LA CULTURA ABELARDO FORERO
BENAVIDES ANTE LA COMUNIDAD DE FACATATIVÁ. PRÁCTICA SOCIAL SOLIDARIA

Autores:

Leidy Carolina Buriticá Ayala

Diana Roció Gómez Moreno

Kimberly Oliveros Araujo

María Elsa Unriza Puin

Comunicadora Social - Periodista

Doctoranda en Conocimiento y Cultura de América Latina

Tutor principal

Bogotá, D.C. - Colombia

2018



AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por demostrarnos su amor y fidelidad en este proceso, a nuestros padres por el amor y la dedicación, gracias por impulsarnos a creer en nosotras mismas y por ayudar a convertirnos en las mujeres profesionales que somos hoy en día.

Gracias a la Universidad Cooperativa de Colombia por abrirnos sus puertas y por enseñarnos los pilares necesarios para salir y romper barreras en el mundo profesional que nos espera. Gracias a nuestros tutores: Jesús Hernán Zambrano y María Elsa Unriza por creer en el desarrollo de nuestra idea y porque gracias a este trabajo de grado hemos creado un vínculo de amistad que llevaremos en nuestro corazón día a día.

Gracias Casa de Cultura Abelardo Forero Benavides por permitirnos el espacio y tiempo para realizar las actividades.

RESUMEN

El proyecto que se presenta a continuación surge como una práctica social realizada como modalidad de grado en la Casa de la Cultura de Facatativá, en conjunto con la Secretaria de Cultura y Juventud para adquirir la titulación en el programa de Comunicación Social.

Teniendo como propósito visibilizar la Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides ante la comunidad de Facatativá, como un centro de construcción de conocimiento, creación artística, trabajo lúdico, y exaltación de la cultura, dirigida a niños, jóvenes, adultos, adultos mayores y personas con discapacidad.

El desarrollo de esta práctica se realizó por componentes, integrados en actividades que permitieron avanzar en el logro de los objetivos planteados, llevadas a cabo con el apoyo en un cronograma para la red social Facebook y la producción de piezas comunicativas en audio (podcast) para dos emisoras locales y dos educativas.

PALABRAS CLAVE

Comunicación para el desarrollo, cultura, redes sociales, integración, conocimiento, arte.

ABSTRACT

The project presented below emerges as a social practice carried out as a degree modality in the House of Culture of Facatativá, together with the Ministry of Culture and Youth to acquire the degree in the Social Communication program.

With the purpose of visualizing the Abelardo Forero Benavides Culture House before the community of Facatativá, as a center for the construction of knowledge, artistic creation, playful work, and exaltation of culture, aimed at children, youth, adults, seniors and people with a disability

The development of this practice was carried out by components, integrated in activities that allowed to advance in the achievement of the proposed objectives, carried out with the support in a chronogram for the social network Facebook and the production of communicative pieces in audio (podcast) for two local and two educational stations.

KEYWORDS

Communication for development, culture, social networks, integration, knowledge, art.

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN	iv
PALABRAS CLAVE.....	iv
ABSTRACT	v
KEYWORDS	v
LISTA DE TABLAS	viii
LISTA DE ILUSTRACIONES	ix
INTRODUCCIÓN.....	10
Reseña de la Entidad.....	10
PRESENTACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	12
Planteamiento del problema	12
Determinación de la necesidad.....	13
Justificación de la intervención.....	14
REFERENTES PARA LA ACCIÓN	17
Referentes teóricos.....	17
Elementos Conceptuales.....	18
Recursos técnicos y de infraestructura.....	22
Condiciones de vinculación.....	23
Obligaciones de la Universidad.....	24
Obligaciones de la Entidad u Organización.....	25
ESTRUCTURA METODOLÓGICA.....	27

Objetivos de la intervención	27
Alcance de la solución planteada.....	27
Criterios metodológicos	28
Acciones Comunicativas.....	28
Plan Operativo y Cronograma.....	29
Expectativas de mejora	29
DESARROLLO DE LA INTERVENCIÓN	31
Componente 1: Creación de piezas comunicativas	31
Desarrollo.....	32
Logros y dificultades.....	32
Desarrollo.....	33
Logros y dificultades.....	34
Análisis del componente 1	34
Componente 2: Desarrollar un plan de publicaciones para la página principal de Facebook.....	35
Desarrollo	36
Logros y Dificultades.	37
Análisis del componente 2	38
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	43
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
ANEXOS	48

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Tabla de Actividades y Cronograma	11
Tabla 2. Recursos Tecnicos.....	23
Tabla 3. Cronograma de Trabajo.....	29
Tabla 4. Cultura y comunicación a través de la radio 1	31
Tabla 5. Cultura y comunicación a través de la radio 2	32
Tabla 6. Prográmate con la Secretaria de cultura y Juventud de Facatativá.....	35
Tabla 7. propuesta de programación para contenido de Facebook.....	36

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Audiciones Gynza Hip Hop Reggae 2018	38
Ilustración 2. Secretaría de Cultura y Juventud de Facatativá / Festival de Danza	39
Ilustración 3. Clase de Medios Audiovisuales.....	40
Ilustración 4. Resultados Audiciones Gynza	41

INTRODUCCIÓN

Reseña de la Entidad

Facatativá es uno de los 116 municipios de Cundinamarca, considerado como la capital de la Sabana de Occidente, cuenta con una población estimada de 117,133 habitantes. El municipio tiene zonas rurales y urbanas; la zona rural se divide en 14 veredas: La Tribuna, Los Manzanos, Moyano, Prado Santa Marta, Pueblo Viejo, entre otras. En la zona urbana se registran más de 100 barrios divididos en “zona de occidente, zona borde sur, zona periferia urbana, grandes zonas verdes, zona centro, y zona residencial tradicional” (Pachón, 2004)

Facatativá ubicado en cercanías a la capital colombiana, Bogotá, presenta un variado número de habitantes provenientes de otras regiones del país, como Santander, Boyacá y Antioquia, sin embargo, su cultura se mantiene vigente sin importar la cantidad de creencias y costumbres que llegan al municipio, gracias al respeto y a la tolerancia que caracterizan a los facatativeños.

Facatativá cuenta con espacios dinámicos y especiales para la realización de proyectos culturales, por esta razón se crea la Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides ubicada en la carrera 2 con calle 5 en el parque principal de Facatativá, una entidad pública que nace en el año 2007 con la finalidad de construir escuelas de formación en temas de educación y cultura que sean de beneficio para toda la comunidad.

El nombre de la casa cultural nace para brindar un homenaje al gran historiador, político y periodista colombiano de origen facatativeño Abelardo Forero Benavides, amante de las letras, la historia y la música, impulsado siempre por un amor profundo hacia la cultura de nuestro país.

Estos procesos formativos que brinda la casa de la cultura son dirigidos a niños, adolescentes, jóvenes, adultos, adultos mayores y personas con discapacidad; estas escuelas formativas tienen como propósito desarrollar habilidades artísticas en danza, teatro, pintura, plastilina, origami, literatura y música en sus distintas modalidades; desde su misión transformadora La Casa de la Cultura busca, “Planear, direccionar y ejecutar las políticas

Públicas culturales el fin de rescatar, preservar y fomentar los valores culturales y artísticos del municipio a través de sus escuelas de formación”. (Pachón, 2004)

Las Escuelas de Formación buscan fomentar la creación artística y cultural mediante la institucionalidad de las mismas y el desarrollo de los procesos en los campos artísticos y culturales del municipio de Facatativá, por esta razón se brindan las actividades que aparecen en la tabla número 1, para ver horarios acceder a anexos.

