

**La comunicación digital como proceso educativo desescolarizado para la  
construcción de imaginarios culturales sobre la ciudad de Popayán**



**Maestrante**

**Jaime Alejandro Gómez Cerón**

**Director**

**Alexander Buendía Astudillo**

**Universidad del Cauca**

**Facultad de ciencias naturales, exactas y de la educación**

**Maestría en Educación**

**Comunicación, educación y cultura**

**2018**

## Tabla de contenido

<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>1. CAPÍTULO I: La ciudad digital: construcción de identidades</b>	5
1.1. En búsqueda de la identidad en red de Popayán	5
1.2. Educación, comunicación y virtualidad	8
1.3. El quehacer en las redes digitales	11
1.4. Las organizaciones culturales como actores virtuales	13
1.5. Descripción de las organizaciones culturales	16
1.5.1. Festival de Cine Corto de Popayán:	16
1.5.2. Corporación Gastronómica de Popayán	17
1.5.3. La Ermita Cuenta	18
1.5.4. Colectivo Cultural Wipala	18
1.5.5. Popayán Cultural	19
1.5.6. Corporación Festival de Música Religiosa	19
1.6. El estudio de la sociedad en la red digital.	20
<b>2. CAPÍTULO II: Comunicación y educación. Una relación constante</b>	25
2.1. El mundo digital	25
2.2. Agenda Setting	28
2.3. La comunicación digital y la educación	30
2.4. Las organizaciones culturales y la educación informal	33
2.5. El motor de lo virtual, el ciudadano digital	36
2.6. Imaginarios urbanos	41
<b>3. CAPÍTULO III: Las organizaciones culturales y la educación</b>	46
3.1. Paso a paso metodológico.	46
3.2. Los espacios virtuales de las organizaciones	48
3.3. Facebook como escenario educativo	53
3.4. Usos de la comunicación digital en las organizaciones culturales	54
3.4.1. Sobre las publicaciones del Colectivo Cultural Wipala	59
3.4.2. Sobre las publicaciones de La Ermita Cuenta	67
3.4.3. Sobre las publicaciones del Festival de Música Religiosa de Popayán	70
3.4.4. Sobre Publicaciones del Festival de Cine Corto de Popayán	73
3.4.5. Sobre Publicaciones del Congreso Gastronómico de Popayán	80
3.4.6. Sobre publicaciones de la organización Popayán Cultural	84

3.5. La formación de imaginarios en la ciudadanía digital	86
<b>CONCLUSIONES</b>	88
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	92

### **Tabla de gráficas**

Gráfica 1 Presencia de 15 organizaciones culturales en internet año 2016.....	47
Gráfica 2 Presencia de las organizaciones culturales en internet en porcentajes.....	51
Gráfica 3 Cantidad de publicaciones en la red social Twitter por parte de las organizaciones culturales en el año 2015. ....	51
Gráfica 4 Total de publicaciones realizadas por las organizaciones culturales entre enero y diciembre de 2016 en la red social Facebook. ....	53
Gráfica 5 Porcentaje de uso y cantidad de publicaciones Facebook 2016 .....	56
Gráfica 6 Tipologías de Uso - Organizaciones Culturales 2016.....	57
Gráfica 7 Tipología de uso Colectivo Cultural Wipala.....	59
Gráfica 8 Tipología de uso La Ermita Cuenta.....	67
Gráfica 9 Tipología de uso Festival de Música Religiosa de Popayán.....	70
Gráfica 10 Tipología de uso Festival de Cine Corto de Popayán .....	73
Gráfica 11 Tipología de uso Congreso Gastronómico de Popayán .....	80
Gráfica 12 Tipología de uso Popayán Cultural .....	84

## INTRODUCCIÓN

Los medios digitales de comunicación han ampliado su actuar y usabilidad a diferentes espacios de la sociedad, entre ellos hacia el ámbito educativo desde donde se pueden generar espacios de interacción y formación de imaginarios. Es por eso que en este informe de investigación se muestra cómo algunas organizaciones culturales de la ciudad de Popayán, que promueven una agenda cultural, generan procesos educativos con sus publicaciones en las redes sociales.

A partir de lo anterior, los procesos educativos que se tienen en cuenta en este trabajo, se presentan claramente por fuera de las aulas de clase, al plantear que estos pueden existir más allá de las instituciones escolares y desarrollar en ambientes como las redes sociales o específicamente en Facebook.

Para la realización de este análisis, se tiene en cuenta la metodología planteada por Christine Hine (2004) quien asegura que se puede realizar una etnografía de lo virtual, lo cual implica escenarios en donde el etnógrafo e informantes pueden estar presentes o ausentes. Del mismo modo, Osbaldo Turpo (2008) toma este método como 'netnografía', el cual abre la posibilidad al análisis de contenidos sobre las actividades y opiniones de las comunidades conectadas en escenarios digitales.

Este trabajo investigativo se encuentra estructurado de la siguiente manera: en el primer capítulo sobre la ciudad digital e identidades, se encuentra una reflexión contextual en donde se habla sobre elementos claves de la investigación, pero sobre todo se menciona cuál es el escenario investigativo en el cual se desarrolló este proyecto. En el segundo capítulo, se plantean los principales enfoques teóricos que orientaron el trabajo en términos de educación, comunicación y cultura, es por eso que en este apartado se puede encontrar el material esencialmente de índole conceptual. El tercer capítulo, hace referencia a los hallazgos, para ello se parte de una explicación del paso a paso metodológico de la investigación y se va dando cuenta de los resultados del análisis obtenido de acuerdo de la ruta seguida a partir de la etnografía virtual de Hine.

El primer interés de esta investigación se centra en encontrar la manera en la que la educación se vincula directamente con la comunicación o viceversa,

entendiendo que las cualidades pedagógicas y didácticas educativas son herramientas necesarias para el planteamiento de estrategias de comunicación, que van más allá del plano escolar. De esta manera, el propósito es encontrar las actividades que se dan en la comunicación y que desde la educación puedan contribuir a la formación de estrategias de comunicativas.

Luego, tras la vinculación al proyecto de investigación “La ciudad digital(izada)” del grupo ECCO, el camino inicial fue cambiando y ampliándose, al entender que la educación es más que el uso de herramientas didácticas para el aprendizaje en escenarios controlados, y que desde la desescolarización del aprendizaje se pueden generar procesos educativos, en este caso, sobre imaginarios colectivos.

Igualmente, se busca revisar experiencias educativas implícitas en procesos comunicativos, las cuales, atendiendo a los escenarios actuales en donde la sociedad se encuentra y aprende constantemente como la internet, permiten a través de la exploración investigativa, evidenciar prácticas que conlleven procesos educativos con la promoción de conocimiento o contenido específico.

En esta investigación, a partir del reconocimiento y revisión de los espacios digitales de las organizaciones culturales que promueven una agenda cultural para la ciudad de Popayán, se pretende conocer esos imaginarios propuestos sobre la ciudad, que se desarrollan y permanecen en las redes de interacción virtual, a partir de la comunicación digital.

Para lo anterior, se ha optado por la etnografía virtual o netnografía, como mecanismo de investigación que permite y sustenta la indagación de los quehaceres de los ciudadanos en los entornos digitales o en el mundo digitalizado en internet, en donde se puede encontrar procesos de interacción, socialización y de educación.

Con este método, se analizan los contenidos publicados durante el 2016 por las organizaciones culturales seleccionadas, para lograr entrever los procesos educativos desescolarizados que se presentan que lleven a la promoción de imaginarios urbanos sobre la ciudad de Popayán.

# **1. CAPÍTULO I: La ciudad digital: construcción de identidades**

## **1.1. En búsqueda de la identidad en red de Popayán**

Partiendo de la premisa de evidenciar procesos educativos en escenarios desescolarizados como la internet, en donde se pueden desarrollar procesos de construcción de identificación o de imaginarios sobre la ciudad, en este trabajo investigativo se toman en cuenta organizaciones que dedican su actuar a actividades culturales en Popayán, para realizar un análisis de los contenidos publicados en sus espacios digitales.

Es claro que los espacios virtuales, en donde los ciudadanos, comunidades, ciudades y naciones se mueven constantemente, han permitido el surgimiento de oportunidades de expresión y difusión de nuevos actores y sectores sociales que anteriormente no habían logrado un espacio visible en la construcción sobre sus temas de interés, como la política, la educación, lo social y culturales, hasta, en el caso de este trabajo, la narrativa sobre la ciudad de Popayán.

Es importante recordar que estas narrativas que identifican a la ciudad de Popayán, como lo plantea en su tesis Alexander Buendía (2014), han sido construidas bajo la palabra imperante de las élites de la ciudad, dominando sobre otras expresiones que en su momento no tenían espacios o escenarios de expresión contundentes. Generando una identidad, establecida o acordada, sobre la ciudad como una ciudad hidalga, procera, blanca o religiosa.

Pero, actualmente el mundo de las comunicaciones y la interacción social en red, permite que toda expresión u organización social tenga diferentes oportunidades de expresión digital, en donde a partir de compartir o de la publicación de contenidos en internet, se llega a todo tipo de público. Con este ejercicio de interacción con contenidos, las organizaciones -culturales-, pueden promover 'nuevas' voces entre los habitantes de Popayán, para cambiar o reforzar las narrativas o identidades con las que se perfila a la ciudad.

Estas expresiones no se pueden dejar de lado, dado que empiezan cada día a

tomar fuerza como mecanismos para entender a la misma sociedad que las genera. En la ciudad de Popayán se están realizando muchos tipos de publicaciones con contenido cultural por variadas organizaciones, las cuales es necesario empezar a revisar con detenimiento ya que en ellas se pueden encontrar pensamientos, creencias, posturas o ideologías, que dibujan o proponen una identidad de los payaneses.

Es necesario aclarar que las organizaciones culturales, no necesariamente expresan directamente su intención educativa o tienen como una de sus funciones misionales la promoción, difusión o producción de contenidos educativos en sus portales web. Pero a partir del análisis de sus contenidos, se puede evaluar que la educación se puede encontrar en escenarios separados o no dependientes de las instituciones escolares formales.

A partir de lo dicho, el acercamiento entre la educación y los medios de comunicación masivos, en este caso digitales, se torna importante. Por tanto, es necesario su análisis para comprender la relación inseparable que se encuentra en el desarrollo cotidiano de las actividades que demanda cada proceso, tanto en la educación como en la comunicación digital.

Con lo anterior, se desarrolló un importante paso al seleccionar una serie de organizaciones culturales de la ciudad de Popayán que promueven una agenda cultural y así realizar un mapeo de sus publicaciones en diferentes espacios digitales, que permitiera conocer cuáles son sus dinámicas comunicativas y conocer cuál es el uso y la apropiación que tienen de dichas herramientas.

Los medios interactivos o de participación social digital, se convierten en esos espacios donde se encuentra gran diversidad de narrativas nuevas o recurrentes sobre ideologías, conceptos o formas de pensar sobre lo que se desee. En ese sentido, se toma en cuenta la actividad de las organizaciones culturales investigadas de la ciudad de Popayán en el proyecto de 'La ciudad digital(izada). Fase I: (Usos y apropiación de herramientas TIC por parte de organizaciones culturales o que promueven una agenda cultural para la ciudad de Popayán') su participación en las redes sociales, su agenda cultural y propuestas de narrativas urbanas representadas en los contenidos de las publicaciones web.

Ahora, la libertad de expresión y participación cultural que permiten los

escenarios virtuales, en donde se encuentra la comunicación digital con la educación, proponen diferentes narraciones, aunque no necesariamente contradictorias al discurso de ciudad colonial de Popayán, ya que algunas lo mantienen o refuerzan, pero sí otras que alzan la voz para mostrar esa mirada distinta de ciudad.

Se revisa la actividad periodística (cultural en este caso), como método de expresión donde se pone en escena un quehacer cultural de organizaciones promotoras y creadoras de contenidos. También, un seguimiento al periodismo cultural como una actividad evidente en las organizaciones, aunque no premeditada como acciones periodísticas o realizadas por un profesional del periodismo, sino como acciones naturales de promoción y difusión de información por parte de las organizaciones.

Estas organizaciones, se convierten en los nuevos sujetos enunciadorees (alternativos en cierta medida) que promueven diferentes tipos de cultura, sobre cómo comprender o vivir en la ciudad de Popayán, y al mismo tiempo en organizaciones que sobresalen como fuente de información sobre un tema en específico para sus públicos.

En este trabajo, se toman en cuenta a estos contenidos digitales como elementos o productos que hacen parte de procesos educativos, a los cuales la comunidad se enfrenta cuando navega en escenarios virtuales. Al respecto, Alfaro (1999: 10) plantea que “tanto la educación como la comunicación activan aprendizajes que hacen de los ciudadanos protagonistas en constantes procesos de entrenamiento, siempre modelándose en confrontación con la realidad representada y ofrecida”. Entendiendo de antemano que los procesos educativos no solo se pueden encontrar en las instituciones escolarizadas, sino que estos están inmersos en espacios como la ciudad o entre las comunidades interactivas de la sociedad.

Es decir, la apropiación tecnológica de los nuevos enunciadorees los convierte en actores clave y potenciales para minar el discurso hegemónico en la medida en que muestran una nueva narrativa de la ciudad. En este escenario, la comunicación digital resulta trascendental para ‘democratizar’ en cierta medida la exposición de los discursos y las narrativas culturales; y también resulta como un proceso que está mediado por un actuar educativo, aunque, como se ha dicho, posiblemente sin intención de serlo.



## 1.2. Educación, comunicación y virtualidad

La vinculación a esta investigación se relaciona directamente desde dos frentes: el primero es sobre la importancia de conocer la formación de imaginarios que se producen en los escenarios virtuales y que tienen influencia en la sociedad, y el segundo interés es como profesional de la comunicación, el cual se basa en la estrecha relación que tienen de los procesos educativos para la formulación de estrategias comunicativas.

Dentro de la educación, los imaginarios colectivos hacen parte de la formación que se va construyendo en conjunto por parte de las sociedades, de lo que se ha estudiado en las aulas o lo que de manera conjunta en espacios desescolarizados se ha aprendido hasta conformarse en posturas o pensamientos en común. Es por eso que analizar los contenidos y escenarios en donde se desarrollan estos procesos colectivos se torna tan importante, teniendo en cuenta la influencia de la virtualidad en las decisiones de la sociedad.

Es este contexto es necesario revisar de qué manera estos espacios desescolarizados, en este caso los relacionados con el mundo digital como Facebook, Twitter y páginas Web, son gestores o lugares propicios para la creación e intercambio de imaginarios de la sociedad, en el caso concreto de esta investigación sobre imaginarios culturales sobre la ciudad de Popayán.

La importancia de analizar los espacios digitales contemporáneos como escenarios educativos, los cuales no se enmarcan en lugares o claustros escolarizados, sino que hacen parte de la educación no formal en la cual se mueve constantemente la sociedad, permite conocer la manera o escenarios en los que las personas están aprendiendo por fuera de un ambiente controlado.

Este tipo de investigación permite generar acercamientos investigativos en la web sobre la ciudad de Popayán, la cual empieza a digitalizar poco a poco los contenidos con los cuales sus habitantes interactúan cada vez con mayor intensidad, debido a las necesidades que la virtualidad y actualidad demandan.

Según información de ColombiaTic.com del Ministerio TIC (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2017), en su informe sobre el

tercer trimestre del año 2016, son 61,146 suscriptores de internet dedicado que tiene el Departamento del Cauca, de los cuales 46,560 se encuentran en el municipio de Popayán, que representa el 76% de los suscriptores del departamento. Además, suscriptores que ha aumentado en 5,3% entre el tercer periodo del 2015 al tercer periodo del 2016 y un 16,7% entre el tercer periodo del 2014 y el tercer periodo del 2016.

Es relevante empezar un análisis de sobre los imaginarios sobre la ciudad de Popayán en los espacios virtuales, si se tiene en cuenta que es una ciudad que se encuentra en un proceso hacia el uso cada vez mayor de los escenarios digitales. Ya que de los 282,453 habitantes que tiene el municipio de Popayán, según la estimación poblacional del DANE (2007), el 16,48% de la población (46,560 habitantes) tiene acceso a internet por suscripción dedicado, sin contar con los usuarios, no depurados por municipio, de conectividad a internet móvil.

Ahora, como comunicador entiendo que las estrategias de comunicación necesitan ser cada vez más efectivas y atentas a los cambios que se generan constantemente en la sociedad. Por lo anterior, es importante comprender que conocer los imaginarios de ciudad que se gestan o intercambian en las redes sociales, pueden constituirse como una estrategia para proyectos de movilización social o para promoción de ideologías.

Teniendo en cuenta que esta producción de imaginarios culturales o urbanos son claramente conocimiento expresado en la web, es de interés profesional y necesario un acercamiento hacia la gestión de este conocimiento ya que “el conocimiento es un recurso esencial [...] capaz de crear una ventaja competitiva sustentable, [y] una tarea fundamental de las empresas”, (Pedraja Rejas, Rodríguez Ponce, & Rodríguez Ponce, 2006, pág. 572). Por esto, es una excelente oportunidad realizar una investigación sobre los imaginarios propuestos por las mismas organizaciones culturales y posiblemente también por los públicos a través de la interacción con los contenidos publicados, para reflexionar sobre la vinculación entre la educación y la comunicación estratégica, como herramienta para proponer formas de generar tendencia o movilización social.

Añadiendo a esto, las redes sociales no solo se han conformado como un

entretenimiento o espacio de dispersión, sino como un foco de información y creación que merece ser ampliamente estudiado. Es por eso que conocer y analizar en la ciudad de Popayán, una ciudad que está en desarrollo, las tendencias e imaginarios de sus ciudadanos se hace necesario.

Este proyecto no se presenta como una fórmula estratégica o como un estudio de caso que sustente una estrategia de comunicación, sino como un acercamiento para conocer los imaginarios de la ciudad de Popayán que circulan en las redes sociales, que tienen procesos educativos desescolarizados en sus procesos de promoción y divulgación de una agenda cultural.

Con lo anterior, se concreta la pregunta de investigación, que marca la ruta hacia conocer la importancia de las organizaciones culturales en la construcción de imaginarios sobre la ciudad de Popayán:

- ¿Cuáles son los imaginarios urbanos que construyen y promueven las organizaciones culturales de la ciudad de Popayán, a través de la comunicación digital en redes sociales?

Para resolver este interrogante, en este proyecto se plantea el siguiente objetivo general, enfocado en los contenidos digitales de las organizaciones culturales. Y los objetivos específicos que apuntan hacia la comunicación digital, imaginarios urbanos, educación desescolarizada y dinámicas comunicativas.

- Comprender los procesos educativos desescolarizados, a partir del análisis de los contenidos publicados en los espacios web de organizaciones culturales, que promueven una agenda cultural para la ciudad de Popayán.

### **Objetivos específicos**

1. Establecer de qué manera la comunicación digital se convierte en una herramienta educativa que promueve imaginarios urbanos.
2. Determinar los usos de la comunicación digital que tienen las organizaciones

culturales que promueven una agenda cultural a través de espacios digitales.

### **1.3. El quehacer en las redes digitales**

Las nuevas audiencias en los medios de comunicación se presentan de maneras diversas, de tal forma que lanzar un concepto o definición que los enmarque sería realizar una homogeneización de algo que se encuentra en constante cambio y auto renovación.

Por lo anterior, esta parte del documento se enfoca en los comportamientos que tienen estos públicos en los medios sociales digitales, en donde las comunidades han encontrado variados espacios para recibir información y fundamentalmente para la interacción y participación en contenidos.

Estos comportamientos comunicativos se toman como el quehacer cotidiano de los sujetos o comunidades que conviven en un mundo virtual, que permanecen de alguna manera juntos y conectados, compartiendo saberes, conocimientos o discursos sobre la realidad que crean en el mundo virtual o físico. Y es en estos lugares, ‘deslocalizados’ como lo plantea Gómez (2004), en donde también se pueden generar procesos de ordenamiento territorial de las ciudades”.

Los medios digitales han creado la posibilidad de que los sujetos se empoderen de las oportunidades de expresión y se conviertan, no solo en receptores de información, sino en productores, promotores o críticos de la misma; como se mencionó anteriormente, en ‘prosumidores’ (Arango-Forero 2013).

Al mismo tiempo, estos sujetos que interactúan concentrados en estos escenarios, alejados en principio de todo acercamiento físico, se han convertido o han agregado su nacionalidad en ciudadanos digitales, quienes pertenecen a una globalidad y que toman tanto un lugar como una postura en la participación web con diversas comunidades, y que a pesar de encontrarse separados por kilómetros de distancia, tienen uno o varios sitios de encuentro en común.

Estas nuevas audiencias, no limitadas simplemente a la recepción de información, que en términos de Guillermo Orozco Gómez (2010) tienen actualmente

una 'condición comunicacional', permite a los sujetos interpretar, dialogar y construir los contenidos presentados entre pantallas conectadas en red.

Esta interactividad propia de la 'condición comunicacional', permite que en los lugares virtuales de encuentro se puedan gestar espacios educativos, los cuales dan paso a diferentes maneras de intercambio y producción de conocimiento o información (Orozco 2010). Esto se debe también, al cambio de rol que tienen las audiencias de los medios masivos con la capacidad de interactuar y el tránsito hacia usuarios.

El concepto único de ciudadano, limitado a un espacio geográfico, se desdibuja con el uso del internet por parte de estos sujetos, que usan la red para comunicarse en espacios virtuales cada vez más accesibles, además de igualitarios en tanto que quien se conecte, tiene la oportunidad de acceder y participar en los contenidos que en ella existen como de pertenecer a una comunidad o como también sucede en las comunidades por fuera del mundo digital, ser excluidos o sufrir la limitación al acceso participativo.

Es por lo anterior, que la tecnología acerca nuevos modos de expresión, lenguajes y sentidos para los sujetos, quienes creativamente conforman nuevas prácticas de participación, negociación o dominación con otros, otras dinámicas comunicativas, al abrir un lugar en donde se desarrolla también la expresión cultural de las comunidades, que se mueve entre lo global sin homogeneizar, resaltando cuando gustan su singularidad.

El mundo virtual ha llevado al ciudadano digital a vivir en lo que se podría denominar una ciudad digital, de tal modo que además de trabajar, divertirse, estudiar e interactuar con otros sujetos o con instituciones, pueda así mismo remplazar las actividades que también realiza en la cotidianidad física. Es por eso que en este punto el análisis de sus dinámicas comunicacionales en la virtualidad es importante para conocer su construcción colectiva de imaginarios que pueden surgir, en este caso sobre la ciudad de Popayán.

Estos imaginarios colectivos, presentados en escenarios virtuales se tornan cada vez más importantes para la formación general de reputación u opinión sobre todo tipo de temas, como los imaginarios alrededor de la identidad de la ciudad de Popayán, ya que la definición de opiniones formados en la red, repercuten día a día con mayor

fuerza en el imaginario colectivo de las sociedades que puede o no permanecer conectada.

