Plan de comunicaciones para el fortalecimiento de los procesos de divulgación del laboratorio cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Periodista

Nidier Esteban Carvajal Soto

Jhoni Daniel Salazar Gómez
Magíster en Comunicación educativa

Corporación Universitaria Lasallista
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Comunicación y Periodismo
Caldas, Antioquia
2026

Agradecimiento

Agradezco a la Corporación Universitaria Lasallista y a los docentes que acompañaron mi proceso de formación, por los aprendizajes, las orientaciones y las exigencias que contribuyeron al desarrollo de este trabajo. Asimismo, agradezco a Comfenalco Antioquia y, de manera especial, al Departamento de Cultura, por abrirme las puertas para realizar mi práctica profesional y por permitirme conocer de cerca los procesos, dinámicas y retos comunicacionales del Laboratorio Cultural El Puerto.

De manera especial, agradezco a mi familia por su compañía, su apoyo y la confianza que me brindó a lo largo de este proceso académico y profesional. Su presencia fue fundamental para sostener este camino y llegar hasta esta etapa. Extiendo también mi gratitud a los colaboradores y participantes que aportaron su tiempo, sus experiencias y sus percepciones al proceso de investigación, así como a todas las personas que acompañaron este recorrido con su disposición y respaldo.

Resumen

El Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia desarrolla una programación cultural mediante diferentes procesos y canales institucionales. En este contexto, el propósito se enfoca en un plan de comunicaciones orientado al fortalecimiento de los procesos de divulgación cultural y la presencia institucional de El Puerto, a partir del análisis de sus canales, públicos y estrategias de comunicación. La investigación se desarrolla desde un enfoque cualitativo, de carácter aplicado a través de un estudio de caso, por ello la recolección de información se emplea con la observación participante, la revisión documental, una encuesta aplicada a 24 participantes y entrevistas semiestructuradas a dos colaboradores de Comfenalco Antioquia. La información obtenida fue contrastada mediante triangulación y posteriormente sintetizada en una matriz DOFA.

Los resultados evidencian las capacidades y procesos comunicacionales ya operativos con los cuales cuenta El Puerto, así como con una divulgación multicanal en la que los medios cumplen funciones diferenciadas. Sin embargo, se identifican oportunidades de fortalecimiento relacionadas con la consistencia en la presentación del espacio, la necesidad del reconocimiento previo de su nombre, la articulación entre canales y la trazabilidad de los procesos de divulgación. Asimismo, los resultados muestran una alta disposición de los participantes para continuar recibiendo información sobre la programación. A partir de estos hallazgos se diseña un plan de comunicaciones estructurado en tres líneas estratégicas: presencia institucional y posicionamiento; divulgación articulada de la programación; y relacionamiento y continuidad con los públicos. Se concluye que el fortalecimiento comunicacional de El Puerto puede desarrollarse a partir de las capacidades institucionales existentes, mediante una gestión más consistente, articulada y evaluable de sus procesos de divulgación.

Palabras clave: comunicación estratégica, comunicación cultural, divulgación cultural, posicionamiento de marca, Laboratorio Cultural El Puerto.

Abstract

The El Puerto Cultural Laboratory of Comfenalco Antioquia develops a cultural program that is promoted through different institutional processes and communication channels. In this context, this study aims to design a communication plan focused on strengthening El Puerto's cultural dissemination processes and institutional presence through the analysis of its channels, audiences, and communication strategies. The research followed a qualitative, applied approach and was conducted as a case study. Data collection techniques included participant observation, documentary review, a survey administered to 24 participants, and semi-structured interviews with two Comfenalco Antioquia staff members. The information obtained was contrasted through triangulation and subsequently synthesized in a SWOT matrix.

The findings showed that El Puerto already has operational communication capacities and processes, as well as a multichannel dissemination system in which different media perform distinct functions. However, opportunities for improvement were identified regarding consistency in the presentation of the space, prior recognition of its name, coordination among communication channels, and the traceability of dissemination processes. The results also showed a strong willingness among participants to continue receiving information about future activities. Based on these findings, a communication plan was designed around three strategic lines: institutional presence and positioning; coordinated dissemination of cultural programming; and audience engagement and continuity. The study concludes that El Puerto's communication processes can be strengthened by building on existing institutional capacities through more consistent, coordinated, and measurable management of its dissemination practices.

Keywords: strategic communication, cultural communication, cultural dissemination, brand positioning, El Puerto Cultural Laboratory.

Tabla de contenido

Justificación 9
Objetivos 11
Objetivo general 11
Objetivos específicos 11
Marco teórico 12
Comunicación Estratégica 12
Comunicación Digital 17
Comunicación Cultural 21
Contexto: Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia 28
Metodología 31
Resultados 36
Observación Participante 36
Análisis Documental de Canales, Formatos y Contenidos 38
Síntesis Transversal de los Canales 47
Resultados de la Encuesta 51
Síntesis de los Resultados de la Encuesta 62
Resultados de las Entrevistas Semiestructuradas 62
Síntesis de los Resultados de las Entrevistas 68
Diagnóstico Estratégico de la Comunicación del Laboratorio Cultural El Puerto 78
Resultado Diseño Plan de comunicaciones del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia 81
Presentación del Plan de Comunicaciones 81
Fundamentación Diagnóstica 81
Objetivos del Plan 82
Públicos 83
Estrategia General 84

Líneas Estratégicas....84
Tácticas y Acciones Comunicativas....85
Indicadores de Seguimiento y Evaluación (KPI)....90
Cronograma del Primer Ciclo de Implementación....95
Seguimiento y Evaluación....99
Conclusiones....101
Recomendaciones....103
Referencias....105
Apéndices....108
Apéndice A: entrevista semiestructurada....108
Apéndice B: encuesta....113

Índice de tablas

Tabla 1. Métricas de contenidos específicos de El Puerto en Instagram durante julio de 2026 42

Tabla 2. Matriz sintética de hallazgos por canal 51

Tabla 3. Matriz DOFA comunicacional del Laboratorio Cultural El Puerto 76

Tabla 4. Matriz consolidada de tácticas y acciones 87

Tabla 5. Matriz consolidada de KPI 90

Tabla 6. Métricas operativas de apoyo 94

Tabla 7. Cronograma de implementación 96

Tabla 8. Cronograma de medición y evaluación 98

Tabla 9. Cronograma de métricas operativas 99

Índice de figuras

Figura 1. Cartelera física de programación de El Puerto, agosto de 2026 47

Caracterización y relación previa con El Puerto 52

Figura 2. Cumplimiento del criterio de edad de los participantes 52

Figura 3. Primera visita a El Puerto 52

Figura 4. Frecuencia declarada de asistencia a las actividades de El Puerto 53

Figura 5. Reconocimiento previo del nombre El Puerto 54

Figura 6. Comprensión declarada de qué es El Puerto 54

Figura 7. Capacidad declarada para explicar qué es El Puerto después de la actividad 55

Figura 8. Asociaciones espontáneas con el nombre El Puerto 55

Figura 9. Medio por el cual los participantes conocieron la actividad específica 57

Figura 10. Canal utilizado habitualmente para informarse sobre actividades culturales 57

Figura 11. Suficiencia percibida de la información antes de asistir 58

Figura 12. Información considerada prioritaria para decidir la asistencia 59

Figura 13. Acciones que los participantes consideran útiles para ampliar el conocimiento de la programación 60

Figura 14. Interés en recibir información sobre futuras actividades 60

Figura 15. Medio preferido para recibir información sobre futuras actividades de El Puerto 61

Justificación

La transformación digital ha redefinido las formas en que las organizaciones culturales producen, distribuyen y socializan contenidos, generando los escenarios de interacción entre instituciones y audiencias. En este contexto, los espacios culturales enfrentan el desafío de adaptar sus procesos comunicativos a ecosistemas digitales caracterizados por la hiperconectividad, el consumo multiplataforma y la participación activa de los usuarios en la construcción de experiencias culturales. Desde esta perspectiva, el proyecto propone integrar herramientas digitales orientadas a fortalecer la presencia institucional de El Puerto, optimizar los procesos de divulgación y ampliar las posibilidades de interacción con los públicos. Asimismo, busca potenciar el uso estratégico de plataformas digitales mediante contenidos adaptados a diversos formatos y lenguajes comunicativos. La propuesta permitirá ampliar el alcance de las actividades desarrolladas por el laboratorio cultural, trascendiendo las barreras físicas del espacio y facilitando la construcción de comunidades virtuales interesadas en sus procesos artísticos, pedagógicos y culturales.

Además, contempla el fortalecimiento de narrativas digitales y transmedia que favorezcan experiencias más participativas y acorde con las prácticas contemporáneas del consumo cultural. Finalmente el impacto tecnológico se evidencia en la construcción de lineamientos y metodologías que servirán como referente para la gestión comunicacional de laboratorio cultural, facilitando la sistematización de procesos, el seguimiento de indicadores y la toma de decisiones.

La comunicación cultural cumple una función fundamental en la democratización del acceso a la cultura. En este sentido el fortalecimiento de los procesos de comunicación de El Puerto de Comfenalco Antioquía contribuirá a ampliar el alcance de su programación y facilitar la participación de diferentes públicos en actividades artísticas, académicas y formativas. El impacto social del proyecto se relaciona con el fortalecimiento de la apropiación ciudadana de espacios culturales, la promoción de procesos de participación comunitaria y la generación de escenarios de encuentro alrededor del arte, la formación y la circulación cultural. Desde el ámbito institucional, el proyecto contribuirá al fortalecimiento del posicionamiento cultural de El Puerto mediante estrategias de comunicación orientadas a consolidar su presencia dentro de la oferta cultural de la ciudad. En el componente económico, el fortalecimiento de la comunicación estratégica puede favorecer el incremento en la participación de públicos en las actividades

programadas, optimizando el alcance de las acciones culturales y contribuyendo a la sostenibilidad de los procesos desarrollados por El Puerto.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un plan de comunicaciones orientado al fortalecimiento de los procesos de divulgación cultural y de la presencia institucional del laboratorio cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia, a partir del análisis de sus canales, públicos y estrategias de comunicación.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de los canales, formatos, procesos y estrategias de comunicación utilizadas actualmente por el laboratorio cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia.
- Diseñar lineamientos estratégicos de comunicación orientados al fortalecimiento de la divulgación de las actividades desarrolladas por el laboratorio cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia.
- Estructurar acciones y herramientas de comunicación digital que permitan fortalecer el alcance y la interacción de públicos frente a las actividades programadas por el laboratorio cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia.

Marco teórico

Comunicación Estratégica

En el mundo contemporáneo las organizaciones empresariales representan un conjunto de valores, funciones, objetivos y recursos con reconocimiento legal para cumplir funciones concretas en la sociedad. Para lograr los objetivos propuestos, una organización necesita un equipo de personas capacitadas que orienten su trabajo al logro de las metas trazadas, bien sea en el ámbito comercial, financiero, económico o de impacto social, entre otros. Además del capital humano, se requieren recursos logísticos, administrativos, y monetarios con la capacidad de sostenerse a largo plazo. Estas condiciones de permanencia y reproducción en el tiempo exigen un lenguaje común y procedimientos compartidos, de modo que, altos directivos, trabajadores, proveedores, clientes y público en general conozcan con claridad los productos y servicio ofrecidos, y aquel conjunto de recursos y objetivos fijados en políticas institucionales, que devienen en el origen y la vida misma de la organización. En la era de la información, entonces, resulta indispensable definir los lineamientos que garanticen sostenibilidad organizacional, que comúnmente se expresan en planes de acción integrados al quehacer cotidiano de la organización.

En este sentido, la comunicación estratégica permite interpretar las prácticas comunicativas de una organización más allá de la mera emisión aislada de mensajes, contenidos o determinadas acciones informativos. En este marco teórico, el carácter estratégico se vincula fundamentalmente con una orientación deliberada que conecta las decisiones de comunicación con los propósitos de la organización. Este enfoque traslada la atención de las actividades visibles, esto es, publicar, informar, convocar o mantener activos canales en redes sociales, hacia los criterios que sostienen el porqué de la comunicación, la relación de cada acción con una dirección común y la viabilidad y sostenibilidad de esas decisiones en el tiempo. Así, comunicar de forma estratégica equivale, por tanto, a otorgar sentido a las acciones dentro de un proceso estructurado, y no simplemente a multiplicar la cantidad de acciones comunicativas.

Esta distinción permite separar la realización de actividades de comunicación de su orientación estratégica. Una organización puede generar contenidos, difundir información, o mantener presencia en diversos medios sin que esas prácticas constituyan por sí solas una estrategia delimitada. El carácter estratégico surge entonces cuando esas actividades dejan de funcionar como respuestas independientes y se articulan a través de propósitos definidos, criterios de priorización y procesos de gestión que les confieren continuidad y coherencia. De esta forma,

la estrategia introduce una lógica de relación entre decisiones que podrían permanecer dispersas o desarticuladas. Es decir, no se limita a definir qué acción ejecutar, sino que establece su vínculo con el conjunto de decisiones, su finalidad y los criterios para evaluar su efectividad. En consecuencia, la comunicación estratégica se diferencia de una visión reducida a la producción de mensajes y se ubica en el plano de las acciones orientadas, planificadas y parametrizadas.

Uno de los fundamentos centrales de esta comprensión aparece en Hallahan et al. (2007), quienes definen la comunicación estratégica como "el uso deliberado de la comunicación por parte de una organización para cumplir su misión" (p.3). Esta definición concentra por lo menos tres elementos clave: un uso deliberado de la comunicación, ese uso ejecutado en nombre de una organización y su orientación hacia una misión que actúa como referente. Entonces, la intencionalidad va más allá de la calidad de la preparación previa de un mensaje. Más bien, supone que la comunicación responde a una finalidad reconocible dentro de una dirección organizacional previamente definida. Así mismo, la misión no constituye una mención decorativa de los mensajes, se trata, especialmente, del criterio que conecta las decisiones comunicativas con lo que la organización busca desarrollar o impulsar.

Hallahan et al. (2007) amplían esta delimitación al poner en evidencia que las organizaciones desarrollan prácticas deliberadas y toman decisiones planificadas sobre la naturaleza y los recursos destinados a sus esfuerzos en materia de comunicación. Además, proponen estudiar la comunicación organizacional desde una perspectiva integrada y multidisciplinaria. El aporte de este desarrollo teórico consiste en demostrar que la orientación estratégica debe expresarse también en la forma de organizar la actividad comunicativa. Articular no significa homogeneizar todas las funciones, sino evitar que mensajes, recursos y decisiones operen como iniciativas sin conexión. Así, la estrategia reside especialmente en la capacidad de relaciones prácticas y recursos bajo una dirección organizacional común.