Tabla 1. Tabla de Actividades y Cronograma

Escuela de Formación	Finalidad	Público dirigido	Fecha De Inscripciones
Vigías del Patrimonio	Generar participación social con sentimiento de pertenencia e identidad cultural, protegiendo y conservando el patrimonio del municipio.	Niños Jóvenes Adultos	
Escuela de Música	Crear espacios culturales para el desarrollo de habilidades y expresiones musicales, sin importar el estilo o género.		Primero 15 días de los meses de Enero y Julio
Escuela de Danza	Generar formación integral y técnica en todos los estilos de la danza, contemplando la historia como eje fundamental de enseñanza.	Niños Jóvenes Adultos	
Escuela de artes plásticas	Formar artistas mediante la aplicación de conocimientos y herramientas prácticas, utilizando como iniciativa materiales reciclados, y arcilla como producto ancestral.	Adultos Mayores Personas en condición de discapacidad	
Escuela de artes escénicas	Brindar conocimiento para la comprensión y representación dramática mediante técnicas escénicas, tanto en teatro de calle, como en teatro de sala.		

Fuente: Creación propia.

PRESENTACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

Planteamiento del problema

La Casa de la cultura Abelardo Forero Benavides como entidad del Estado presenta varias problemáticas: la falta de gestión y organización de las actividades por parte del personal encargado, definición de horarios adecuados para la realización de estas, carencia de conocimiento de los programas que se ajustan a las necesidades de los habitantes y ausencia de difusión asertiva; para esto se propone implementar un plan de comunicaciones que permita transmitir de manera correcta y eficaz la información que mejore la comunicación externa con los habitantes y optimice las relaciones para aumentar el flujo de personas en los programas.

Si bien es pertinente dar una respuesta a esta problemática (Cayón, Loaiza y Zambrano, 2009) se proyecta que la gestión y planeación es el recurso principal de las organizaciones, ya que permite vincular la necesidad con el futuro, es decir lograr el éxito a través de la preparación minimizando los riesgos en cuanto a crisis y posibles cambios.

Para La Casa de la Cultura es difícil contar con personal que se encargue de manejar las herramientas de comunicación, a excepción de Facebook que es la más utilizada y eficaz que se tiene. Pero también el personal capacitado para dictar estas clases es escaso, porque no disponen del tiempo suficiente para realizar dichas actividades.

Un problema similar fue desarrollado por Bartoli y de Castro, (2014) quienes aseguran que el principal problema de las fallas de comunicación, en las entidades, es el uso ineficiente del tiempo pues se debe poner en práctica un sistema pedagógico que permita renovar los saberes; por otro lado, se deben establecer objetivos claros y reales en la comunicación, para que, de esta manera se desarrollen vías de acción que complementen el mejoramiento constante de la información.

Determinación de la necesidad

Para llegar a la determinación de la necesidad se hizo un trabajo Colaborativo con Juan Domínguez Buriticá, subdirector de la casa de la cultura *Abelardo Forero Benavides* y Fernanda Maldonado, encargada de la página de Facebook, donde se definieron los problemas de comunicación que presenta la institución, uno de ellos se genera a partir del contenido para la página de Facebook, la deserción de los participantes a los cursos, la falta de un canal y un contenido asertivo que incentive a los ciudadanos a participar.

La necesidad que tiene la Casa de la cultura es de difundir los programas que ofrece a la comunidad, a través de una serie de estrategias creativas e incluyentes para animar a niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, y personas en condición de discapacidad a participar en las actividades y contribuir así con su crecimiento como personas incrementando su conocimiento de la cultura y desarrollo de talentos que pueden servir como herramienta para la realización de otras actividades.

La Casa de la Cultura, cuenta con canales de comunicación externa como una cartelera de información que se encuentra al interior de la edificación, por lo que aquellos que deseen conocerla deben ingresar a las instalaciones de la Institución y una página en Facebook que a pesar de tener un gran número de seguidores no obtiene el resultado esperado, por lo que se analizó el contenido que maneja cada uno, y se encontró que no existe un contenido llamativo que incentive a los jóvenes a familiarizarse y ser parte de la cultura, mayormente en la llamada 'generación z' quienes prefieren tener contacto con la cultura a través de un celular o un computador que con un pincel o un instrumento en la mano, según un estudio de la compañía BBVA Research (s.f.), es por esa razón que es necesario llegar a los canales donde se tiene conocimiento de que permanecen, es decir las redes sociales, un espacio donde comparten con sus amigos, conocen gente e interactúan a través de fotografías videos y conversaciones cortas.

Se analizó el Facebook de la entidad *Secretaría de Cultura y Juventud de Facatativá*, ya que la información expuesta al público no muestra los programas y actividades de la forma apropiada para incentivar a los jóvenes a que participen en cada una de ellas.

Una situación que se infiere teniendo en cuenta que el número de las personas que participan en cada una de las actividades es mínimo y son niños o adultos mayores, además a

pesar de contar con más de 7.500 seguidores dentro de la página la interacción es baja, ya que obtienen reacciones en una sola publicación de poco menos de 20, sin embargo, en los videos las reproducciones rodean las 200 a 700 reproducciones.

Otra de las cosas que se ha evidenciado es que la mayoría del material compartido a través de la página no es realizado por la misma Casa de la Cultura, esto se debe a que no existe a una estrategia de comunicación incluyente y con la capacidad de impactar, cabe resaltar que la página no cuenta con una financiación, sino que todo su crecimiento es orgánico, lo que también produce que el alcance de una publicación sea mucho menor, es decir que no aparezca en la biografía de las personas que siguen la página.

Se podría decir que la página solo la ven aquellas personas que tiene a sus hijos, sobrinos incluso nietos inscritos en las diferentes actividades que brinda la entidad, por lo que la interacción es baja.

Justificación de la intervención

Por medio de los canales y el desarrollo de las herramientas de comunicación ya existentes en la entidad, se contribuirá al buen uso de la página de Facebook *Secretaría de Cultura y Juventud de Facatativá*, en las emisoras locales *Unilatina 94.4* y *Vilmar Stereo 91.4* y emisoras de algunas instituciones educativas: Institución Educativa Municipal Emilio Cifuentes e Institución Educativa Municipal Femenina Silveria Espinosa de Rendón, ahí se emitirán mensajes destacados que interesen a toda la comunidad de Facatativá y así lograr un vínculo de referencia directo entre los ciudadanos y la entidad, esto permite un cambio social, cultural y abre puertas a nuevos proyectos que ayudan al desarrollo de toda la comunidad en general.

Por medio de este trabajo se busca incrementar la participación de los habitantes del municipio de Facatativá en los programas, actividades y eventos que ofrece la casa de la cultura, generando así un reconocimiento por parte de los ciudadanos hacia la imagen de la entidad y a su vez brindar conocimiento por medio de las emisoras hacia los programas y escuelas de formación que dictan, las cuales ayudan a generar habilidades a niños, jóvenes, adultos, adultos mayores y personas con discapacidad, y a su vez atribuyen beneficios para la entidad.

En primer lugar, las redes sociales han ido evolucionando, convirtiéndose así en una herramienta de fácil acceso para todos los ciudadanos generando enlaces y vínculos de comunicación permanentes en la mayoría de los sentidos.

Estas redes sociales representan para la Casa de la Cultura la mejor forma de comunicar sus labores y acciones ante toda la población, siendo Facebook la red más utilizada por la entidad para dar a conocer sus actividades y así mismo para entablar nuevos contactos con entidades que tengan intereses en común. Facebook es donde se encuentra el mayor público objetivo con 7.597 personas a las cuales les gusta la página, por este motivo se quiere apoyar esta red social, para conseguir nuevos seguidores, nuevas personas que participen en las actividades y mejorar notablemente la relación audiencia y entidad. Algo a destacar de esta red social es que se puede tener un mejor manejo en cuanto a que quiere la comunidad, por medio de mensajes directos que llegan a la página, comentarios, me gusta y no me gusta, siempre con el objetivo de generar interacción en la comunicación de ambas partes.