Es claro que las herramientas digitales o las TIC han permitido que el sujeto se modifique a sí mismo, al poder experimentar nuevas formas de expresión y compartir sus propias opiniones y narraciones, generando al tiempo diversos comportamientos que les permite realizar una acción en los medios digitales. “Explicando el principio de la recursividad, Morín plantea que la sociedad es producida por las interacciones entre individuos, pero la sociedad, una vez producida, retroactúa sobre los individuos y los produce. Dicho de otro modo, los individuos producen la sociedad que, a su vez, produce a los individuos. Somos, a la vez, productos y productores en las dinámicas de la comunicación digital.” (Arango-Forero, 2013).

En este sentido, las dinámicas comunicativas que se realizan en los escenarios virtuales, pueden crear o expresar diferentes posturas que las comunidades e individuos tienen sobre un tema que se trate de manera participativa; en este caso la percepción de ciudad que se tiene y promueve en los medios digitales sobre Popayán.

Analizar qué tipo de expresiones son las que se encuentran en la web sobre Popayán, su periodicidad, la intención o lugar de publicación, entre otros, es un importante punto de partida que dibuja la visión que tienen los ciudadanos digitales sobre la ciudad colombiana que también se le reconoce por su historia colonial, universitaria e hidalga.

Según lo anterior, este trabajo investigativo se inclina hacia indagar las agendas comunicativas de organizaciones culturales de la ciudad de Popayán que, haciendo uso de espacios digitales, refuerzan o promueven otras percepciones sobre la ciudad.

#### **1.4. Las organizaciones culturales como actores virtuales**

Esta investigación se enmarca dentro de la Maestría en Educación de la Universidad del Cauca, en la línea de investigación de Comunicación, Educación y Cultura. La cual permite el espacio para reflexionar sobre los procesos educativos, más allá de lo estrictamente institucional y escolar, a partir de los contenidos que se pueden

encontrar en el mundo digital.

Por lo anterior, este trabajo se vincula directamente con el proyecto investigativo titulado “La ciudad digitalizada fase II, la comunicación digital como escenario para la construcción y promoción de imaginarios culturales sobre la ciudad de Popayán”, del Grupo ECCO, el cual, a través de la identificación y caracterización en su primera etapa, se acerca hacia los usos y apropiaciones que tienen las organizaciones culturales de la ciudad de Popayán.

Después de la investigación realizada en la Fase I, que permitió rastrear a las organizaciones culturales de Popayán, teniendo en cuenta determinadas características para su selección, este proyecto se centrará en los contenidos publicados por estas organizaciones durante el periodo comprendido entre enero de 2016 a diciembre de 2016.

Para la presentación de este trabajo de investigación, es necesario conocer las organizacionales de la ciudad de Popayán que se han investigado en la primera etapa del proyecto de la Ciudad Digital(Izada) y sus características para la selección. En primera instancia, se ubicaron a las organizaciones que promueven una agenda cultural para Popayán, las cuales realizan o programan una serie de actividades en unos tiempos determinados, manteniendo una continuidad para una promoción de agenda cultural.

También se tiene en cuenta que las expresiones por las cuales es reconocida la ciudad de Popayán, llamada ciudad culta o letrada, generalmente están relacionadas con actos religiosos como la Semana Santa o el Festival de Música Religiosa de Popayán, de las cuales hay organizaciones enfocadas para cada evento y dedicadas a su mantenimiento administrativo y logístico durante el año.

Pero las organizaciones seleccionadas para la investigación tienen la cualidad de representar diferentes tipos o formas de expresiones culturales, que, aunque no tienen tanto reconocimiento nacional o local, se pueden encontrar en Popayán como organizaciones emergentes o tradicionales con poco reconocimiento sobre el cine, el teatro, la música, la gastronomía y la cuentería.

Por lo anterior, en la primera etapa se tuvieron en cuenta para el estudio, a las organizaciones que estuvieran activas o fueran vigentes y que evidencian una

trayectoria en el tiempo de al menos cinco años. Además, estas organizaciones debían mostrar unas actividades constantes hacia algún tipo de público, con una periodicidad al menos anual, en donde se pueda probar o demostrar su actuar o agenda.

Igualmente, el reconocimiento social que permite una legitimidad o impacto en la sociedad se tuvo en cuenta para la selección de las organizaciones culturales, siempre y cuando fuera a través de la presentación pública de sus actividades en redes sociales o medios de comunicación que tengan relación con el mundo virtual como por ejemplo Facebook, páginas web, Twitter, Instagram, Vimeo, blogs y YouTube.

Las organizaciones seleccionadas en la primera etapa, que presentan una agenda o propuesta cultural para la ciudad de Popayán y que fueron investigadas son:

- Festival de Cine Corto de Popayán
- Grupo Instrumental Folclórico Alma Caucana
- Fundación Pedro Antonio Paz Rebolledo
- Encuentatetitotu
- La Ermita Cuenta
- Corporación Festival de Música Religiosa de Popayán
- Colectivo Cultural Wipala
- Teatro La Mancha
- Junta Permanente Pro-Semana Santa
- Estudio de Actores
- Popayán Cultural
- Corporación Gastronómica de Popayán
- Aires de Pubenza
- Fundación La Tortuga Triste
- Fundación Cultural La Tuátara

A partir de la primera fase de la investigación, entre las dieciocho organizaciones revisadas durante un año y en los sesenta y seis espacios en donde estas hacen presencia, se delimita esta propuesta de investigación en la selección de las siguientes organizaciones para el análisis de sus contenidos.



Se tuvieron en cuenta las seis organizaciones con mayor presencia en medios digitales a partir del número de publicaciones y continuidad mensual en el periodo comprendido entre los meses de enero de 2015 a enero de 2016, con las cuales se pueda tener una base de información importante y suficiente en el año 2016 para su posterior análisis. Lo anterior con el fin de mapear un año de actividades y visualizar los momentos en los cuales las organizaciones tienen mayor actividad en sus espacios web.

Además, los espacios digitales que entran a ser parte del análisis son aquellos en donde la mayoría de las organizaciones tienen presencia, a partir de la creación de un perfil que represente a la organización o un espacio en donde ellas realizan un mayor número de publicaciones, como Facebook y Twitter.

Las organizaciones seleccionadas son:

- Festival de Cine Corto de Popayán.
- Corporación Gastronómica de Popayán.
- Festival de música de Popayán.
- Colectivo Cultural Wipala.
- Popayán Cultural.
- La Ermita Cuenta.

Se realiza a continuación un ejercicio de descripción de las organizaciones seleccionadas, basados en la información que ellas mismas proyectan o publican en sus espacios digitales como Facebook, Twitter, o páginas WEB.

## **1.5. Descripción de las organizaciones culturales**

### **1.5.1. Festival de Cine Corto de Popayán:**

Evento organizado por la Corporación Cine Corto, el cual nace en el año 2009, con el propósito de presentar producciones audiovisuales locales y nacionales. Esta organización presenta principalmente su actividad en medios digitales, en el caso de

esta investigación, a través del nombre del Festival de Cine Corto de Popayán y no como Corporación Cine Corto. Con ello, enfoca sus esfuerzos hacia la realización anual del evento con el apoyo de varias organizaciones privadas, con el fin de lograr un



reconocimiento nacional e internacional para el Festival de Cine. En el 2016 se realizó la octava edición del festival y con el la creación de un espacio cultural que se va estableciendo de manera importante en Popayán.

Los espacios digitales en donde tiene presencia o hace uso esta organización con el Festival de Cine Corto de Popayán son una página web, perfil en Facebook, Twitter, Instagram, Google +, YouTube y Vimeo. De las cuales, en donde tiene mayor presencia es Facebook y Twitter.

### 1.5.2. Corporación Gastronómica de Popayán

En el año 2003 inició el Congreso Gastronómico de Popayán, de la mano de la



Corporación Gastronómica de Popayán, que de manera ininterrumpida ha realizado 13 versiones del Congreso. Durante estos años, ha tenido diferentes países invitados y ha logrado que Popayán sea reconocida por la Unesco como capital gastronómica en su Red de Ciudades Creativas.

Este congreso, no solo tiene el propósito de presentar platos de diferentes partes del mundo, así como destacar la comida típica de Popayán y Colombia, sino que en el tienen lugar actividades como conferencias y talleres educativos sobre la gastronomía.

Los espacios digitales en donde esta organización tiene presencia son Facebook, Instagram, Twitter, Google +, YouTube y página web. Y su mayor presencia se puede evidenciar en Facebook y Twitter.

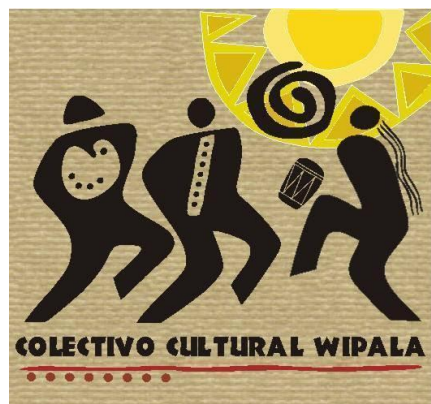
### 1.5.3. La Ermita Cuenta



Colectivo cultural de narración oral escénica, que busca mantener un espacio de sano esparcimiento a Popayán y Colombia, con ello rescatar las tradiciones de los pueblos y promover la narración oral escénica en instituciones escolares. Busca acercarse a todo tipo de público y generar espacios de reflexión individual o en familia. Además, tiene como misión la construcción de identidad regional o nacional, a través de los procesos culturales orales.

Los espacios digitales en los cuales tiene presencia esta organización cultural son: Facebook, Blog spot, Twitter, Instagram, Google + y YouTube. Esta organización tiene presencia en varios espacios digitales, pero en el periodo revisado en la fase I, se encontró que Facebook es el medio virtual más usado para informar sobre eventos y presentaciones sobre cuentería propia o de organizaciones en otras ciudades. Se destaca sobre las otras organizaciones revisadas, como la que mayor número de publicaciones genera en Facebook.

### 1.5.4. Colectivo Cultural Wipala



Es un equipo de trabajo artístico y cultural integrado por talentos de diversas disciplinas y experiencias, que tienen el propósito de exaltar y fortalecer valores culturales propios de la región. Con lo cual, se pretende reafirmar la identidad y sentido de pertenencia; al tiempo que se reconocen múltiples raíces y mestizajes.

Es una organización que tiene diferentes formas de expresión artística o espacios de interacción, que se usan para mostrar maneras de pensar, vivir la ciudad, la identidad, entre otros. Estos espacios son: Café Galería, Tienda de artículos, taller artístico, murales, Sendero mágico vía a Coconuco, Popayán Memoria y encanto. En cuanto a los espacios

digitales en donde hace presencia son: página web, Facebook, Google + y Vimeo.

### 1.5.5. Popayán Cultural



Popayán Cultural es un espacio de comunicación cultural, fundamentalmente informativo, creado por la Fundación la Tuatara, y apoyado por la Cámara de Comercio del Cauca y Comfacauca. Tiene como propósito, ser un espacio para mantener enterada a la sociedad, sobre los eventos y noticias de cultura y el arte que se gestan en la ciudad de Popayán.

Esta organización, tiene espacios también espacios digitales, en donde realiza su promoción como: Página Web, Facebook, Instagram y a diferencia de otras, cuenta con aplicación para móviles con sistema Android, pero sin uso o actualizaciones recientes.

La mayoría de eventos culturales que se realicen en la ciudad de Popayán, tienen su espacio de promoción en Popayán Cultural. Eventos académicos, musicales, danza, música o cualquier expresión de arte de la ciudad de Popayán. Además, publica de otros medios, temas locales o nacionales que traten el tema cultural artístico.

### 1.5.6. Corporación Festival de Música Religiosa



Creada en 1964 como Festival de Música Religiosa de Popayán, esta organización se ha enfocado en mantener activa la presentación de música relacionada con la mística religiosa y sobre todo católica. Se destaca que es un evento que, durante sus décadas de funcionamiento, se ha mantenido de manera ininterrumpida, celebrando la música religiosa en los tiempos en los cuales se realiza la celebración de la Semana Santa en la Ciudad de Popayán.

El nombre que actualmente tiene es Festival de Música Religiosa de Popayán, aunque en el año 2016 cambio su nombre ocasionalmente en su publicidad como

Festival de Música de Popayán, con lo cual se nota el cambio sobre mantener la exclusividad hacia la música religiosa.

## **1.6. El estudio de la sociedad en la red digital.**

Con el paso del tiempo, el ser humano ha ido adaptando su relación con 'el otro' o con su entorno en relación a los avances tecnológicos que va construyendo, o a los cambios de comportamientos que según las normatividades de los Estados y la misma sociedad va generando.

La etnografía, por su parte, como ciencia que estudia y describe al hombre, a sus pueblos, a las comunidades, a sus costumbres y a la cultura que estas generan; se ha visto ligada a contextos de interacción físicos y de contacto directo con las personas a quienes investiga, para contrastar, comprender, analizar o describir sus comportamientos, entre otros objetivos; aludiendo constantemente a la observación como herramienta principal.

Ahora, el ambiente y contexto de las sociedades ha cambiado, gracias a los avances tecnológicos, llevando a que no es ya solamente en un mundo palpable en donde se pueden generar procesos de interacción, o donde las expresiones culturales son presentadas; sino que es en escenarios virtuales, construidos por computadoras como la internet, en donde estos procesos y expresiones son presentados.

Esta tecnología ha abierto otras posibilidades para la investigación social, mostrando nuevos nichos de expresión para el ser humano. Y es en estos espacios, en donde la etnografía puede entrar a realizar su labor de indagación y observación, pasando de lugares de interacción físicos a unos exclusivamente virtuales o digitales.

Al mismo tiempo, es en este nuevo mundo digital en donde el papel del investigador etnográfico <el cual antes de esta tecnología virtual realizaba una observación de las comunidades y sus comportamientos desplazándose hasta lugares distantes> cambia considerablemente adquiriendo nuevas herramientas. Este puede continuar su investigación a partir de la observación de un monitor en donde se

muestran las infinitas interacciones que las comunidades realizan en espacios como las redes sociales que otorga la internet:

“...Las nuevas tecnologías de la interacción permiten que los informantes aparezcan dentro de la etnografía y a la vez, que estén ausentes. Del mismo modo, el etnógrafo puede estar ausente o presente junto a sus informantes. La tecnología facilita que estas relaciones puedan desplazarse o sostenerse a través de diferentes divisiones espaciales y temporales. Todas las formas de interacción son etnográficamente válidas, no sólo las que implican una relación cara a cara. La conformación de un objeto etnográfico, en tanto esté posibilitada por tecnologías accesibles, es la etnografía en lo virtual, de lo virtual, y a través de lo virtual” (Hine, 2004: 82).

Esta propuesta investigativa se trata de un estudio de corte cualitativo en tanto busca comprender, con el análisis de contenido de las organizaciones culturales a partir de la etnografía de lo virtual y los procesos educativos desescolarizados que promueven las organizaciones culturales de Popayán con su propia agenda cultural para la ciudad.

En este sentido, es por eso que se tiene como referencia la perspectiva sobre el mundo virtual de Domínguez (2007: 51), quien considera que “debe tomar el ciberespacio como una realidad en la que se puedan construir significados, generar identidades y establecer agrupaciones más o menos estables y con intereses compartidos”. De esta manera, se le empieza a dar un carácter válido a la investigación etnográfica en espacios digitales, en tanto observa, no la simulación o falsificación de una sociedad, sino la realidad de sus pensamientos y comportamientos.

De manera similar a la que se tiene en cuenta a la ciudad como un espacio en donde convergen diferentes tipos de pensamientos y que permite la interacción cargada de sentidos e imaginarios, y que por ello es objeto amplio de estudio y análisis para conocer a los ciudadanos que la viven o transitan, se tiene en cuenta a la ciudad conformada en los espacios digitales, como aquella donde el hombre vinculado a la tecnología digital tiene la capacidad de crear o proponer de manera individual o en conjunto imaginarios e identidades.

Es en esta ciudad virtual llena de transeúntes, ciudadanos digitales, nativos o migrantes digitales, en donde se busca investigar y comprender los espacios como lugares de encuentro que generan fenómenos sociales de interacción y educación. Del mismo modo, analizar los contenidos, también dotados de sentido, que son publicados en los espacios digitales y “donde el intercambio con diferentes pantallas y plataformas requiere exploración creativa y descubrimientos, hace que estemos siempre en la posibilidad de educarnos, de aprender”. (Orozco, 2010: 270)

El espacio digital entonces, permite un análisis etnográfico de la sociedad, ya que no se puede separar, como lo afirma Hine (2004), lo que sucede en el mundo virtual o ciberespacio con lo que pasa en el ‘mundo real’. Ya que, es en estos espacios digitales donde se puede interactuar o concretar ideas de tal forma que se vean reflejadas sus acciones en el actuar cotidiano de los sujetos por fuera del mundo virtual.

A partir de lo anterior, Hine (2004: 81), plantea que “el reto de la etnografía virtual consiste en examinar cómo se configuran los límites y las conexiones, especialmente entre lo ‘virtual’ y lo ‘real’”. Es necesario analizar de qué manera la tecnología, internet o los dispositivos conectados en red, permiten la creación de identidades compartidas o de promoción de patrones de comportamiento a través de conexiones para el relacionamiento social.

Entonces, ya no es solo en el mundo por fuera de lo virtual en donde se pueden reconocer procesos sociales, sino que, en medio del ciberespacio, la etnografía puede ampliamente estudiar las acciones de las comunidades o de la sociedad. En tanto, que es gracias a las tecnologías de la comunicación de la información en donde se desenvuelve la comunicación digital, donde han digitalizado las acciones que como sociedad eran exclusivas de la interacción cara a cara.

Al respecto, Amador (2010) afirma que esta interacción digital es una manera nueva de expresión “que no sólo supone una recomposición técnica, alrededor de lo que algunos refieren como convergencias digitales, sino una profunda alteración del estatuto ontológico del sujeto, de los procesos de socialización y de las dimensiones que promueven la creación”. Amador (2010: 3)

La etnografía virtual propone una reflexión a partir de las interacciones de los

productores y prosumidores (Hine, 2004), en voz de Arango-Forero, con contenidos e información publicada en la web, hasta la interacción del mismo investigador con los contenidos. Además, según Turpo (2008), se toma la etnografía virtual, 'netnografía' para él, como una metodología que permite el análisis de las prácticas y opiniones de los grupos sociales conectados en redes virtuales.

Por otra parte, Domínguez (2007), hace una salvedad en cuanto a la observación que se realiza en la etnografía virtual, afirmando que esta "no debe limitarse a la investigación delante de la pantalla, sino que ha de ser combinada con la observación física en múltiples sitios, a fin de explorar cómo las actividades mediadas por internet se insertan en el mundo de la vida cotidiana de sus integrantes". En este sentido, se respalda etnografía de lo virtual, a partir de la verificación de la realidad de los contenidos que son investigados, cuando estos pueden tener alguna influencia en escenarios distintos a los virtuales, como por ejemplo en el caso de este proyecto, cuando se promueven narrativas e imaginarios sobre la ciudad de Popayán por parte de organizaciones culturales.

Ahora, de manera similar que con la etnografía tradicional, la virtual tiene características que el investigador se presenta como aquel que observa con detalle los procesos que la sociedad realiza y que surgen de la comunicación digital. Con esto, analiza además de los contenidos, las formas o espacios en los cuales se generan estos encuentros sociales.

Corona (2013), afirma que este tipo de método de investigación etnográfico, también advierte la necesidad de describir a los sujetos inmersos en la virtualidad, caracterizando al tiempo los diferentes usos que estos puedan hacer de las herramientas que la tecnología digital y virtual permite.

En síntesis, este trabajo investigativo se ha planteado:

- En primera instancia, la selección de las organizaciones que son parte del estudio, se ha realizado teniendo en cuenta cuáles de ellas son las que mayor presencia e interacción en las redes sociales evidenciaron, según la investigación adelantada en la primera etapa de la investigación del grupo ECCO, Ciudad Digital(Izada) Fase I.



- A partir del método etnográfico virtual, se realizó una recopilación de las publicaciones realizadas por las organizaciones durante el periodo comprendido entre septiembre del 2015 a septiembre de 2016. El carácter de actualidad en los contenidos publicados para el análisis de imaginarios, precisó la necesidad de seleccionar un espacio del tiempo en el año 2016, en las publicaciones de las organizaciones culturales seleccionadas.
- Junto a lo anterior, se realiza una sistematización de la información recolectada en el periodo seleccionado del 2015 – 2016, que permite la categorización de los contenidos de las publicaciones y comentarios realizados en los espacios web revisados.
- Considerando un primer análisis de los contenidos publicados en los espacios digitales de las organizaciones culturales realizado por el grupo ECCO, con el proyecto Ciudad Digital(Izada) Fase I, se creó una guía temática que permitiera entablar una discusión, a través de entrevistas, con los productores de contenidos de las organizaciones culturales y así contrastar los propósitos planteados por ellos en entrevista y con lo expuesto en los medios digitales.
- En una siguiente instancia, se analizaron los contenidos publicados por las organizaciones, en búsqueda de las dinámicas comunicativas que tienen en su actividad en los espacios digitales, revisando qué dicen, de qué manera y en qué momentos, para evidenciar los procesos educativos desescolarizados en la comunicación digital.
- Por último, se indagaron los contenidos publicados a través de las categorías establecidas, para conocer los imaginarios que son propuestos por las organizaciones culturales sobre la ciudad de Popayán, a partir de procesos educativos virtuales como la publicación de contenidos con intenciones comunicativas.

## **2. CAPÍTULO II: Comunicación y educación. Una relación constante**

Esta investigación indaga sobre las posibilidades de generar acciones educativas en escenarios diferentes a los escolares, situados en un espacio físico como escuela, colegio o universidad; por uno ubicado en las redes virtuales a través de la internet, en donde se gestan propuestas sobre imaginarios culturales y confluyen procesos de comunicación y educación.

A partir de lo anterior, se parte del desbordamiento de la educación, para la cual los límites geográficos, presenciales o materiales se desdibujan y son nuevos actores sociales quienes entran a ser parte de procesos educativos, en este caso informales. Es entonces en espacios virtuales, en donde las comunidades, instituciones, organizaciones e individuos que pasan parte importante del tiempo conectados en red, recibiendo, enviando o compartiendo diferentes tipos de contenidos, en donde los procesos educativos tienen presencia.

### **2.1. El mundo digital**

El mundo de las comunicaciones cambia constantemente y justo con el avance de las tecnologías lo hacen diferentes procesos de interacción entre los mismos seres humanos, u otros procesos que toman cada día más fuerza como la interacción del hombre con la información que genera, o con la información que generan las máquinas construidas por él o entre las máquinas mismas.

Ahora, gran parte de este espacio y procesos para la comunicación se está concentrando en la Red Informática Mundial o World Wide Web (WWW), la cual permite conexiones digitales de diferentes formas como en texto, video y sonido, que pueden estar de manera independiente o conectados entre sí para conformar hipertextos.