En una ampliación de esta perspectiva, Kunsch (2018) cuestiona los límites de la comunicación en términos de designar exclusivamente las funciones operativas e instrumentales, y sostiene que las acciones comunicativas deben guiarse por una visión y una política de comunicación coherente que atienda las demandas, los intereses y expectativas de los públicos y de la sociedad. En este marco, afirma que "el área de la comunicación deja de tener una función meramente táctica y pasa a ser estratégica" (Kunsch, 2018, p. 18). Este desplazamiento modifica el lugar de la comunicación al interior de una organización, pues deja de reducirse a la ejecución

de tareas puntuales y se vincula con la comprensión amplia de los propósitos institucionales, de las personas con las que se relaciona y de los valores y prácticas que proyecta de forma pública. La dimensión estratégica supone, por tanto, que las acciones mantengan coherencia con una política comunicativa y con la relación que la organización establece con sus respectivos públicos.

Kunsch precisa las condiciones que permiten sostener esa dimensión estratégica al proponer que "la comunicación debe ser intencional y estructurarse mediante políticas, estrategias y principios" (Kunsch, 2018, p. 21). En la misma línea, relaciona su desarrollo con metodologías flexibles de formulación estratégica, planificación, investigación y auditorías, análisis de escenarios, construcción de diagnósticos situacionales, monitoreo y evaluación de las acciones comunicativas. Así como de señalar que la planificación y la gestión deben permanecer articuladas. Este planteamiento expone una dimensión, podría decirse, de lo relativo a los procesos. O lo que es lo mismo, reconocer que una intención sólo adquiere consistencia estratégica cuando puede traducirse en criterios prácticos de actuación, nutrirse de información sobre la realidad de la organización y revisarse a partir de su desarrollo. Por lo que diagnosticar, planificar, monitorear y evaluar forman parte de una gestión que permite observar la coherencia entre la dirección propuesta y las decisiones comunicativas.

El diálogo entre ambas propuestas permite establecer una relación complementaria entre orientación y gestión. Hallahan et al. (2007) sitúan el núcleo estratégico en el uso deliberado de la comunicación, su relación con la misión institucional y la integración de las prácticas. Kunsch amplía esa comprensión al incorporar con mayor énfasis la necesidad de considerar a los públicos y los procesos mediante los cuales esa orientación cobra sentido, puede organizarse, observarse y evaluarse. La primera perspectiva permite responder qué hace estratégica a una práctica comunicativa. Esto es, su vinculación, de forma intencional, con una dirección organizacional delimitada y su articulación con otras decisiones. Por su parte, la segunda precisa qué elementos requiere esa orientación para sostenerse en el tiempo: políticas, conocimiento de los públicos, planificación, diagnóstico, seguimiento y evaluación. Si se leen conjuntamente, es posible afirmar que ambas propuestas evitan simplificar la estrategia a una declaración de propósitos o a un ecléctico repertorio de herramientas de comunicación sin una dirección común y definida.

A partir de esta orientación, la comunicación estratégica, es posible comprender la comunicación estratégica como un proceso intencional de orientación y gestión de acciones comunicativas mediante el cual una organización relacione sus propósitos con sus decisiones y

prácticas de comunicación, articula recursos y funciones, pone en consideración las características identitarias de sus públicos y establece mecanismos para observar y revisar su propia actuación. Su carácter estratégico depende de la coherencia entre aquello que se busca, las decisiones mediante las cuales se intenta materializar y los procesos que permiten valorar su desarrollo. Esta comprensión supera una visión exclusivamente operativa de la comunicación organizacional porque no define la estrategia por el volumen de mensajes, canales o actividades ejecutadas. Así mismo, excede un mecanismo declarativo, pues exige que le orientación se traduzca en criterios concretos de gestión. De esta forma, la comunicación estratégica se expresa como una dimensión articuladora de la actuación organizacional, con capacidad de proporcionar dirección, integración y revisión de las prácticas comunicativas.

A manera de síntesis, es posible afirmar que la comunicación estratégica constituye un enfoque de la comunicación organizacional orientado a planificar, gestionar, controlar y ajustar de manera coherente los procesos comunicativos de una organización. A partir de este enfoque, la comunicación deja de leerse como un conjunto de acciones aisladas o exclusivamente informativas y se asume como un insumo organizacional clave para la toma de decisiones. El carácter estratégico dependerá de la planificación de los mensajes y de la integración continua de las decisiones de comunicación con la gestión general de la organización. Así, este rasgo integrador busca otorgar coherencia, veracidad, mejor aprovechamiento de las oportunidades de interacción social y utilidad de las prácticas de comunicación. Los mensajes, entonces, deben sustentarse en un análisis detallado de los contextos y de los públicos, en el reconocimiento de las necesidades de estos últimos y en el cumplimiento exitoso de los fines institucionales en la sociedad. Bajo esta lógica, la comunicación deja de operar como una respuesta puntual y reactiva y adquiere una función orientadora al interior de las organizaciones.

Comunicación Digital

El concepto de comunicación digital supone una transformación de los procesos comunicativos convencionales que sobrepasa la mera incorporación de nuevas tecnologías, dispositivos o canales. Su especificidad reside en la manera en que los entornos digitales reorganizan el circuito de producción, circulación y recepción de mensajes, al tiempo que conectan sujetos, contenidos y medios en redes interdependientes. Desde esta perspectiva, lo digital designa un escenario comunicativo en el que se modifican las posibilidades de relación entre quienes producen, reciben, distribuyen e interpretan la información, más allá de tratarse de un soporte

técnico o una modalidad rápida de difusión que, aunque se incluyen estos elementos, los excede ampliamente. Esta delimitación permite analizar la comunicación digital a partir de las relaciones que hace posibles y de las condiciones que las estructuran, en lugar de concentrarse solo en las herramientas mediante las cuales se realiza el ejercicio comunicativo.

Así, este desplazamiento modifica también la separación tradicional entre emisión y recepción. Pues en los entornos digitales, quienes participan también producen nuevos contenidos, seleccionan información, responden mensajes, comparten y establecen conexiones con otros participantes dentro de flujos comunicacionales complejos, deliberados o determinados por los medios en que se producen, y que circulan por múltiples nodos. Aun así, la posibilidad técnica de intervenir también supone límites. Los entornos digitales, que no suponen estar desprovistos de intereses particulares, pueden privilegiar determinadas interacciones y otorgar una circulación desigual a los mensajes que se producen en estos espacios. Por esto, comprender el concepto de comunicación digital implica distinguir entre las capacidades de participación y la manera concreta en que estas se realizan dentro de redes organizadas. El interés teórico, entonces, se desplaza desde el dispositivo aislado hacia la relación entre capacidad de actuación, circulación de contenidos y condiciones del entorno en el que se desarrolla el intercambio.

Uno de los fundamentos centrales de esta comprensión aparece en Castells, quien denomina esta nueva forma histórica de comunicación como “autocomunicación de masas” (Castells, 2009, p. 88). Esta denominación reúne dos rasgos que a primera vista podrían parecer contradictorios. Se trata de comunicación de masas porque el mensaje puede incorporarse a redes con capacidad potencial para alcanzar audiencias amplias, y es de autocomunicación porque quien lo produce conserva un margen decisivo para generar el mensaje, definir posibles receptores y seleccionar los contenidos que incorpora a su propia práctica comunicativa. La categoría permite comprender una estructura en la que la ampliación del alcance encuentra su punto de partida en la iniciativa de sujetos relativamente autónomos capaces de intervenir en distintos momentos del proceso, con independencia relativa de una organización emisora que centraliza todos los mensajes de forma absoluta.

En el mismo aporte se permite precisar que esta transformación conserva las modalidades anteriores de comunicación. Así, Castells (2009), sostiene que la comunicación interpersonal, la comunicación de masas y la autocomunicación de masas coexisten, interactúan y se complementan. Por lo tanto, la novedad radica en su articulación dentro de un nuevo espacio: un

entorno digital interactivo con capacidad de combinar flujos uno a uno, uno a muchos y muchos a muchos. Esta coexistencia favorece una lectura de lo digital como reorganización de las relaciones de comunicación que antes funcionaban de manera más aislada y menos articulada, en lugar de una simple sustitución de los medios previos. Entonces, en términos analíticos, conviene diferenciar el alcance potencialmente amplio de un mensaje de su recepción efectiva. La estructura de red, en el entorno digital, da paso a una posibilidad de difusión más amplia, aunque esa posibilidad depende de otros factores para concretarse.

La ampliación de las capacidades de actuación descrita por Castells exige, sin embargo, considerar cómo están organizados los entornos en los que esas capacidades se ejercen. Hallinan et al. introducen este problema al cuestionar la idea de las plataformas sociales como conductos neutrales y al afirmar que, "sean lo que sean en otros aspectos, las plataformas resultan parciales en su funcionamiento" (Hallinan et al., 2022, p. 201). La afirmación anterior desplaza el análisis desde una perspectiva del espacio, o de la plataforma, como un simple contenedor, hacia su comprensión como un entorno que participa en la configuración de la comunicación. Si las plataformas poseen intereses particulares y toman partido en la determinación de cómo deciden circular la información, entonces las prácticas de comunicación digital se explican también por los espacios donde ocurren los intercambios, esto es, espacios donde los valores se expresan, se disputan y se difunden. De este modo, la plataforma forma parte de las condiciones del proceso comunicativo, y no solo las decisiones de quienes publican o interactúan.

En consecuencia, para comprender esta condición de manera sistemática, Hallinan et al. (2022) proponen un marco que articula dos dimensiones de la comunicación de valores, mensajes y sentidos en las plataformas digitales: la escala de expresión (personal, cultural e infraestructural) y el grado de explicitud (explícito, implícito e invisible). El valor del modelo para comprender la comunicación digital radica en que ubica el sentido más allá del contenido visible de una publicación o de la intención individual de quien la produce. Una práctica comunicativa se relaciona, de manera simultánea, con decisiones personales, marcos culturales compartidos y condiciones incorporadas en el entorno tecnológico. Es decir, elementos que se manifiestan con distinto grado de evidencia. Esta perspectiva amplía el análisis desde lo que los usuarios expresan hacia las condiciones y relaciones mediante las cuales determinados significados se promueven, se normalizan o se articulan en las plataformas.

Tomadas en conjunto, ambas propuestas permiten una distinción entre dos dimensiones complementarias de la comunicación digital. Por un lado, Castells explica la ampliación histórica de las posibilidades de intervención de los sujetos y la articulación de diferentes formas comunicativas dentro de redes dinámicas. Por su parte, Hallinan et al., muestran que esa capacidad de actuación se ejerce en el interior de entornos que no están desprovistos de intereses definidos, y que toman partido en la configuración de la circulación de la información. La relación entre ambas dimensiones permite construir una lectura matizada de lo digital, alejada tanto de reducirla a un simple empoderamiento de los participantes, como de explicarlo únicamente por la determinación de los avances tecnológicos. La comunicación digital aparece, en cambio, como una relación entre sujetos con capacidades de producción y selección autónoma de contenidos, y estructuras de plataformas que organizan el espacio en el que esas prácticas se ponen en circulación y adquieren un sentido. La autonomía comunicativa puede tomar forma, aunque se desarrolla bajo condiciones predeterminadas por los entornos digitales y sus políticas de circulación de la información.

Desde esta óptica, es posible comprender la comunicación digital como un proceso relacional, relativamente condicionado y reticular en el que sujetos, contenidos y parámetros tecnológicos y corporativos intervienen de manera conjunta en la producción, circulación e interpretación de significados. Su carácter digital depende, no tanto del uso de una plataforma o dispositivo, como de la reorganización de los vínculos entre producción y recepción, de la coexistencia de modalidades comunicativas y de la intervención de entornos técnicos que estructuran las posibilidades de participación. Esta comprensión permite diferenciar la disponibilidad de canales de la existencia de una comunicación digital propiamente dicha. Pues la presencia tecnológica constituye apenas una condición previa para producir relaciones de comunicación significativas. El concepto remite, entonces, tanto a las capacidades de actuación abiertas por las redes como a las condiciones sociales y tecnológicas bajo las cuales esas capacidades comunicativas y organizacionales se ejercen.

Comunicación Cultural

La comunicación cultural se relaciona con las actividades ligadas al conjunto de prácticas, conocimientos y formas de reconocimiento de grupos sociales. O lo que es lo mismo, a la forma que encuentran diversas comunidades humanas de expresarse a través del arte, la historia, la

identidad autoreconocida y todos aquellos vínculos y relaciones que constituyen y mantienen cohesionado el tejido social. Esta forma de comunicación se destaca porque comprende un aporte a las organizaciones y a la sociedad misma desde su función cohesionadora y de reproducción de sentido comunitario, pues más allá de la difusión de actividades artísticas, o de la transmisión de información sobre bienes y servicios culturales, se extiende hacia la realización de necesidades humanas validadas en las experiencias sociales que hacen única a una comunidad, un territorio o un grupo social determinado, a través de la puesta en valor de sus saberes y contextos colectivos.

La relación entre comunicación y cultura plantea un problema que excede la visibilidad de actividades, obras o servicios del ámbito cultural. Las expresiones que circulan se encuentran con sujetos que realizan una operación de interpretación a partir de la experiencia, de referencias culturales previas y de contextos dinámicos, de modo tal que el interés recae tanto en la existencia de mensajes o canales, como en las condiciones mediante las cuales una propuesta logra ser reconocida, interpretada y vinculada con la vida social. Esta orientación desplaza la mirada desde la transmisión aislada de información hacia las relaciones que intervienen en la producción de sentido de la información circulante, y permite situar la comunicación en el cruce entre circulación, interpretación y contexto.

Martín-Barbero afirma que “el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales” (Martín-Barbero, 1991, p. 203). Este movimiento modifica el punto de partida del análisis, pues los medios dejan de considerarse dispositivos autosuficientes, capaces de explicar por sí mismos la comunicación, y pasan a situarse dentro de las tramas sociales, históricas, y culturales más amplias. La noción de mediación permite comprender que el sentido se configura en relaciones atravesadas por prácticas, temporalidades y matrices culturales diversas, en lugar de permanecer fijado en el contenido o depender únicamente de la intención de quien lo produce. A partir de este planteamiento, entonces, la comunicación cultural puede asimilarse como una relación situada entre producción, circulación e interpretación. Además, reconocer la capacidad interpretativa de los sujetos implica aceptar que el significado cultural se explica también desde las condiciones sociales e históricas en las que una expresión circula, y participa en la forma como esta puede ser reconocida y apropiada, aun cuando los contenidos conserven una orientación definida. Así, la mediación introduce una distancia crítica frente al modelo lineal de emisión y recepción, pues sitúa la comunicación en una trama donde

contenidos, prácticas sociales y contextos se relacionan de manera conjunta en el proceso comunicativo.