La Radio, representa gran importancia para las personas adultas, por esta razón se llegará a las dos emisoras públicas que se manejan en el municipio quienes manifiestan mayor sintonía por parte de adultos y adultos mayores, pero también nos introduciremos en emisoras de colegios de manera creativa, por medio de podcasts informando sobre todas las actividades que están creadas para ellos, y a su vez se recibirán aportes de nuevas ideas, para integrar nuevos beneficios.

La Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides tiene como objetivo primordial brindar beneficios que direccionen las políticas públicas culturales del municipio con el fin de preservar los valores culturales y artísticos, expandiendo su conocimiento en las actividades reflejadas en las regiones, ciudades y municipios que visitan; se entiende que todo esto se logra a través de una comunicación efectiva por medio de un intercambio cultural de todos los individuos y que la comunicación no es solo dar a conocer una idea, sino también compartirla y ponerla en práctica con el fin de lograr objetivos que beneficien a la comunidad.

Llevar a cabo una comunicación efectiva y verídica no es fácil en donde cualquier tipo de información puede ser distorsionada por terceros siendo complejo, por esta razón La Casa de la

Cultura junto con este proyecto busca optar por una solución eficaz tomando como apoyo los medios tradicionales como el periódico, los volantes, la radio entre otras.

REFERENTES PARA LA ACCIÓN

Propiciar un acercamiento cultural de toda la comunidad a través de medios de comunicación como la radio y Facebook es complejo, para ello en este trabajo se tienen en cuenta los referentes teóricos, institucionales, conceptuales de infraestructura y condiciones de vinculación que ayudarán a entender mejor la intencionalidad del mismo.

Referentes teóricos

Dentro de la acción participativa que se quiere demostrar con este trabajo para los niños, jóvenes y adultos mayores que asisten a la casa de la cultura de la ciudad de Facatativá, es necesario demostrar porqué es importante mantener una línea directa entre la comunicación para el desarrollo y el ámbito institucional.

El ser humano se define por su condición de sociabilidad, y si es sociable es porque puede comunicarse, es decir, intercambiar de una parte sus pensamientos y emociones, también sus creaciones y experiencias. A estos se deben los mejores logros humanos. La comunicación es una condición necesaria para la existencia del hombre y uno de los factores más importantes de su desarrollo social. (Bodecker, Esteli, 2010)

Los siguientes teóricos afirman que la Comunicación Social es una característica importante para un efectivo desarrollo comunitario dentro de los márgenes de la comunicación para el desarrollo e institucional.

La Organización de las Naciones Unidas definió la Comunicación para el Desarrollo como un proceso social diseñado para buscar un entendimiento común entre todos los participantes de una iniciativa de desarrollo, creando las bases para una acción concertada.

En cualquiera de los entendimientos del desarrollo, la comunicación ha estado presente. Esta relación desarrollo – comunicación ha sido estrecha y ha evolucionado conjuntamente. A cada concepción de desarrollo le ha correspondido una manera de entender la comunicación y no sólo de entender, sino de practicar. (Cadavid, 2006, p. 4)

La comunicación para el desarrollo es un modelo comunicativo que favorece el balance entre el método (participativo), el contenido (social) y el efecto (el desarrollo comunitario). Ahora bien, por lo mismo es siempre sano irse preguntando sobre la marcha ¿de qué participación estamos hablando?, ¿es participativa la respuesta de los grupos, o lo es también su acceso a formular las preguntas?, ¿qué entendemos por desarrollo?, ¿qué tipo de desarrollo buscamos. (Gularte et al, 2008. p. 34)

Para Kaplun, “Los educadores tenemos que ser eficaces. Preocuparnos de que nuestros mensajes lleguen. Para cumplir ese papel social, debemos adentrarnos en el proceso de la comunicación y apropiarnos de los instrumentos que contribuyen a favorecer la eficacia de nuestros mensajes”. (2002, p. 80)

La comunicación para el cambio social, por su parte, se sustenta en el diálogo, público y privado, que permite a las personas decidir lo que son, lo que desean y cómo pueden obtenerlo. El cambio social es un cambio en la vida de un grupo social, según los criterios y parámetros establecidos por el propio grupo. Los principios rectores son: tolerancia, equidad, diferencia, autodeterminación, justicia social y participación activa de todos. Las personas no son objeto de cambio, sino agentes de su cambio. (Valle Rojas, 2007)

La Comunicación para el Desarrollo puede utilizarse en cualquier momento durante el ciclo de un proyecto. Cuando se utiliza durante la formulación del proyecto permite que la población participe activamente en la identificación de los problemas y necesidades, lo cual es la base de la planificación de proyectos (Bodecker y Esteli, 2010)

El beneficio de manejar la comunicación para el desarrollo en este proyecto es que permite que sobretodo en la primera infancia ellos puedan reaccionar de manera positiva a los incentivos educacionales que de cierta forma ellos pueden brindarles dentro de los estatutos permitidos para ellos, como lo son la forma creativa de enseñarles a tocar un instrumento musical y de crear contenidos históricos que les faciliten la comprensión y el aprendizaje.

Elementos Conceptuales

Para entrar a intervenir dentro del ámbito social de la casa de la cultura es necesario tener claros los conceptos que se manejan durante la realización del proyecto como es cultura que

según Tyler (1871) es “un todo complejo que incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y todas las otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”, sin embargo, este concepto se ha transformado con el pasar de los años, debido a la aparición de elementos como la tecnología o el internet, Néstor García Canclini la define como “la producción de fenómenos que contribuyen mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a reproducir o transformar el sistema social”. (1981) que puede ser entendido como el aprendizaje y adquisición de elementos para contribuir a la sociedad, incluyendo la economía, la tecnología y otros elementos que han ido surgiendo.

Además, existe un concepto mucho menos formal y sencillo de entender como el de La Real Academia Española (RAE. S.f), que define la cultura como “el conjunto de modos, de vida, costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una época o un grupo social”. Es decir, la cultura se refiere a los valores que comparten los miembros de un grupo dado o a las normas que acatan. Por medio de las costumbres universales, aquello que compone a una sociedad y la hace única, es por esa razón que cada ciudad, país, municipio y región suelen poseer una cultura diferente, aunque mezclada ya que suelen adoptar costumbres o modos de otra zona y lo adaptan a su forma de vida.

García C, N, Cultura y sociedad: una introducción, Cuadernos de información y divulgación para maestros bilingües, Primera edición 1981. Dirección General de Educación Indígena de la SEP México.

La cultura está fuertemente ligada a la comunicación, según el concepto dado por María del Socorro Fonseca la cual asegura que “comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes”. (2000. P. 90)

Lo que se entiende como el hecho de que nosotros mismos somos los encargados de transmitir nuestra cultura a través de nuestra forma de hablar, expresarnos y actuar, teniendo en cuenta que el hombre tiene la necesidad de dar a conocer aquello que hace parte de sí mismo con el fin de encajar dentro de un ambiente.

De ahí se desprende la comunicación pública un elemento indispensable y que va directamente ligado a la participación ciudadana es decir que se trata de una forma masiva de transmitir mensajes “como procesos causales y complementarios que entran a jugar en la esfera pública para poner en común los sentidos de las instituciones gubernamentales y grupos de interés”. (2015. p. 111).

Un elemento indispensable para el desarrollo del proyecto, ya que se busca intervenir dentro de una institución pública haciendo uso de la comunicación para dar a conocer las actividades que allí se realizan con el fin de incrementar aún más el conocimiento de la cultura que hace de Facatativá y de Colombia un lugar único.