Esta manera de consumir o acceder a diferentes contenidos informáticos, a través de internet, se da gracias a los hipertextos, que para Rocío Rueda (2003: 175)

“se nos presenta no sólo como una potenciación de las tecnologías de la escritura, sino que además modifica el orden de la narración, las formas y modalidades de las que puede revestirse los elementos que le acompañan y el tipo de discurso que se puede desarrollar”. En este sentido, es la forma de escribir misma la que se modifica y la es la digitalización la que permite enlazar diferentes textos, lineales o no, en uno solo a través de hipervínculos.

Es claro anotar que no se pretende en este apartado sobredimensionar a la producción en red o a los contenidos de internet, llevando a pensar que la digitalización dominará a lo analógico y que se deje de lado la validez de los libros físicos; lo cual es claro que hasta el momento se han mantenido vigentes, sino que también se tiene en cuenta que ya que somos una sociedad situada en un mundo de sentidos físicos, es analógica por naturaleza, por tanto el uso del papel por ahora es indispensable y no caduca. Pero las posibilidades de las personas que interactúan en la Web a través de lo digital, ha potenciado o facilitado mucho más la producción intelectual de las personas del común, gracias al acceso masivo de información.

Así entonces, son los variados caminos que se dan en red para conocer la información, como las maneras de expresarse, interactuar, hasta crear más a partir de ella. Se puede ver claramente en los espacios digitales de la Web, que existen diferentes formas de expresar los pensamientos y sentimientos o toda clase de información. Anteriormente, muchas expresiones públicas de ciudadanos independientes no eran masivamente escuchadas o tenidas en cuenta, ya que era necesario algún tipo de credencial o estar vinculado a alguna organización que respalde sus comentarios u observaciones.

Pero ahora, los medios conectados en Web han cambiado lo anterior y son las personas o ciudadanos sin ser o hacer parte de una representación de alguna firma empresarial u organización, quienes pueden ser potencialmente generadores de contenidos que atraigan centenares o millones de personas como audiencia a través de portales digitales como blogs o YouTube.

Ejemplos claros de esto es el caso del usuario PewDiePie en YouTube, un canal con temática principalmente sobre videojuegos dirigido por el sueco Felix Kjellberg, con más de 56 millones de suscriptores, posicionándolo como la persona con mayor

número de suscriptores en YouTube y seguido por Germán Garmendia, con el usuario HolaSoyGerman; un chileno que tiene más de 32 millones de suscriptores, con un canal en el cual genera un tipo de contenido cómico y variado. FANDOM (2017)

Estos generadores de contenidos, que adquieren rápidamente una gran cantidad de público, con el tiempo tienden a ser grandes influenciadores de ideas o de comportamientos a sus seguidores o público en la Web. Como es el caso de los Youtuber anteriormente mencionados, y específicamente Germán Garmendia, quien según EITiempo.com (2016), generó una gran revolución de asistentes en la Feria del Libro en Bogotá en abril de 2016 y toda clase de comentarios sobre lo que quieren o deben leer y aprender los adolescentes.

Pero es necesario comprender brevemente qué es la WEB, o escenario en donde se desenvuelven todo tipo de expresiones. Esta se entiende como “Acerca de cómo pasar de un modelo de publicación de uno a muchos a uno de muchos a uno ... [se trata] de conexiones entre personas, entre sitios, entre la Web y los mundos móviles, entre compradores y vendedores ... sobre permitir que la gente manipule datos, no sólo recuperar los datos. De repente, estamos realmente ahí con los datos, moviéndose, jugando con ellos e interactuando con ellos en tiempo real.”<sup>1</sup> Carton (2007) en Hudson y Temple (2010: 64)

Es en esta Web, en donde los pensamientos y la participación ciudadana toma nuevas formas de expresión. Es también el lugar en donde “además de ampliar la entrada en la esfera pública, los blogs desempeñan la función muy útil de desafiar las percepciones de élite de lo que es el discurso legítimo en el público.” Hudson y Temple (2010: 68).<sup>2</sup> Con lo anterior se tiene en cuenta el cambio social que puede generar internet y por tanto con los espacios de interacción social a través de su intervención; al respecto Tim Markham (2010) considera que “es distinto de

---

<sup>1</sup> “about moving from a one-to-many publishing model to a many-to-many one... [it's] about connections between people, between sites, between the Web and mobile worlds, between buyers and sellers... about allowing people to manipulate data, not just retrieve data. All of a sudden, we're actually in there with the data, moving it around, playing with it, and interacting with it in real time.” Carton (2007) en Hudson y Temple (2010 - pág 64)

<sup>2</sup> “As well as expanding entry into the public sphere, blogs perform the very useful function of challenging elite perceptions of what is legitimate discourse in the public.” Hudson y Temple (2010 - pág 68)

representar a Internet como un campo político como tal. Es decir, cuya esencia, si no hay realidad, está en conflicto y negociación sobre temas de preocupación compartida. Más bien, en el término de Bourdieusian, se define mejor como campo de la producción cultural, que subsiste en el metacampo del poder pero es distinto del campo de la política y funciona relativamente, si débilmente, autónomamente”<sup>3</sup> Tim Markham (2010: 79). Esto no significa que no se pueda contar como una plataforma política, sino que no se enmarca dentro del arena clásica de hacerla, sino dentro de un plano alternativo de interacción ciudadana, que permite la producción cultural.

## 2.2. Agenda Setting

Si bien es claro, la figura del ordenador o el instrumento tecnológico se interpreta como una máquina universal, funcionando como un simulacro de nuestra realidad al obtener el trabajo de todos los medios en el aparato físico que los representa, teniendo al alcance de la mano el cine, la prensa, la radio, la televisión, entre otros.

Ahora bien, como lo afirma el autor McCombs “la teoría de la Agenda- Setting es un complejo mapa intelectual que aún se halla en proceso de evolución” (McCombs, 2006: 20) dando lugar a la gran expansión con la que cuenta la web en la actualidad como medio de comunicación.

Sin embargo, el ejercicio de la agenda setting puede ser vista ahora de una manera anacrónica, evidenciándose como se han adoptado las nuevas tecnologías de comunicación a los demás medios logrando así llevarse de la mano con la información. “En la actualidad es común observar cómo los medios tradicionales incluyen dentro de sus espacios informativos y de opinión los comentarios emitidos por los usuarios de las redes sociales” (Bonilla *et al.* 2010)

Ahora, el hecho que no se considere a las redes sociales -actualmente- como

---

<sup>3</sup> “Internet as a political field as such – i. e., one whose essence, if not reality, is in conflict with and negotiations over issues of shared concern. Rather, in Bourdieusian term, it is best defined as a field of cultural production, which subsists in the metafield of power but is distinct from the field of politics and operates relatively, if weakly, autonomously”. Tim Markham (2010 - 79) The Case against the Democratic Influence of the Internet on Journalism, en (Sean Tunney & Garrett Monaghan, 2010).

una plataforma política tradicional, no implica desligarlas de los efectos que pueden causar en la sociedad. Por eso sí se enmarcan dentro de esta investigación como un elemento claro de movilización social y cultural, que a través de la comunicación digital se relacionan dentro de los medios de la tecnología de la información y la comunicación, además tienen gran influencia sobre el interés de los públicos que buscan o comparten información en ellas.

Las audiencias de los medios de comunicación, “no sólo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el mundo y son considerados prioritarios, sino que también aprenden de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar. (Rodríguez, 2004:15) Por esta razón, su participación en los medios digitales es activa y no se limitan a ver, leer y escuchar, sino a intervenir, crear u opinar sobre los contenidos colgados en la web.

Entonces, las agendas ciudadanas se empiezan a adaptar, inclinarse o guiarse hacia las actividades y programación propuesta en la web, y en este caso por organizaciones sociales o individuos que crean y manejan un espacio en el mundo virtual. Como es el caso anteriormente mencionado del Germán Garmendia, pero en esta investigación dentro del marco de las organizaciones culturales de la ciudad de Popayán.

Se debe aclarar que no se retoma la idea de agenda setting como un mecanismo que piensa en el público como una masa pasiva que solamente permite ser guiada por las publicaciones de los medios masivos, y que además no tiene la posibilidad de acceder a herramientas para la retroalimentación en vivo, sino que esta intención de agenda setting de las organizaciones culturales va guiada hacia la promoción de una propuesta cultural que es puesta o ‘colgada’<sup>4</sup> en la web, lo que permite la interacción social y al tiempo pueda, en algunos casos, ser puesta a juicio público por quien acceda a ella si se desea.

En este proceso de publicación de información de las organizaciones culturales, las opiniones de las personas son propensas a ser influenciadas a través de la

---

<sup>4</sup> Se le llama o se entiende como colgar (información colgada o colgar información) a la acción de publicar contenidos de diferente índole en internet (específicamente en el ‘muro’ de la plataforma Facebook) o como una manera de exponer al público determinada información para su conocimiento.

agenda setting. José María Rubio (2009), asegura que la afectación en la opinión de los individuos “derivan de la identificación con grupos de referencia: la familia, grupos de coetáneos, el grupo de trabajo, identificaciones partidistas, religiosas, de clase, étnicas, etc.” (Rubio, 2009: 6). De este modo, las organizaciones culturales que proponen una idea de ciudad o de agenda cultural, pueden generar una identificación positiva en sus públicos visitantes, quienes se sienten atraídos hacia los contenidos puestos en red. “El yo es un yo de grupo que se integra *en* los grupos y *con* los grupos, que constituyen su punto de referencia. Las opiniones se forman y alimentan, pues, de dos fuentes: de los mensajes informativos y de las identificaciones”. (Rubio, 2009: 6). Así, afirmar o cambiar sus imaginarios sobre cualquier tema en particular o en el caso de esta investigación sobre los imaginarios de ciudad.

Es aquí, en principio, en donde los ciudadanos pueden apelar a su autoformación y donde las organizaciones culturales, al proponer su agenda cultural en búsqueda de una conciencia de su público sobre el tema de su interés, toman un papel educativo a través de la aplicación o uso de las herramientas que se dan en la comunicación digital con las redes sociales.

### **2.3. La comunicación digital y la educación**

La digitalización de los contenidos y la virtualidad para la enseñanza y aprendizaje de las personas no es una novedad y desde hace ya varios años las personas tienen acceso a libros y materiales en la red digital para su propia formación. Aunque no se descarta el uso tradicional del libro, es claro que la entrada de herramientas como Tablet, Kindle, Smartphones o las pantallas portátiles, han tomado un espacio importante en reemplazo del papel.

De igual forma, la digitalización ha abierto espacios alternativos para impartir o guiar clases magistrales a través de escenarios propios de la internet como Skype, Anymeeting, entre otros; en donde haciendo uso de la comunicación 2.0, la cual se

entiende permite mayor interactividad entre los emisores y receptores<sup>5</sup> de ida y vuelta, se ofrecen clases o tutorías magistrales a distancia que se realizan con mayor calidad y eficiencia, haciendo que sea cada vez menos necesaria la presencia de las personas en un aula escolar.

Ahora, esta investigación tiene en cuenta en principio a la 'comunicación digital', como un concepto que va más allá de un uso técnico de las herramientas virtuales o de la tecnología de la información y la comunicación TIC, enfocado en pensar a la comunicación como tecnología dedicada a la acción de conectar instrumentalmente a las personas o comunidades, lo cual llevaría a un análisis limitado de las acciones que se pueden realizar con instrumentos tecnológicos como la internet.

En este sentido, se toma a la comunicación digital como una interacción social que lleva implícitas acciones, intencionales o no, en donde se pueden desarrollar procesos educativos, de aprendizaje o cambio social. Si bien se ven realizadas en espacios digitales e implica necesariamente la utilización de instrumentos tecnológicos para su desarrollo, este tipo de comunicación lleva a las personas a experimentar, en muchos casos, una interacción entre incontables usuarios de manera instantánea, al tiempo que realizan actividades de aprendizaje.

Por tanto, se hace una apuesta sobre la idea que existen procesos comunicativos digitales que al mismo tiempo son educativos. Y en este trabajo, se destaca que pueden existir estos procesos educativos en manos de organizaciones o sujetos sociales, que, aunque no tengan como fin o propósito misional la educación, si los generan a través de la promoción o construcción de contenidos específicos en su actuar cotidiano, presentados en la web o en el mundo digital.

La educación continuada o el aprendizaje a lo largo de la vida, que exigen los nuevos modos de relación entre conocimiento y producción social, ... se están viendo transformadas radicalmente no sólo porque ahora la escuela tiene que convivir con saberes-sin-lugar-propio, sino porque incluso los saberes que se enseñan en ella se hallan atravesados por saberes del entorno tecno-

---

<sup>5</sup> Dadas las herramientas de la era digital, el término receptores, entendidos como algo pasivo, tiende a desaparecer y a convertirse en quien tiene la posibilidad de responder o no a la información que le es entregada.



comunicativo regidos por otras modalidades y ritmos de aprendizaje que los distancian del modelo de comunicación escolar.

Jesús Martín Barbero (2002, pág. 3)

Ahora, esta investigación para la Maestría en Educación, relaciona a la comunicación digital y las dinámicas que se crean en entornos virtuales situados en las redes sociales con la misma sociedad que es la que crea los imaginarios sobre un entorno físico. Este tipo de relación la toma Jaume Trilla (1997) con el concepto de Animación Sociocultural, quien plantea un proceso o acciones que buscan promover un desarrollo en lo social como cultural y concuerda que este proceso de desarrollo que implica directamente a la sociedad, no puede estar claramente desvinculado del carácter educativo. Ya que la Animación Sociocultural es “el conjunto de acciones realizadas por individuos, grupos o instituciones sobre una comunidad (o sector de la misma) [...] para promover en sus miembros una actitud de participación activa en el proceso de su propio desarrollo social como cultural.” (Trilla, 1997: 22).

En este sentido, si dentro de esta investigación se tiene en cuenta a unas organizaciones y específicamente a las culturales, entonces se aborda el concepto de cultura manejado por Trilla (1997:14), cuando se refiere a la Animación Sociocultural, y lo toma como todo aquello que se pueda transferir de una persona a otra a través del aprendizaje como por ejemplo el conocimiento, la ética, las normas de convivencia o de relacionarse entre sí, las tradiciones de las comunidades y círculos sociales, o también aquello que se relacione a los procedimientos o técnicas.

Esta transmisión de información que se gesta entre las personas y que se logra cuando se presenta algún tipo de contacto o relación entre ellas, es la que se tiene en cuenta para entender el concepto de cultura que abordado por Trilla (1997). No se limita entonces al concepto de cultura visto como algo exclusivo de las llamadas sociedades letradas, con reconocimiento social o ligada a lo académico, sino también aquella relación que se produce en múltiples actividades de interacción social como las que se encuentran en las redes sociales; que si bien puede que no resulten en un contacto físico, sí en una interacción de aprendizaje.

La vinculación entre la educación y los procesos que surgen en la comunicación

digital determinan esta investigación. Ya que es en las redes sociales, que hacen parte del mundo digital y por tanto de la comunicación digital, en donde los individuos que navegan o se internan en la virtualidad pueden desarrollar constantemente procesos de creación de identidades o imaginarios en conjunto

Orozco (2010) reflexiona sobre el escenario en donde la educación se puede dar y los modos en los cuales esta se desarrolla, planteando que ‘la educación también resulta de otras interacciones y encuentros, sobre todo de descubrimiento y exploraciones propias de los educandos’. (Orozco, 2010: 269). Es aquí en donde la vinculación del desarrollo tecnológico contemporáneo, se interna en los procesos educativos o de aprendizaje, permitiendo que, a partir de la propia interacción de los sujetos con el mundo, en este caso el virtual, puedan aprender de los contenidos expuestos y vistos a través de las pantallas interconectadas en red.

La experimentación de los sujetos en el mundo digital, determinado por un lugar y tiempo, se toma como Comunicación Digital, la cual está mediada de manera inseparable por las tecnologías de la información y la comunicación conectadas a internet o a redes de interacción virtuales desde dispositivos tecnológicos, lo cual permite “la constitución de un ambiente que posibilita la producción de presencia en el que los sujetos narran y experimentan la vida mediante brevedades e intersticios entre la productividad y el ocio”. (Amador, J. C, 2010: 148)

Aun sin saberlo, en las redes sociales contenidas en el mundo digital, que es en donde las comunidades e individuos convergen o encuentran, se está en un constante desarrollo de realidades e identidades conjuntas. Además, es un espacio en el cual las nuevas tecnologías de información y comunicación permiten, además de incentivar actividades en la vida de los sujetos, desarrollar imaginarios que modifican y promueven en algunos casos a la movilización social, planificación u ordenamiento territorial.

#### **2.4. Las organizaciones culturales y la educación informal**

La promoción cultural a través de organizaciones en la ciudad de Popayán, se ha realizado siempre, teniendo en cuenta el concepto amplio de cultura que se maneja

en este trabajo basado en Trilla (1997), dado que todo el tiempo se promueven pensamientos e ideas que se pueden o no convertir en actos tradicionales en la ciudad. Como por ejemplo, el caso exitoso de las procesiones de Semana Santa en la ciudad de Popayán.

La Junta Permanente Pro Semana Santa de Popayán es la organización que se ha dedicado a la promoción y organización, durante varias décadas, de esta tradición religiosa y cultural que representa a la ciudad, preservando un evento como las procesiones que se han realizado desde la fundación de Popayán.

Con la clara intención de crear su agenda cultural, las organizaciones culturales de la ciudad de Popayán, mantienen su función de promover a través de diversos medios de comunicación, su interacción o transmisión de información con su público, como el uso cotidiano de plegables, carteles, publicaciones en carteleras, publicidad en radio, prensa o televisión, hasta el recurso conocido como pregoneros, que en las calles van avisando sobre las noticias o actividades que se van a presentar; por supuesto que actualmente van dotados de megáfonos adaptados a sus vehículos como moto o automóvil.

Pero ahora, gracias a los medios de comunicación digital, sus actividades promocionales se amplían o modifican y toman camino hacia las redes virtuales con la publicación de contenidos sobre sus propias actividades o temas relacionados a Popayán. Es aquí en donde pueden promover masivamente sus objetivos a un público, el cual, dado el carácter de libre acceso que permite la internet, es posible que no sea exclusivamente el deseado u objetivo de las organizaciones, el que tenga posibilidad de interactuar, revisar, compartir o comentar sobre las publicaciones de la organización.

En este sentido, son las redes sociales como Facebook o Twitter que toman un papel fundamental en tanto se constituyen como plataformas para la publicación de contenidos libres, que permiten la promoción de una agenda cultural para la ciudad y la posibilidad de la construcción de imaginarios culturales en torno a Popayán. Con esto, se posibilita el desarrollo de una ciudad virtual con un carácter educativo o la vinculación del actuar digital en red de las organizaciones, como parte de una actividad que tiene la cualidad de educar, en este caso, sobre los imaginarios

urbanos.

Es posible encontrar que algunas organizaciones culturales de Popayán no tengan una intención meramente educadora o que esté determinado en su actuar misional la educación como un fin; pero se parte teóricamente de la premisa en esta propuesta investigativa, que los medios de comunicación masivos tienen una dimensión educativa implícita en su naturaleza o en sus dinámicas cotidianas. Haciendo de esta manera, que la función educativa de las organizaciones culturales, esté implícita en su actuar y en sus intereses, al publicar diferentes tipos de información en sus espacios digitales.

Los medios de comunicación masivos como internet, se constituyen evidentemente en un medio para llegar a esa ciudad digital educadora, en la cual los visitantes, que se encuentran conectados a la web desde diferentes dispositivos tecnológicos, en diversos horarios y lugares del mundo, pueden apropiarse contenidos, saberes e información que encuentran en internet. Igualmente, los visitantes o usuarios de estas redes de interacción social, pueden ser al mismo tiempo espectadores de los contenidos publicados por las organizaciones culturales, como promotores de dichas manifestaciones y creadores de sus propios contenidos.

Es en estos medios, como en la televisión, la radio o prensa, y ahora internet, en donde se gestan u ocurren procesos de comunicación masivos, que intervienen en las sociedades con la publicación de infinitos contenidos, teniendo una influencia sobre la manera de relacionarse entre las personas y sobre la misma cultura de las sociedades. “Resulta más plausible, no obstante, suponer que la tecnología de comunicación siempre producirá algún efecto sobre el proceso de comunicación en sí, y que la cultura y la comunicación están entrelazados.” (McQuail, 1991: 176)

Esta tendencia de la comunicación en influir sobre la educación de la sociedad, tiene su respaldo en las leyes colombianas gracias a la posibilidad que antes u organizaciones, diferentes a las establecidas con propósitos misionales educativos, puedan generar procesos educativos como las organizaciones culturales de Popayán. Lo anterior, se puede enmarcar dentro del Artículo 43 de la ley 115 de la República de Colombia, cuando establece que se “considera educación informal todo conocimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, entidades, medios

masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros no estructurados”.

Ahora, el papel de los medios de comunicación social, en el caso de esta investigación, relacionados con los medios digitales, igualmente tienen un valor fundamental para la promoción de información en los procesos educativos, como se plantea en el Artículo 44 de la ley 115, del Congreso de la República de Colombia.

ARTÍCULO 44. *Misión de los medios de comunicación social.* El Gobierno Nacional fomentará la participación de los medios de comunicación e información en los procesos de educación permanente y de difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y fines de la educación definidos en la presente Ley, sin perjuicio de la libertad de prensa y de la libertad de expresión e información.

Este artículo de la ley, vincula nuevamente a los medios de comunicación como un espacio por el cual también tienen cabida actividades o contenidos que pueden generar una intención educativa. Y es ahí en donde las redes sociales como Facebook y Twitter, pueden cumplir un papel educativo, en tanto permiten la promoción y difusión de contenidos, además de la libertad de expresión e información.

Hablar de procesos educativos en espacios de interacción digital, a partir de los contenidos de las organizaciones culturales sin propósitos educativos, puede resultar complejo o discutible si se piensa en la educación solo como la mera trasmisión de conocimiento impartido en un ambiente controlado e institucional. Pero, este trabajo se proyecta más allá y no desconoce los aprendizajes realizados de manera autónoma o cotidiana, en escenarios donde las personas interactúan con otros sin cita o acuerdo previo.

## **2.5. El motor de lo virtual, el ciudadano digital**

Los avances tecnológicos y su intromisión en la vida de los ciudadanos, ha estado ligada a su entorno laboral, ya que es para el trabajo para el cual se han creado

muchas herramientas tecnológicas, Pero también, estas han llegado a esferas como la educativa, el ocio y hasta los espacios familiares.

Esta ampliación de los usos de la tecnología, ha resultado en que se constituyan nuevos usuarios según la transformación de dicho avance. La familia por ejemplo, en contextos donde el acceso a la conectividad de internet es posible, ha migrado su comunicación hacia lo digital. Hace dos o tres décadas, aún era común la comunicación a través de cartas escritas a mano y enviadas por correo postal físico; pero ahora, los mecanismos que se utilizan para la comunicación han cambiado por cartas por medio del correo electrónico, llamadas telefónicas digitales, conversaciones o video chat que ofrecen plataformas como Facebook o aplicaciones como Whatsapp, entre muchos otros, haciendo que su interacción, o al menos su posibilidades de hacerla, se amplíe con la ayuda de herramientas tecnológicas digitales.