Esta perspectiva permite distinguir la divulgación cultural de la comunicación cultural sin tratarlas como procesos totalmente opuestos o aislados. La divulgación, debe aclararse, cumple una función concreta de dotar de visibilidad una propuesta del ámbito cultural y de facilitar el acceso a información sobre su existencia, características y posibilidades de participación. Con todo, el significado que una expresión adquirirá para quienes entren en contacto con ella depende de factores que exceden la circulación de esa información. Comunicar cultura comprende un proceso más amplio porque incorpora las relaciones de reconocimiento e interpretación que se producen alrededor de aquella información que circula. La diferencia resulta fundamental. La visibilidad abre posibilidades de contacto, no obstante, la comprensión, la apropiación o la construcción de un vínculo dependen de procesos que exceden este circuito de información. Couldry (2024) retoma el problema de la mediación al poner en evidencia que la comunicación constituye siempre una relación mediada entre las personas, pues pasa por el lenguaje y por distintos medios tecnológicos que configuran y reconfiguran las posibilidades de comunicación y de *existir socialmente*. Su formulación conserva el núcleo del desplazamiento propuesto por Martín-Barbero y permite observarlo bajo condiciones contemporáneas, bajo la premisa de que los lenguajes y los medio forman parte de las condiciones mediante las cuales los significados se expresan, circulan y se interpretan, más que operar como recipientes o contenedores externos a ellos. La comunicación cultural exige, entonces, atender a las prácticas de interpretación de los sujetos y, al mismo tiempo, a los medios concretos a través de los cuales esas prácticas se hacen posibles.

En ese orden de ideas, entender la mediación de esta manera permite reconocerla como parte constitutiva de la relación de comunicación y evita reducirla a una barrera puesta entre quien comunica y quien recibe. Los sujetos encuentran las propuestas mediante lenguajes, formas de expresión, soportes y condiciones de circulación que participan en su propio reconocimiento. Tales condiciones conservan la capacidad interpretativa de quienes participan y configuran, al mismo tiempo, el terreno concreto en el que la interpretación tiene lugar. En el ámbito cultural, esta precisión resulta relevante porque permite considerar conjuntamente la dimensión simbólica de las expresiones y las condiciones materiales que intervienen en su flujo informativo de una manera complementaria.

El problema adquiere una dimensión adicional cuando determinadas estructuras digitales participan en la configuración del propio espacio de interacción. Couldry (2024) advierte que las corporaciones tecnológicas “en realidad, construyen el propio terreno sobre el que se desarrolla la vida cotidiana y donde tienen lugar las relaciones sociales” (p. 664). En la misma línea, el autor explica que esas corporaciones controlan en gran medida los parámetros de dicho terreno basado en software y, con ello, los tipos de acciones y señales que resultan posibles o incentivadas, como se señaló anteriormente en relación con el problema de los intereses privados de los entornos digitales. Este aporte introduce un factor contemporáneo de la mediación, sin reducir la comunicación cultural a un problema exclusivamente tecnológico. Las interpretaciones de los sujetos siguen siendo centrales, aunque ocurren dentro de espacios cuyas arquitecturas también organizan las posibilidades de encuentro, expresión y circulación. Nuevamente, la cuestión de la autonomía del sujeto podría relativizarse.

Martín-Barbero y Couldry permiten observar, desde momentos distintos, una misma cuestión teórica. El primero sitúa la comunicación en “las mediaciones sociales y culturales que articulan prácticas, temporalidades y matrices diversas” (Martín-Barbero, 1991, p. 203); el segundo muestra que “esas condiciones de mediación incluyen hoy entornos tecnológicos capaces de estructurar parte de la interacción social” (Couldry, 2024, p. 664). La articulación entre ambas perspectivas evita dos reducciones, pues al considerar que el significado viaja intacto desde quien produce un contenido hacia quien lo recibe, o suponer que la interpretación ocurre con independencia de las condiciones materiales en las que los sujetos encuentran aquello que circula. La comunicación cultural se ubica entre esos extremos como una práctica relacional y situada.

Entonces, la relación entre circulación y asignación de sentido tampoco puede entenderse como una secuencia causal. La mayor disponibilidad o exposición de una expresión amplía sus posibilidades de encuentro, sin embargo, el reconocimiento y el significado otorgado por y para los sujetos, puede depender de factores externos al medio o a la práctica comunicativa en sí misma. Al mismo tiempo, la interpretación se relaciona estrechamente con las condiciones concretas que permiten acceder a aquello que circula. La comunicación cultural implica poner en consideración ambas dimensiones de forma articulada: las condiciones que hacen posible la presencia social de una propuesta y las relaciones mediante las cuales esa propuesta puede ser interpretada y apropiada. Esta distinción conserva la importancia de la divulgación, pero evita utilizar el alcance o la exposición como equivalentes automáticos de una relación cultural significativa.

De forma sintética, puede decirse que la comunicación cultural articula los procesos de producción, circulación e interpretación de significados dentro de relaciones sociales concretas. Su carácter relacional supone reconocer que las propuestas culturales entran en contacto con sujetos que interpretan a partir de experiencias y referencias subjetivas, y que lo hacen bajo condiciones de mediación igualmente específicas que, además, exceden la intención inicial de la acción comunicativa. Los aportes de Martín-Barbero y Couldry permiten sostener, como ya se ha mencionado, una doble vía de observación, esto es, la capacidad de los sujetos para producir sentido y los contextos sociales, culturales y tecnológicos que organizan las condiciones de ese proceso. Comunicar cultura implica hacer posible la circulación y el acceso, pero también reconocer que ningún proceso de difusión puede anticipar completamente la forma en que una propuesta será reconocida, interpretada o vinculada con la vida social de una comunidad determinada.

Posicionamiento de Marca

El posicionamiento de marca como concepto o elemento teórico, constituye un proceso estratégico destinado a delimitar la diferenciación entre organizaciones. Este proceso requiere del establecimiento de tácticas de comunicación con el fin alcanzar reconocimiento social, un aspecto fundamental para el desarrollo de este trabajo en el contexto de los desafíos actuales de la comunicación digital, estratégica y cultural. Dado que toda posición cobra sentido en relación con otras opciones, su desarrollo exige precisar la oferta de la marca, el público para el cual resulta atractiva y los referentes frente a los cuales busca distinguirse.

Así, este concepto se vincula entonces con la capacidad de diferenciar una propuesta específica entre diversas alternativas. Su carácter estratégico radica justamente en esta condición comparativa: la marca define su posición en interdependencia relativa con públicos y referentes ante los cuales requiere establecer las características a destacar y las razones de su relevancia. Esta dimensión permite hacer énfasis en el posicionamiento frente a conceptos como el conocimiento, el reconocimiento o la notoriedad de una marca. De esta manera, existe una clara distinción entre las mediaciones orientadas a comprobar el nivel de conocimiento de una organización y los estudios dedicados a examinar los atributos, beneficios y valores asignados por los públicos en oposición a sus competidores (Kapferer, 2012). El hecho de que una marca logre altos niveles de identificación o recordación requiere una labor adicional para clarificar sus factores diferenciales y los significados asociados frente a otras alternativas. Por lo tanto, el posicionamiento va más allá

de la mera recordación o presencia, al tiempo que exige delimitar una diferencia capaz de adquirir sentido dentro de un marco comparativo de experiencias sociales por parte de los públicos.

Consecuentemente, “posicionar una marca significa destacar las características distintivas que la diferencian de sus competidores y la hacen atractiva para el público” (Kapferer, 2012, p. 152). Esta conceptualización concentra dos condiciones que, podría señalarse, parece difícil de desligar. Por un lado la existencia de por lo menos una característica capaz de marcar distancia frente a otras propuestas y, por otro lado, la relevancia significativa de dicha diferencia para los públicos objetivos. El posicionamiento supera pues la simple agrupación de cualidades destacables para enfocarse en jerarquizar los atributos capaces de expresar con máxima precisión la singularidad de una propuesta dentro un escenario comparativo. El desarrollo de esta premisa organiza el análisis alrededor del beneficio ofrecido, el público objetivo, los fundamentos de la propuesta y los referentes de comparación de la marca (Kapferer, 2012).

Esta concepción permite reconocer cómo la diferenciación trasciende la simple declaración de distinción de una propuesta. Para alcanzar valor estratégico, la diferencia requiere especificidad suficiente para orientar una comparación y ofrecer motivos comprensibles destinados a distinguir una alternativa sobre las demás. En consecuencia, el posicionamiento conlleva un ejercicio de selección y jerarquización. De los múltiples atributos, beneficios y significados comunicables por una marca, un grupo selecto debe ocupar una posición central por su capacidad de expresar con mayor claridad la principal razón de superioridad. En este sentido, el proceso requiere definir el conjunto competitivo de asociación y comparación de la marca, junto con la precisión de su diferencia esencial frente a las demás propuestas del entorno (Kapferer, 2012). Esta selectividad garantiza el desarrollo del posicionamiento como una orientación estratégica enfocada y alejada de una acumulación amorfa de cualidades dentro de un campo de múltiples referencias.

De esta forma, esta perspectiva aporta un panorama estratégico del posicionamiento, aunque la literatura especializada ha abordado el concepto desde otros enfoques complementarios. En un trabajo consultado, luego de una revisión sistemática de 152 artículos sobre posicionamiento, concluye que “persiste una falta de coherencia en su definición y que no existe un acuerdo general entre académicos y profesionales del marketing acerca del significado preciso del concepto” (Saqib, 2021, p.151). Esta pluralidad reafirma la utilidad del posicionamiento como categoría de análisis, pues demuestra su explicación desde diferentes perspectivas y confirma de qué manera sus alcances superan una única formulación. Así, a partir de la sistematización de

dichas definiciones, es posible identificar por lo menos cinco perspectivas recurrentes: competencia, espacio disponible en la mente, percepción del consumidor, diferenciación y ventaja competitiva. La autora precisa que, aunque estas perspectivas representan elementos fundamentales dentro de las conceptualizaciones estudiadas, "no todas ellas fueron recogidas por cada definición" (Saqib, 2021, p. 149). Por consiguiente, estos elementos operan como factores independientes en lugar de requisitos acumulables y obligatorios para las estrategias corporativas. En detalle, la competencia sitúa la propuesta frente a otras alternativas; el espacio en la mente alude a la consecución de un lugar diferenciado entre las opciones consideradas; la percepción corresponde a las asociaciones construidas alrededor de una oferta; la diferenciación destaca las características aptas para distinguirla; y la ventaja competitiva vincula esa distinción con la capacidad de establecer una posición favorable frente a otras propuestas.

En resumen, el análisis propuesto facilita la observación ampliada de elementos ya presentes en las formulaciones previas. Por un lado, el posicionamiento se delimita desde la selección de un carácter de distinción, la definición del público, el beneficio propuesto, las razones de respaldo y los referentes de comparación (Kapferer, 2012). Por otro lado, la revisión de la literatura asigna un lugar específico al espacio mental y a la percepción (Saqib, 2021). De esta articulación emerge una distinción analítica entre la posición proyectada por una entidad y aquella susceptible de reconstrucción mediante las percepciones de sus públicos. Esta distinción permite comprender los motivos por los cuales la notoriedad requiere confirmación adicional para evidenciar un posicionamiento pleno, pues una marca conserva la capacidad de alcanzar altísima visibilidad mientras genera asociaciones dispersas o de escasa distinción frente a otras alternativas.

Contexto: Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia

Comfenalco Antioquia es una caja de compensación familiar creada el 30 de agosto de 1957 por la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), Seccional Antioquia, en el marco del Decreto 118 del mismo año. Con el paso del tiempo amplió su campo de actuación hacia diferentes servicios sociales y de bienestar, entre ellos cultura, bibliotecas, formación, recreación y vivienda, con presencia en las diferentes regiones de Antioquia.

En su plataforma estratégica vigente, la organización establece como propósito central trabajar por una transformación social sostenible e incluyente, en la que el bienestar sea un bien colectivo que impacte positivamente la vida de los trabajadores, sus familias y la comunidad. Como objetivo retador, plantea consolidarse hacia 2030 como la Caja más cercana al corazón de

sus afiliados y su mejor aliado en la gestión del bienestar. Este direccionamiento se complementa con seis valores corporativos: confianza, pasión por el cliente, innovación, empoderamiento, responsabilidad por el resultado y sensibilidad social (Comfenalco Antioquia, s. f.).

En este marco se inscribe el Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia, ubicado en el segundo piso del Edificio Club Comfenalco La Playa, en el centro de Medellín. Su propuesta se articula alrededor de *La promesa de los encuentros*, una narrativa que presenta el espacio como una posibilidad de relación con expresiones artísticas, historias, palabras y experiencias de la vida cotidiana. El encuentro no se limita a la asistencia a una actividad programada ni presupone necesariamente la interacción con otras personas, pues también contempla experiencias vinculadas con la lectura, la contemplación, la pausa, la memoria y la permanencia en el espacio. El documento relaciona, además, esta propuesta con cualidades como la diversidad, la inclusión y la participación, al reconocer distintas formas de expresión y experiencias como la participación de la comunidad sorda en espacios de opinión y diálogo cultural (Comfenalco Antioquia, s. f.).

La pertenencia de El Puerto a Comfenalco Antioquia permite situarlo dentro de una gestión cultural más amplia. Cultura y Bibliotecas integran el nodo de Bienestar social e intelectual de la Caja, en el que también se inscriben servicios relacionados con la educación y el desarrollo humano y social (Comfenalco Antioquia, 2025). En el plano visual, el manual de identidad establece un ecosistema gráfico que diferencia las líneas de negocio mediante códigos de color, descriptores e iconografía, y dispone que las aplicaciones asociadas con los diferentes nodos no deben adquirir mayor protagonismo que la identidad de Comfenalco Antioquia (Comfenalco Antioquia, 2024, pp. 30-31). De este modo, la particularidad cultural de El Puerto se desarrolla dentro de una estructura organizacional y de marca más amplia.

La documentación relaciona *La promesa de los encuentros* con experiencias alrededor de las artes visuales, la poesía, los conversatorios, la literatura, la música, la palabra, la escucha y el diálogo, así como con situaciones cotidianas como compartir un café. También contempla formas colectivas de encuentro (conversar, aprender, crear o compartir con otras personas) y experiencias individuales vinculadas con la lectura, la contemplación o la posibilidad de permanecer en soledad (Comfenalco Antioquia, s. f.). Estas referencias muestran que la propuesta de El Puerto no se restringe a una sola disciplina ni plantea la participación en actividades programadas como la única forma de relacionarse con el espacio.