En este proceso de desarrollo y globalización es importante traer a contexto el auge que ha tenido la cibercultura como medio de expresión asociada al mundo de las redes informáticas, sociales y en la realidad virtual. Según Levy la cibercultura aspira a asentar una manifestación mucho más dinámica y abierta del arte, la comunicación, la educación, el urbanismo o las clases sociales, por medio de internet y su fácil acceso desde cualquier parte del mundo (Levy, 2007).

Entendiendo así que cibercultura se refiere a una colección de culturas y productos culturales que existen y se hacen realizables a través de internet y sus herramientas, junto con relatos sobre estas culturas y sus productos culturales (Silver, 2000).

Estas herramientas tecnológicas han impulsado a la sociedad a estar más conectadas siendo los jóvenes quienes más interactúan en ellas, compartiendo vivencias, pensamientos y experiencias a través de herramientas de fácil acceso como las que están en internet, estos nuevos recursos tecnológicos hacen parte del desarrollo educativo que se ha implementado en los últimos tiempos, ya que facilita no sólo la participación, sino la creación de nuevos pensamientos, involucrando así a toda la comunidad educativa, en especial a los estudiantes.

Para ello también es necesario el uso de la Comunicación Digital en la Sociedad del Conocimiento, “la cual está generando cambios en las relaciones del hombre con la sociedad, o del sujeto con el objeto que asiste a un cambio de época, que va de la modernidad a la postmodernidad, lo que Manuel Castells, llama una “Sociedad en la Red; nuevos planteamientos y formas de abordar esta realidad presente en el proceso globalizador”. (Latuff

& Nakhoul, s.f., p. 2), comprender este concepto abre nuevas puertas a la comunicación pública, ya que no se necesita únicamente hacer uso de la radio o de la televisión sino de una herramienta mucho más masiva hoy en el día en la sociedad como lo son las redes sociales dentro de la red social.

Desde la creación del internet, los medios de comunicación se han ido transformando, ahora la comunicación pública también depende de las redes sociales, que se define con un grupo de personas que se conectan, para crear o fortalecer algún tipo de relación, ya sea de amistad o familiar, incluso es una forma de compartir conocimientos, es decir un colectivo de personas unidas sobre un mismo fin, en este caso la Internet. (Blog la historia de informática, 2011)

El diario El País en su artículo “Comunicación y redes sociales” confirma que desde la creación de estas plataformas y aplicaciones hay la posibilidad de tener contacto con las personas desde diferentes partes del mundo durante las 24 horas del día, además de crear lazos como relaciones de amistad o sentimentales a distancia, también ofrece la posibilidad de clasificar la interacción, es decir hacer uso de la red como algo meramente profesional o de ocio. (Ramírez, 2014)

Dentro de las redes sociales hay la posibilidad de clasificar al grupo de enfoque con el cual quiere relacionarse, sin embargo, estas suelen operar en muchos niveles, usualmente se utiliza como un instrumento de influencia con el cual las organizaciones buscan alcanzar su objetivo, como él en el caso de la Casa de la Cultura de Facatativá, la cual pretende hacer uso de Facebook para influenciar a una comunidad.

Son espacios para compartir momentos con ayuda de las fotografías, videos, gifs y demás que se han ido creando y adaptando a espacios como Instagram, Twitter, incluso WhatsApp que viene siendo un servicio de mensajería instantánea por medio de sus llamados estados, todas y cada una de ellas ha ido tomando fuerza en temas específicos o Twitter una red social utilizada en gran manera por políticos y medios de comunicación, por su inmediatez y mínimo de palabras, e Instagram con los personajes del mundo del espectáculo para alardear de su forma de vida y demás, sin embargo, este proyecto se enfocará en una en específico.

Facebook es una red social virtual fue creada en el año 2004 por un estudiante de la Universidad de Harvard llamado Mark Zuckerberg el cual buscaba la relación entre los estudiantes de la misma, pero la patente se fue extendiendo hasta entrar en la mayoría de países del mundo, convirtiéndose en la más usada del mundo, actualmente cuenta con “cerca de 2.167 millones de usuarios activos”, según Juan Carlos Mejía, Consultor y Speaker en Marketing Digital y Social Media, lo que la convierte en la más accionada para generar una estrategia de comunicación “por su tamaño, categoría y audiencia” (2018).

Según estudios de WeAreSocial y Hootsuite “el 95.1% de los usuarios tiene la red social en alguno de sus dispositivos móviles lo cual lo vuelve asequible”(citados por Mejía, 2018), el Facebook hace parte del diario vivir de las personas, hace parte de la cultura que cambia conforme evoluciona la tecnología, esta red social está basada en la interacción en tiempo real, se ha convertido en una costumbre de los usuarios para adquirir información de las personas, para conocer productos incluso vender.

Actualmente se utiliza no solo como una red de entretenimiento, sino también de comercialización de productos, “la comunicación en Facebook, se basa no solo en el uso de las palabras, sino también en el contenido, como lo pueden ser videos, imágenes y música, los cuales puede ir enlazado con otras redes como Flickr, Instagram o YouTube”. (Historia de Facebook, s.f.)

Esto genera una comunicación mucho más eficiente, generando además una necesidad para la gente, esta plataforma permite conocer “qué hace, qué dice, cómo y dónde está”, en caso de las empresas permite llevar a cabo acciones promocionales. A través de piezas publicitarias.

Recursos técnicos y de infraestructura

Para el desarrollo y puesta en práctica de este proyecto se requiere de una serie de instrumentos que contribuirán a la construcción de las diferentes piezas comunicativas, además de su difusión los cuales están especificados en la tabla número 2 de recursos técnicos.

Tabla 2. Recursos Técnicos

Internet	Se debe tener acceso a internet para realizar la correcta
Computadora	Es indispensable para realizar el trabajo, la edición, redacción y gestión de los contenidos, además de la entrega de informes y reportes.
Adobe Audition	Un programa de edición de audio que servirá como herramienta para la edición de los podcasts.
Word Office	Una herramienta indispensable para la realizaciones de guiones, tablas y el documento en general.
Autoridad para generar contenido el cual se difundirá a través de las emisoras.	
Tener Acceso a toda la Información y personal	
Permiso por parte de la organización para intervenir en las emisoras anteriormente expuestas	

Fuente: Creación propia.

Condiciones de vinculación

A través de la cooperación de la Universidad Cooperativa de Colombia y la Secretaria de Juventud de Facatativá y la Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides, mediante la modalidad de grado, practica social, se realizó un acuerdo en el cual las estudiantes Carolina Buriticá, Diana Gómez y Kimberly Oliveros, abordaron un problema de comunicación de la organización y plantearon una posible solución y estrategia.

La intervención a la propuesta se realizó con el acompañamiento y seguimiento de las actividades por parte del subdirector de la Casa de la Cultura el señor Juan Evangelista Domínguez Buriticá, el objetivo principal fue visibilizar ante la comunidad de Facatativá la Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides, como un centro de construcción de conocimiento, Creación artística, trabajo lúdico, y exaltación de la cultura dirigida a niños, jóvenes, adultos, adultos mayores y personas con discapacidad, generando contenidos propios por medio de la

página de Facebook y emisoras, para así dar a conocer sus beneficios, su misión, visión y valores.

Obligaciones de la Universidad.