El trabajo también ha surgido cambios importantes. Ya no es necesario permanecer en un solo lugar para laborar, ahora la internet permite que un trabajador de contenidos, no tenga la limitación de distancia o tiempo y pueda realizar sus quehaceres desde cualquier parte del mundo y compartiendo su producción desde la red.

Igualmente ser contactado por sus empleadores casi en cualquier parte y a cualquier hora. O gracias también a la tecnología, las personas pueden dirigir actividades y máquinas de manera remota, confiando en los dispositivos conectados en red.

“En efecto, el trabajo en red y la hiperconexión de personas nivel global, permite que cualquier persona ubicada en cualquier lugar del mundo resulte cliente o usuario de bienes y servicios de forma inmediata, a los que anteriormente, no hubiera podido acceder simplemente por razones de distancia”  
Cedrolla S Gerardo (2017: 7).

Por otra parte, la tecnología y la red se han tomado gran parte del tiempo que se dedica al ocio y entretenimiento, ya que los contenidos de diversión o descanso, pueden encontrar solamente o con facilidad en internet. Ha llegado a tal la intromisión del empleo del tiempo de ocio, que se ha logrado que la permanencia en espacios

como Facebook, sean los lugares en donde muchas personas desean permanecer conectadas para relacionarse con otros o descansar.

En este escenario del individuo en el mundo digital, el usuario ha ido cambiando. El usuario de prensa, radio y televisión, antes de la llegada de la internet, tenían unos ritmos establecidos para recibir la información, pero ahora los ciudadanos que acceden a estos medios tienen la posibilidad de interactuar con los contenidos de manera diferente, como por medio de los hipertextos que se encuentran en los mismos medios tradicionales, que les permiten ampliar la información recibida al vincularlos con la internet.

Hay casos, por ejemplo, en donde una noticia o la información de un producto puede ser ampliada a través del escaneo con un celular inteligente, tableta o phablet, de un código QR impreso en un periódico de publicación diaria, el cual funciona como un hipervínculo hacia contenido digital en la web. Otro ejemplo es la posibilidad de generar, a través de la conexión en red de los televidentes con el presentador de un programa en vivo de televisión, por medio de mensajes de texto vía Twitter, Facebook u otra aplicación fácilmente descargada en el celular.

Con lo anterior, es necesario también plantear que se han desarrollado cualidades o competencias mentales en los ciudadanos, quienes al momento de interactuar entre ellos mismos mediante la tecnología digital o entre ellos con información puesta en red, se ven obligados a aprender las diferentes formas de interacción, de interpretación de contenidos o de su misma búsqueda; ya que las necesidades contemporáneas casi que exigen unas destrezas mínimas para poder hacer uso de la tecnología de manera eficiente, para entender el mundo o para moverse en la misma ciudad.

Ahora, la ciudadanía es una parte del reconocimiento que adquiere una persona que vive o ha nacido en una ciudad, en el caso de esta investigación, el término 'ciudadano digital' se relaciona con todo aquel que vive o realiza una interacción constante con internet, el cual ejerce una identidad a partir de un perfil virtual. Carlos Arcila Calderón lo define claramente cuando dice que es "la figura de un nuevo actor, el usuario de los medios digitales, viene a convertirse en un individuo activo, capaz de

ejercer su ciudadanía bajo un panorama de interactividad ofrecido por una plataforma digital” (Arcila Calderón, 2006: 18).

Este ciudadano digital tiene ciertas cualidades o características particulares ante el ciudadano no virtual, se aclara que no se le opone, sino que potencializa en cierta medida las posibilidades de opinión, interacción o agrupamiento en las redes sociales virtuales; el cual crea en el mundo virtual una representación (o no) de sí mismo mediante un perfil, para su interacción y para ejercer su ciudadanía.

Su cualidad de romper límites geográficos y no depender de las distancias para poder comunicarse con otros u obtener información, hace parte de sus características. El ciudadano digital puede pertenecer a grupos organizados en red desde cualquier lugar del mundo, o participar de diferentes actividades políticas de diferentes países, sin la necesidad o limitación de una nacionalidad.

También, el ciudadano digital es, en general, igual a todos los usuarios de la internet, “en tanto que todos los miembros de una comunidad virtual pueden ser emisores de información y no solo receptores ya que la virtualidad favorece la comunicación dialógica a través de las redes que cambian los modos de relacionarse, se trata de un acto de construcción y de conexión donde todos tienen la misma posibilidad de interactuar”. (Ávila, 2016: 4). Así, este ciudadano potencializa las posibilidades de interacción con su entorno al navegar en en en el mundo inmaterial de la virtualidad con iguales condiciones.

Por otra parte, se ha acuñado un término aún más específico dentro de los ciudadanos digitales y son “los ‘nativos digitales’ que refieren a una generación que desde muy temprana edad se introduce en prácticas relacionadas con los usos y apropiaciones de las tecnologías info-comunicacionales”. (Amador, 2010: 145). Con esto, permite entender la importancia de conocer sobre las interacciones, producción y efectos que tienen estos sujetos sociales inmersos en espacios digitales.

Estos ‘nativos digitales’, según Piscitelli (2006), son la generación que conocen el mundo digitalizado y no los que han vivido su transición de lo analógico a lo digital. Es esta generación digital, en las que se han generado nuevas formas de interacción, relacionamiento y lenguaje, donde la “la virtualidad tiene aparejada la



descorporeización de los individuos, con lo que prejuicios en torno a aspectos físicos, raza o género, entre otras, se disuelven totalmente.” (Ávila, 2016: 4)

En estos escenarios digitales, los espacios, mecanismos, objetos o formas, con los cuales se realizan actos comunicativos, son instrumentos para crear contenidos por parte de las sociedades, quienes ya han dejado de ser solamente consumidores y toman posición como “prosumidores, término adaptado del inglés prosumers, acrónimo que surge como resultado de combinar la palabra producir –productor– y consumer –consumidor– y que desafía la estructura tradicional de la distribución de mensajes exclusivamente a través de corporaciones mediáticas” (Arango-Forero, 2013: 689)

En estos medios habilitados y potenciados por las herramientas TIC, en donde se crean y legitiman sentidos por medio del lenguaje, los saberes y las interacciones culturales; también es posible

admitir que la relación entre estos tres elementos, comprendidos como producciones emergentes que circulan en el espectro híbrido y contaminado de las hipermediaciones, tiempo-lugar en el que los nativos digitales experimentan su vida, permiten identificar las mutaciones de su subjetividad. (Amador, 2010: 149)

Estos acercamientos virtuales, que se presentan en los escenarios digitales en donde los habitantes de la ciudad de Popayán se expresan, dan lugar a que se puedan realizar de manera individual o en conjunto y que al tiempo se configure su participación, como solo receptores de información, creadores de contenidos, participantes de las publicaciones o todas las anteriores, según su gusto o disponibilidad.

En este orden de ideas, pensar las diversas expresiones que pueden o no llevar a cambios y reflexiones identitarias o culturales, como a otras narraciones en torno a la ciudad de Popayán, se fundamenta como base para realizar esta investigación, en donde se analizan las expresiones o contenidos de las organizaciones en los medios dispuestos por las herramientas TIC. Igualmente, sobre ese papel educativo implícito que se puede encontrar en las actividades pedagógicas digitales de las

organizaciones culturales de Popayán, que promueven una agenda cultural para anunciar o publicar su información de interés organizacional.

## **2.6. Imaginarios urbanos**

Este concepto atraviesa ampliamente el propósito de este documento, dado que son los imaginarios sobre la ciudad de Popayán los que se presentan o proponen en los medios masivos de comunicación digitales por parte de las organizaciones culturales a través de las redes sociales.

Es necesario entonces revisar la construcción teórica alrededor de este concepto por parte de varios autores. En este sentido, según Gorelik (2004), se toman como “una reflexión cultural, sobre las más diversas maneras en que las sociedades se representan a sí mismas en las ciudades y construyen sus modos de comunicación y sus códigos de comprensión de la vida urbana”. Y es en los espacios digitales de las organizaciones culturales, en donde son expuestos por los promotores culturales y también reforzados, interpretados, comentados o compartidos por los públicos que los visitan.

Este concepto de imaginarios urbanos se desenvuelve inicialmente tomando a la ciudad como escenario principal para su desarrollo, dado que es en ella en donde los habitantes viven lo urbano. Sobre el concepto de imaginarios, García Canclini (1997) considera que estos imaginarios urbanos hacen parte de la historia de las sociedades y que surgen cuando “construimos suposiciones sobre lo que vemos, sobre quienes se nos cruzan, las zonas de la ciudad que desconocemos y tenemos que atravesar para llegar a otro destino, en suma, que nos pasa con los otros en la ciudad. Gran parte de lo que nos pasa es imaginario, porque no surge de una interacción real” (García Canclini, 1997: 89).

Lo anterior marca una base clara para identificar que los imaginarios urbanos no implican que sean resultado de una interacción física concreta, sino creaciones mentales que se pueden conformar socialmente; para el caso de este proyecto, en

escenarios de interacción social virtuales como las redes sociales tipo Facebook o Twitter.

Ahora, teniendo en cuenta que en este proyecto se plantea que los imaginarios también se construyen en las redes sociales, las cuales se asumen como un espacio de interacción individual y fundamentalmente grupal, surgen los “los imaginarios sociales [que] serían precisamente aquellas representaciones colectivas que rigen los procesos de identificación social y con los cuales interactuamos en nuestras culturas haciendo de ellos unos modos particulares de comunicarnos e interactuar socialmente.” (Silva, 2006: 104). Estos imaginarios son los que identifican a una sociedad o a la ciudad, que en el caso de Popayán han sido relacionados históricamente con lo clásico, religioso, resaltando su actividad cultural como algo vinculado a cierta élite social tradicional.

Es aquí en donde se presenta la importancia para este trabajo de la comunicación digital, su directa relación con las redes sociales, las organizaciones culturales y los imaginarios que en esta relación se construyen; a partir de la producción digital en redes virtuales que las organizaciones culturales de esta investigación buscan visibilizar. Además, es relevante conocer la intención de dichas organizaciones en la construcción de imaginarios culturales sobre la ciudad de Popayán, que puedan tener o no relación con los imaginarios urbanos que se tienen de una ciudad hidalga y colonial.

De este modo, se destaca la importancia del análisis de los contenidos de las publicaciones de las organizaciones culturales en escenarios cada día más consultados como internet, ya que el perfeccionamiento de los imaginarios culturales no se puede limitar o reducir a ser solamente una idea o imagen mental como lo afirma Buendía (2016), sino que estos se definen y expresan también en el quehacer de los ciudadanos a través de sus prácticas sociales cotidianas dentro de los espacios urbanos.

Al respecto, Hiernaux (2008: 20) afirma que “los imaginarios urbanos son fruto de la capacidad humana para representar la ciudad a partir de las imágenes que se presentan de ella al individuo y a la sociedad y transformar esta representación en un imaginario actante, es decir, en actos guiados por la imaginación”. Así, es preciso

revisar la influencia que se puedan gestar por medio de la comunicación digital sobre los imaginarios de la sociedad.

Al tiempo, que se destaca la importancia que tiene el análisis de los contenidos de estas organizaciones para presentar propuestas estratégicas de comunicación. Sobre lo anterior, Gorelik (2004) sugiere que:

tal vez los estudios culturales sobre los imaginarios urbanos deban ser leídos hoy no tanto para entender la ciudad y la sociedad urbanas, sino para entender cómo se está produciendo nuestro propio imaginario urbano, el de la tribu global académica. Gorelik (2004)

Las ciudades (las digitales) a las cuales alude esta investigación, son también el escenario en donde se construyen, de manera compartida, imaginarios que hacen referencia a representaciones, las cuales expresan el significado social que un grupo determinado le otorga al espacio que habita, definiendo aspectos relativos a la identidad personal y social del individuo y del grupo en relación al entorno físico, a través de un complejo conjunto de ideas, sentimientos, valores, objetivos, preferencias..." (Leal, 2002: 40).

Ahora, en estas ciudades digitales, que viven dentro del mundo virtual de la internet, la manera de crear o construir estos imaginarios se realiza a través del uso de la escritura, el sonido, la imagen estática y en movimiento, siendo "habitadas por saberes, deseos y emociones, actuando desde cada sujeto, constituyen las categorías imaginarias, las cuales se vuelven acción y se transforman en programas de vida urbana" (Silva, 1999: 10). De esta forma se convierten los imaginarios colectivos en acciones reales en la cotidianidad de una sociedad.

los imaginarios no solo son representaciones en abstracto, sino que se "encarnan" o se "in-corporan" en objetos ciudadanos que encontramos a la luz pública y de los cuales podemos deducir sentimientos sociales como miedo, amor, rabia o ilusiones. Y dichos sentimientos ciudadanos son archivables a manera de escritos, imágenes, sonidos, producciones de arte o textos de cualquier otra materia. (Silva, 2007: 34)

Nos encontramos en un escalón diferente en la construcción de imaginarios urbanos, donde ya no se realizan en espacios de interacción cara a cara en la misma ciudad física, sino que se dan en lugares deslocalizados como las redes sociales a través de comentarios escritos, interacción con emoticones, 'me gusta', vídeos, fotos o cualquier tipo de imágenes como los 'memes'<sup>6</sup>. Y es en estos escenarios en donde los sentimientos sociales cotidianos se presentan y al tiempo son debatidos, comentados, votados y compartidos por las organizaciones culturales de Popayán y también por los públicos que navegan por sus páginas web o perfiles.

Pero, al igual que los imaginarios que están en la mente y en la imaginación de la sociedad o en los individuos que la conforman, estos espacios virtuales creados por los medios de comunicación masiva en donde se comparten estos imaginarios urbanos sobre la ciudad de Popayán, si bien no son unos escenarios palpables (si esta fuera una condición para que sean reales), sí mantienen su característica como algo que hace parte de la realidad o que tiene la capacidad para serlo.

La imaginación, que conforman o se encuentran dentro de los imaginarios, es "entendida como la facultad o el poder de hacer aparecer representaciones en el pensamiento y con independencia de la realidad. De lo que resulta que la relación de "lo imaginario" con "la imaginación" no implica, en primer lugar, realidad o irrealdad sino origen creativo de la facultad humana de invención." (Cabrera, 2004: 10). Es así como también se le da validez al lugar y origen, a los espacios digitales como las redes sociales, en donde la imaginación es se presenta como acción creativa de imaginarios urbanos sobre la ciudad de Popayán.

Los imaginarios entonces, se crean, modifican, expresan y exponen en los escenarios como las redes digitales y son las organizaciones culturales, según este proyecto, una de las cuales los promueven según su perspectiva, porque "el imaginario tecnocomunicacional, en su sentido explícito y radical, abre un espacio para pensar lo visible e invisible, lo pensable e impensable, lo imaginable e inimaginable en esta sociedad. Desde la sociedad actual se concibe a sí misma

---

<sup>6</sup> Es una construcción digital basada en comentarios cortos o textos breves acompañados de imágenes, que explican con humor un tema o una posición sobre una idea o situación.

permitiendo, prohibiendo y promocionando decisiones y acciones. (Cabrera, 2004: 42). De este modo, las nuevas tecnologías de la información y comunicación digitales, “en tanto imaginario, son fuente y matriz, patrón, objeto y fin de las acciones de la sociedad y de sus miembros.” (Cabrera, 2004: 42).

### **3. CAPÍTULO III: Las organizaciones culturales y la educación**

#### **3.1. Paso a paso metodológico.**

Este apartado hace referencia a los pasos que se realizaron para el desarrollo metodológico de la investigación, teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente en la sección 'El estudio de la sociedad en la red digital'. Es por eso que esta investigación se llevó a cabo de la siguiente manera.

Después de revisar los espacios virtuales, en donde las organizaciones culturales que presentan una agenda cultural para la ciudad de Popayán y son expuestas a todo tipo de público que visita sus páginas o perfiles en internet, se seleccionaron las siguientes seis organizaciones para realizar el seguimiento detallado de sus publicaciones: Festival de Cine Corto de Popayán (FCCP), Corporación Gastronómica de Popayán (CGP), Festival de Música de Popayán (FESPO), Colectivo Cultural Wipala (WPL), Popayán Cultural (PC) y La Ermita Cuenta (LEC).

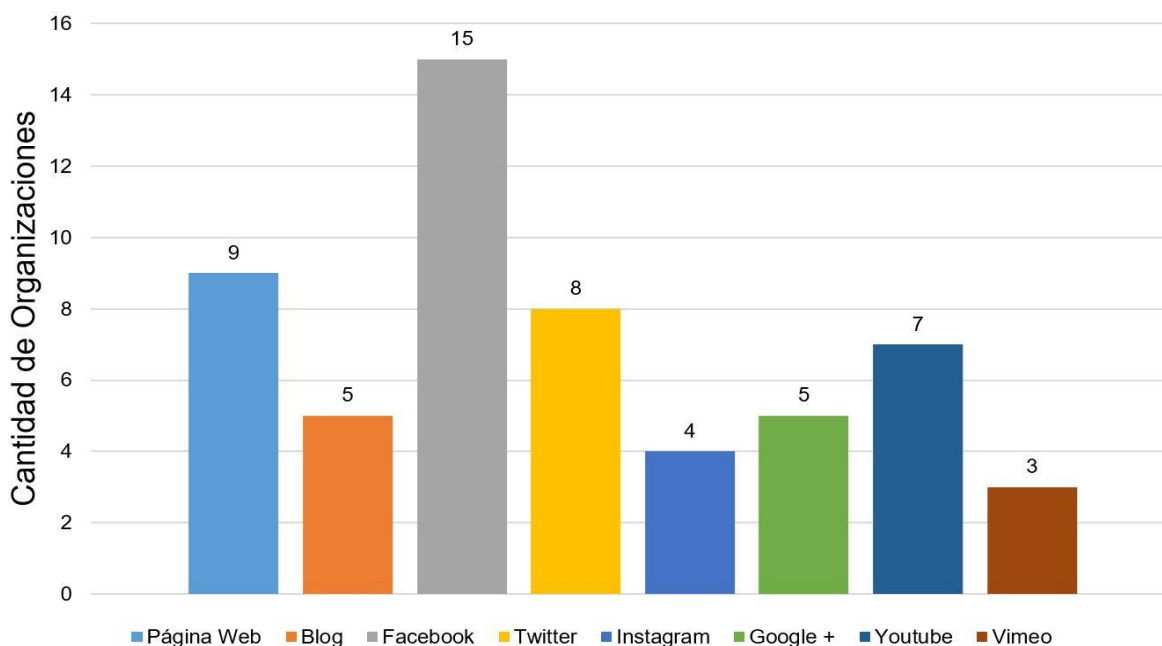
La anterior selección corresponde a la cantidad de publicaciones y contenidos que las organizaciones culturales de Popayán presentan en sus espacios digitales o virtuales, determinando con esto que ellas tienen una mayor participación en las plataformas o redes sociales revisadas. Además de evidenciar una mayor intervención de los ciudadanos de Popayán, visitantes o público diverso a los espacios digitales.

Para llegar a la selección de las seis organizaciones de esta investigación de maestría, se tuvo en cuenta la Fase I y II de la investigación La ciudad digital(izada)<sup>7</sup>, en la que, a través de un mapeo de todos los espacios digitales públicos en internet de las 15 organizaciones iniciales, se logró determinar los escenarios virtuales en los que estas hacen presencia activa, o que la hayan hecho en algún momento.

---

<sup>7</sup> La ciudad digital(izada). Fase II: La comunicación digital como escenario para la construcción y promoción de imaginarios culturales sobre la ciudad de Popayán. ID: 4512. Vicerrectoría de Investigaciones. Universidad del Cauca.

Gráfica 1 Presencia de 15 organizaciones culturales en internet año 2016



Fuente: Elaboración propia.

En esta revisión de los espacios digitales, fue clara la inclinación o preferencia de las 15 organizaciones culturales revisadas en internet, las cuales hacen uso regular de las plataformas dedicadas a las redes o espacios sociales para publicar o presentar sus actividades, por la red social Facebook como aquella en la cual coinciden para presentar sus publicaciones.

Esta primera gráfica, permite ver que Facebook es el único espacio en donde todas las organizaciones hacen presencia, o en principio, en el cual han creado cuentas para compartir con sus públicos; además que esta plataforma resalta considerablemente de los otros espacios como la más utilizada.

Después de la selección de las organizaciones, y teniendo en cuenta lo anterior, se determinó que la investigación se realizaría en la plataforma social Facebook, en donde se buscarían las publicaciones realizadas por las organizaciones durante el 2016.

Una vez recopiladas y sistematizadas en tablas las 744 publicaciones realizadas por todas las organizaciones seleccionadas, se organizaron según las cuatro tipologías de uso propuestas por Buendía, Ruano y Gómez (2017), las cuales se describen más



adelante en el apartado 'Usos de la comunicación digital en las organizaciones culturales', permitiendo una categorización de los contenidos. En este paso también se consideraron los comentarios realizados a las publicaciones.

A partir de esta categorización, se revisaron los contenidos publicados con el objetivo de conocer de qué manera se generan procesos educativos desescolarizados en las agendas propuestas por las organizaciones culturales de Popayán; teniendo en cuenta a la comunicación digital como herramienta para promover imaginarios culturales. Por lo tanto, se hace la búsqueda de relaciones entre los contenidos de las organizaciones culturales en la red social Facebook y procesos de carácter educativo, y describir cómo las organizaciones que hacen presencia en web pueden apelar de un proceso pedagógico o educativo implícito.

### **3.2. Los espacios virtuales de las organizaciones**

El análisis de esta investigación está centrado en las publicaciones realizadas por seis organizaciones culturales de Popayán, que promueven a través de las redes sociales en internet varias opciones culturales para los habitantes o visitantes de la ciudad. Estas organizaciones se han establecido en la capital caucana y logrado un reconocimiento social con las actividades que desarrollan permanentemente.

Algunas de las organizaciones culturales dirigen su misión o actuar en un evento principal, por eso dedican una mayor cantidad de publicaciones o esfuerzos en red a un momento determinado del año. Y, por otra parte, hay organizaciones que tienen diferentes eventos o actividades programadas durante varios meses y su cantidad o intensidad de publicaciones en línea varían según sea la proximidad del evento.

Para esta investigación, se tuvo en cuenta las publicaciones o contenidos presentados en las redes sociales digitales de las mismas organizaciones culturales en la red social Facebook, tenida en cuenta como una fuente de información etnográfica, dado que según Hine (2004), la tecnología posibilita mantener relaciones sociales a través de lo virtual. Por eso los anteriores espacios digitales, se tomaron como bases de información para realizar una etnografía virtual o netnografía, donde se analizan las dinámicas comunicativas, los imaginarios culturales y los usos de la comunicación

digital empleada por las organizaciones culturales en el periodo comprendido entre enero y diciembre del 2016.

De igual forma se evidenció que el uso dado por las organizaciones a Facebook se puede diferenciar entre las demás opciones, además de ser el más utilizado por las organizaciones, al permitir crear un espacio en su plataforma como 'perfil'<sup>8</sup> y 'página'<sup>9</sup>. Es posible que los gestores culturales mantengan la modalidad perfil para mantener a los amigos que ya tienen en su cuenta personal, pero la mayoría utiliza la 'página' en Facebook para la promoción o divulgación de sus publicaciones.