Los documentos consultados permiten describir la manera en que El Puerto presenta su propuesta y algunas de las prácticas que la propia documentación vincula con ella. Sin embargo, esta información no permite establecer por sí sola cómo el espacio es reconocido, interpretado o valorado por sus públicos. Estas percepciones serán abordadas mediante los instrumentos previstos en el estudio. De esta manera, el apartado proporciona referentes sobre El Puerto sin anticipar los hallazgos del diagnóstico.

En conjunto, estos elementos sitúan a El Puerto dentro de Comfenalco Antioquia y delimitan los principales referentes desde los cuales el espacio presenta su propuesta. Esta base permitirá interpretar posteriormente los resultados del diagnóstico y sustentar las decisiones estratégicas del plan de comunicaciones.

Metodología

La presente investigación se desarrolla desde un enfoque cualitativo, dado que busca comprender las dinámicas comunicacionales que intervienen en los procesos de divulgación cultural del Laboratorio Cultural El Puerto, de Comfenalco Antioquia, así como las percepciones, experiencias y prácticas de los actores que participan en dichos procesos. En este sentido, el interés de la investigación no se centra en la medición estadística de variables, sino en la comprensión profunda de un fenómeno situado dentro de un contexto específico.

Barraza Macías (2023) señala que "la investigación cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de seres vivos, sobre todo de los humanos y sus instituciones" (p. 14). De manera complementaria, Tracy (2021) afirma que "los estudios de investigación cualitativa suelen buscar responder preguntas sobre el 'qué', el 'cómo' y el 'por qué' de los fenómenos" (p. 176). Estas perspectivas resultan pertinentes para el presente estudio porque permiten comprender las dinámicas de comunicación que se desarrollan alrededor del Laboratorio Cultural El Puerto y las formas en que estas son percibidas por sus diferentes públicos.

La investigación posee un carácter aplicado, puesto que busca generar una propuesta concreta de intervención orientada al fortalecimiento de los procesos de divulgación cultural y de la presencia institucional del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia. En consecuencia, se espera que los hallazgos obtenidos durante el proceso investigativo se traduzcan en recomendaciones y estrategias que sustentan la construcción de un plan de comunicaciones ajustado a las necesidades identificadas en el diagnóstico.

Asimismo, el estudio se desarrolla mediante la estrategia metodológica de estudio de caso, debido a que aborda una realidad particular y delimitada representada por el Laboratorio Cultural El Puerto. Según Yin (2014) "un estudio de caso es una investigación empírica que examina a profundidad un fenómeno contemporáneo (el 'caso') dentro de su contexto del mundo real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no resultan claramente evidentes" (p. 15). Esta perspectiva permite comprender de manera integral las características comunicacionales del laboratorio cultural dentro de su entorno institucional y social.

La unidad de análisis corresponde al Laboratorio Cultural El Puerto,de Comfenalco Antioquia, entendido como un espacio de promoción, creación y circulación cultural que desarrolla

actividades dirigidas a diversos públicos de la ciudad. El estudio se enfoca específicamente en los procesos de divulgación cultural implementados por el laboratorio, los canales utilizados para comunicar su programación, la relación establecida con sus públicos y las oportunidades de fortalecimiento identificadas a partir del diagnóstico comunicacional.

Para la recolección de información se emplean diferentes técnicas cualitativas y complementarias que permiten obtener una visión amplia del fenómeno estudiado. Estas técnicas comprenden la observación participante, las entrevistas semiestructuradas, la encuesta, la revisión documental y la matriz DOFA.

La observación participante constituye una de las principales técnicas de investigación utilizadas en este estudio, debido a que el investigador mantiene una relación directa con el contexto analizado a partir de su participación en los procesos de divulgación y cubrimiento audiovisual del Laboratorio Cultural El Puerto. Esta condición favorece el acceso a información relevante sobre las dinámicas internas de comunicación, las interacciones entre los integrantes del equipo y las estrategias utilizadas para promover la programación cultural.

Retegui (2020) señala que "la observación participante es una técnica propia de los estudios de corte etnográfico, que se interesan tanto por las prácticas (lo que la gente hace) como por los significados que estas prácticas adquieren para quienes las realizan" (p. 104). En concordancia con esta definición, la observación permite identificar comportamientos, procesos y situaciones que complementan la información obtenida mediante otras técnicas de investigación.

De igual manera, se realizan entrevistas semiestructuradas con actores clave vinculados al laboratorio cultural. La selección de participantes se realiza mediante un muestreo intencional, priorizando aquellas personas que poseen conocimiento directo sobre los procesos de gestión y divulgación cultural. En este caso, las entrevistas se aplican a la coordinadora del espacio, a la responsable de programación y a un grupo de entre cuatro y seis asistentes frecuentes a las actividades desarrolladas por El Puerto.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) definen esta técnica al afirmar que "las entrevistas semiestructuradas, por su parte, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados" (p. 455). Esta flexibilidad resulta especialmente valiosa para profundizar en las percepciones, experiencias y valoraciones de los participantes respecto a los procesos de comunicación y divulgación cultural.

Como técnica complementaria se aplica una encuesta dirigida a un mínimo de quince participantes entre integrantes del equipo de trabajo y asistentes frecuentes a las actividades del laboratorio cultural. La encuesta se desarrolla mediante un muestreo intencional no probabilístico y tiene como finalidad identificar percepciones, hábitos de consumo cultural, niveles de reconocimiento del espacio y valoración de los canales de comunicación utilizados para la difusión de la programación.

De acuerdo con Sautu et al. (2005), "la encuesta es la aplicación de un procedimiento estandarizado para recolectar información –oral o escrita– de una muestra de personas acerca de los aspectos estructurales; ya sean ciertas características sociodemográficas u opiniones acerca de algún tema específico. La información se recoge de forma estructurada y el estímulo es el mismo para todas las personas" (p. 48). Los resultados obtenidos mediante esta técnica permiten complementar la información cualitativa derivada de las entrevistas y la observación participante.

Otra técnica empleada corresponde a la revisión documental. Esta fase contempla el análisis de publicaciones realizadas en redes sociales, piezas gráficas, registros audiovisuales, programación cultural, informes disponibles y métricas digitales relacionadas con las actividades de divulgación del laboratorio cultural. El propósito consiste en identificar patrones de comunicación, estrategias recurrentes, fortalezas y oportunidades de mejora en los procesos de difusión.

En este sentido, Reyes-Ruiz y Carmona Alvarado (2020) afirman que "la investigación documental es una de las técnicas de la investigación cualitativa que se encarga de recolectar, recopilar y seleccionar información de las lecturas de documentos, revistas, libros, grabaciones, filmaciones, periódicos, artículos resultados de investigaciones, memorias de eventos, entre otros" (p. 11). Esta definición resulta pertinente para el presente estudio debido a que permite considerar como fuentes de análisis tanto los documentos institucionales como los contenidos digitales producidos por la organización.

Posteriormente, la información recopilada se sistematiza mediante la elaboración de una matriz DOFA, herramienta que facilita la identificación de factores internos y externos que influyen en los procesos de comunicación del laboratorio cultural. Su aplicación permite reconocer fortalezas y debilidades relacionadas con la gestión comunicacional, así como oportunidades y amenazas presentes en el entorno.

Según David (2013), “la matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) es una importante herramienta de adecuación que ayuda a los estrategas a desarrollar cuatro tipos de estrategias: estrategias FO (fortalezas-oportunidades), estrategias DO (debilidades-oportunidades), estrategias FA (fortalezas-amenazas) y estrategias DA (debilidades-amenazas)” (p. 204) . En consecuencia, esta herramienta aporta elementos estratégicos para la formulación posterior del plan de comunicaciones.

Finalmente, los resultados obtenidos a través de las diferentes técnicas son analizados mediante un proceso de triangulación de información. Esta estrategia permite contrastar los hallazgos provenientes de la observación participante, las entrevistas, las encuestas, la revisión documental y la matriz DOFA, con el propósito de fortalecer la validez de los resultados y construir un diagnóstico integral sobre los procesos de divulgación cultural del Laboratorio Cultural El Puerto.

Los principios éticos de la investigación se fundamentan en el respeto por la participación voluntaria de los informantes, la confidencialidad de la información suministrada y el uso exclusivo de los datos con fines académicos. Asimismo, los participantes son informados sobre los objetivos del estudio y sobre el alcance de su participación dentro del proceso investigativo.

A partir de este procedimiento metodológico se obtiene un diagnóstico comunicacional integral que sirve como base para el diseño del Plan de Comunicaciones para el Fortalecimiento de los Procesos de Divulgación del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia.

Resultados

El análisis de resultados integra la evidencia obtenida mediante la observación participante, la revisión documental, la encuesta aplicada a participantes y las entrevistas semiestructuradas. Cada técnica aporta una perspectiva diferenciada sobre los procesos de divulgación del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia: la observación participante aporta información contextual sobre prácticas de trabajo, interacción y permanencia; la revisión documental permite caracterizar los canales, formatos y contenidos utilizados; la encuesta recoge tendencias relacionadas con el reconocimiento del espacio, los hábitos de información y la continuidad del vínculo con los públicos; y las entrevistas profundizan en las dinámicas de programación, divulgación, identidad y relacionamiento.

Los resultados se presentan inicialmente de acuerdo con cada técnica y posteriormente se contrastan mediante un proceso de triangulación. Esta integración permite identificar convergencias, matices y diferencias entre las fuentes y sustenta la construcción de la matriz DOFA y del diagnóstico estratégico que orienta el plan de comunicaciones.

Observación Participante

La observación participante se desarrolló durante la práctica profesional realizada en el Departamento de Cultura de Comfenalco Antioquia, a partir de la participación directa en procesos relacionados con la divulgación y el cubrimiento de actividades del Laboratorio Cultural El Puerto. Esta vinculación permitió observar dinámicas de trabajo asociadas con la preparación de contenidos, la circulación de información sobre la programación y el desarrollo de las actividades en el espacio.

En los procesos de divulgación se observó la participación de diferentes actores y momentos de trabajo vinculados con la programación, preparación de contenidos y publicación de información. La experiencia dentro del equipo permitió reconocer que la comunicación de las actividades forma parte de un proceso articulado con otras funciones del Departamento de Cultura y requiere coordinación entre quienes gestionan la programación y quienes participan en la producción y circulación de los contenidos. También se observaron diferencias en los tiempos destinados a la preparación de las piezas según las características y necesidades de cada actividad. Estas dinámicas aportaron una aproximación directa al funcionamiento cotidiano de la

divulgación, que posteriormente se complementó mediante la revisión documental y las entrevistas semiestructuradas.

Durante el desarrollo de diferentes actividades se observaron prácticas de interacción que excedían el momento específico de la programación. Antes y después de algunos encuentros se presentaron conversaciones entre asistentes, intercambios con las personas encargadas de las actividades y momentos de permanencia en las instalaciones. También se observó el desplazamiento de participantes entre los espacios destinados a la programación, la sala de exposiciones y las áreas de permanencia. Estas situaciones muestran que la experiencia presencial de El Puerto comprende formas de interacción y uso del espacio que acompañan el desarrollo de las actividades culturales.

La observación permitió registrar, además, usos del espacio que no se encontraban necesariamente asociados con la participación en una actividad programada. Algunas personas permanecían en El Puerto para conversar, descansar, esperar otras actividades desarrolladas en la sede, consumir alimentos o utilizar temporalmente las instalaciones. Estas prácticas muestran que la relación cotidiana con el lugar adopta modalidades diferentes a la asistencia a eventos y permiten reconocer la circulación de personas que entran en contacto con el espacio sin que ello implique, por sí mismo, conocimiento o participación en su programación cultural.

También se identificó la presencia repetida de algunas personas en diferentes actividades durante el periodo de práctica. Esta observación permite reconocer cualitativamente formas de asistencia recurrente, pero no establece la composición predominante de los públicos ni permite inferir procesos de fidelización. La caracterización de la relación previa y de la frecuencia de asistencia corresponde a la información recogida posteriormente mediante la encuesta.

En cuanto a la experiencia presencial, se observaron prácticas de acogida desarrolladas por el equipo durante distintas actividades, entre ellas la recepción de los asistentes, la orientación sobre el desarrollo de los encuentros y la interacción directa durante su permanencia en el espacio. En algunas actividades también se invitó a los participantes a conocer otros componentes de El Puerto, como la sala de exposiciones o las áreas de permanencia. Estas prácticas permiten reconocer la hospitalidad y el acompañamiento como elementos observables de la experiencia, sin que la observación permita establecer por sí sola la valoración que los públicos hacen de ellas.

En conjunto, la observación participante aportó información contextual sobre el funcionamiento cotidiano de los procesos de divulgación y sobre las formas de interacción y

permanencia que ocurren en El Puerto. Su alcance se concentra en prácticas y situaciones directamente observadas durante la experiencia profesional; por esta razón, aspectos relacionados con el reconocimiento del nombre, las preferencias de los públicos, la efectividad de los canales y las percepciones sobre el espacio se analizan a partir de las otras técnicas empleadas en el estudio.

Análisis Documental de Canales, Formatos y Contenidos

La revisión documental de los procesos de divulgación del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia permitió identificar un ecosistema de circulación compuesto por diferentes canales y soportes que cumplen funciones complementarias. La evidencia recopilada muestra que la programación no se comunica exclusivamente a través de Instagram: también circula mediante la página web institucional de Comfenalco Antioquia, la plataforma Infolocal y una cartelera física ubicada en El Puerto. Facebook registra antecedentes de uso para la divulgación del espacio, aunque no presentó continuidad observable durante el periodo principal analizado. Esta caracterización permite diferenciar la existencia de un canal, la circulación de actividades en él, la identificación explícita de El Puerto y el nivel de protagonismo comunicativo que el espacio adquiere en cada soporte.

Delimitación del Corpus Documental

Para los canales que conservan un archivo histórico accesible, el corpus principal comprende las piezas y contenidos relacionados con El Puerto publicados entre el 1 de mayo y el 31 de julio de 2026. Esta ventana corresponde a tres ciclos mensuales completos y recientes de divulgación y permite comparar continuidad, formatos, mecanismos de convocatoria e identificación del espacio. Los contenidos de febrero, marzo y abril se emplean únicamente como antecedentes contextuales cuando permiten comprender la aparición, modificación o discontinuidad de determinadas prácticas comunicativas.