- 1)** Facilitar la realización y desarrollo del objeto del presente convenio.
- 2)** Asignar de acuerdo a la disponibilidad académica, el número de estudiantes que sean necesarios para la realización de las prácticas académicas correspondientes en LA ENTIDAD, cuidando que las personas vinculadas ostenten las mejores calidades morales y profesionales.
- 3)** Asumir la responsabilidad académica y curricular de la práctica.
- 4)** Instruir, supervisar, orientar y dar el soporte académico que los estudiantes requieran para garantizar el objeto de su práctica e informar sobre cualquier anomalía que se presente.
- 5)** Elaborar un plan de actividades concertado con LA ENTIDAD.
- 6)** Realizar el seguimiento semestral de la práctica, con el fin de orientar y verificar el cumplimiento del desarrollo de la práctica por parte del estudiante, y prestar asesoría y seguimiento a los estudiantes mediante comunicación permanente y visitas al lugar de actividades con el propósito de asistirlos en el cumplimiento del plan de práctica.
- 7)** Suministrar toda la información que sobre el desarrollo de la práctica y el desempeño de los estudiantes sea solicitado por la coordinación del proyecto de LA ENTIDAD.
- 8)** Garantizar la permanencia de los estudiantes durante el periodo de la práctica y ofrecer toda la colaboración necesaria para el cumplimiento de los objetivos y del horario establecido previamente.
- 9)** Realizar la evaluación de la práctica teniendo en cuenta como elemento fundante de la certificación de la práctica realizada por el estudiante, señalada en el numeral 7 de las Obligaciones de LA ENTIDAD.
- 10)** Reemplazar, cuando las condiciones lo ameriten, los estudiantes que por expresa solicitud de LA ENTIDAD, deba ser retirado de la práctica.
- 11)** Informar con no menos de treinta (30) días de anticipación, salvo fuerza mayor o caso fortuito, cualquier modificación que deba realizarse a los cronogramas de actividades.

12) Suministrar los datos y documentos necesarios exigidos por LA ENTIDAD, para el desarrollo del objeto del presente Convenio.

13) Designar por programa, la persona que coordinará el desarrollo del presente convenio.

14) Informar a los estudiantes de práctica las obligaciones que adquieren en razón del ejercicio de la misma.

Obligaciones de la Entidad u Organización.

1) Coordinar con LA UNIVERSIDAD a través del asesor académico las fechas de iniciación y terminación de las prácticas de los estudiantes asignados de cada semestre académico durante la vigencia del presente convenio.

2) Efectuar capacitación básica a los estudiantes, previa al inicio del trabajo de campo, cuando sea necesario.

3) Mantener permanentemente al frente de los programas de trabajo, personal calificado y capacitado, para la coordinación, asesoría y apoyo a los estudiantes en práctica.

4) Proporcionar a los estudiantes el espacio físico, los elementos necesarios y la información esencial para realizar las tareas que les sean asignadas, relacionadas con la formación académica que se procura complementar.

5) De conformidad con las actividades a realizar, expedir los respectivos permisos para el ingreso de estudiantes y profesores asignados al convenio a los centros de práctica.

6) No destinar al estudiante a tareas ajenas a aquellas para las cuales fue seleccionado.

7) Brindar las comodidades necesarias y las medidas de seguridad pertinentes a los estudiantes en práctica.

8) Una vez cumplido el número de horas de la práctica, LA ENTIDAD deberá expedir certificación en la que conste:

a) El total de horas de práctica, fecha de inicio y de finalización de la misma.

b) Las actividades desarrolladas.

c) Un concepto personal del asesor designado en el que califique el desempeño y actitudes del estudiante durante su práctica.

- 9)** Informar a LA UNIVERSIDAD cualquier irregularidad que se presente relacionada con los estudiantes en práctica en el desarrollo de las actividades que les han sido asignadas.
- 10)** Verificar que el estudiante durante su práctica se encuentre afiliado al Sistema de Seguridad Social en Salud, en calidad de cotizante, beneficiario o pertenezca al régimen subsidiado, además que el estudiante porte siempre su carnet estudiantil.
- 11)** Acoger y poner en práctica las recomendaciones que en materia de prevención del riesgo imparta la administradora de riesgos laborales.
- 12)** Informar a la persona designada por LA UNIVERSIDAD los accidentes y las enfermedades ocurridos con ocasión de la práctica o actividad.
- 13)** Dotar y/o verificar que el estudiante use los elementos de protección personal en el desarrollo de su práctica o actividad.
- 14)** Incluir al estudiante en los programas de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo con los que cuente LA ENTIDAD.

ESTRUCTURA METODOLÓGICA

En esta investigación se utilizó la técnica cualitativa basada en la observación de las diferentes actividades que se realizan en la Casa de la Cultura, el comportamiento de sus participantes e invitados, para así promover e incentivar a los facatativeños a la participación de estas actividades.

Objetivos de la intervención

El propósito general que se estableció para la intervención fue: Visibilizar ante la comunidad de Facatativá la Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides, como un centro de construcción de conocimiento, creación artística, trabajo lúdico, y exaltación de la cultura dirigida a niños, jóvenes, adultos, adultos mayores y personas con discapacidad.

Para dar cumplimiento al objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: 1) Planear un cronograma de publicación para la red social Facebook. 2) Producir material de audio para las emisoras del municipio con información referente a las diferentes actividades, programas y eventos que ofrece la casa de la cultura. 3) Difundir el material del audio a través de las emisoras ya descritas.

Alcance de la solución planteada

Se buscó contribuir a la Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides, a través de una serie de instrumentos de comunicación para hacerla visible ante la comunidad de Facatativá a través de la red social Facebook realizando un cronograma de publicación para lograr un mayor alcance en el contenido que allí se publica,

Además de hacer uso de las dos emisoras municipales Unilatina 94.42 y Vilmar Stereo 91.4, a través en las que se emitieron dos podcasts con un mensaje alusivo a la organización el cual animaba a los habitantes del municipio de Facatativá a ser partícipe de las actividades que allí se ofrecen, al igual que en dos emisoras institucionales con el fin de llegar a la comunidad estudiantil del municipio.

Criterios metodológicos

Para dar solución al objetivo general de este proyecto se realizará a través de componentes que se pondrán a funcionar simultáneamente, se planea asistir una vez a la semana con el fin de ir a hacer reconocimiento de las actividades que se realizan dentro de la institución y trabajar en conjunto con la encargada de las comunicaciones de la entidad para realizar el cronograma de publicación.

En la realización de las piezas comunicativas es necesario asistir a las sedes de las dos emisoras municipales y las dos instituciones realizando un acuerdo con las personas encargadas para obtener los espacios para la emisión del mismo, esta actividad se realizará con el apoyo del director de la Casa de la cultura.

Acciones Comunicativas

Entre las acciones comunicativas que se realizarán se encuentra la creación de cuatro podcasts, los cuales requieren de una planeación, un guion, edición y difusión a través de cuatro emisoras del municipio, dos institucionales y dos municipales.

Para realizar este trabajo se tuvo en cuenta el uso de la comunicación pública ya que se trata de una institución municipal que presta un servicio a la comunidad.

Una de las cosas que se tuvo en cuenta para el desarrollo del podcast es que también puede ser montados en la página de la Casa de la cultura en incluso en la cuenta de Twitter y Facebook, lo que abre aún más la puerta a que conozcan la casa.

Para la red social, lo que se pretendía era que aumentará la participación de los usuarios, además, de presentar los programas de la Casa de la Cultura Abelardo Forero de la forma y a la hora indicada, ya que el material que ahí se presenta es bueno, ya cuenta con un diseñador lo que es una ventaja así que no intervenimos por ese lado, solo se entregaron una serie de recomendaciones acerca de la información, como la falta de horarios de las actividades, lo que es clave, para que los usuarios de la red conozcan sí disponen del tiempo o no.

Plan Operativo y Cronograma

Durante el desarrollo del trabajo de modalidad práctica social se tendrán en cuenta dos componentes en los cuales se realizarán en 5 actividades. Su planeación y desarrollo se realizará en 7 semanas, especificadas en la tabla número 3.