El siguiente espacio virtual que más utilizan las organizaciones culturales es la Página Web, como el FCCP con su dominio: [www.festicinepopayan.com](http://www.festicinepopayan.com); o el CGP con su página: <http://gastronomico.org.co>. Estos escenarios se convierten en lugares para publicar variada información a los públicos objetivos de las organizaciones, como imágenes de los eventos, artículos de diferentes medios o publicidad propia del evento.



Imagen 1. Selección de contacto. Fuente: [www.wipala.com.co/contactenos/](http://www.wipala.com.co/contactenos/)

Estas páginas web, en el caso de esta investigación y partiendo de la necesidad de buscar una interacción en la investigación de la Ciudad Digital(izada) Fase II, entre

<sup>8</sup> Esta modalidad de creación de espacio virtual en Facebook, corresponde principalmente a personas, dado que su propósito es representar a individuos que publican sus intereses, fotos propias, historias y experiencias vividas. En este se puede presentar como una biografía virtual de una persona.

<sup>9</sup> Este tipo de página permite a los usuarios de Facebook, crear una página para dar a conocer su marca, negocio o propósito de manera gratuita. El tipo de página se puede seleccionar entre: lugar, negocio, empresa, organización, institución, marca, producto, artista, personaje público, causa o comunidad.

las organizaciones y la comunidad visitante, se consideran insuficientes como un mecanismo donde se puedan evidenciar relaciones entre las organizaciones y sus públicos.

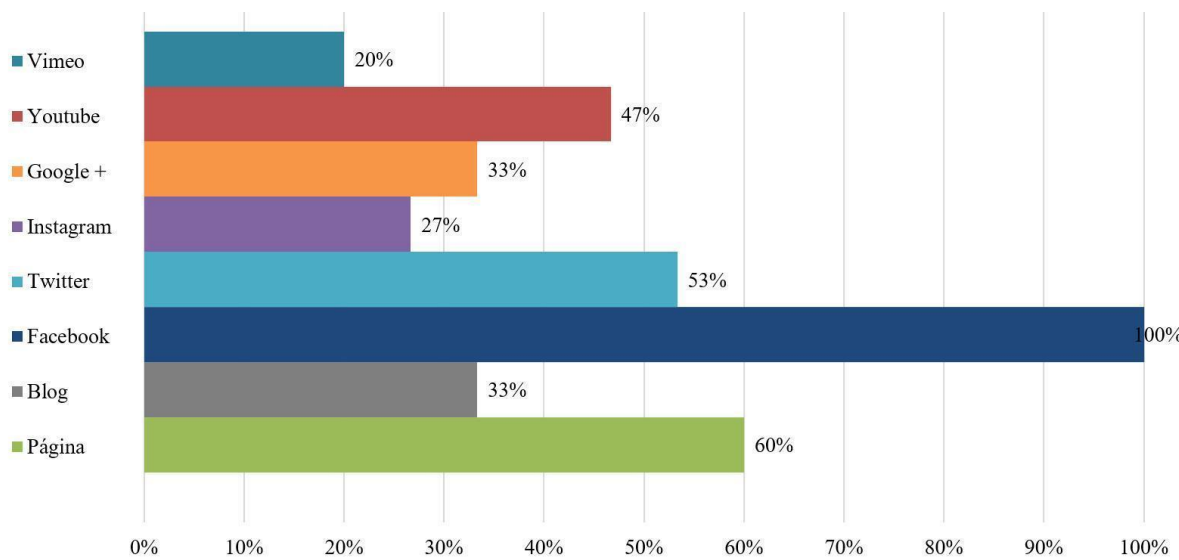
Estas interacciones con la comunidad que se buscan en la investigación, no las brindan las páginas web, dado que su construcción o realización técnica permite solamente, a quien acceda a la página web, interactuar con la organización a través de una pestaña u opción (contáctenos) para enviar un correo electrónico, pero no permite una relación simultánea de comunicación como sí lo hacen las redes sociales.



The image shows a contact page for the Festival de Cine Corto de Popayán. On the left is a poster for the festival, featuring a stylized figure and the text: "FESTIVAL cine corto POPAYÁN", "El cine esconde tesoros Los descubriremos en Popayán del 23 al 27 de octubre de 2011", and "www.festicinepopayan.com". On the right is a contact form with the following fields: "Nombre (requerido)", "Tu correo electrónico (requerido)", "Asunto", and "Mensaje". There is also a "Enviar" button at the bottom of the form.

Imagen 2: sección de contacto, página web Festival de Cine Corto de Popayán. Fuente: [www.festicinepopayan.com/contactenos/](http://www.festicinepopayan.com/contactenos/)

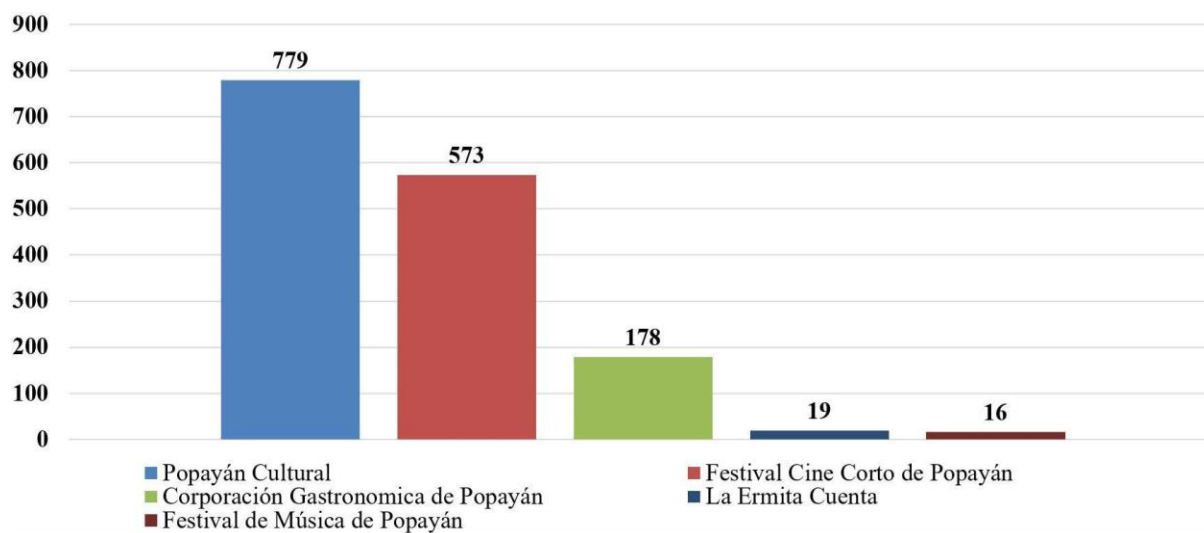
Gráfica 2 Presencia de las organizaciones culturales en internet en porcentajes.



Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, la red social Twitter es el tercer escenario virtual en el que las organizaciones realizan sus publicaciones, y que, en el año 2015, según datos de la Fase I de investigación, las organizaciones PC y FCCP, se destacan ampliamente en la difusión de contenidos frente a otras organizaciones como LEC y FESPO.

Gráfica 3 Cantidad de publicaciones en la red social Twitter por parte de las organizaciones culturales en el año 2015.



Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta la cantidad de publicaciones realizadas en Twitter por las organizaciones culturales seleccionadas en el año 2015, es claro que la diferencia resulta bastante amplia y para el caso de esta investigación, el corpus se determina muy dispar y se busca un escenario en donde la participación sea lo más parecida posible o que durante el año hayan tenido una que permita un mayor análisis o comparación.

Por ejemplo, siendo FESPO y PC parte de las seis organizaciones seleccionadas en la Etapa 1 de la Investigación con el Grupo ECCO que mayor presencia tuvo en el 2015, la organización FESPO tiene solamente 16 interacciones en Twitter, que en promedio son 1.3 al mes; frente a las 779 de PC durante el año, o 65 interacciones en promedio durante un mes. Lo anterior determina un margen muy amplio sobre el interés de las organizaciones culturales por este tipo de plataforma para su publicación de contenidos.

Partiendo del propósito de encontrar procesos educativos desescolarizados en los contenidos publicados en organizaciones culturales, se resuelve descartar otras redes sociales o espacios virtuales en internet y utilizar la red social Facebook, como una en donde las organizaciones pueden tener mayor interacción con su público y que la cantidad de publicaciones sea más equitativa.

Además de la cantidad de publicaciones, se tuvo en cuenta para la selección del espacio o plataforma de investigación, las características que estas prestan o disponen para los diferentes usuarios. En el caso de Facebook, la posibilidad de ver fácilmente y promover las publicaciones o diferentes tipos de textos contenidos en un espacio o 'muro' en donde las personas pueden consultar y opinar.

También, es una red social que en Colombia tiene mayor cantidad de usuarios y que a la cual las organizaciones apelan con mayor interés. Según Daniela Abad, en el año 2015 Facebook en Colombia tenía 24 millones de usuarios y 11 millones activos diarios, mientras que Twitter 4.2 millones de usuarios registrados. Y según datos del 2017 en la revista Portafolio (2017), el director de Facebook para el país, Juan Pablo Consuegra, asegura que son 17 millones de cibernautas diarios.

### 3.3. Facebook como escenario educativo

En este apartado se hace una reflexión sobre las publicaciones que las organizaciones culturales de Popayán han realizado en la plataforma Facebook y cuál es el componente educativo que estas publicaciones pueden tener implícitas. Si bien, se tiene en cuenta que en esta investigación no se plantea a Facebook como un escenario virtual y educativo en si misma utilizado por parte de las organizaciones, este si termina siendo un espacio en donde se desarrollan contenidos y procesos que llevan en ellos un carácter educativo, teniendo en cuenta las tipologías de uso revisadas.

En los espacios revisados en Facebook de las seis organizaciones seleccionadas, se evidencia que la diferencia en cantidad de publicaciones no es tan amplia como en la plataforma Twitter y existe una mayor participación durante el año. A pesar que en el caso de Facebook se destacan tres organizaciones (FCCP, LEC y PC) con el doble y hasta el triple de publicaciones sobre la cuarta a sexta organización, no es una diferencia tan grande como en la plataforma Twitter en donde una organización tuvo 779 sobre otra con solo 16 publicaciones o tweets al año. Además, es en Facebook en donde todas las organizaciones han abierto un espacio de publicación.

Gráfica 4 Total de publicaciones realizadas por las organizaciones culturales entre enero y diciembre de 2016 en la red social Facebook.



Fuente: Elaboración propia.

Es en esta plataforma, Facebook, en donde se indaga sobre la conexión entre las publicaciones de las organizaciones culturales y su cualidad educativa inmersas en ellas, que a través de la comunicación digital se promueven imaginarios culturales sobre la ciudad de Popayán.

Facebook es masivo, un alfabetizador fácil, con una arquitectura simple, una convergencia digital alta y sencilla. Promotor de un tipo de cultura de lo fácil, lo divertido, lo accesible. Facebook es el nicho perfecto de una nueva cultura emergente, todo en retazos, integrado en forma efímera, siempre en movimiento, sólo tocando la superficie. Una complejidad que muta todo el tiempo, que parece no concretarse en nada, que siempre está en cambio, sin sedimento, sin forma de fondo, sin profundidad alguna. Ejemplo claro de una nueva forma de la cultura contemporánea. (Galindo 2011b:178)

Claramente los contenidos publicados por las organizaciones, corresponde a su interés misional o a la temática que ellas manejan y proporciona a sus públicos variada información que les permite conocer su forma de pensar institucional y además adquirir conocimiento sobre una visión de ciudad o formas de concebir el mundo.

### **3.4. Usos de la comunicación digital en las organizaciones culturales**

Determinar los usos de la comunicación digital que hacen las organizaciones culturales de Popayán, a través de sus diferentes publicaciones, fue importante para comprender la función o propósito que tienen con la información presentada en la red social Facebook.

Entonces, después de revisar los contenidos de las organizaciones del 2016 a través de la observación, teniendo en cuenta la etnografía virtual planteada como método de investigación, resultó para el análisis investigativo tres tipologías de uso: Informativo, Educativo y Generación de Redes. Para lo anterior, se tuvo en cuenta el trabajo de Buendía, Ruano y Gómez (2017) sobre las tipologías de uso de la comunicación digital, en donde se revisaron cuatro organizaciones culturales. Para el

caso de este trabajo investigativo para la maestría, en el análisis se integra la tipología de 'Formación de Públicos' en la 'Educativo', dada la estrecha relación que existe entre estas; además la Formación de Públicos se toma como dependiente o efecto de la tipología enfocada en lo Educativo.

Teniendo en cuenta lo anterior, se describen las tipologías de uso de la comunicación que hacen las organizaciones culturales, según Buendía, Ruano y Gómez (2017):

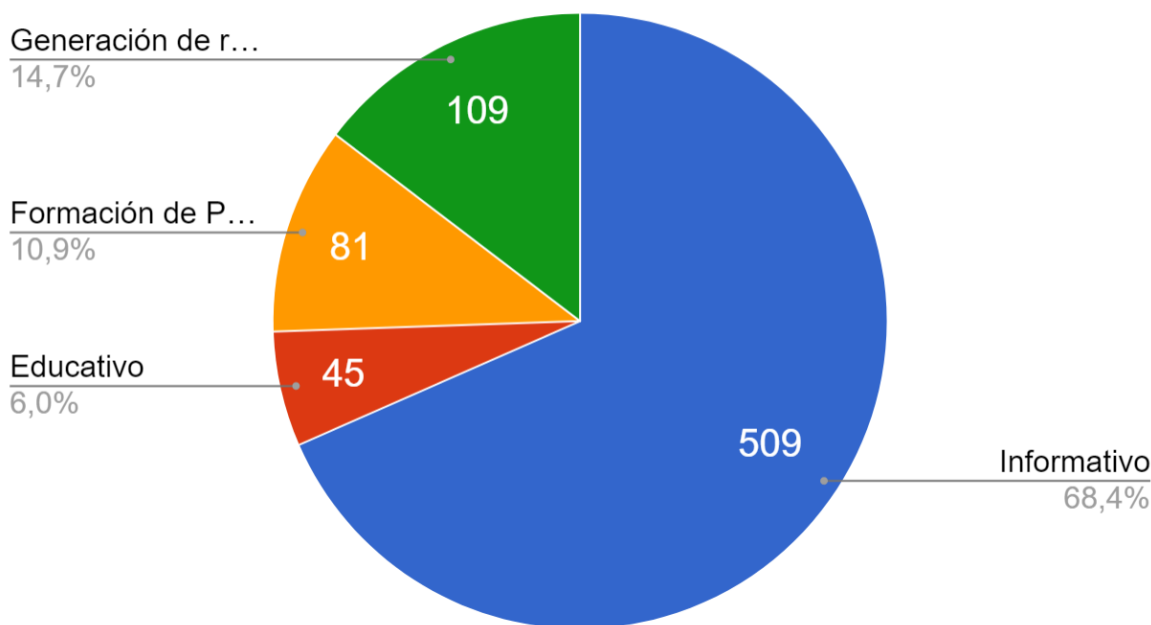
- a) *Uso informativo/divulgativo*: este uso tiene una función enfocada en la presentación de la organización, en donde estas buscan mostrar a su público sus actividades cotidianas y hacer publicidad de sí mismos o sus intereses.
- b) *Uso educativo*: hace referencia a las publicaciones que tienen un propósito formativo directo o indirecto, aunque se asegura que en las publicaciones de las organizaciones culturales es posible que su objetivo principal no sea educativo, pero que pueden terminar con algún componente educativo. Sobre este uso, se tienen en cuenta las publicaciones que buscan que sus públicos puedan obtener o apropiarse de cierto conocimiento relacionado con el actual de la organización.
- c) *Formación de públicos*: esta tipología tiene una estrecha relación con la informativa o educativa, debido a que los públicos de la organización pueden terminar con conocimientos adquiridos y en unos públicos con mayor interés sobre las temáticas tratadas en los espacios virtuales de las organizaciones culturales.
- d) *Generación de redes*: esta depende de las dinámicas comunicativas y de interacción que se presentan en las redes. "Al tiempo que se comparte información y se forma a nuevos públicos, se van tejiendo nuevas redes de contactos y significación compartida. La forma como es asumida la cultura y la ciudad (y la cultura en la ciudad) se pone en común gracias a las redes sociales que se articulan gracias a la comunicación digital." Buendía, Ruano y Gómez (2017:13).

Teniendo en cuenta las tipologías de uso establecidas, se llevó a cabo la



clasificación de las 744 publicaciones realizadas por las organizaciones culturales durante el 2016. Para su clasificación, se revisó el espacio en Facebook de cada una de las cinco organizaciones y se ubicaron según fuera su uso.

Gráfica 5 Porcentaje de uso y cantidad de publicaciones Facebook 2016



10

Fuente: Elaboración propia.

Se puede apreciar claramente que el principal uso que hacen las organizaciones culturales de Popayán, con la publicación de sus diferentes contenidos en la plataforma social Facebook, se inclina hacia el uso informativo; siendo muy superior, con un 68,4%, frente a las otras publicaciones que conforman el 31,6% faltante entre los otros tipos de uso.

En segundo lugar, en interés de las organizaciones es el uso enfocado en la generación de redes, en donde a través de la vinculación de otros usuarios o páginas de Facebook en las publicaciones hechas en sus espacios virtuales, procuran

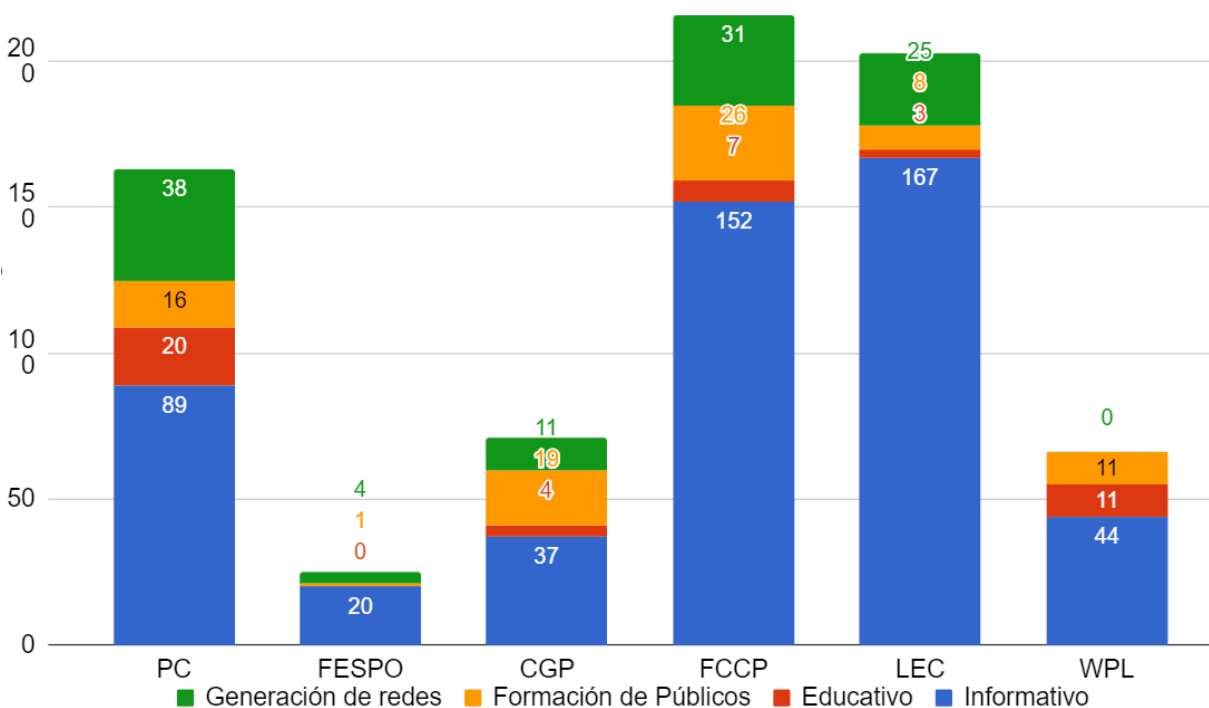
<sup>10</sup> Gráfica creada a partir de la clasificación en las tipologías de uso planteadas por Buendía, Ruano y Gómez (2017) de todas las publicaciones realizadas en el 2016 por las organizaciones culturales. A diferencia de la investigación de los anteriores autores, en este trabajo, se añadió a la organización cultural La Ermita Cuenta.

mantener o formar una interacción con otras organizaciones o contactos importantes relacionadas con su actuar organizativo.

Cabe resaltar que, para el caso de esta investigación, el propósito se centra en revisar ese 6% de intención educativa de las organizaciones sociales culturales, dado que, según estos resultados de clasificación, los usos en los contenidos publicados tienen una relación con la educación. Aunque es posible que la intención de las organizaciones no sea generar procesos educativos a través de sus publicaciones, estas sí tienen una conexión con un proceso relacionado.

Después de revisar la cantidad de publicaciones de todas las organizaciones culturales y su relación o clasificación con las tipologías de uso, se separan los usos según las organizaciones, con el fin de evidenciar cuales son las intenciones comunicativas de las organizaciones.

Gráfica 6 Tipologías de Uso - Organizaciones Culturales 2016



Fuente: Elaboración propia.

La separación de los usos en cada organización arrojó los siguientes

porcentajes y clasificación de mayor a menor, en la siguiente Tabla, en donde se indica el interés principal evidente de las organizaciones culturales con sus contenidos publicados en Facebook.

Tabla1. Clasificación de las organizaciones según la tipología de uso. Números en porcentajes.

	<b>Org</b>	<b>Infor.</b>	<b>Org.</b>	<b>Edu.</b>	<b>Org.</b>	<b>Forma Pú.</b>	<b>Org.</b>	<b>Gen redes</b>
1	LEC	82,3	WPL	16,7	CGP	26,8	PC	23,3
2	FESPO	80	PC	12,3	WPL	16,7	FESPO	16
3	FCCP	70,4	CGP	5,6	FCCP	12	CGP	15,5
4	WPL	66,7	FCCP	3,2	PC	9,8	FCCP	14,4
5	PC	54,6	LEC	1,5	FESPO	4	LEC	12,3
6	CGP	52,1	FESPO	0	LEC	3,9	WPL	0

Fuente: Elaboración propia.