La delimitación temporal se ajustó a las condiciones de conservación y consulta de cada canal. Instagram y la página web institucional permitieron reconstruir de manera directa contenidos del periodo mayo-julio. En Infolocal, las actividades pasadas no siempre permanecen disponibles mediante la navegación ordinaria del calendario. Sin embargo, fue posible recuperar páginas históricas y fichas individuales mediante búsquedas dirigidas e indexación externa. Debido a que este procedimiento no garantiza la recuperación exhaustiva de todos los registros publicados, la evidencia histórica de Infolocal se interpreta como una recuperación documental

parcial y no como un censo completo del canal. La interfaz vigente y la agenda descargable de agosto se utilizaron adicionalmente para comprender la estructura actual de la plataforma.

La unidad de análisis corresponde a cada pieza, publicación, ficha, agenda o soporte que cumple una función de divulgación, registro o visibilización de El Puerto o de actividades desarrolladas en este espacio. Cuando una misma actividad circula por diferentes canales o formatos, cada aparición se analiza como una unidad comunicativa distinta, debido a que puede variar la anticipación, la información práctica, el nivel de identificación de El Puerto, el llamado a la acción y el público potencial al que se expone.

Instagram: Continuidad Editorial, Refuerzo Temporal y Variación en la Identificación del Espacio

La revisión del perfil de Instagram de Cultura Comfenalco Antioquia evidenció una arquitectura editorial recurrente para la divulgación de El Puerto. Durante el periodo analizado se observaron cuatro tipos principales de circulación: agendas mensuales del espacio; agendas semanales de Cultura y Bibliotecas en las que se integran actividades de distintas sedes; piezas audiovisuales específicas de El Puerto, entre ellas la recurrencia de contenidos semanales de programación; y publicaciones especiales o colaborativas asociadas a artistas, invitados o actividades particulares.

Esta arquitectura exige analizar la temporalidad de manera escalonada. Una actividad puede aparecer primero en la agenda mensual, integrarse posteriormente a una agenda institucional semanal y, cerca de su realización, recibir un refuerzo mediante un vídeo o una pieza específica. La anticipación debe distinguir entre primera divulgación y refuerzo, de manera que una publicación cercana a la fecha de la actividad se interprete dentro de la secuencia completa de circulación y no de forma aislada.

El corpus actualizado de Instagram reúne 35 unidades. De ellas, 23 corresponden a contenidos específicos de El Puerto y 12 a agendas institucionales generales que incluyen al menos una actividad desarrollada en el espacio. En 22 de los 23 contenidos específicos fue posible verificar de manera suficiente la presencia del nombre tanto en la pieza como en el texto o caption; uno permanece pendiente de verificación visual. Siete de las 22 unidades evaluables presentan identificación explícita de El Puerto en ambos componentes, lo que equivale al 31,8 %. El indicador expresa consistencia entre pieza y caption: las demás publicaciones no implican

necesariamente una ausencia total del espacio, pues algunas lo identifican solo en uno de los componentes o emplean la sede La Playa como referencia locativa principal.

La exportación de julio permitió incorporar métricas de desempeño para los cinco *reels* específicos de El Puerto publicados durante ese mes. En conjunto registraron 9.909 reproducciones, con un promedio de 1.981,8 y una mediana de 1.312. El reel del 5 de julio relacionado con la exposición "Reconfigurarnos en el otro" registró 4.171 reproducciones, 264 me gusta y seis comentarios, mientras que los otros cuatro *reels* específicos del mes se ubicaron entre 1.017 y 2.196 reproducciones. La publicación de "Palabra Cantada" con Casa Kolacho, incorporada durante la reconciliación del corpus, corresponde a un carrusel y registró 42 me gusta y ningún comentario.

Tabla 1

Métricas de contenidos específicos de El Puerto en Instagram durante julio de 2026

Fecha	Contenido	Formato	Reproducciones	Me gusta	Comentarios
1 jul.	Programación mensual de julio	Carrusel	—	31	0
5 jul.	Reconfigurarnos en el otro / Emanuel Rendón	Reel	4.171	264	6
8 jul.	Jóvenes Poetas + exposición	Reel	1.312	23	0
14 jul.	Conversatorio + lanzamiento	Reel	2.196	35	1
23 jul.	Viejoteca	Reel	1.213	23	0
28 jul.	Palabra Cantada con Casa Kolacho	Carrusel	—	42	0

Fecha	Contenido	Formato	Reproducciones	Me gusta	Comentarios
29 jul.	Teatro en la oscuridad + Bordado	Reel	1.017	19	0
31 jul.	Programación mensual de agosto	Carrusel	—	17	0

Fuente: elaboración propia.

El comportamiento del *reel* del 5 de julio constituye un indicio descriptivo de interés para el diagnóstico, debido a que su nivel de reproducción e interacción visible supera al de los demás *reels* específicos revisados en julio. La modalidad colaborativa y la participación del artista forman parte de las condiciones de esa publicación, pero los datos disponibles no permiten atribuirles causalmente el resultado. También intervienen la temática, el tamaño y la composición de las audiencias, el momento de publicación y las características del contenido. Asimismo, las exportaciones de mayo-junio y julio utilizan denominaciones de métricas diferentes: las primeras registran visualizaciones y alcance orgánico, mientras que la fuente de julio incorpora el campo *videoPlayCount*. Por esta razón, los valores de julio se presentan como reproducciones y no se agregan a un promedio longitudinal con variables que no han sido verificadas como equivalentes.

En conjunto, Instagram evidencia continuidad editorial, diversidad de formatos y capacidad de refuerzo de la programación. El hallazgo principal se concentra en la variación con la que El Puerto es identificado entre piezas, *captions*, agendas y contenidos especiales. La existencia de una secuencia recurrente de divulgación ofrece una base operativa para fortalecer criterios de presentación del espacio y para sistematizar el seguimiento de las publicaciones planificadas y efectivamente realizadas.

Infolocal: Circulación Amplia, Múltiples Capas de Identificación y Encontrabilidad Parcial

Infolocal es un servicio de información local gestionado por Comfenalco Antioquia que recopila y difunde información de interés ciudadano y una agenda integrada por actividades de diferentes organizaciones e instituciones; por tanto, no constituye una plataforma dedicada exclusivamente a la oferta de Comfenalco. Dentro de su agenda existen filtros como Bibliotecas

Comfenalco y Comfenalco Antioquia, a través de los cuales circulan actividades desarrolladas en El Puerto.

El barrido documental permitió recuperar páginas históricas específicas tituladas “Programación El Puerto: mayo 2026” y “Programación El Puerto: junio 2026”. En estos registros, El Puerto ocupa un lugar central: aparece desde el título, articula la descripción de la agenda y se presenta como espacio cultural y bibliotecario ubicado en el segundo piso del Club Comfenalco La Playa. Para julio se recuperó la agenda general del Ecosistema de Bibliotecas y varias fichas individuales vinculadas a actividades del espacio, aunque no se localizó una página mensual específica equivalente a las de mayo y junio. Esta ausencia de recuperación no permite afirmar que la página no haya existido.

El análisis de la plataforma muestra que el nivel de visibilidad de El Puerto cambia según la capa consultada. En los listados resumidos, el referente visible puede ser Club Comfenalco La Playa. Al ingresar a determinadas fichas, El Puerto aparece de forma explícita en el campo de ubicación o en la descripción. En la agenda descargable de agosto, por ejemplo, actividades como “Club de lectura Información al Día” y “Cine en Breve” identifican el lugar como “El Puerto. Club Comfenalco La Playa, segundo piso”, mientras que otras propuestas incorporan directamente el nombre del espacio en su denominación, como “Llega a El Puerto”.

La prueba de búsqueda interna realizada con el término “El Puerto” recuperó algunas actividades programadas en el espacio, aunque no la totalidad de los registros identificados mediante otras rutas. En consecuencia, no puede hablarse de ausencia de encontrabilidad, sino de una encontrabilidad parcial. La plataforma contribuye efectivamente a la circulación de la programación, pero la asociación entre cada actividad y El Puerto no se mantiene con el mismo nivel de protagonismo en listados, fichas, búsquedas y documentos descargables.

Infolocal presenta además un valor específico frente a los otros canales: inserta actividades de El Puerto dentro de una agenda ciudadana más amplia, compartida con eventos de universidades, entidades públicas, organizaciones culturales y otros actores. Desde el diagnóstico, esta característica representa una posibilidad de exposición más allá de los públicos que siguen directamente las cuentas de Cultura de Comfenalco. Sin embargo, no se dispone todavía de información que permita determinar cuántos asistentes conocen o deciden participar en una actividad a partir de este canal; dicho aspecto deberá contrastarse con la encuesta y las entrevistas.

Página Web Institucional: Protagonismo Programático y Brecha de Encontrabilidad Interna

La página web institucional de Comfenalco Antioquia constituye un canal activo de divulgación de El Puerto durante los tres meses del corpus principal. La revisión permitió localizar páginas mensuales dedicadas específicamente al espacio: “Mayo se vive entre letras y música en El Puerto”, “Programación El Puerto junio” y “Julio en El Puerto”. En ellas, El Puerto funciona como eje articulador de la programación y como escenario de encuentro alrededor de la literatura, el arte, la música, el cine y la conversación.

Estas páginas ofrecen un nivel de protagonismo comunicativo mayor que el observado en algunas fichas o listados de otros canales. Los encabezados nombran directamente a El Puerto, las descripciones contextualizan la agenda mensual y la información general identifica el espacio como lugar de realización. La página web también contiene fichas individuales de actividades en las que El Puerto puede aparecer en el título, cuando forma parte de la denominación propia del evento, o en el campo de ubicación junto con el Club Comfenalco La Playa.

La presencia del nombre en el título no se interpreta por sí sola como indicador suficiente de visibilidad, debido a que depende de la denominación oficial de cada actividad. El criterio central consiste en establecer si el espacio queda identificado de forma explícita y consistente como lugar de realización y si la página permite comprender que distintas actividades pertenecen a una programación articulada de El Puerto. Desde esta perspectiva, las páginas mensuales presentan una identificación clara y una narrativa propia del espacio, mientras que algunas fichas individuales priorizan la actividad y utilizan El Puerto principalmente como referencia locativa.

Durante la prueba realizada con el buscador interno del sitio institucional, las consultas “El Puerto”, “Puerto” y “La Playa” no permitieron recuperar de forma evidente una página específica del laboratorio. Esta observación contrasta con la existencia comprobada de páginas mensuales y fichas que sí pueden localizarse mediante la navegación temática y motores de búsqueda externos. El hallazgo diferencia disponibilidad y encontrabilidad: la información existe y puede otorgar un alto protagonismo a El Puerto, mientras que su recuperación directa desde la herramienta de búsqueda interna presenta limitaciones en la prueba realizada.

La principal oportunidad identificada en la página web institucional se relaciona con facilitar el acceso a contenidos ya existentes, mantener una identificación consistente entre las distintas capas del sitio y favorecer una ruta de navegación que permita reconocer a El Puerto como espacio articulador de una programación continua.

Facebook: Antecedente de Uso sin Continuidad Observable en el Corpus Principal

La revisión manual de la página oficial de Facebook de Comfenalco Antioquia no permitió identificar publicaciones relacionadas con El Puerto entre mayo y julio de 2026. En consecuencia, Facebook no se considera un canal activo de divulgación del espacio durante el corpus principal. Esta conclusión se limita al periodo y a la evidencia revisada y no implica que la plataforma nunca haya sido utilizada para contenidos de El Puerto.

Como antecedente contextual, se registró un reel publicado el 19 de marzo de 2026. En la pieza, El Puerto aparece visualmente, es mencionado en el guión y se identifica en la información práctica como lugar de la actividad. La consulta directa de la métrica en la plataforma registró 1.897 visualizaciones. Este dato demuestra un uso previo del canal y un volumen de reproducción relevante para esa pieza, pero no permite compararlo de manera directa con interacciones de otros formatos o canales, ni atribuir la discontinuidad posterior a una causa específica.

La ausencia de continuidad durante mayo-julio constituye un hallazgo de proceso que deberá ser contrastado con las entrevistas al equipo responsable. La revisión documental no permite establecer si la discontinuidad responde a decisiones editoriales, redistribución de esfuerzos hacia otros canales, criterios institucionales, disponibilidad operativa u otras razones.

Cartelera Física: Soporte de Divulgación en el Punto de Experiencia

La cartelera física ubicada dentro de El Puerto forma parte del inventario de soportes de divulgación. De acuerdo con la observación reportada durante el proceso, presenta información de la programación del espacio y se actualiza de manera periódica, con contenidos similares a los que circulan en los canales digitales. Debido a que todavía está pendiente el registro fotográfico de la cartelera actual, no se establece en esta etapa una frecuencia exacta de actualización ni se realiza una valoración definitiva de su organización visual.

Su localización dentro del propio laboratorio permite diferenciar su función de la de los canales digitales. La cartelera opera principalmente como soporte de información y refuerzo para personas que ya se encuentran en el espacio o transitan por él, mientras que su capacidad de generar descubrimiento externo está condicionada por su ubicación física. Esta interpretación deberá complementarse con la evidencia fotográfica pendiente y con la observación de la manera en que los visitantes interactúan con el soporte.

Figura 1. *Cartelera física de programación de El Puerto, agosto de 2026*



Fuente: registro fotográfico propio realizado en la sede La Playa de Comfenalco Antioquia, 2026.

Síntesis Transversal de los Canales

El análisis de las 48 unidades del corpus muestra un sistema de circulación multicanal con diferentes niveles de continuidad, exposición potencial e identificación del espacio. Instagram concentra una estructura editorial recurrente y permite reforzar temporalmente la programación; la página web institucional conserva páginas mensuales en las que El Puerto adquiere un alto protagonismo programático; Infolocal inserta sus actividades en una agenda ciudadana más amplia y presenta variaciones de identificación según la capa de navegación; Facebook evidencia un uso previo sin continuidad observable durante mayo-julio; y la cartelera física complementa la comunicación desde el propio lugar de experiencia y muestra, en el registro de agosto, una identificación explícita y protagónica de El Puerto.

El hallazgo transversal más consistente corresponde a la variación en la forma en que El Puerto es presentado y recuperado entre canales. Una misma actividad puede aparecer como parte

de una agenda mensual propia, integrada en una agenda general de Bibliotecas, asociada al Club Comfenalco La Playa, identificada explícitamente como realizada en El Puerto o reforzada mediante una pieza audiovisual cercana a la fecha. Esta diversidad amplía los puntos de contacto y, al mismo tiempo, exige diferenciar la circulación de la actividad de la visibilización del espacio que la articula.