Tabla 3. Cronograma de Trabajo

Componentes	Actividad	Semanas							Recursos	Responsable
		1	2	3	4	5	6	7		
Aprobación					X					Director de la institución y encargada de Facebook.
Creación de piezas comunicativas	Creación de guiones para los podcast		X	X					Computador, Internet, Word.	Gómez Buriticá Oliveros
	Grabación y edición				X				Grabadora. Computador. Audition.	Gómez Buriticá Oliveros
	Difusión						X	X		Emisoras
Facebook	Creación de cronograma para Facebook			X	X				Computador, Internet, Word.	Gómez Buriticá Oliveros
	Puesta en marcha					X	X	X		Gómez Buriticá Oliveros
	Medición final de Facebook							X		Gómez Buriticá Oliveros

Fuente: Creación propia

Expectativas de mejora

Con este proyecto se espera la incrementación y participación de los habitantes de Facatativá en las escuelas y talleres de formación que se brindan en la Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides, dando a conocer por medio de sus asistentes los beneficios que allí se brindan.

De igual manera, se espera que la persona encargada de manejar la red social Facebook de la Casa de la Cultura tenga un conocimiento más claro y amplio sobre el manejo apropiado de esta red, para así obtener mejores resultados de los contenidos posteados y que sean de manera asertiva.

Con el contenido de audio creado (podcasts) se quiere implementar una red de contactos o mensajes voz a voz, por el cual se den a conocer los mensajes emitidos entre los habitantes.

Para que todo esto sea posible, la Casa de la cultura debe implementar un área o departamento de comunicaciones que se especialicen en la forma de comunicar sus actividades y proyectos, para así obtener mejores resultados y aumentar los asistentes.

Lo que se espera es que la Secretaria de Juventud y Cultura y la Casa de la Cultura sigan contando con el convenio de la Universidad Cooperativa de Colombia en cuanto a la práctica social y empresarial, ya que esto va hacer de gran ayuda para ambas partes, para futuros proyectos y que la organización pueda contar con excelentes profesionales de comunicación.

DESARROLLO DE LA INTERVENCIÓN

Componente 1: Creación de piezas comunicativas

Se divide en cuatro actividades, y se refiere a cualquier elemento realizado para comunicar o informar, como un folleto, un afiche, una fotografía, un video o audio.

Tabla 4. Cultura y comunicación a través de la radio 1

Actividad	Realizar dos podcasts como una estrategia de marketing, para emitir a través del <i>Unilatina 94.4</i> y <i>Vilmar Stereo 91.4</i> emisoras del municipio.
Objetivo	<p>Dar a conocer las actividades que ofrece la casa de la cultura de Facatativá de la mano de aquellos que participan, informando los horarios y días en los que se ofrecen.</p> <p>Pertenece al objetivo específico #2 Producir material de audio para las emisoras del municipio con información referente a las diferentes actividades, programa y eventos que ofrece la casa de la cultura.</p>
Participantes	Las realizadoras del proyecto, los participantes de los programas y las emisoras del municipio que son: <i>Unilatina 94.4</i> , <i>Vilmar Stereo</i> .
Procedimiento	<p>¿Qué es un podcast?: “es una pieza de audio con una periodicidad definida y vocación de continuidad que se puede descargar en internet, no deja de ser un tipo de contenido, como un post o un e-book, pero en un formato diferente”. (García, 2015)</p> <p>Características de un Podcast</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Es un audio digital que puede combinar voz, música y efectos sonoros. Normalmente suele presentarse en formato mp3 o wab. ● Las grabaciones en podcast se alojan en una web desde donde pueden ser descargadas y, muchas veces, reproducidas en directo. ● Permite un contenido muy variado: noticias, tutoriales y otros contenidos didácticos, piezas radiofónicas, etc. ● No requiere una gran inversión, únicamente un sistema de grabación digital básico. <p>Teniendo en cuenta lo anterior el procedimiento a seguir para realizar las actividades es: Identificar el tema para la realización del Podcast, redactar un guion, grabar el episodio, elegir la música para la cortinilla, realizar la edición, presentar ante los encargados de la casa de la cultura para su aprobación,</p>

remitir el contenido a las emisoras *Unilatina* y *Vilmar Stereo*, las cuales lo emitirán en el tiempo que ellos dispongan.

Referencias (García, 2015)
(Inboundcycle, s.f)

Fuente: Creación propia.

Desarrollo.

Para el desarrollo de esta actividad, se llevó a cabo una serie de entrevistas en donde los estudiantes y asistentes de la Casa de la Cultura nos contaban las historias que allí vivían, este material se utilizó en la realización de dos podcasts *Todos somos uno* y *Soy la Casa de la Cultura* los cuales se difundió en las dos emisoras municipales *Unilatina* y *Vilmar Stereo*.

Logros y dificultades.

Los logros obtenidos mediante los dos podcasts fueron, que los habitantes de Facatativá se incentivarón a indagar sobre que era la Casa de la Cultura y sobre las actividades que allí se realizaban. Un punto importante es el interés presentado por las personas en condición de discapacidad, las cuales salieron de su entorno y se motivaron a participar en las actividades brindadas para ellos.

La mayor dificultad fue el tiempo destinado para los podcasts por parte de las emisoras, siendo este de máximo 5 minutos, por lo cual se realizó modificaciones a los guiones, eliminando varias entrevistas que eran de gran interés e historias significativas para la Casa de la Cultura y sus protagonistas.

Otra dificultad fue la emisión de los podcasts, los cuales salieron al aire una vez por día, en la emisora *Vilmar Stereo* a las 9:15 de la mañana y en la emisora *Unilatina* a las 3:40 de la tarde, teniendo así poca escucha por parte de los habitantes. fueron emitidos una vez al día.

Tabla 5. Cultura y comunicación a través de la radio 2

Actividad	Realizar dos podcasts como una estrategia de marketing, para emitir a través de las emisoras de las instituciones: IEM. Emilio Cifuentes y IEM. Femenina Silveria Espinosa de Rendón.
Objetivo	Dar a conocer las actividades que ofrece la casa de la cultura de

	<p>Facetativá de la mano de aquellos que participan, informando los horarios y días en los que se ofrecen de forma creativa para animar a los estudiantes de las instituciones.</p> <p>Pertenece al objetivo específico #2 Producir material de audio para las emisoras del municipio con información referente a las diferentes actividades, programa y eventos que ofrece la casa de la cultura.</p>
Participantes	Las realizadoras del proyecto, los participantes de los programas, los estudiantes y las emisoras institucionales.
Procedimiento	<p>¿Qué es un podcast?: “es una pieza de audio con una periodicidad definida y vocación de continuidad que se puede descargar en internet, no deja de ser un tipo de contenido, como un post o un ebook, pero en un formato diferente”. (García, 2015)</p> <p>Características de un Podcast</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Es un audio digital que puede combinar voz, música y efectos sonoros. ● Normalmente suele presentarse en formato mp3 o wab. ● Las grabaciones en podcast se alojan en una web desde donde pueden ser descargadas y, muchas veces, reproducidas en directo. ● Permite un contenido muy variado: noticias, tutoriales y otros contenidos didácticos, piezas radiofónicas, etc. ● No requiere una gran inversión, únicamente un sistema de grabación digital básico. <p>Teniendo en cuenta lo anterior el procedimiento a seguir para realizar las actividades es: Identificar el tema para la realización del Podcast, redactar un guion, grabar el episodio, elegir la música para la cortinilla, realizar la edición, presentar ante los encargados de la casa de la cultura para su aprobación, remitir el contenido a las instituciones educativas.</p>
Referencias	<p>(García, 2015)</p> <p>(Inboundcycle, s.f)</p>

Fuente: Creación propia.

Desarrollo.