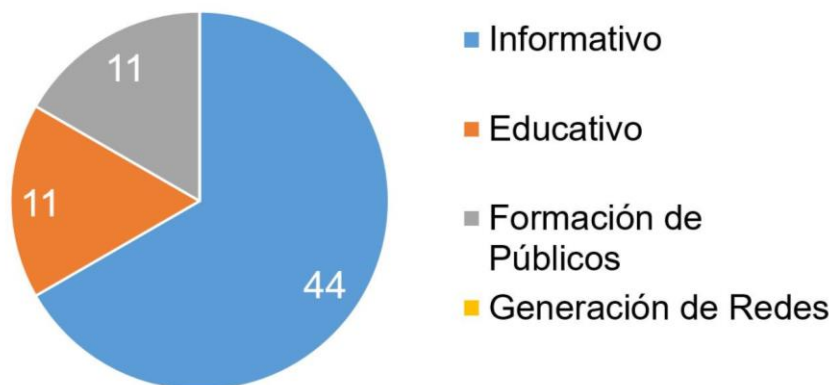
Partiendo de los datos sobre las tipologías de uso y la clasificación de las organizaciones según la tipología de uso, es evidente que Popayán Cultural es la organización que más ha hecho publicaciones relacionadas con la educación, con 20 publicaciones sobre 163 en el año. Pero es Wipala, quien, a pesar de solo haber realizado 11 publicaciones sobre la tipología de uso Educativo, estas corresponden al 16,7% de sus publicaciones sobre el año 2016, superando en porcentaje a Popayán Cultural.

Por otra parte, están La Ermita Cuenta y el Festival de Música de Popayán, quienes ocupan los últimos lugares en el ámbito relacionado con publicaciones educativas, evidenciando su bajo interés o total desinterés sobre los contenidos educativos; en contraste con los contenidos dedicados al ámbito o a la tipología de uso Informativo, los cuales corresponden al 82,3% y 80% respectivamente. Esto las ubica como las organizaciones que más publican información relacionada con publicidad sobre sí mismas, enfocada en su propia presentación y actividades programadas.

A continuación, se muestran como ejemplo algunas publicaciones realizadas por las organizaciones culturales de la ciudad de Popayán, en donde hacen uso de las tipologías de uso planteadas anteriormente. Para el caso de esta investigación, se tendrá en cuenta principalmente aquellas que tienen relación con el uso educativo.

### 3.4.1. Sobre las publicaciones del Colectivo Cultural Wipala

Gráfica 7 Tipología de uso Colectivo Cultural Wipala



Tipologías de uso por organización en 2016. Fuente: Creación Propia.

En el caso de Wipala, esta organización presenta en sus publicaciones, la intención como colectivo de apoyar expresiones sociales e identitarias de las comunidades tanto urbanas como rurales. Muestra en su producción artística y cultural, una idea de comunidad con una inclinación hacia lo natural, espiritual y étnico.



Imagen 3. Fuente: Facebook/Wipala

En la imagen anterior, se puede ver la intención Informativa de Wipala

promocionando sus productos y actividades, apoyados de material gráfico y un enunciado re publicado del año 2015: “Ven y disfruta de nuestros deliciosos hervidos sureños!!! Con y sin licor”. De esta publicación también se destaca el estilo de la organización al tomar a los hervidos sureños como una receta propia o que los identifica como una ‘bebida de la casa’. Además, la imagen muestra la vajilla que se utiliza para servir la bebida, la cual tiende a ser artesanal o tradicional.

Por otra parte, las publicaciones tienen un enfoque hacia la identidad payanesa. Una parte del colectivo cultural se llama Popayán Memoria y Encanto, en donde a través de un grupo teatral, promueve el valor cultural de la ciudad de Popayán.

 **Wipala Popayan** compartió la foto de Popayan Memoria y Encanto. \*\*\*  
20 de agosto de 2016 · 🌐

Antonia, La Chichera en la Noche de Museos!



Imagen 4. Fuente: Facebook/wipala.

Este colectivo cultural que hace parte de Wipala, habla sobre imaginarios de la ciudad de Popayán, como la ciudad colonial, en donde a través de personajes teatrales, pretenden rescatar la importancia de conocer la tradición cultural de la ciudad y darle valor al patrimonio material e inmaterial que ella contiene. En este caso la publicación del 20 de agosto de 2016 (imagen 4), muestra a un personaje típico de la región, la ‘Chichera’, quien cuenta historias sobre la Popayán, vestida según la época de su caracterización, en este caso, en uno de los museos de Popayán en el marco de

la 'Noche de Museos'<sup>11</sup>.

## Wipala. Ceremonia del Yage. 15 mayo 2016

 **Wipala Popayan**  
15 de mayo de 2016 · 🌐

Ceremonia de Yage - Ayahuasca en El Sendero Magico. Mayo 21 8 pm

**Ritual de Sanacion**  
*Sagrada planta de*  
**Yage**



Taita **RAFAEL RESTREPO**  
**Mayo 21**  
**8 p.m.**

El Sendero Mágico km.2 via al Huila (Popayan)

Imagen 5. Fuente: Facebook/wipala

En este orden de ideas, Wipala también propone una idea alternativa para la ciudadanía, relacionada con las culturas étnicas o ancestrales indígenas de Colombia o el Cauca. Por ejemplo, en la imagen 'Ceremonia del Yagé', se promueve directamente un ritual de sanación por medio de una imagen sobre un ritual indígena en donde un conocido 'taita' guía la toma del Yagé.

Esta organización, entonces, claramente promueve varias propuestas o miradas

---

<sup>11</sup> Evento organizado por la Alcaldía de Popayán, donde se abren al público de manera gratuita, los museos del centro de la Ciudad. Además de realizar eventos públicos en las plazas o parques cercanos.

culturales sobre la región y la ciudad. Por un lado se resalta la idea de ciudad tradicional relacionada directamente con Popayán histórica y por otra parte, una propuesta para la ciudadanía relacionada con la tradición ancestral indígena. Esta última con más intensidad, al parecer, dado que utiliza continuamente referencia a la vida o a actividades sobre la paz desde las comunidades indígenas, en la búsqueda de resaltar el cuidado del territorio ancestral, utilizando las imágenes o contenidos que hacen referencia a las actividades o lugares de las comunidades nativas del Cauca.



Imagen 6. Fuente: Facebook/wipala

Sobre lo anterior, el 31 de mayo del 2016, como parte de la tipología de Formación de Públicos, Wipala en su muro de Facebook comparte una foto de una de las pinturas de Jafeth Gómez, miembro directivo del colectivo cultural, con el comentario “¡Estamos en Minga por la Vida!”.

La identificación con movimientos o identidades indígenas es evidente en la organización Wipala, al revisar las palabras que se están utilizando en las publicaciones en Facebook. En el caso de la anterior publicación, el uso de la palabra ‘Estamos’, muestra un gran apego con la representación que hace el artista Jafeth a través de la imagen, en donde se muestra el apoyo por la lucha en las vías o carreteras

de Colombia que realizan los indígenas, que tiene relación con una idea de patriotismo y cuidado del agua.

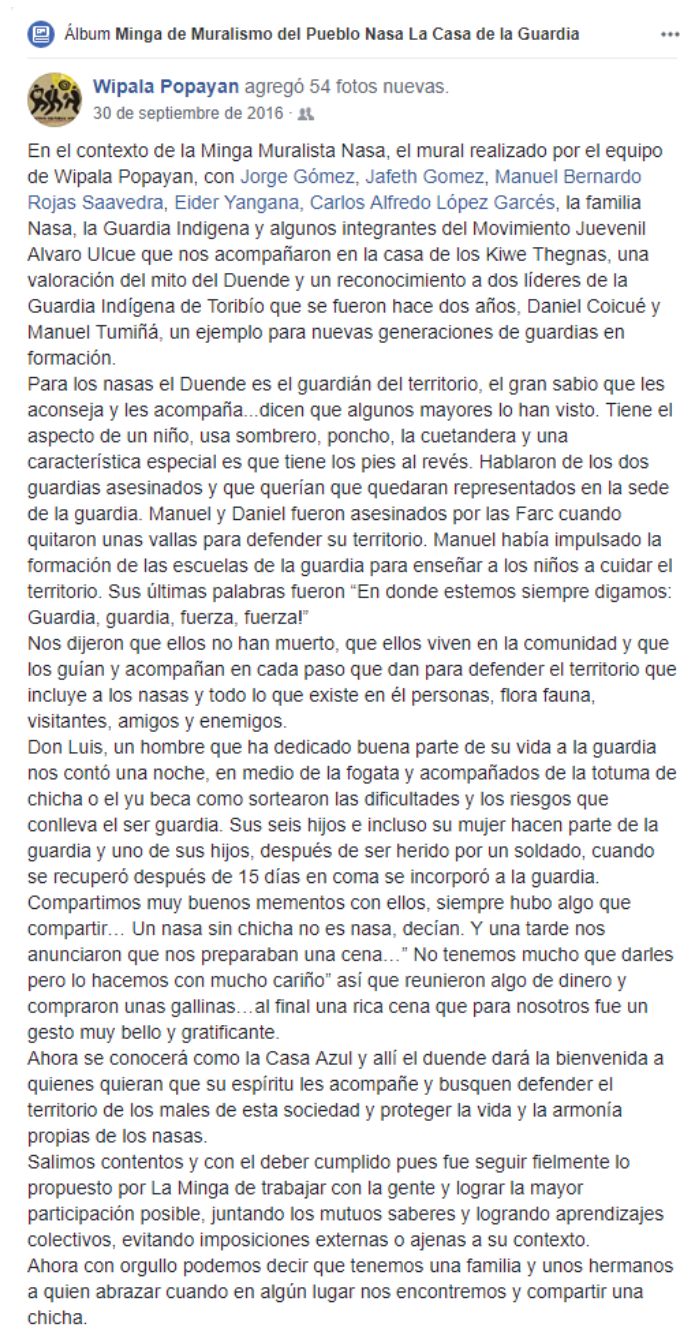


Imagen 7. Minga Muralista Nasa. Historia del Duende.  
Fuente: Facebook/wipala. 30 de septiembre de 2016.

En ese mismo sentido, el uso de la palabra 'Minga' denota su influencia o inclinación por resaltar ante su público la cosmovisión indígena del Cauca, dado que esta palabra tiene su origen de la lengua quechua y relacionada con una tradición de



las culturas precolombinas en donde se realizan actividades en comunidad para el bien común.


En ámbito educativo o en relación a la tipología de uso por parte de Wipala, hay algunas publicaciones de las cuales se destaca el contenido escrito que acompaña generalmente a una imagen.

La organización Colectivo Cultural Wipala, muestra su propósito educativo, explicando su trabajo realizado en las comunidades indígenas, por medio de publicaciones como 'Minga Muralista Nasa. Historia del Duende.' donde cuenta su experiencia con el pueblo Nasa en Toribío Cauca y lo aprendido sobre la cosmovisión de las comunidades que visita.

Con esta publicación, la organización promueve, además de los resultados de un trabajo en conjunto como acto informativo, una conciencia sobre la protección de los recursos naturales y procura compartir el conocimiento sobre las leyendas ancestrales indígenas como el Duende y el contexto social que las comunidades indígenas tienen en su cotidianidad y que padecen por el conflicto armado en Colombia.

El carácter educativo también se puede evidenciar en la publicación del 31 de mayo de 2016, en la cual explica el proceso de creación de los murales, que, en conjunto con la Gobernación del Putumayo, las alcaldías y organizaciones sociales, fueron pintados según las diferentes cosmovisiones expresadas en la actividad utilizando la metodología nombrada por Wipala como 'aprender haciendo'.

Álbum Mural colectivo en Puerto Caicedo

 **Wipala Popayan** agregó 24 fotos nuevas.  
31 de mayo de 2016 · 🌐

Proyecto de la Gobernación del Putumayo y Colombia Transforma El COLECTIVO CULTURAL "WIPALA" de Popayán, ganador de la convocatoria nacional realizada por el proyecto "Colombia Transforma" y la Gobernación del Putumayo para realizar 4 intervenciones artísticas en municipios de este departamento, inició la primera actividad en Puerto Caicedo entre el 21 y 30 de abril.

El proyecto busca, a través del arte, mejorar el diálogo entre las autoridades locales (Gobernación y alcaldías) con las principales organizaciones sociales locales (Asociaciones de mujeres, cabildos indígenas, organizaciones campesinas y otras), como una actividad importante en la actual coyuntura de los acuerdos de paz.

La metodología utilizada por el CC WIPALA, "aprender haciendo", permitió que todos los participantes se empoderaran de la actividad pictórica, que además de aprendizaje fue un espacio para la lúdica y la recreación de los asistentes, siendo lo más importante, conocer y valorar las capacidades, fortalezas y recursos de las comunidades y el territorio.

Se desarrollaron los talleres preparatorios en los cuales, a través del diálogo entre las instituciones y organizaciones participantes, se definió el contenido y los elementos más representativos de las ideas que se propusieron pintar.

**EL MURAL**

En la parte frontal del mural se representa la vida acuática en la parte inferior y la selva en la parte superior, que nacen de los cabellos de la Pacha Mama imitando el movimiento del agua y del viento; se detallan elementos de la flora y la fauna terrestre, aérea y acuática nativas (coca, heliconias, una serpiente, una mariposa, un sábalo del Putumayo), con insertos de palabras en español y nasa yuwe que los participantes consideran de importancia: territorio, vida, diversidad, memoria, Sek (sol), yu' (agua), a'kue (estrellita), ulkue (Culebrita), estos dos últimos representan elementos importantes de la comunidad nasa y a la vez son los apellidos de los dos participantes en representación de esta etnia.

En el mural se rindió un homenaje especial al sacerdote caucano ALCIDES JIMÉNEZ, asesinado por fuerzas oscuras frente a la comunidad de Puerto Caicedo mientras oficiaba una misa el 11 de septiembre de 1998; la causa: apoyar, impulsar y fortalecer las organizaciones sociales locales.

En la parte posterior, el sacerdote aparece rodeado de elementos de la biodiversidad amazónica; inicialmente se pintó un tucán, una pava, un pez llamado "pintadillo", hojas de la foresta tropical, flores y frutas de la selva, un jaguar, chontaduros, uvas caimaronas...

Imagen 8. Fuente: Facebook/wipala

Se pintaron las siluetas de las etnias presentes en Puerto Caicedo: mestizo, una mujer afro y un indígena y los instrumentos musicales más usados: guitarra, cununo, zampoña y una quena.

Sobre los cabellos de la Pacha Mama, representando las ondas del río San Juan se plasmaron las siluetas de los balseros que participan en la regata anual que es la actividad lúdica más importante de Puerto Caicedo. También se pintó una canoa con pescadores como actividad económica importante de la región. Una batea utilizada por los mineros artesanales para la extracción de oro. Y desde un extremo desciende una serpiente mecánica, que tiene por cabeza una pala de retroexcavadora, para representar las graves amenazas extractivas sobre los recursos naturales, el territorio y sus comunidades.

Y así, muy contentos por el ejercicio de pintar colectivamente, realizamos con los participantes una muy positiva y alentadora evaluación que nos permite seguir con mucho ánimo acompañando a una nueva comunidad para pintar nuestras realidades y sobre todo nuestros sueños y esperanzas. Acompañamiento y asesoría artística Colectivo Cultural Wipala. Participaron Jorge Gómez, Carlos Alfredo López Garcés, Eider Yangana y el artista local Yilmer Villota.

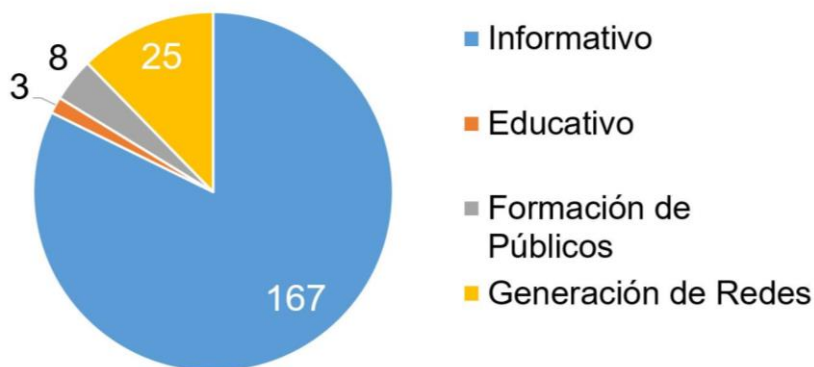


Imagen 9. Fuente: Facebook/wipala

En esta publicación se le da relevancia a la significación que tiene las partes del mural, como la Pacha Mama, instrumentos musicales, la flora y la fauna de la zona. Igualmente, su intención educativa se presenta cuando se traducen las palabras del Nasa Yuwe al castellano como Sek (sol), Yu' (agua), para que el lector o público aprenda un poco sobre la cultura o lo invita a la reflexión al recordar al sacerdote Alcides Jiménez, asesinado en Puerto Caicedo.

### 3.4.2. Sobre las publicaciones de La Ermita Cuenta

Gráfica 8 Tipología de uso La Ermita Cuenta



Tipologías de uso por organización en 2016. Fuente: Creación Propia.

Esta organización enfoca sus publicaciones en Facebook, según la revisión hecha a partir de las tipologías de uso, en el uso informativo, luego, como siguiente interés, está la generación de redes, la formación de públicos y por último, un carácter educativo.

En el caso de publicaciones informativas, Ermita Cuenta presenta contenidos relacionados principalmente con la proximidad de sus actividades, las cuales son las presentaciones que realizan en lugares públicos como cafés, empresas o instituciones educativas. Pero también muestra a sus públicos, fotografías o escritos relacionados con actividades pasadas en función de contar lo que se hizo en dicho evento, quiénes participaron o en ocasiones mencionar unas palabras al público asistente como agradecimiento por su asistencia.



Imagen 10. Fuente: Facebook/ermitacuenta

A su vez, La Ermita Cuenta presenta en su logo una identificación que está ligada a Popayán pero hacia un imaginario de la ciudad como antigua o histórica. Igualmente, a partir de su nombre que contiene la palabra 'ermita' se hace referencia a un templo católico del año 1537 que es emblemático o muy importante para la ciudad.

Todavía cabe señalar que, la organización utiliza en su logo, la imagen de un farol representativo de Popayán, el cual se puede hallar colgado en todas sus calles del sector histórico del centro. Este farol, al parecer encendido, atrae varios cuentos o historias representados en las letras 'e', que con alas vuelan alrededor de la luz del farol.



Imagen 11. Fuente: Facebook/ermitacuenta

Hay que mencionar además que La Ermita Cuenta no tiene mayores referencias sobre de Popayán, o publicaciones en las cuales hable explícitamente sobre la ciudad, pero en una publicación del 21 de marzo de 2016, se refiere de la siguiente forma:

“Amigos y hermanos de la palabra que nos visitan, quedan con el anhelo de regresar y desde ya les decimos La Ermita Cuenta y el público de esta "Ciudad Blanca" siempre estarán con las mentes y los oídos dispuestos a escucharlos”.

En el comentario anterior agregado a una publicación, se hace referencia a la Ciudad Blanca pero usando comillas para encerrar la nominación. No es claro si la intención de usar las comillas sea porque es un nombre tradicional que se le da a la

ciudad, o si es con la intención de decir que Popayán es una supuesta Ciudad Blanca. Pero sí se reconoce la nominación sin realizar algún tipo de crítica sobre esa identificación o imaginario de ciudad.

Añadiendo a lo anterior, en una publicación del 17 de septiembre del 2016, se cuelga en su muro de Facebook un video sobre Popayán en los años 50, realizado por la Universidad del Cauca, el cual se recalca a la ciudad como cuna de grandes próceres, presidentes de Colombia; lugar en donde se distinguía a las personas por su clase social y se resalta que, por su carácter religioso y paredes blancas coloniales, es un destino turístico importante en América.



Imagen 12. Fuente: Facebook/ermitacuenta

Aunque no se puede afirmar que la intención o visión de ciudad de la Ermita Cuenta sea educativa o de una ciudad pegada en la historia, el hecho de publicar este audiovisual, promueve en los públicos el recuerdo o imaginario cercano de Popayán como una ciudad que mantiene vivo su pasado.

A diferencia del video publicado sobre Popayán que hace referencia a una ciudad histórica y las palabras de agradecimiento del 21 de marzo del 2016, la organización La Ermita Cuenta, no hace una referencia explícita sobre la ciudad de Popayán, pero se evidencia que nombra los espacios en donde va a realizar sus presentaciones como cafés, universidades, o instituciones educativas.

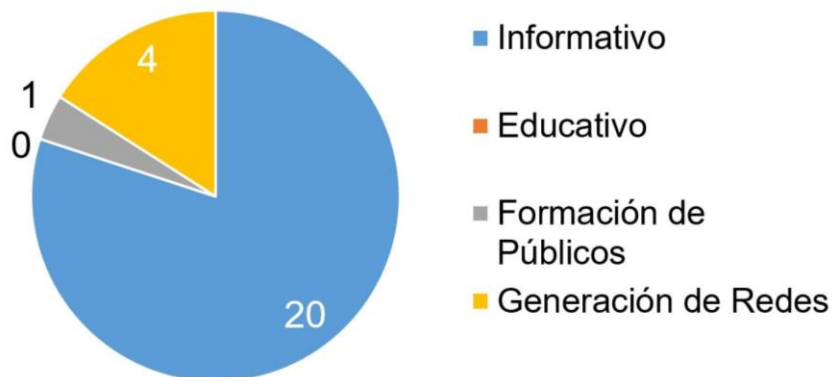
Los procesos o dinámicas comunicativas utilizadas en esta organización hacen parte de su actuar en redes sociales, como el interés por mantener una comunicación constante con sus públicos. El 13 de marzo del 2016 publican en su cuenta de Facebook el siguiente concurso:

“#Concurso la primera persona que ponga de perfil la imagen de nuestro evento y nos etiquete, le obsequiamos bono de cortesía para la función de lanzamiento, ya sea para el Auditorio La encarnación del Colegio Mayor del Cauca o para el Auditorio el Torreón de La Universidad del Cauca. #VamosAlFestival ya son #7añosDeCuento en la Ciudad de Popayán” (Ermita Cuenta 2016).

Este concurso fue respondido, evidenciando la interacción con los públicos y generando una persona ganadora ese mismo día de la publicación. “#Concurso Ya tenemos ganadora, Paula Castillo Idrobo felicitaciones. Déjanos tus datos por in-box” (Ermita Cuenta 2018). Así, a través de la interacción autónoma de los públicos con los contenidos de las organizaciones, se pueden generar procesos de educación informal desde la animación sociocultural (Trilla, 1997).

### 3.4.3. Sobre las publicaciones del Festival de Música Religiosa de Popayán

Gráfica 9 Tipología de uso Festival de Música Religiosa de Popayán



Tipologías de uso por organización en 2016. Fuente: Creación Propia.

Esta organización, al igual que La Ermita Cuenta, tiene un enfoque altamente informativo en sus publicaciones y hace referencia a la identificación de sus actividades o sobre quiénes son y representan como organización cultural.



Imagen 13. Fuente: Facebook/FESPO

Este tipo de publicación que hacen un uso informativo de la comunicación digital, es muy útil para las organizaciones si buscan dar a conocer a su público las actividades programadas, en este sentido, FESPO utiliza las herramientas que permite la plataforma Facebook como un instrumento de divulgación; pero también contribuye en la generación de una agenda cultural para la ciudad.

En este sentido, Facebook se asemeja a una vitrina en donde las organizaciones presentan lo que les interesa sea más conocido por su público y por eso FESPO expone información sobre su evento en el Teatro Guillermo Valencia (Imagen 13) como apertura al Festival de Música de Popayán. Su función comunicativa, además de informar a la comunidad, tiene el propósito de incentivar con mayor fuerza la asistencia al evento con el anuncio del recital lírico y piano al inicio.