El diagnóstico documental se organiza alrededor de cuatro variables transversales: circulación de la programación, identificación explícita de El Puerto, protagonismo comunicativo y encontrabilidad. Estas variables permiten interpretar las diferencias entre soportes con mayor precisión. Una actividad puede circular con una identificación limitada del espacio; el nombre puede estar ausente del título y aparecer claramente como lugar; y una página puede existir sin ser recuperada con facilidad desde el buscador o la navegación ordinaria.

La secuencia temporal constituye una quinta consideración operativa del análisis. Especialmente en Instagram, la convocatoria puede comenzar en la agenda mensual y continuar mediante agendas semanales o contenidos específicos. Esta secuencia debe considerarse al evaluar la anticipación y la consistencia de la divulgación. La parrilla de planeación aporta trazabilidad sobre lo programado, pero requiere conciliación con la evidencia de publicación para ser utilizada como registro de ejecución.

Estos resultados corresponden al componente de revisión documental y constituyen evidencia para el análisis de canales, formatos y estrategias de divulgación. El material revisado permite establecer patrones de circulación, identificación y desempeño observable, pero no determina por sí solo el efecto de cada canal sobre la asistencia, el reconocimiento de El Puerto o las preferencias de los públicos. Estas relaciones se contrastan en el apartado de Triangulación con los resultados de las entrevistas, la encuesta y la observación participante.

Tabla 2

Matriz sintética de hallazgos por canal

Canal / soporte	Evidencia revisada	Función observada	Identificación de El Puerto	Hallazgo documental
Instagram	35 unidades de mayo-julio: 23 contenidos específicos y 12 agendas institucionales; métricas de julio incorporadas.	Agenda, convocatoria, refuerzo, mediación y colaboración.	En 7 de 22 contenidos específicos evaluables (31,8 %) aparece explícitamente tanto en pieza como en caption; en otros casos la identificación se concentra en uno de los componentes.	Continuidad editorial y circulación recurrente. Oportunidad: fortalecer la consistencia de identificación y el seguimiento de la secuencia de divulgación.
Infolocal	Interfaz vigente, agenda de agosto y recuperación histórica parcial de mayo-julio.	Agenda ciudadana, información práctica y circulación de actividades.	Variable según capa: protagonista en páginas mensuales, ubicación en fichas o subordinado a Club Comfenalco La Playa en listados.	Circulación efectiva con encontrabilidad parcial y protagonismo variable dentro de la plataforma.

Canal / soporte	Evidencia revisada	Función observada	Identificación de El Puerto	Hallazgo documental
Página web institucional	Páginas mensuales de mayo-julio y fichas individuales.	Agenda, contextualización, convocatoria e información institucional.	Alta en páginas mensuales; funcional o locativa en algunas fichas individuales.	Presencia programática sólida; la búsqueda interna no recuperó de forma evidente una página específica de El Puerto.
Facebook	Revisión manual del perfil y reel contextual del 19 de marzo de 2026.	Convocatoria audiovisual en antecedentes.	Explícita en el reel contextual revisado.	Sin continuidad observable en mayo-julio; la causa requiere contraste con el equipo.

Canal / soporte	Evidencia revisada	Función observada	Identificación de El Puerto	Hallazgo documental
Cartelera física	Registro fotográfico de la cartelera de programación de agosto de 2026 en la sede La Playa.	Información y refuerzo de la programación en el punto de experiencia.	Explícita y visualmente protagónica: el nombre El Puerto ocupa la parte superior del soporte.	Complementa la circulación digital desde el espacio físico y concentra información de varias actividades; evidencia un nivel alto de identificación en el soporte observado.

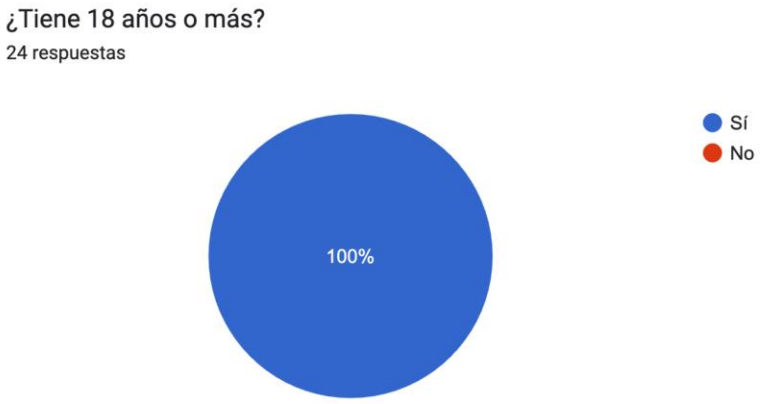
Fuente: elaboración propia con base en: Comfenalco Antioquia (2026), *Mayo se vive entre letras y música en El Puerto*; *Programación El Puerto junio*; *Julio en El Puerto*. Infolocal (2026), *Programación El Puerto: mayo 2026*; *Programación El Puerto: junio 2026*; *Agenda julio Ecosistema Bibliotecas de Comfenalco Antioquia 2026*.

Resultados de la Encuesta

La encuesta se aplicó a 24 participantes de actividades desarrolladas en El Puerto y permitió recoger información sobre su relación previa con el espacio, el reconocimiento del nombre, los canales utilizados para conocer la programación, la suficiencia de la información previa a la asistencia y las preferencias para mantener el vínculo con el Laboratorio Cultural. Los resultados se presentan como tendencias descriptivas de la muestra y se organizan de acuerdo con las dimensiones definidas para su análisis.

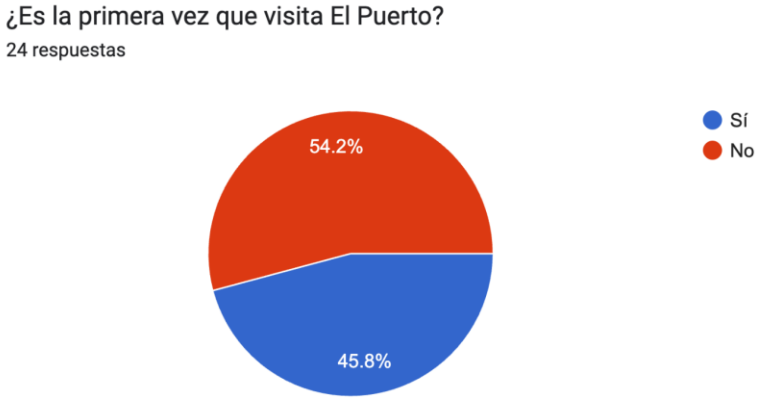
Caracterización y relación previa con El Puerto

Figura 2. *Cumplimiento del criterio de edad de los participantes*



***Fuente**:* elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

Figura 3. *Primera visita a El Puerto*



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

Figura 4. *Frecuencia declarada de asistencia a las actividades de El Puerto*



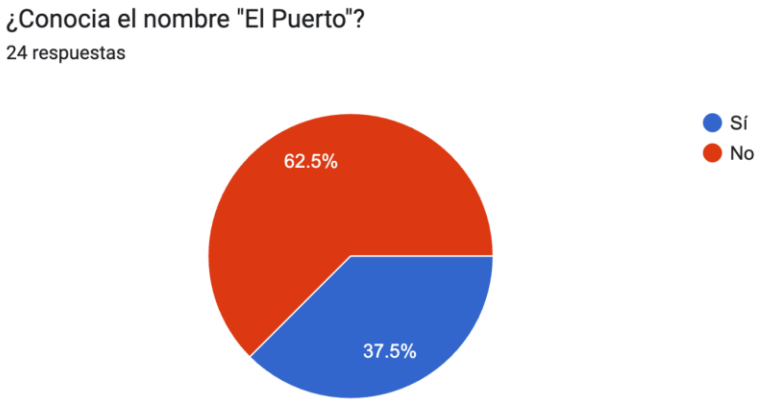
***Fuente*:** elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

La totalidad de las personas encuestadas manifestó tener 18 años o más, por lo que las 24 respuestas cumplieron el filtro de participación establecido. En relación con el vínculo previo con El Puerto, el 54,2 % indicó que no era su primera visita y el 45,8 % señaló que acudía por primera vez. La muestra reúne, por tanto, tanto personas con experiencia previa en el espacio como asistentes que se aproximaban a él por primera vez.

La frecuencia declarada de asistencia complementa esta caracterización. El 41,7 % seleccionó la opción “Primera vez”; el 20,8 % manifestó asistir dos o más veces al mes; el 16,7 %, cada varios meses; el 12,5 %, una vez al mes; y el 8,3 %, una vez al año. Las respuestas reflejan distintos niveles de frecuencia de asistencia dentro de la muestra consultada.

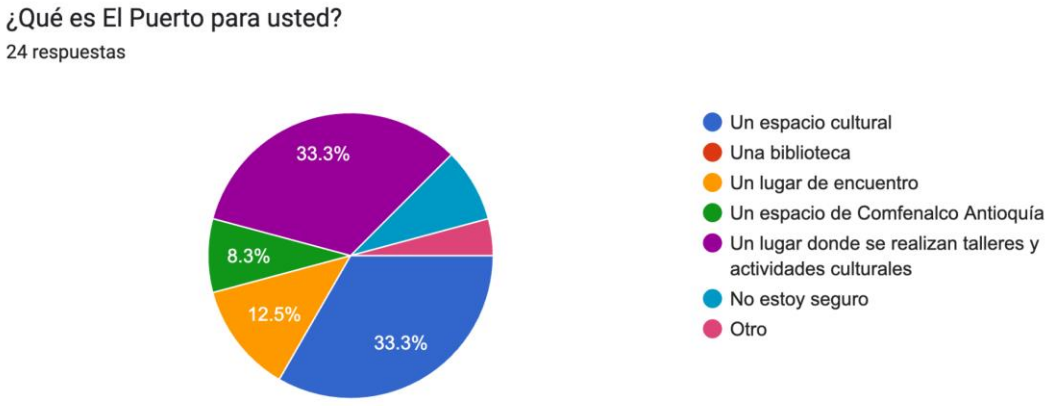
Reconocimiento, comprensión y asociaciones sobre El Puerto

Figura 5. *Reconocimiento previo del nombre El Puerto*



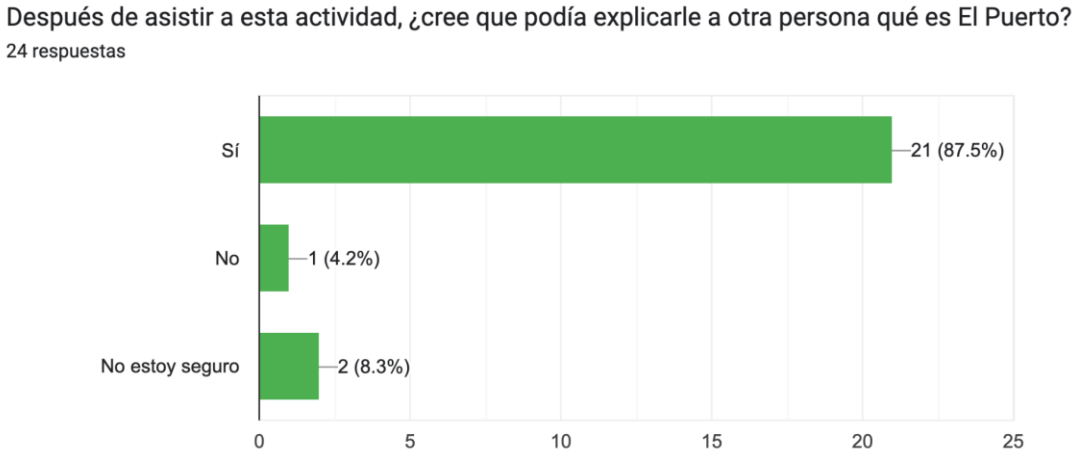
***Fuente*:** elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

Figura 6. *Comprensión declarada de qué es El Puerto*



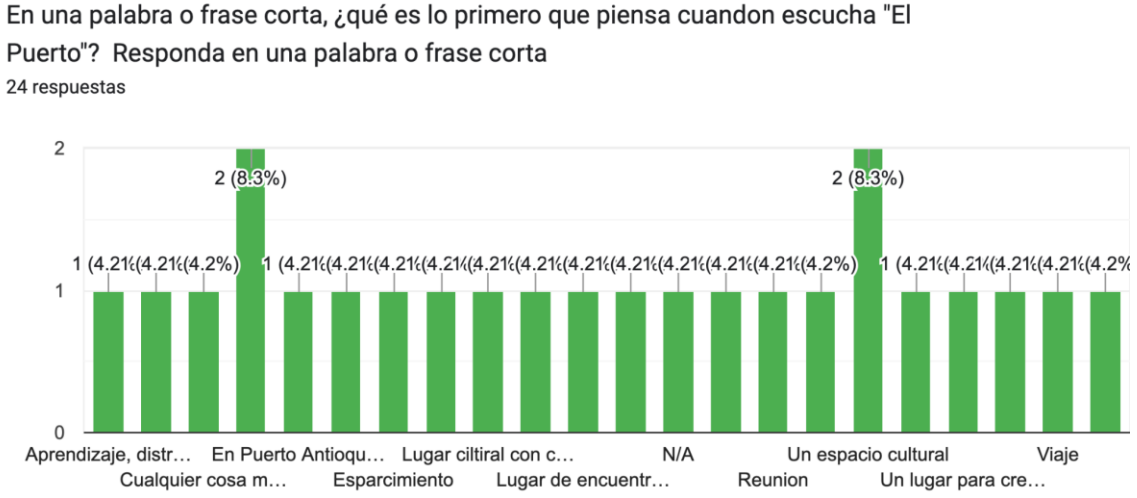
***Fuente*:** elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

Figura 7. *Capacidad declarada para explicar qué es El Puerto después de la actividad*



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

Figura 8. *Asociaciones espontáneas con el nombre El Puerto*



***Fuente*:** elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

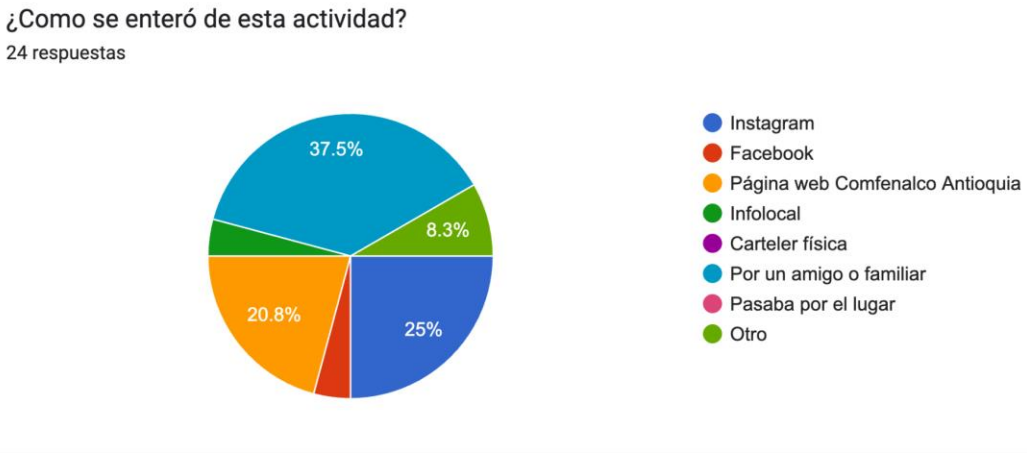
Antes de asistir, el 37,5 % de los participantes manifestó conocer el nombre “El Puerto”, mientras el 62,5 % indicó que no lo conocía. Al preguntar qué es El Puerto, las dos respuestas más frecuentes fueron “un espacio cultural” y “un lugar donde se realizan talleres y actividades culturales”, ambas con 33,3 %, que en conjunto representan el 66,7 % de la muestra. El 12,5 % lo identificó como un lugar de encuentro; el 8,3 %, como un espacio de Comfenalco Antioquia; otro 8,3 % manifestó no estar seguro y el 4,2 % seleccionó otra definición. Los resultados muestran que las asociaciones vinculadas con la cultura y la programación son predominantes entre las definiciones seleccionadas, aunque el reconocimiento previo del nombre presenta una proporción menor.