Para poder realizar estas actividades se crearon unos guiones de diferente contenido. El primer guion es sobre la vida de *Abelardo Forero Benavides* y el segundo es *Mamá*. Se quisieron contar de forma divertida para así llegarles de una manera rápida y directa a los niños y jóvenes. Se contó con la ayuda de voces de niños que asisten a la casa de La Cultura para así

hacerlos participe de nuestro proyecto, por cierto, la idea para ellos de escucharse en una radio les resultaba un poco intimidante pero grandiosa. Por otro lado, las voces adultas que aparecen en los Podcast fueron por ayuda directa de personas de La Casa de la Cultura y un locutor de la emisora *Unilatina*.

Logros y dificultades.

Los logros obtenidos dentro de la actividad realizada fueron, que gracias a la promoción por medio de los Podcast en los colegios Nacional Emilio Cifuentes y Silveria Espinosa de Rendón, los niños y jóvenes se animaron a preguntar por los horarios y contenido de los cursos que se dictan en la Casa de la Cultura, además de eso se logró que se inscribieran a participar de dichas clases teniendo siempre como objetivo un desarrollo intelectual y agradable para ellos.

La dificultad encontrada fue que una cierta cantidad de jóvenes y niños no tenían conocimiento que en Facatativá existiera La Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides y eso fue gracias al poco alcance que hasta el momento habían tenido dichos contenidos. Ahora bien, se identificó que quienes conocían de La Casa de la Cultura no tenían bien la información para poder acceder a las clases.

Análisis del componente 1

El objetivo era crear una serie de piezas comunicativas para difundir a través de dos emisoras municipales y dos institucionales con el acompañamiento de la tutora y contando con la aprobación del jefe de la práctica, sin embargo, se presentó una dificultad en cuanto a el tiempo ya que era limitado y el desarrollo de los podcasts llevo tiempo lo que no permitió obtener los resultados esperados.

Se cumplió con el segundo objetivo que era producir material de audio para las emisoras del municipio con información referente a las diferentes actividades, programas y eventos que ofrece la casa de la cultura, además del objetivo específico número tres con el cual no se logró obtener los resultados a tiempo.

Componente 2: Desarrollar un plan de publicaciones para la página principal de Facebook

Una estrategia de comunicación para hacer exitosa una publicación en la red social haciendo que esta tenga un mayor alcance y una mayor interacción.

Tabla 6. Prográmame con la Secretaria de cultura y Juventud de Facatativá

Actividad	Realizar un cronograma de publicación para la red social Facebook.
Objetivo	<p>Dar a la casa de la cultura un cronograma guía para la publicación de contenido, como fotografías, videos o texto.</p> <p>Con esto se pretende dar un horario específico que se obtiene teniendo en cuenta los tiempos en los que más ingresan los usuarios según sus intereses y comiencen a interactuar con el contenido que se publica.</p> <p>Además de lograr que las publicaciones tengan un mayor alcance.</p>
Participantes	Los más de 7.000 usuarios que siguen la página de la Casa de la cultura, la encargada de la página y el director de la organización.
Recomendaciones	<p>Dentro del análisis que se le realizó a la página de Facebook, la casa de la cultura se encontró que no se tienen presente los horarios de las actividades a la hora de presentar un programa, por lo que se recomienda ponerlo en las diferentes publicaciones como fotografías o videos que animen a la gente a ser partícipe de las mismas, ya que de esta manera es más fácil programarse.</p> <p>Las publicaciones no cuentan con un cronograma específico y se publica cualquier tipo de contenido.</p> <p>Así como puede haber 10 publicaciones un día, al siguiente puede haber solo una, por tanto no existe un equilibrio, lo que se busca con el cronograma planteado en la tabla #6 es generar un nuevo tipo de contenido además de generar un equilibrio y que resulte atractivo para los seguidores.</p>

Videos de actividades	Cada vez que sea necesario	X	X	X	X	X	X
Álbum de fotos	11:00 a.m.	X	X	X	X	X	X
Dato curioso de cultura ¿Sabías qué?	12:00 m	X	X	X	X	X	X
Encuesta: Preguntas respecto a actividades ofrece la casa de la cultura.	7:00 a.m.	X			X		

Fuente: Creación propia

El cronograma fue presentado al subdirector de la casa de la cultura, Juan Evangelista Domínguez Buriticá y a la encargada de la Fanpage de la red social de Facebook, Fernanda Maldonado quienes dieron su aprobación luego de una revisión completa de la página donde se descubrió cada una de las falencias que tenía, con este fin se realizaron una serie de recomendaciones que podrá encontrar al interior de la Ficha técnica.

Además de hacerla mucho más visible ante los más de 7.000 seguidores que tiene, los cuales gracias a los algoritmos que maneja la red social solo miran el contenido de su interés.

Logros y Dificultades.

Una de las dificultades que se registraron fue el contacto con la encargada de la manejar la red social de la entidad, ya que nunca se encontraba presente cuando se acudía a la casa de la cultura, ni por el celular, sin embargo, al final se logró hablar con ella para conversar de las propuestas, obteniendo un visto bueno además de haber cumplido con el objetivo planteado.

Las modificaciones y recomendaciones entregadas a la encargada de la página de Facebook permitieron una mayor interacción de la página, además de hacerla más dinámica e interesante para los usuarios, ya que la publicación de los horarios les permitió a los jóvenes estudiantes programarse en horas de la tarde.

Análisis del componente 2

El componente tenía como objetivo la creación de un cronograma de publicación con el fin de hacer mucho más efectiva la participación dentro de la página de la organización con el acompañamiento de la persona encargada de manejar esta tarea, dando la opción de presentar un material completamente nuevo, como lo eran noticias y datos curiosos además de otorgar información más completa respecto a los cursos.

Sin embargo, la entidad no permitió cambiar su formato de información el cual no es posible abrir en todos los equipos, lo que representó una dificultad, pero el resto de contenido, de cómo se presentó fue aceptado de forma positiva por la comunidad y se cumplió con el objetivo específico número uno que se planteó.

Actualmente la casa de la cultura está realizando un mayor énfasis al festival Gynza Hip Hop Reggae 2018, sus publicaciones se han basado en el paso a paso de las audiciones, las cuales han tenido un amplio número de reacciones.



Ilustración 1. Audiciones Gynza Hip Hop Reggae 2018

Fuente: Página oficial de Facebook Secretaria de Juventud y Cultura de Facatativá

El número de compartidos y reacciones en esta publicación demuestra el interés de los jóvenes hacia el género musical, lo que puede ser un referente a la hora de publicar, al igual que las fotografías de videos y eventos que se realizan en la casa de la cultura.



Ilustración 2. Secretaría de Cultura y Juventud de Facatativá / Festival de Danza

Fuente: Página oficial de Facebook Secretaria de Juventud y Cultura de Facatativá

El contenido con más interacción es el que tiene que ver con música y danza, sobre todo cuando se trata de eventos, una de las clases con más baja asistencia es la de medios audiovisuales de la cual se desprenden fotografía, video y periodismo, por tanto, se concluye que es una de las cuales se tiene que hacer un mayor énfasis a la hora de publicar en Facebook.



Ilustración 3. Clase de Medios Audiovisuales

Fuente: Página oficial de Facebook Secretaria de Juventud y Cultura de Facatativá

Esta clase cuenta con poca participación, ya que es uno de los programas más nuevos que tiene la casa de la cultura con apenas un año en desarrollo.

En la imagen numero #4 esta una de las mayores dificultades que presenta la página y una de las cosas que no se pudo cambiar, se trata de la presentación de documentos, aunque se propuso hacerlo al estilo de noticia, ya que un documento es mucho más pesado a la hora de abrir, y más cuando se trata de ver el contenido a través de un celular. Es por esta razón que no cuentan con una mayor interacción y los usuarios tienen que solicitar información personalizada.