Habría que decir también que esta organización en sus publicaciones utiliza la imagen que representa usualmente a la ciudad de Popayán. En sus imágenes puestas en Facebook, FESPO presenta al fondo de su información, fotografías de la Torre del Reloj y la Catedral que queda junto, para promover los eventos o conciertos que encierra el Festival.



En consecuencia, es evidente su intención de mostrar a Popayán con una imagen colonial, histórica y religiosa, con la que es ampliamente reconocida, y no es gratuita o surgida por el azar, dado que la organización se enmarca dentro del evento más representativo de Popayán como lo son sus procesiones de Semana Santa y que en principio, la música presentada en el Festival se relaciona a la religiosa y católica. Al mismo tiempo que se relaciona a Popayán con lo religioso e histórico, se promueve en los públicos una imagen de ciudad culta.



Imagen 14: Fuente: Facebook/FESPO



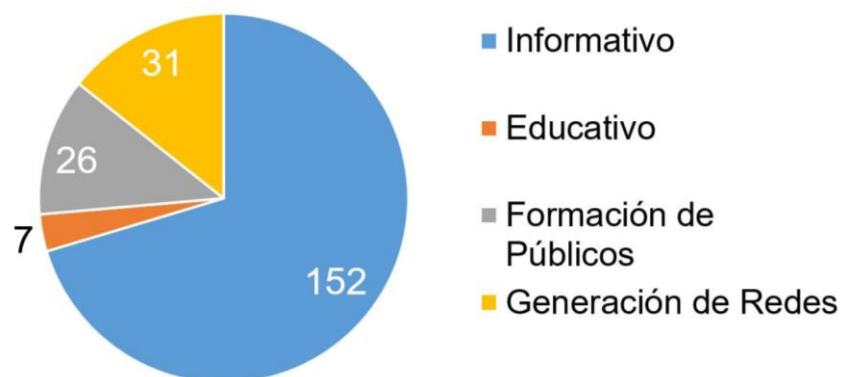
Imagen 15: Fuente: Facebook/FESPO

La formación de públicos se ve reflejada en las publicaciones del 12 y 19 de diciembre del 2016 de FESPO, en las cuales comparte a la comunidad o a su público información sobre la creación de la Orquesta de Cámara de Popayán y el ensayo para el lanzamiento de la misma Orquesta. En este sentido, las publicaciones no tienen una intención exclusiva en presentar a la organización cultural en sí, o en promover su misión organizacional, sino que expone en fotografía y vídeo a la forma en la que se realiza la producción, preparación y montaje del próximo evento.

Con lo anterior, se busca que las personas o espectadores, se acerquen a las actividades del Festival, conociendo desde antes las maneras cómo se realiza y organiza el evento; de este modo al tiempo se forma al público a través de información que le permite aprender sobre los diferentes aspectos que se generan dentro de FESPO. La formación de público en este caso, se refleja en la comunicación de las caras que tiene la presentación de una orquesta de cámara como la preparación previa para poder exponer su música en el Teatro Guillermo Valencia.

### 3.4.4. Sobre Publicaciones del Festival de Cine Corto de Popayán

Gráfica 10 Tipología de uso Festival de Cine Corto de Popayán



Tipologías de uso por organización en 2016. Fuente: Creación Propia.

Esta organización es la que más publicaciones realizó durante el año 2016 en la plataforma Facebook, entre todas las organizaciones revisadas en esta investigación. Haciendo un uso enfocado principalmente en lo informativo, luego hacia la generación de redes, formación de públicos y por último a un carácter educativo.

En su página o espacio dedicado en Facebook, el Festival de Cine Corto de Popayán publica, desde el uso informativo, contenido escrito como comentarios sobre el evento, artículos de otras organizaciones relacionadas al cine, fotografías propias o de otros, vídeos de apertura de cortos o audiovisuales. En general, sus publicaciones están dedicadas a las actividades realizadas en Popayán, Colombia o el mundo sobre el cine.

En la página del FCCP, se puede observar que las publicaciones son realizadas antes, durante y después de la semana del evento principal. De esta forma, durante todo el año de manera constante están presentando a sus públicos todo tipo de información para generar una expectativa hacia el evento. Pero la organización empieza a tener mayor periodicidad en sus publicaciones los dos meses anteriores al Festival, el cual regularmente se desarrolla en el mes de noviembre.

Así mismo, sus publicaciones se intensifican en mostrar el desarrollo de las actividades que se realizan durante el festival. Día a día exponen entrevistas, fotografías y promoción a la comunidad de lo que van realizando en los escenarios dispuestos para las actividades, con el fin de lograr mayor asistencia a los eventos del festival. Hay ocasiones en que las publicaciones son realizadas a pocos minutos u horas de haber sucedido.

De igual modo, durante el año hay publicaciones relacionadas a audiovisuales o actividades que ocurrieron en la versión inmediatamente anterior del Festival, con el fin de recordar trabajos anteriores y de esta forma promover con mayor intensidad el evento próximo.



Imagen 16. Fuente: Facebook/Festival de Cine Corto de Popayán

Además de los propósitos comunicativos informativos, el Festival de Cine Corto de Popayán realiza eventos como encuentros entre colectivos audiovisuales escolares, comunitarios y ciudadanos en el Teatro Bolívar de Popayán, en donde sus públicos pueden realizar actividades que van más allá de ver producciones audiovisuales. De esta manera, la comunicación empleada en este tipo de actividades tiene la función de propiciar diálogos entre los colectivos invitados, multiplicadores de la idea del Festival y así mismo generar procesos que les permita llegar a la formación de públicos.

Las publicaciones del Festival de Cine Corto de Popayán, evidencian los espacios educativos que son promovidos durante las actividades en la semana del evento, dado que esta organización no solamente tiene el propósito de proyectar productos audiovisuales, sino que dedica tiempo para que sus públicos puedan acceder a espacios constructivos. De esta manera, el FCCP procura por la educación de sus públicos, accediendo a actividades formativas sobre la creación de productos audiovisuales, dando un paso más allá de la mera apreciación de los mismos.

La circulación de nuevos públicos por los espacios de la cultura así como su posible proceso de 'formación' requiere definir alcances y objetivos claros a efectos de hacer foco en aquellos puntos que se entiendan importantes, de acuerdo al lugar desde el cual nos posicionamos. (Vicci, 2014: 2).

La formación de públicos es algo que a las organizaciones culturales les puede llevar bastante tiempo, que comúnmente puede ser una actividad pensada para el largo o mediano plazo, con la pretensión de ir creando públicos que sean consumidores de producción cultural. Esta tarea resulta de suma importancia, pues de ella depende el sostenimiento en el tiempo de la organización y al tiempo, se logra promover una agenda cultural para Popayán y mantener o aumentar el interés en las comunidades en los eventos como el Festival de Cine Corto de Popayán; misión que demanda amplio esfuerzo en las organizaciones.

En cuanto al ámbito educativo, el FCCP ha dedicado un 3.2% de sus publicaciones a tratar temas educativos, de manera intencional o no. Pero, aunque son pocas las publicaciones educativas en relación al uso informativo, se pudieron encontrar algunas que permiten un análisis importante en cuanto a su significación que hay en ellas.



## Festival de Cine Corto de Popayán

13 de noviembre de 2016 · 🌐



Ganadores de la convocatoria cortometraje 'del dicho al hecho'.  
¡FELICITACIONES! Colectivo Kinomacondo



Imagen 17. Fuente: Facebook/Festival de Cine Corto de Popayán.



## Festival de Cine Corto de Popayán

8 de noviembre de 2016 · 🌐



Falta sólo una hora para comenzar a inundar de cine nuestras pupilas.  
#8CineCorto

No dejes de asistir a la #Inauguración. Nos acompañarán César Cristian Gómez Castro, alcalde de Popayán y Mario Alfredo Polo, rector de la Fundación Universitaria de Popayán.



Imagen 18. Fuente: Facebook/Festival de Cine Corto de Popayán.



Festival de Cine Corto de Popayán

10 de noviembre de 2016 · 🌐

Déjate contagiar por la semana del cine y no te pierdas el largometraje invitado: *Destinos*, producido por la payanesa Ana Sofía Osorio.

El cine por todos lados. #PopayánDePelícula



Imagen 19. Fuente: Facebook/Festival de Cine Corto de Popayán.

En las imágenes anteriores se puede evidenciar principalmente un propósito informativo, en tanto invitan o promueven las actividades y eventos que hacen parte del Festival de Cine Corto, como la inauguración, proyección o presentación de los ganadores, en donde se muestra a un androide que identifica a la organización.

Este androide tiene una participación especial en varias publicaciones fotográficas que tiene el Festival. Su forma es robótica, con algunas partes que se asemejan a la forma humana, cuatro patas parecidas a una araña o insecto, cuenta con una figura en la parte superior similar al de una cámara de video que hace las veces de cabeza; también tiene manos con forma humana, y tiene los dedos en una posición particular, con los que simula, en el contexto del audiovisual, encuadrar lo que está observando a través del lente.

Estas imágenes anteriores, muestran al androide como un personaje nuevo y contemporáneo, que se ubica en el lugar en donde están los monumentos de los personajes históricos y emblemáticos de la ciudad de Popayán. Este androide reemplaza en las fotografías, por ejemplo, al fundador de la ciudad Sebastián de Belalcázar, y se ubica en la cima del Morro.

Esta ubicación del androide en las plazas locales e históricas de Popayán, realizado por montaje digital, puede ser entendido como una propuesta de ciudad, una perspectiva que se permite modificar los lugares emblemáticos de la ciudad con un personaje tecnológico y contemporáneo que hace alusión a algo muy diferente a los próceres de la patria.

Por otro lado, esta imagen del androide, puede interpretarse como un montaje que tiene la intención de presentar a Popayán como un lugar dominado o colonizado por los audiovisuales, que se encuentran por muchas partes de la ciudad en medio de sus habitantes y en consecuencia también colonizado por el evento Festival de Cine Corto de Popayán. De esta manera se pueden modificar con esquemas tradicionales sobre la ciudad para presentar a las personas o públicos que visitan los espacios virtuales del FCCP.

Mientras tanto, dado que el evento es un espacio que empieza a tomar mayor relevancia para la ciudad en cada edición del festival, se podría considerar a las publicaciones anteriormente citadas (del 8, 10 y 13 de noviembre del FCCP en Facebook) como aquellas que están ligadas o relacionadas con un intento de transgresión hacia la historia de la ciudad, enseñando de esta forma una visión nueva o diferente. Pero también, estas modificaciones a la imagen de Popayán, puede ser atractivo para otros públicos que lo consideran llamativo y buscan espacios diferentes a los tradicionales en la ciudad como las Procesiones de Semana Santa.



Imagen 20. Fuente: Facebook/Festival de Cine Corto de Popayán

Entre las publicaciones del FCCP en Facebook, se encuentran imágenes de las actividades realizadas por la organización del Festival de Cine Corto de Popayán durante el año y en el tiempo del Festival, en donde, por ejemplo, se muestra a la Torre del Reloj, lugar importante y emblemático para la ciudad, cumpliendo una función muy diferente a solo contener y presentar al reloj construido hace más de 335 años. La organización utiliza las paredes blancas de la ciudad y de esta estructura para proyectar sobre ellas audiovisuales que hacen parte del Festival.

A partir de lo anterior, se muestra cómo la organización FCCP propone una visión diferente de ciudad a través de sus publicaciones, que como se ha dicho anteriormente es posible que no busquen el propósito educativo principalmente, pero sí pueden generar procesos de este tipo al mostrar a su público cómo hacer uso de la ciudad para diferentes fines.

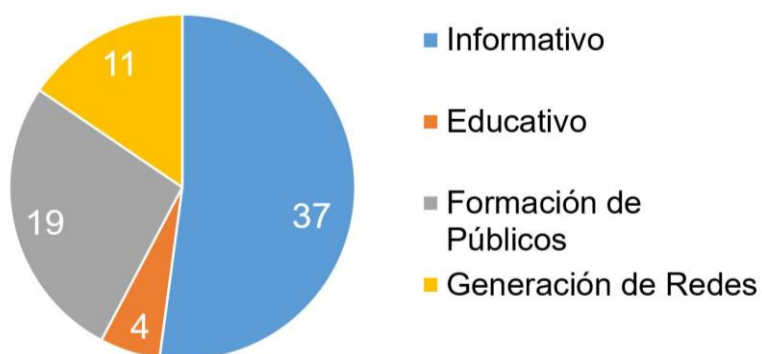
Por ejemplo, en los contenidos del FCCP se presenta un nuevo significado de la ciudad a través del uso que se da a las paredes blancas del centro de Popayán,



haciendo que estas no sean solamente algo intocable que por su color tradicional la caracterizan, sino que también funcionen como base para la proyección de diversos audiovisuales en un evento como el FCCP o para otros fines culturales. De esta forma se reconfigura la manera de ver del ciudadano, el significado, los imaginarios y función que él le puede dar a la ciudad mientras la transita.

### 3.4.5. Sobre Publicaciones del Congreso Gastronómico de Popayán

Gráfica 11 Tipología de uso Congreso Gastronómico de Popayán



Tipologías de uso por organización en 2016. Fuente: Creación Propia.

El Congreso Gastronómico de Popayán (CGP), tiene la función de exponer diferentes tipos de platos, alimentos y preparaciones a los públicos que asisten, para que tengan la oportunidad de conocer, disfrutar y aprender sobre la gastronomía de la región y del mundo, gracias al país invitado en cada una de las versiones.

Del mismo modo, su propósito es abrir espacios para el debate sobre la gastronomía, lo cual presume un conocimiento previo sobre la preparación de alimentos. Esto enmarca al evento en una esfera en donde una élite social o académica, llama a la población de estrato medio y bajo, a que conozcan sobre el tema de la culinaria o la buena gastronomía. Lo anterior supone que una parte de la sociedad en Popayán, va más allá de la comida típica como la rellena, empanadas, dulces, hacia platos preparados por cocineros de la región o invitados internacionales.

Cabe anotar que gran parte de sus publicaciones, procuran expresar la solemnidad que enmarca la preparación gastronómica y la importancia de los personajes con reconocimiento social que asisten en los días del evento. Esto, a través de reseñas sobre los invitados, actividades realizadas en el Hotel Dann Monasterio, fotografías de sus preparaciones o la presentación de los mismos en el Teatro Guillermo Valencia.

Por otra parte, en sus publicaciones, el CGP presenta en repetidas ocasiones la importancia de la comida tradicional de Popayán y la región. Fotografías, artículos y vídeos hacen alusión a la preparación de los platos típicos de la ciudad, mostrando a las personas de las plazas populares de cocina, de restaurantes o barrios de la ciudad realizando sus platos autóctonos.



Imagen 21. Fuente: Facebook/Corporación Gastronómica de Popayán.

La organización Corporación Gastronómica de Popayán, sobre el resto de organizaciones revisadas que proponen una agenda cultural para Popayán, tiene la particularidad de presentar el mayor porcentaje de publicaciones con fines guiados hacia la tipología de uso de formación de públicos, con un 26,8 por ciento. Esto permite entrever la intención que la organización tiene con las publicaciones, a pesar que su mayor interés, como es el caso en todas las organizaciones, es el ámbito informativo. En este sentido, afirma Ana Rosas Mantecón:

...los públicos no nacen como tales, sino que son constantemente formados y transformados por la familia, la escuela, los medios, las ofertas culturales comerciales y no comerciales, entre otros agentes, que influyen –con diferentes capacidades y recursos– en las maneras como se acercan o se alejan de las experiencias de consumo cultural. (Rosas Mantecón, 2008:27).

La formación de públicos es un proceso que se genera en las organizaciones culturales a través de las publicaciones que estas tienen en sus redes sociales. Con ellas, se busca cumplir con el propósito de formar a sus públicos, cuando son expuestos a la oferta cultural y conocen las actividades o desarrollo que las organizaciones les presentan. Igualmente, los públicos se forman cuando obtienen conocimientos básicos o avanzados sobre la oferta cultural, o en el momento en que aprenden más sobre la gastronomía, en el caso del CGP, que les permite apreciar, debatir con mayores herramientas o disfrutar las actividades y productos que surgen en el evento de la organización.

Las organizaciones culturales presentadas, se apropian de las redes sociales y en particular de Facebook según el porcentaje de uso, para procurar procesos en los públicos que permitan una formación sobre los temas correspondientes a su misión organizacional, por medio de la difusión de sus contenidos. Esto se debe a que “Internet está articulando [...] la nueva vida digital y las atractivas experiencias de proximidad. También está contribuyendo a la renovación de la experiencia de relaciones personales y el consumo cultural próximo y remoto”. (Soler 2014: 4), por eso las organizaciones logran presentar su propuesta cultural en internet con efectos formativos en los públicos visitantes.

## Espacios de participación e interacción.

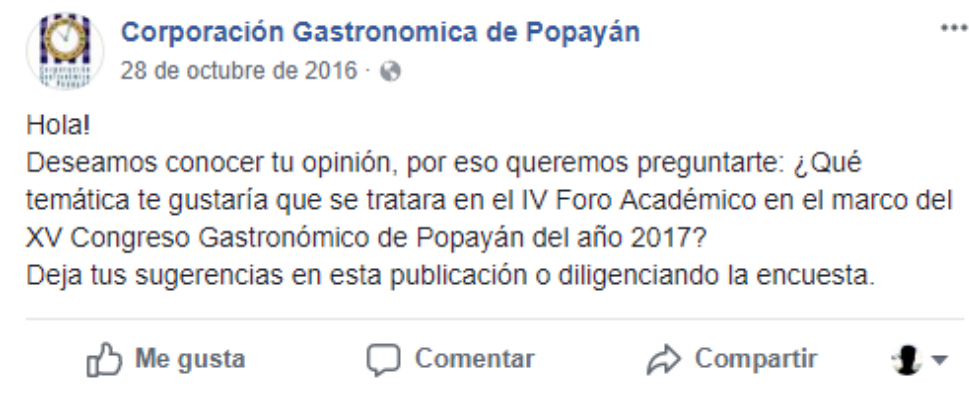


Imagen 22. Fuente: Facebook/Corporación Gastronómica de Popayán

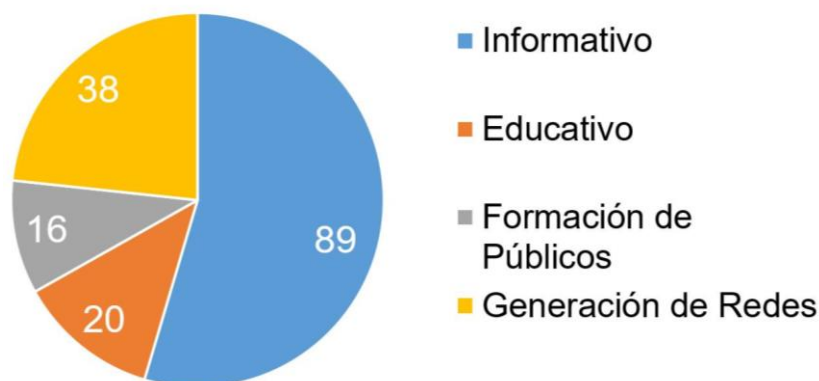


Imagen 23. Fuente: Facebook/Corporación Gastronómica de Popayán

De igual forma, las organizaciones culturales gestionan el interés de sus públicos al propiciar en sus espacios digitales, procesos interactivos como las votaciones por eventos o la participación libre para sugerir temas que deban ser tratados por las mismas organizaciones. Es el caso de esta organización, que le pregunta directamente a su público sobre sugerencias para el siguiente Foro Académico a realizar en la siguiente versión del Congreso Gastronómico Popayán en el año 2017.

### 3.4.6. Sobre publicaciones de la organización Popayán Cultural

Gráfica 12 Tipología de uso Popayán Cultural



Tipologías de uso por organización en 2016. Fuente: Creación Propia.

Esta organización cultural enfoca sus publicaciones de las redes sociales, en el uso informativo de la comunicación. Pero de manera importante y dado su carácter principal de promover eventos y promocionar una agenda cultural en la ciudad de Popayán, la generación de redes es una función que la caracteriza por sobre las otras organizaciones.

En este sentido, el tema de generación de redes en Popayán Cultural se destaca al ser la organización cultural que mayor porcentaje de sus publicaciones utiliza para generar vínculos con diferentes organizaciones, entre ellas todas las revisadas en esta investigación, utilizando 38 publicaciones para este fin entre sus 163 realizadas en la plataforma Facebook durante el 2016, representando un 23,3%.

La creación de redes entre organizaciones, se convierte en un efecto de las tipologías de uso, teniendo en cuenta que esta sería una característica de la comunicación digital, es por eso que los medios virtuales y sus plataformas, permiten que se produzcan vínculos o enlaces entre diversas organizaciones y entre ellas y sus públicos. Este proceso no es solamente algo que sucede por sí solo, sino que también la generación de redes se debe a la ingeniería social de la comunicación (Galindo, 2011a) que se produce dentro de las organizaciones culturales al gestionar en medios su agenda cultural.

En esta organización prima entonces la función informativa. Dado su interés central en dar a conocer a todas las personas que acceden a su espacio, la información sobre gran cantidad de eventos culturales y de diferentes tipos; esta organización llega a personas sin alguna especificidad de estratificación social o de formación específica relacionada con la academia.



Imagen 24: Publicación de eventos por Popayán Cultural sobre otras organizaciones culturales.

Fuente: Facebook/PopayánCulturalCom

Simultáneamente, la gran cantidad de eventos presentados en el espacio de Facebook de Popayán Cultural, permite entrever fácilmente la formación de imaginarios de Popayán como una ciudad cultural, y una formación de los públicos en tanto las organizaciones muestran a todos sus espectadores que Popayán contiene varios eventos culturales gratuitos y pagos, como clases de baile, cuentería, coro en las comunas, foros de cine, cocina tradicional y gourmet, jornadas de lectura; también promoción de eventos realizados por organizaciones privadas y del sector público como la Alcaldía de Popayán o la Universidad del Cauca.

Esta presentación de contenidos y propuestas culturales por parte de las organizaciones culturales de la ciudad de Popayán, abarcan un sentido educativo desde lo no formal, generando procesos por fuera del ámbito escolar e institucional, en donde la gente tiene la posibilidad de aprender, conocer o crear un imaginario sobre la

ciudad a partir de las propuestas culturales que se muestran sobre ella en las redes sociales.

### **3.5. La formación de imaginarios en la ciudadanía digital**

Las organizaciones culturales, que tienen su espacio de interactividad con sus públicos a partir de las redes sociales o internet, pueden generar procesos educativos y es por eso necesario detallar cuando estos se dan en escenarios que se encuentran por fuera de las instituciones educativas vinculadas a la formalidad.

Estos procesos educativos se presentan cuando las organizaciones publican variada información en sus redes sociales como Facebook, creando o promoviendo a partir de sus ideologías o propósitos misionales una agenda cultural, que a su vez presenta a sus públicos una postura sobre la ciudad de Popayán y en consecuencia una construcción de ciudadanía.