Después de asistir a la actividad, 21 de las 24 personas encuestadas (87,5 %) manifestaron que podrían explicar a otra persona qué es El Puerto; dos (8,3 %) no estaban seguras y una (4,2 %) respondió que no. Este resultado se analiza de manera independiente del reconocimiento previo del nombre, ya que ambas preguntas observan dimensiones diferentes: la primera indaga el conocimiento nominal anterior a la asistencia y la segunda recoge una capacidad declarada de explicación posterior a la experiencia.

La pregunta abierta sobre la primera palabra o frase asociada con “El Puerto” se analizó mediante una codificación inductiva de las 24 respuestas. Nueve respuestas (37,5 %) se agruparon en asociaciones culturales, creativas o de aprendizaje; seis (25,0 %), en encuentro, esparcimiento o bienestar; cinco (20,8 %), en asociaciones literales o metafóricas relacionadas con puerto, viaje o tránsito; y cuatro (16,7 %), en respuestas ambiguas, inciertas o sin identificación cultural clara. La distribución evidencia la coexistencia de significados culturales y relacionales con otras asociaciones vinculadas al sentido literal del nombre, sin que se observe una única asociación espontánea predominante en toda la muestra.

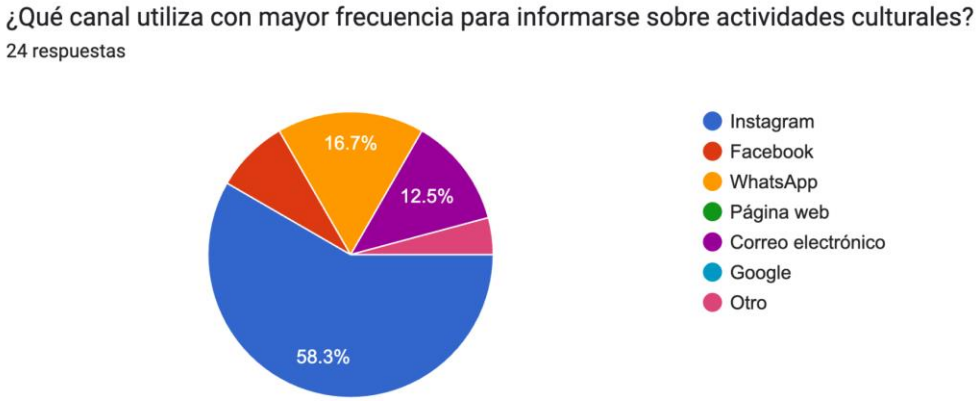
Canales de conocimiento y hábitos de información cultural

Figura 9. *Medio por el cual los participantes conocieron la actividad específica*



***Fuente**:* elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

Figura 10. *Canal utilizado habitualmente para informarse sobre actividades culturales*



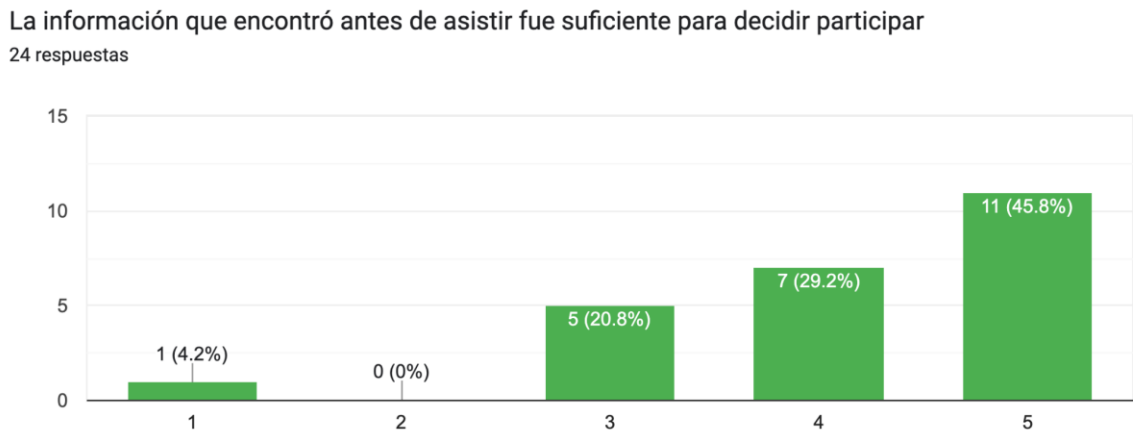
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

Para la actividad específica, la vía de conocimiento más mencionada fue la recomendación de un amigo o familiar, con 37,5 %, seguida de Instagram, con 25 %, y la página web de Comfenalco Antioquia, con 20,8 %. Las demás opciones registraron proporciones menores: “Otro”, con 8,3 %, y Facebook e Infolocal, con 4,2 % cada uno.

Al consultar por el canal utilizado habitualmente para informarse sobre actividades culturales, Instagram concentró el 58,3 % de las respuestas, seguido de WhatsApp con 16,7 %, correo electrónico con 12,5 %, Facebook con 8,3 % y “Otro” con 4,2 %. Esta pregunta debe distinguirse de la anterior: una registra cómo se conoció una actividad específica y la otra identifica un hábito general de información cultural. Por ello, sus resultados no representan medidas equivalentes del desempeño de los canales.

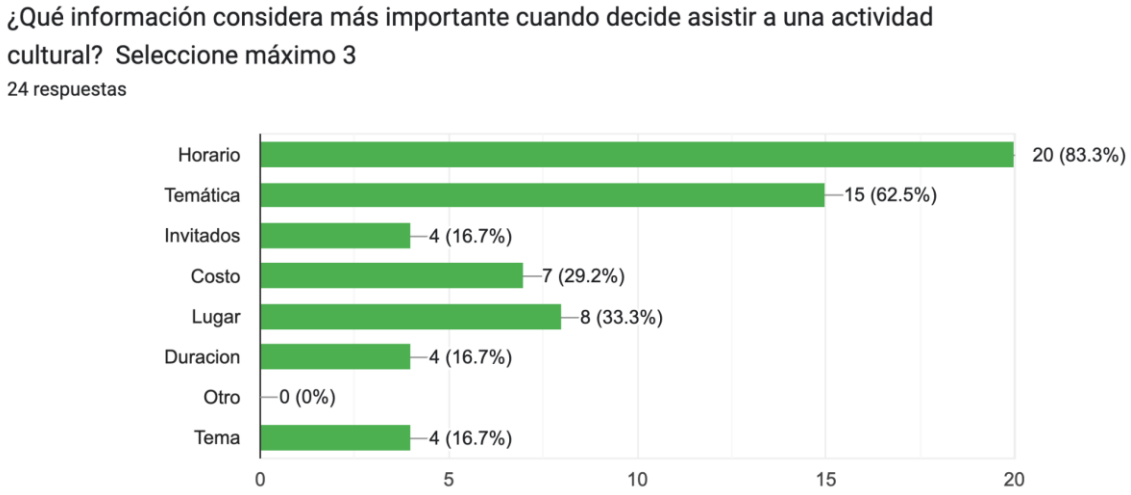
Suficiencia y prioridades de información para la asistencia

Figura 11. *Suficiencia percibida de la información antes de asistir*



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

Figura 12. *Información considerada prioritaria para decidir la asistencia*



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026. La figura conserva las categorías originales del formulario. Para el análisis, "Tema" y "Temática" se agruparon conceptualmente y se duplicaron por participante.

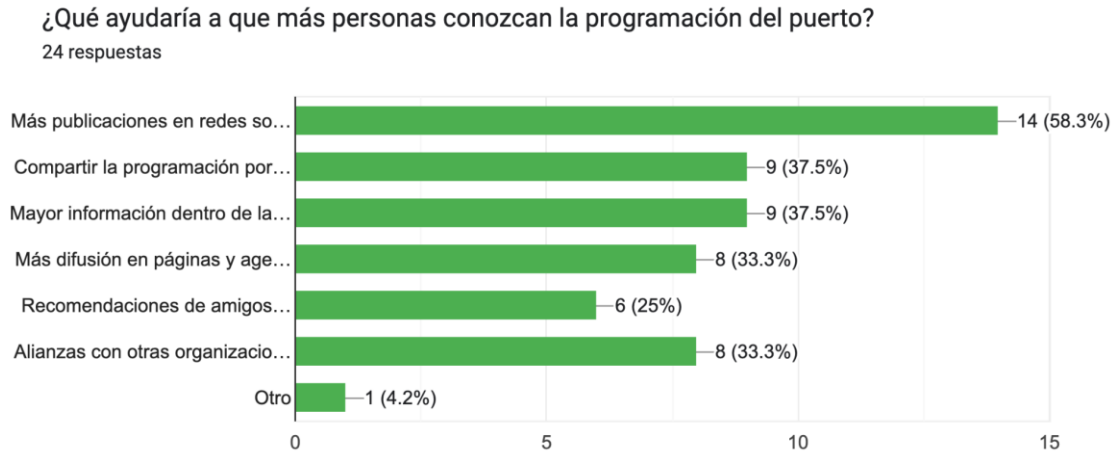
La suficiencia de la información previa recibió una valoración mayoritariamente favorable. Once participantes (45,8 %) seleccionaron el nivel 5 y siete (29,2 %) el nivel 4, por lo que 18 de las 24 respuestas (75,0 %) se ubicaron en los dos niveles positivos de la escala. Cinco participantes (20,8 %) eligieron el nivel 3, una persona (4,2 %) seleccionó el nivel 1 y ninguna respondió con el nivel 2. Dentro de la muestra, por tanto, predominó una percepción favorable sobre la suficiencia de la información disponible antes de asistir.

Respecto a la información prioritaria al momento de decidir la participación en una actividad cultural, el horario fue el elemento más seleccionado, con 20 respuestas (83,3 %). En la salida original del formulario aparecen separadas las opciones "Temática", con 15 selecciones (62,5 %), y "Tema", con cuatro (16,7 %); al agrupar ambos conceptos y deduplicar las respuestas por participante, el componente temático alcanza 17 de 24 personas (70,8 %). Le siguen el lugar, con ocho selecciones (33,3 %), y el costo, con siete (29,2 %). Invitados y duración registraron cuatro selecciones cada uno (16,7 %). Estos resultados identifican el horario y el contenido

temático como los componentes de información con mayor peso declarado en la decisión de asistencia.

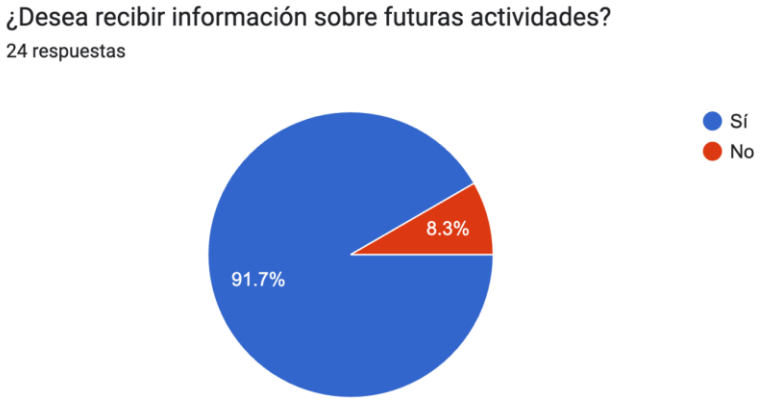
Oportunidades de fortalecimiento y continuidad de la relación

Figura 13. *Acciones que los participantes consideran útiles para ampliar el conocimiento de la programación*



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

Figura 14. *Interés en recibir información sobre futuras actividades*



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

Figura 15. *Medio preferido para recibir información sobre futuras actividades de El Puerto*



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a participantes de El Puerto, 2026.

Al consultar qué podría contribuir a que más personas conozcan la programación, la opción más seleccionada fue una mayor presencia de publicaciones en redes sociales, con 58,3 %. Compartir la programación por WhatsApp y disponer de mayor información dentro de las sedes de Comfenalco Antioquia alcanzaron 37,5 % cada una; la difusión en páginas y agendas culturales y las alianzas con otras organizaciones, 33,3 % cada una. Las recomendaciones de amigos o

familiares alcanzaron 25,0 % y “Otro”, 4,2 %. Al tratarse de una pregunta de selección múltiple, los porcentajes corresponden a la proporción de participantes que eligió cada alternativa y no conforman un total de 100 %.

La disposición para mantener el vínculo con El Puerto fue alta dentro de la muestra: 22 participantes (91,7 %) manifestaron interés en recibir información sobre futuras actividades y dos (8,3 %) indicaron que no. Entre los medios preferidos para esa comunicación futura, WhatsApp ocupó el primer lugar con 41,7 %, seguido de Instagram con 29,2 %, correo electrónico con 16,7 %, Facebook con 8,3 % y la opción de no recibir información con 4,2 %. Este resultado debe diferenciarse del hábito general de información cultural: mientras Instagram fue el canal habitual más mencionado en esa pregunta, WhatsApp aparece como la opción preferida para una relación informativa futura con El Puerto.