Secretaría de Cultura y Juventud de Facatativá 1 h · 🌐

La Secretaría de Cultura y Juventud informa los resultados de las audiciones y el orden de las presentaciones para el Festival Gynza Hip Hop Reggae 2018.

Descarga el link con la siguiente información:
<https://wetransfer.com/.../1c3a5f2a82e602f759254913f83.../1a6f9d>

WETRANSFER.COM
Resultados audiciones Gynza 2018 (1).docx
 1 file sent via WeTransfer, the simplest way to send your files around the world

👍 3 1 comentario 3 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 👤

Más relevantes ▾

😊 📷 GIF 🗨️

Karitho ReiNa No lo puedo ver [Vaimse Krunt](#) es muy pesado me dices los resultados? 👍 1

Me gusta · Responder · 1 h

➦ 2 respuestas · 1 h

Ilustración 4. Resultados Audiciones Gynza

Fuente: Página oficial de Facebook Secretaria de Juventud y Cultura de Facatativá

Se logró el objetivo planteado, aunque aún se necesita seguir trabajando para fortalecer aún más la imagen a través de la red, y continuar insistiendo en una mejor forma para presentar la información que no requiera de documento.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al finalizar el desarrollo de esta práctica social, surgen las siguientes conclusiones y recomendaciones.

La Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides mostró su agradecimiento por la investigación realizada y porque se logró crear una estrategia de comunicación que evidenció cuáles eran los problemas reales de la institución. Las tácticas realizadas les demostraron que la comunicación social es una característica vital para ayudar a fomentar el crecimiento organizacional de una manera más creativa y creíble.

Al evidenciarse el problema fuerte se logró poner en marcha un plan de acción efectivo que nos permitió y le permitió a la Casa de la Cultura un incremento en sus visitantes y una promoción de sus actividades en el municipio de Facatativá, sobre todo en las Instituciones Educativas Municipales Emilio Cifuentes y Silveria Espinosa de Rendón. Gracias a la intervención social de este trabajo quienes hacen ya parte de este proceso pudieron ver y hacer parte de los efectos positivos y para quienes no tenían conocimiento idea de que función cumplía la Casa de la Cultura quedaron sorprendidos por su capacidad en el desarrollo de actividades integrativas e intelectuales.

Para nosotras fue un gusto haber compartido y haber puesto en marcha nuestros conocimientos en comunicación, ya que pudimos detectar cuáles eran las falencias comunicativamente hablando, ahora bien, dentro de la investigación y de la práctica tuvimos la oportunidad de mostrarles cómo desde nuestro punto de vista de Comunicadores Sociales podemos contribuir a un desarrollo social y participativo.

Como recomendaciones finales sugerimos a los directivos de la Casa de la Cultura mayor atención a las plataformas digitales, siendo estas en pleno siglo las más importantes a la hora de comunicar entre jóvenes, diferenciando los horarios de publicaciones según el público objetivo. También la importancia de publicar en la red social Facebook los horarios de las clases que allí se brindan.

Como practicantes creemos necesario implementar un departamento o área de comunicaciones y que la Casa de la Cultura siga permitiendo estos espacios a mas practicantes para desarrollar los contenidos comunicativos que allí se requieren.

Se cumplió con todos los objetivos, sin embargo, del ultimo no se pudo obtener unos objetivos claros por falta de tiempo en las implementaciones ya que la realización y aprobación de los podcasts tomo más tiempo del esperado, pero al final tuvieron el visto bueno de los tutores y la entidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias. S; Cuadros. J; Valencia. A. (2015). La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de los jóvenes. Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe, 13 (1), pp. 111-122. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i1.353>
- Fonseca. Y. (2000). Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica, Primera Edición, de Pearson Educación, México, P. 4.
- García C, N, (1981) Cultura y sociedad: una introducción, Cuadernos de información y divulgación para maestros bilingües, Primera edición 1981. Dirección General de Educación Indígena de la SEP México.
- García. (2015). Cómo Crear un podcast – Guía paso a paso. Recuperado de: <https://josemiguelgarcia.net/como-crear-un-podcast/>.
- González I. (2016) Qué es comunicación digital y por qué es importante en las empresas. Ilifebelt, Audiencias digitales. Recuperado de: <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>
- Inboundcycle (s.f) Qué es un podcast y cómo puede utilizarse en una estrategia de marketing online. Recuperado de: <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/podcast>
- Latuff & Nakhoul. (S.F.) Nuevos medios de comunicación y prácticas culturales en Siglo XXI. en Universidad Arturo Michelena Escuela de Comunicación Social. Valencia Estado Carabobo, Venezuela. Recuperado de: <https://unexpo.files.wordpress.com/2012/02/sociedadconocimiento.pdf>
- León V. (s.f.) Historia de Facebook. En: Revista de computación, Cad.com.mx/. Recuperado de: https://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm
- Levy, P. (2007). Cibercultura. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/9af0/1f8fe25fcf162826fe3759748d62dea49a71.pdf>

Malagelada M. (2014) Facebook. En: Importancia.org. Recuperado de: <https://www.importancia.org/facebook.php>

Mejía L., J. C. (2018) Usuarios activos de Facebook, Recuperado de: <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>

Mormol. (2011). Redes Sociales, en: Blog Historia de la Informática, sección de entretenimiento, historia, recuperado de: <http://histinf.blogs.upv.es/2011/12/20/redes-sociales/>

Nuñez, (2013) Calendario de contenidos y tareas para gestionar una marca en Facebook Artículo recuperado de: <https://vilmanunez.com/plantilla-calendario-de-contenidos-y-tareas-para-gestionar-una-marca-en-facebook/>

OBS Business School (S.F) “la cultura innovadora del Facebook”, Blog Tendencias e Innovación, Universidad de Barcelona, Recuperado de: <https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/sin-categoria/la-cultura-innovadora-de-facebook>

Pachón, J. B. (2004). Facatativá Tesoro Arqueológico. En F. T. Arqueológico. Facatativá: L.C.A Litografía y Publicidad.

Ramírez P. (2014) Comunicación y Redes sociales, artículo diario EL PAÍS, edición América, sección de Psicología. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2014/12/19/eps/1419013223_225275.html

Facebook como herramienta de comunicación, recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/269707408_Facebook_como_herramienta_de_comunicacion_y_venta_un_analisis_desde_la_oferta_y_la_demanda

Silver, D. (2000). Introducing Cyberculture. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/9af0/1f8fe25fcf162826fe3759748d62dea49a71.pdf>

TodoSemSeo (2018), ¿Cuál es la mejor hora para publicar en Facebook?, Artículo, Madrid, recuperado de <https://todosemseo.es/cual-es-la-mejor-hora-para-publicar-en-facebook/>

Tylor. E (1871) Cultura primitiva: investiga en el desarrollo de la mitología, la filosofía, la religión, el lenguaje, el arte y la costumbre. Volumen 1, Cambridge University Press, New York, recuperado de:

<https://books.google.com.co/books?id=TI4Fz6Fj71gC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

ANEXOS

Anexo A. Horarios clases Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides (Archivo adjunto)

Anexo B. Guiones Podcasts (Archivo adjunto)

Anexo C. Diario de campo (Archivo adjunto)

Anexo D. Video Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavides (Archivo adjunto)

Anexo E. Podcast “Conozcamos a Abelardo Forero Benavides” (Archivo adjunto)

Anexo F. Podcast “Mamá quiero ir a la casa de la Cultura” (Archivo adjunto)

Anexo G. Podcast “Soy la casa de la Cultura” (Archivo adjunto)

Anexo H. Podcast “Todos somos uno” (Archivo adjunto)