Esta investigación alude a las interacciones de las organizaciones o gestores culturales en espacios virtuales, como una configuración dentro de lo entendido aquí como educación informal. Además, apoyado por el concepto de animación socio cultural de Trilla (1997), quien lo define como “El conjunto de acciones realizadas por individuos, grupos o instituciones sobre una comunidad (o un sector de la misma) y en el marco de un territorio concreto, con el propósito principal de promover en sus miembros una actitud de participación activa en el proceso de su propio desarrollo tanto social como cultural” (Trilla, 1997: 22). Esta actitud de participación es claramente promovida por las organizaciones culturales a través de sus publicaciones virtuales en redes sociales, cuando buscan que sus públicos interactúen, copartan, comenten o se informen con los contenidos.

Ahora, estas acciones realizadas por las organizaciones culturales revisadas en esta investigación que apuntan a que sus públicos hagan parte de sus eventos, dan lugar a la animación sociocultural, como “una práctica educativa o, si se prefiere, es una práctica que incorpora siempre componentes educativos...” (Trilla, 1988: 36). En este mismo sentido y gracias a la comunicación digital, se está generando una suerte

de ciudadanía digital, que permite una formación de nuevos imaginarios en la ciudad de Popayán, en la medida en que se desarrolla en los ambientes virtuales.

Del mismo modo que en una ciudad se aprende a vivir, en donde se evidencian unas maneras de moverse, comunicarse o adaptarse, en los escenarios virtuales se forma una ciudadanía digital promovida por imaginarios propuestos por las organizaciones culturales, que en ocasiones también son reforzados públicamente por las personas que hacen parte o asisten a los eventos.

“Es muy necesario, Popayán necesita unirse mucho más y generar eventos de esta categoría para que se pueda proyectar a muchos niveles y no solamente generar estereotipos sobre la ciudad sino que a nivel artístico y cultural se abra paso hacia otras cosas”<sup>12</sup>. Fuente: Facebook/Festival Cine Corto de Popayán.

Si Popayán es considerada como ciudad culta, las organizaciones no son ajenas a tal legado y propenden por mantenerlo y diversificarlo. Esto explica en buena medida la variedad de la oferta cultural que se da en la ciudad, así esta, en primera instancia, no parezca tan visible, nutrida o atractiva para los públicos.

Las organizaciones procuran crear eventos con sus propias perspectivas de ciudad, creando imaginarios diferentes, alternativos o con una mirada que mantiene la idea conocida de Popayán como procerca, colonial, religiosa o culta. Estas actuaciones de las organizaciones propician vivir o percibir la ciudad de formas diversas, en tal sentido, Guzmán Cárdenas (1998) explica que las agendas culturales influirán en la manera como las personas pueden experimentar y aprender de la ciudad y de este modo, se puede tomar a la ciudad como un elemento de consumo cultural.

Además, puede ser o no una intención específica de las organizaciones, pero su actuar cotidiano en las redes a través de sus publicaciones y por supuesto de sus mismos eventos durante el año, son potenciadores de la construcción de ciudadanía; una actividad que demanda procesos formativos o educativos, a pesar de enfocarse en actividades que en muchos casos son destinadas al entretenimiento, al arte y no propiamente a procesos académicos como clases magistrales.

---

<sup>12</sup> Publicación: “Así vivimos la inauguración oficial de nuestro [#8CineCorto](#). Un evento especial para poner a [#PopayánDePelícula](#).” Entrevista a participante del evento. 0:58sg a 1:15sg. 9 de noviembre de 2016.



## CONCLUSIONES

A partir de los usos que las organizaciones culturales de Popayán hacen de la comunicación digital, se puede determinar que, aunque la educación no sea una función definida en su propósito misional, su conducta en los espacios virtuales, pueden incentivar o promover unos imaginarios de ciudad a partir de sus publicaciones.

También es claro que en los espacios revisados, que representan a unas de las organizaciones y eventos más representativos de la ciudad, su función y uso se enfoca en los procesos informativos, en donde la promoción de sus actividades ligadas a su actividad principal conforman la mayoría de las publicaciones realizadas en su espacio virtual en Facebook; dejando relegado por desconocimiento o desinterés a los procesos educativos, formación de públicos y generación de redes, los cuales enfocados como una estrategia podrían atraer y aumentar el interés de las audiencias.

La organización La Ermita Cuenta, no propone claramente una visión de ciudad, tampoco en sus publicaciones procura transgredir o transformar los imaginarios sobre Popayán, sino que su función se enfoca como es el común denominador de todas las organizaciones, en informar sobre los eventos que, en este caso, se van a realizar durante el año.

Con una intención similar, la organización Popayán Cultural, expone a sus públicos varias miradas o imaginarios sobre la ciudad al no centrarse en unas publicaciones de organizaciones seleccionadas, sino que sus visitantes tienen la oportunidad de encontrar programación de diferentes eventos que se realizan en la ciudad; esta actividad informativa lo que puede generar por sí misma es desligar y desarraigar poco a poco la concepción sobre Popayán como una capital en donde no se pueden hallar actividades para el entretenimiento o lugares para ir.

Sobre los imaginarios culturales en la ciudad de Popayán, los gestores culturales inclinan su participación hacia una visión autónoma de ciudad. Como en el caso del Festival de Cine Corto de Popayán, quien propone una ciudad culta alrededor del cine o los audiovisuales, en donde la mayoría de sus espacios están abiertos o accesibles a todo tipo de público. Además de mostrar la posibilidad de modificar a su propio gusto la imagen que se tiene sobre la ciudad, reemplazando figuras estáticas del sector histórico, por figuras contemporáneas y digitales; con el fin de promocionar su evento

anual y al tiempo presentar a su público que Popayán es un espacio que se adapta a nuevas o diferentes propuestas culturales.

En cuanto al Colectivo Cultural Wipala, en su espacio en Facebook desarrolla en varias ocasiones, temáticas relacionadas a la naturaleza, a lo indígena y alternativo frente a lo tradicional y religioso. Esta organización propone de manera paralela un reconocimiento principalmente a las tradiciones ancestrales indígenas y por otro lado a la ciudad de Popayán como una llena de historia y relatos de la época de la colonia. Para realizar lo anterior, la organización apela a procesos educativos por medio de la escritura, en cuanto hace una exposición continua de la significación de los trabajos que en varias regiones del país han realizado, a través de fotografías, la escritura de sus recorridos o la narración de mitos y leyendas propias de las comunidades que visitan.

Por otro lado, el Festival de Música Religiosa de Popayán (Que durante el año 2016 eliminó ocasionalmente de su nombre la palabra 'Religiosa'), muestra esa otra visión de ciudad culta, pero ligada a una sociedad de consumo cultural tradicional y elitista, en tanto se enmarca a partir de una organización relacionada con familias renombradas de la ciudad, que buscan a públicos que gusten preferiblemente de música religiosa, dentro de un círculo católico cristiano y aprecio por interpretaciones conocidas como música de orquestas sinfónicas o filarmónicas. Además, la imagen proyectada en sus publicaciones, se refieren ampliamente a Popayán como una ciudad en donde el espacio tradicional de música culta y de conservatorio está abierto para toda la comunidad con invitados locales, nacionales e internacionales.

En este sentido, se encuentra la Corporación Gastronómica de Popayán, quien en un principio se enmarcaba en un evento dedicado a determinada élite conocedora de la cocina gourmet y a personalidades de la ciudad, pero que ahora muestra, reconoce y festeja ampliamente a la comida y platos que hacen parte de las tradiciones propias de sociedad con su folclor nacional y local. A pesar de lo anterior, es claro que el evento mantiene una diferenciación entre la comida gourmet y la tradicional de la plaza de mercado, al tener dos espacios diferentes, uno en el hotel Dann Monasterio, reconocido hotel del centro histórico de Popayán, en donde invitados y asistentes, que han pagado su entrada, tienen el gusto de disfrutar de las comidas y conferencias

realizadas por chefs de gran reconocimiento, y el segundo espacio es uno que está abierto de manera gratuita a toda la población en el parque central de la ciudad, organizado con eventos culturales como música, danzas y estantes con venta de platos típicos nacionales y muestra internacional.

Teniendo en cuenta lo anterior, los imaginarios de ciudad propuestos por las organizaciones culturales que apelan a una agenda cultural en medios digitales, es variada, y van desde la promoción a los públicos o espectadores de nuevas maneras de ver la ciudad hasta las que procuran reforzar o mantener la idea de Popayán como ciudad ligada a las tradiciones.

Ahora bien, tener en cuenta a los ciudadanos en su papel de espectadores o audiencias, que actualmente pasan mucho tiempo frente a la pantalla de un dispositivo conectado a la red, es sumamente importante para poder tener una efectiva influencia sobre estos ‘nuevos ciudadanos o habitantes del ciberespacio’ según Galindo (2011a). En este sentido, las organizaciones apelan a la comunicación digital para generar canales de comunicación e interactuar con las personas que siguen o se encuentran con sus contenidos, pero no se evidenció que utilicen constantemente las redes sociales para mantener un vínculo constante con ellas, sino que su propósito se inclina a usarla más como una vitrina de información.

Estos procesos comunicativos que se generan en las redes sociales en manos de las organizaciones culturales de Popayán, que intervienen en los imaginarios sobre la ciudad o sobre su agenda cultural, deben ser abordados con profundo interés, dado que su influencia puede trascender de los escenarios virtuales a las acciones de la sociedad en los escenarios físicos, que en algunos casos pueden ser acciones de grandes colectividades o multitudinarias. Además, estos medios digitales actualmente no son nuevos o en surgimiento, sino que su influencia en la sociedad es cada día más evidente y real al contar con unos públicos que no son estáticos, sino que permanecen en constante cambio y poseen las herramientas virtuales para la participación activa.

Para terminar, hay procesos de comunicación realizados por gestores culturales, en algunos casos ligados a la educación, que serán de suma importancia para el desarrollo de las ciudades. En este tiempo en donde los medios de comunicación digital empiezan a tomar tanta fuerza en la sociedad, hasta ser determinantes en la

formación de imaginarios o decisiones que trascienden lo virtual, es importante atender en mayor detalle la 'ciudadanía digital' que se encuentra en Popayán; una ciudad que, aunque es pequeña, no es ajena al desarrollo tecnológico y empieza a digitalizarse, generando procesos de interacción en redes sociales y a mostrar diferentes perspectivas de sociedad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abad, Daniela. (2015) Estadísticas de Facebook y Twitter en Colombia (2015)  
Recuperado el 13 noviembre de 2017, de  
<https://www.latamclick.com/estadisticas-de-facebook-y-twitter-en-colombia-2015/>
- Alfaro, Rosa María. (1999) Comunicación y Educación: una alianza estratégica de los nuevos tiempos. *Signo y Pensamiento*, XVIII (34), 9-18.
- Amador, Juan Carlos. (2010) Mutaciones de la subjetividad en la comunicación digital interactiva Consideraciones en torno al acontecimiento en los nativos digitales. *Signo y Pensamiento*, XXIX (57), 142-161. Obtenido de  
<http://www.redalyc.org/pdf/860/86020052011.pdf>
- Arango-Forero, Germán. (2013) Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Palabra Clave* (16), 673-697.
- Arcila Calderón, Carlos (2006). El ciudadano digital. *Chasqui*, 18-21.
- Ávila Muñoz, Patricia (2016), Construcción de ciudadanía digital: un reto para la Educación. IX Conferencia Internacional Guide. Educación y Sociedad en Red. Suplemento Signos EAD.
- Bonilla, Irene; Monge Miguel & Verduzco, Gustavo (2010) Agenda setting: el desarrollo de las redes sociales como creadores de agenda, el caso de twitter. Universidad Estatal a Distancia. <https://goo.gl/coMmzE>
- Buendía-Astudillo, Alexander. (2014) *Narrativas urbanas y jóvenes escolarizados en Popayán. Comunicación y educación en las formas de narrar y habitar la ciudad (Tesis doctoral)*. Rudecolombia Universidad del Cauca: Popayán.
- Buendía-Astudillo, Alexander. (2017) *Narrar y habitar la ciudad: Jóvenes, comunicación y educación en las narrativas urbanas*. Popayán: Universidad del Cauca.
- Buendía, Alexander; Ruano, Luis y Gómez, Alejandro. (2017) "El caso de Facebook en la promoción de imaginarios urbanos. Comunicación y agenda cultural". En CIAIQ, *Investigação Qualitativa em Educação*, pp 1758-1767. Disponible en: <http://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2017/article/view/1381/1338> Investigación Cualitativa. CIAIQ 2017. Salamanca.

- Cabrera, Daniel. (2004) "La matriz imaginaria de las nuevas tecnologías."  
*Comunicación y sociedad*. 2004, vol. XVII, núm.1, p. 9-45.
- Carton, Sean (2007) citado por Gary Hudson & Mick Temple. We are Not All Journalists Now. en *Web Journalism:// a new form of citizenship?* de Sean Tunney & Garrett Monaghan, 2010.
- Carton, Sean. (2007). Web 2.0: What Is It Really?, Recuperado el 3 de octubre de 2017, de [www.clickz.com/web-2-0-what-is-it-really/84498/](http://www.clickz.com/web-2-0-what-is-it-really/84498/)
- Cedroll Spremolla, Gerardo (2017). El trabajo en la era digital: Reflexiones sobre el impacto de la digitalización en el trabajo, la regulación laboral y las relaciones laborales. *Revista Internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derecho del Empleo*, ISSN-e 2282-2313, Vol. 5, N°.
- Colectivo Cultural Wipala. (10 de diciembre de 2016). *Colectivo Cultural Wipala*. Obtenido de <http://www.wipala.com.co/>
- Colectivo Cultural Wipala. (10 de diciembre de 2016). *Wipala Popayán*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/Wipala.CC>
- Corona Rodriguez, J. M. (2013). Etnografía de lo virtual: experiencias y aprendizajes de una propuesta metodológica para investigar Internet. *Razón y Palabra*, 17(1\_82), 412-423.
- Corporación Cine Corto. (20 de noviembre de 2016). *Festival Cine Corto Popayán*. Obtenido de <http://www.festicinepopayan.com/>
- Corporación Cine Corto. (20 de noviembre de 2016). *Festival de Cine Corto de Popayán*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/FestiCinePopayan/>
- Corporación Cine Corto. (20 de noviembre de 2016). *FestivalCinePopayán*. Obtenido de Twitter: <https://twitter.com/FestiCineCorto>
- Corporación Festival de Música Religiosa. (13 de noviembre de 2016). *@festivalpopayan*. Obtenido de Twitter: <https://twitter.com/festivalpopayan>
- Corporación Festival de Música Religiosa. (13 de noviembre de 2016). *El Festival*. Obtenido de FESPO: <http://fespo.co/el-festival/>
- Corporación Festival de Música Religiosa. (13 de noviembre de 2016). *FESPO*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/festivaldemusicapopayan>

- Corporación Gastronómica de Popayán. (22 de noviembre de 2016). *Corporación Gastronómica de Popayán*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/CorporacionGastronomicaPopayan>
- Corporación Gastronómica de Popayán. (22 de noviembre de 2016). *Corporación Gastronómica de Popayán*. Obtenido de <http://gastronomicopopayan.org/>
- Corporación Gastronómica de Popayán. (22 de noviembre de 2016). *Gastronómico Popayán*. Obtenido de Twitter: <https://twitter.com/gastronomicopop>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (11 de diciembre de 2016). *Investigaciones*. Obtenido de DANE: [https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/Municipal\\_area\\_1985-2020.xls](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/Municipal_area_1985-2020.xls)
- Domínguez Figaredo, Daniel. (2007). Sobre la intención de la etnografía virtual. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 8(1), 42-63.
- Domínguez, Daniel; Beaulieu, Anne; Estalella, Adolfo; Gómez, Edgar; Schnettler, Bernt & Read, Rosie (2007). Etnografía virtual. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 8(3), <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0703E19>.
- El Tiempo. Un 'youtuber' paralizó la Feria del Libro de Bogotá. Verificado el 10/12/2016. Disponible en: [www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16571937](http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16571937) (Acceso: 24 de abril de 2016)
- FANDOM. Lista de los canales con más suscriptores. Verificado: 19/08/2017. Disponible en: [http://es.youtube.wikia.com/wiki/Lista\\_de\\_los\\_canales\\_con\\_m%C3%A1s\\_suscriptores](http://es.youtube.wikia.com/wiki/Lista_de_los_canales_con_m%C3%A1s_suscriptores)
- Fundación La Tuatara. (01 de diciembre de 2016). *popayancultural.co*. Obtenido de <http://www.popayancultural.co/>
- Fundación La Tutara. (12 de diciembre de 2016). *PopayanCulturalCom*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/popayancultural>
- Galindo Cáceres, Jesús (2011b) Las nuevas tecnologías de información y comunicación y las políticas culturales en México: Ingeniería en Comunicación Social del servicio de redes sociales Facebook. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da*

*Comunicação.*, 34(2): 175-196. Disponible en: . <https://dx.doi.org/10.1590/S1809-58442011000200010> (Acceso: 02/12/2016).

Galindo Cáceres, Jesús (2011b) Las nuevas tecnologías de información y comunicación y las políticas culturales en México: Ingeniería en Comunicación Social del servicio de redes sociales Facebook. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação.*, 34(2): 175-196. Disponible en: . <https://dx.doi.org/10.1590/S1809-58442011000200010> (Acceso: 02/12/2016).

García Canclini, Nestor. (1997). *Imaginarios Urbanos*. Buenos Aires: Eudeba S.E.M.

Gómez Jiménez, María Luisa. (1 de agosto de 2004). Ciudades en red y redes de ciudades: a vueltas con la Ordenación del Territorio en la ciudad digital. *Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, VIII (170). Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-170-30.htm>

Gorelik, Adrián. (2004) "*Imaginarios urbanos e imaginación urbana. Para un recorrido por los lugares comunes de los estudios culturales urbanos*". En bifurcaciones [online]. núm. 1, verano 2004. Disponible en: [www.bifurcaciones.cl/001/Gorelik.htm](http://www.bifurcaciones.cl/001/Gorelik.htm)

Hiernaux, Daniel. (2008). De los imaginarios a las prácticas urbanas: construyendo la ciudad de mañana. *Iztapalapa*, 17-38.

Hine, Christine. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.

Informe: ID 4512 La ciudad digital(izada). Fase II: La comunicación digital como escenario para la construcción y promoción de imaginarios culturales sobre la ciudad de Popayán. Vicerrectoría de Investigaciones. Universidad del Cauca.

La Ermita Cuenta. (12 de noviembre de 2016). *Ermitacuenta*. Obtenido de Twitter: <https://twitter.com/Ermitacuenta>

La Ermita Cuenta. (12 de noviembre de 2016). *La Ermita Cuenta*. Obtenido de Facebook: <http://ermitacuenta.blogspot.com.co/>

La Ermita Cuenta. (12 de noviembre de 2016). *La Ermita Cuenta*. Obtenido de Blog Spot: <https://www.facebook.com/ErmitaCuenteros/>

Leal Jerez, Morelva. (2002) Imaginarios urbanos e identidades en Ciudad Ojeda. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*. 37 – 59. 2018. No. 37



- Ley 115. (1994). Ley general de educación. En Congreso de la República de Colombia, *Ley 115 de febrero 8 de 1994*. Bogotá, Colombia.
- Markham, Tim (2010) The Case against the Democratic Influence of the Internet on Journalism, en (Sean Tunney & Garrett Monaghan, 2010).
- Martín Barbero, Jesús. (2002). *La educación desde la comunicación*. Norma.
- McCombs, Maxwell. (2006). Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. *Paidós Iberica*, 20.
- McQuail, Denis. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (02 de marzo de 2017). *Estadísticas del Sector*. Obtenido de Colombia TIC: <http://colombiatic.mintic.gov.co/estadisticas/stats.php?id=34&pres=content&jer=2&cod=19>
- Orozco, Guillermo. (2010). Entre pantallas: nuevos roles comunicativos y educativos de los ciudadanos. En R. Aparici, *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
- Pedraja Rejas, Liliana; Rodríguez Ponce, Emilio, & Rodríguez Ponce, Juan. (2006). Sociedad del conocimiento y dirección estratégica: una propuesta integradora. *Interciencia*, 31(8), 570-576. Obtenido de [www.redalyc.org/articulo.oa?id=33911904](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33911904)
- Piscitelli, Alejandro (2006) Nativos e inmigrantes digitales. ¿Brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún? *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. 11, núm. 28, enero-marzo, 2006, pp. 179-185 Consejo Mexicano de Investigación Educativa, A.C. Distrito Federal, México. <http://www.redalyc.org/pdf/140/14002809.pdf>
- Piscitelli, Alejandro (2009) Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación. 1a edición, Buenos Aires: Santillana.
- Portafolio.com (2017) Facebook tiene 17 millones de usuarios diarios en el país. Recuperado el 3 de diciembre de 2017, de <http://www.portafolio.co/innovacion/facebook-tiene-17-millones-de-usuarios-diarios-en-el-pais-505713>

- Rodríguez, Díaz, Raquel. (2004) Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. E. F. Alaminos. 158 p. ISBN 84-609-2460-2
- Rubio Ferreres, José María (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. Gaseta de Antropología. 25 (1).  
[http://www.ugr.es/~pwlac/G25\\_01JoseMaria\\_Rubio\\_Ferreres.pdf](http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.pdf)
- Rueda, O. Rocio. (2007) Para una pedagogía del hipertexto. Una teoría de la deconstrucción y la complejidad. Antropos. Barcelona.
- Silva, Armando (1999) Los imaginarios como hecho estético. deSignis 20. Semióticas urbanas, espacios simbólicos. Buenos Aires: La Crujía, 2012. 184 p.
- Silva, Armando. (2006) Imaginarios Urbanos. 5ta Edición. Bogotá. Arango Editores Ltda.
- Silva, Armando. (2007) Imaginarios urbanos en América Latina: Urbanismos Ciudadanos. Barcelona: Fundación Antoni Tàpies.
- Soler, Chimo. (2014) El patrimonio y la gestión cultural en las redes sociales. ResearchGate. Recuperado el 20 de junio de 2017, de [https://www.researchgate.net/publication/265905346\\_El\\_patrimonio\\_y\\_la\\_Gestion\\_cultural\\_en\\_las\\_Red\\_Sociales](https://www.researchgate.net/publication/265905346_El_patrimonio_y_la_Gestion_cultural_en_las_Red_Sociales)
- Tocancipá Falla, Jairo. (2006). Cafés en la “Ciudad Blanca”: identidad, crisis cafetera y el restablecimiento del orden social en Colombia. *Revista de Estudios Sociales* (25), 67-79.
- Trilla, Jaume. (1997). *Animación Sociocultural: Teorías, programas y ámbitos*. Barcelona: Ariel.
- Tunney, Sean; Monaghan Garrett (2010). *Web Journalism:// a new form of citizenship?* Sussex Academic Press, Great Britain.
- Turpo Gebera, Osbaldo W. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. *Educar*, 42, 81-93. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=342130831006>
- Vicci, Gonzalo (2014) ‘Formación de públicos y artes escénicas. Una mirada hacia Montevideo’. Ponencia presentada en el Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación. Buenos Aires.