Síntesis de los Resultados de la Encuesta

En conjunto, los resultados de la encuesta muestran diferencias en la relación previa de los participantes con El Puerto, un reconocimiento previo del nombre presente en una proporción minoritaria de la muestra y una mayor capacidad declarada para explicar el espacio después de la asistencia. También se identifican funciones diferenciadas entre los canales: el voz a voz tuvo mayor presencia en el conocimiento de la actividad específica, Instagram predominó como canal habitual para informarse sobre actividades culturales y WhatsApp fue el medio preferido para recibir información futura. A su vez, la información previa fue valorada favorablemente por la mayoría de los participantes y el 91,7 % manifestó interés en continuar recibiendo información sobre la programación. Estos resultados se contrastan posteriormente con la revisión documental y las entrevistas semiestructuradas en el apartado de triangulación.

Resultados de las Entrevistas Semiestructuradas

Las entrevistas semiestructuradas se realizaron con dos colaboradores de Comfenalco Antioquia vinculados con las dinámicas de programación, gestión y divulgación del Laboratorio Cultural El Puerto. La técnica permitió profundizar en la comprensión del espacio desde la experiencia de quienes participan en estos procesos, así como en las formas de planeación y divulgación de la programación, la relación con los públicos y las oportunidades percibidas para fortalecer su reconocimiento.

El análisis se organizó de acuerdo con las cinco categorías definidas en el instrumento: identidad institucional del Laboratorio Cultural El Puerto; procesos actuales de divulgación; públicos y canales de comunicación; identidad, reconocimiento y posicionamiento; y proyección y oportunidades de fortalecimiento. Esta organización permitió integrar las 17 preguntas de la entrevista sin fragmentar los resultados en análisis independientes para cada una.

Identidad Institucional del Laboratorio Cultural El Puerto

Los relatos convergen en una comprensión de El Puerto como un espacio asociado con el encuentro, el bienestar, la creación y la experiencia cultural. Julián Pérez Quintero relacionó su propósito con la posibilidad de detenerse dentro de las dinámicas cotidianas y encontrarse alrededor del arte, la palabra, la literatura y la cultura. María Camila Sea Molina incorporó, además, la creación, la exploración de capacidades personales y el encuentro con las producciones de otras personas. En ambos casos, la permanencia y la interacción aparecen como componentes relevantes de la experiencia que ofrece el Laboratorio.

Respecto a los atributos que lo diferencian, Julián destacó su ubicación, la infraestructura disponible, la relación con aliados y la posibilidad de utilizar el espacio incluso cuando no existe una actividad programada. María Camila resaltó su carácter abierto, la posibilidad de acceso para distintos públicos y las condiciones de ubicación que facilitan la llegada mediante diferentes medios de transporte. Al plantear cómo presentaría El Puerto a una persona que nunca lo ha visitado, ambos recurrieron principalmente a aquello que puede experimentarse allí: encontrarse, permanecer, crear, compartir y participar en actividades culturales. En conjunto, los testimonios muestran una concepción de El Puerto articulada alrededor de la apertura, el encuentro y la experiencia cultural.

Procesos Actuales de Divulgación

Los colaboradores describieron un proceso que comienza con la definición y valoración de las actividades de acuerdo con las líneas temáticas y programáticas del Departamento de Cultura. Entre los aspectos considerados mencionaron la pertinencia de las propuestas, el presupuesto disponible, la capacidad humana, la viabilidad y su correspondencia con los públicos. Posteriormente, la información pasa a herramientas internas de planeación y se articula con los equipos encargados de producir, aprobar y divulgar los contenidos. Los testimonios permiten

reconocer una secuencia operativa entre la programación, la organización de la información, la producción de piezas y su circulación mediante canales institucionales.

En estos procesos intervienen equipos y perfiles vinculados con Bibliotecas, Cultura, promotores de lectura, coordinación del espacio, Contenidos Digitales y comunicaciones, además de apoyos asociados con canales institucionales como Infolocal y la página web. La gestión y divulgación de El Puerto se desarrolla mediante la participación de diferentes áreas y funciones, lo que evidencia una dinámica de articulación para llevar las actividades desde su formulación hasta su comunicación al público.

Al referirse a las fortalezas, los colaboradores situaron sus respuestas en planos diferentes. Julián destacó las condiciones institucionales que respaldan el funcionamiento de El Puerto, entre ellas la ubicación, la infraestructura, los aliados y el equipo humano. María Camila se concentró en el proceso comunicacional y resaltó la intención de que las piezas proporcionen información suficiente y mantengan un carácter cercano y de invitación. Las respuestas muestran, por tanto, fortalezas percibidas tanto en las condiciones que soportan la operación del Laboratorio como en determinadas características de su comunicación.

También aparecieron oportunidades relacionadas con la consistencia de la presentación de El Puerto. Julián señaló dificultades en la divulgación de la programación y la necesidad de fortalecer su identidad gráfica. María Camila manifestó que, desde su experiencia, no reconoce una ruta o criterios específicos suficientemente consolidados para orientar de manera uniforme la comunicación del Laboratorio. Su apreciación no permite establecer la inexistencia formal de lineamientos, pero sí muestra que estos criterios no son plenamente reconocibles para los colaboradores consultados en la práctica cotidiana.

Públicos y Canales de Comunicación

Los colaboradores señalaron una presencia visible de personas mayores en determinadas actividades de El Puerto. Esta apreciación corresponde a su experiencia y, por tanto, no constituye una caracterización estadística de los asistentes. También mencionaron participantes recurrentes en ciclos de cine, viejoteca y talleres, estudiantes, trabajadores del sector y otras personas que permanecen o circulan por el centro de Medellín. Los testimonios reflejan así una percepción de públicos diversos y con niveles distintos de relación con la programación.

En cuanto a la circulación de la información, los colaboradores reconocieron la convivencia entre canales institucionales y mecanismos interpersonales. Instagram aparece entre los medios utilizados para divulgar la programación, junto con la publicación mensual de actividades, contenidos periódicos en redes sociales, Infolocal, la página web y WhatsApp en determinados procesos. A estos medios se suma el voz a voz, la recomendación entre asistentes y la invitación realizada durante las propias actividades.

Las valoraciones sobre el funcionamiento de los canales presentaron algunos matices. María Camila consideró que los medios utilizados han tenido una recepción favorable, aunque reconoció oportunidades frente a las dinámicas de determinados públicos. Julián planteó interrogantes sobre la correspondencia entre algunos de los canales empleados y las características de quienes frecuentan las actividades. En ambos relatos aparece, desde perspectivas diferentes, la importancia de considerar los hábitos de información de los públicos al valorar el funcionamiento de los canales disponibles.

Ambos colaboradores identificaron, además, como público potencial a personas que ya frecuentan la sede La Playa por otros servicios de Comfenalco Antioquia y que, desde su percepción, no mantienen una vinculación regular con la programación cultural de El Puerto. Esta apreciación señala una posibilidad de relacionamiento con personas que ya tienen contacto físico e institucional con la sede, aspecto que debe contrastarse con las demás fuentes del estudio antes de formular decisiones estratégicas.

Identidad, Reconocimiento y Posicionamiento

Desde la percepción de los colaboradores, el reconocimiento específico de El Puerto entre sus públicos todavía presenta posibilidades de fortalecimiento. Julián planteó la necesidad de consolidar una identidad gráfica que facilite su presencia y diferenciación, mientras María Camila reconoció la utilización del nombre y de algunos elementos visuales en las piezas, aunque manifestó que no percibe una identidad suficientemente consolidada en la comunicación del espacio.

Esta valoración también aparece al abordar la relación entre El Puerto y Comfenalco Antioquia. Los colaboradores perciben que una parte de los asistentes relaciona principalmente las actividades con la institución y no necesariamente con el nombre particular del Laboratorio Cultural. María Camila señaló que el equipo procura mencionar El Puerto en piezas y actividades,

mientras Julián manifestó dificultades en su reconocimiento como espacio diferenciado. Estas apreciaciones corresponden a la experiencia de los colaboradores y requieren ser contrastadas con la información recogida directamente entre los públicos.

Frente a las prioridades para favorecer el reconocimiento y la recordación, Julián otorgó relevancia a la presencia gráfica e institucional dentro de las instalaciones, mientras María Camila destacó la necesidad de contar con criterios, canales y periodicidades que permitan mayor continuidad en la comunicación. Los testimonios concentran así las prioridades percibidas en una presentación más consistente de El Puerto, tanto en sus contenidos como en los espacios donde ocurre la experiencia de los públicos.

Proyección y Oportunidades de Fortalecimiento

Las propuestas planteadas por los colaboradores mantienen relación con las dificultades señaladas en los bloques anteriores. Julián priorizó el fortalecimiento de la presencia visual e institucional de El Puerto, mientras María Camila destacó la conveniencia de contar con criterios más articulados para su identidad, sus canales y la regularidad de la comunicación. Estas propuestas corresponden a prioridades expresadas por los colaboradores y deben contrastarse con el conjunto de resultados antes de convertirse en lineamientos o acciones del plan.

La visión a futuro conserva los atributos utilizados para describir El Puerto al inicio de las entrevistas. Ambos colaboradores esperan que el espacio sea reconocido por su relación con el encuentro, el bienestar y la cultura. Julián planteó como horizonte una identidad sólida y posicionada, mientras María Camila proyectó un lugar abierto en el centro de Medellín donde las personas puedan encontrarse, crear, compartir y relacionarse con diferentes experiencias culturales. Se trata de un horizonte aspiracional que permite conocer cómo los colaboradores imaginan la proyección del Laboratorio, pero que debe mantenerse diferenciado del diagnóstico sobre su situación actual.

Las recomendaciones finales incorporaron igualmente elementos vinculados con la experiencia presencial. Julián mencionó el fortalecimiento de la presencia institucional dentro de las instalaciones y una mayor articulación entre las áreas destinadas a talleres, conversaciones, cine y exposiciones. María Camila destacó prácticas de hospitalidad y escucha, entre ellas la atención cercana y la utilización de encuestas o comentarios de los asistentes, además de mencionar posibilidades de mejora del mobiliario y de las condiciones de permanencia. Estas

recomendaciones permiten reconocer que, para los colaboradores consultados, la relación con los públicos comprende también la acogida y la experiencia física del espacio. Los aspectos relacionados directamente con infraestructura deberán mantenerse diferenciados de las acciones que correspondan posteriormente al plan de comunicaciones.

Síntesis de los Resultados de las Entrevistas

En conjunto, las entrevistas muestran una comprensión coincidente de El Puerto alrededor del encuentro, el bienestar, la creación y la experiencia cultural. Los colaboradores reconocieron capacidades institucionales para programar y divulgar las actividades mediante la participación de diferentes equipos, herramientas y canales, al tiempo que señalaron oportunidades relacionadas con la consistencia en la presentación del nombre, la articulación comunicacional y el reconocimiento particular del Laboratorio dentro de Comfenalco Antioquia. También identificaron posibilidades de relacionamiento con personas que ya frecuentan la sede La Playa por otros servicios. Estas percepciones se contrastan con los resultados de la encuesta, la revisión documental y la observación participante en el apartado de triangulación.

Triangulación

La triangulación integra los resultados de la observación participante, la revisión documental, la encuesta aplicada a participantes y las entrevistas semiestructuradas realizadas con dos colaboradores de Comfenalco Antioquia. Cada técnica aporta información de naturaleza diferente: la observación participante permite reconocer prácticas y situaciones directamente registradas durante la experiencia profesional; la revisión documental identifica características observables de los canales, contenidos y procesos analizados; la encuesta presenta tendencias descriptivas de la muestra consultada; y las entrevistas recogen percepciones y experiencias de los colaboradores vinculados con las dinámicas de El Puerto.

La convergencia entre estas fuentes no implica que todas midan el mismo fenómeno ni que deban intervenir necesariamente en cada hallazgo. Su contraste permite reconocer coincidencias, diferencias y complementariedades entre las evidencias. Por esta razón, la observación participante se incorpora únicamente en aquellos ejes en los que existen prácticas directamente observables que pueden relacionarse con los resultados de las demás técnicas.

Correspondencia entre la Propuesta Institucional y las Asociaciones sobre El Puerto

Los documentos institucionales presentan El Puerto alrededor del encuentro, la cultura, la conversación, la participación y el bienestar. Las entrevistas muestran correspondencias con esta formulación: Julián Pérez Quintero relacionó el espacio con la posibilidad de detenerse y permanecer alrededor del arte, la palabra y la cultura, mientras María Camila Sea Molina incorporó la creación, la exploración de capacidades y el encuentro con otras personas y sus producciones. La observación participante registró conversaciones antes y después de algunas actividades, momentos de interacción, permanencia y prácticas de acogida, sin atribuir por sí sola significados a esas conductas. En la encuesta, las asociaciones espontáneas se distribuyeron entre contenidos culturales, creativos o de aprendizaje (37,5 %), encuentro, esparcimiento o bienestar (25,0 %), referencias literales o metafóricas vinculadas con puerto, viaje o tránsito (20,8 %) y respuestas ambiguas o sin identificación cultural clara (16,7 %).

La propuesta institucional, las percepciones de los colaboradores y determinadas prácticas observadas presentan correspondencias alrededor del encuentro, el bienestar y la experiencia cultural. Entre los participantes también aparecen asociaciones vinculadas con esos significados, aunque estas conviven con interpretaciones diversas, por lo que el nombre todavía no concentra un significado espontáneo homogéneo en la muestra consultada.

Reconocimiento Nominal e Identificación Comunicacional de El Puerto

La revisión documental muestra una identificación variable entre soportes. En Instagram, 7 de 22 contenidos específicos evaluables (31,8 %) presentan el nombre El Puerto simultáneamente en la pieza y el caption; en las páginas mensuales de la página web institucional y en la cartelera física se observa un protagonismo mayor, mientras otras fichas y contenidos presentan identificaciones parciales o principalmente locativas. En la encuesta, el 37,5 % manifestó conocer el nombre antes de asistir y el 62,5 % indicó que no; después de la actividad, el 87,5 % declaró que podría explicar qué es El Puerto, dato que corresponde a una dimensión distinta y no se interpreta como medición pretest-postest. Los colaboradores también perciben posibilidades de fortalecer el reconocimiento particular del Laboratorio dentro de la arquitectura institucional de Comfenalco Antioquia.

El contraste entre la revisión documental, la encuesta y las entrevistas muestra que la dificultad no corresponde a una ausencia generalizada de identificación, pues existen soportes —como la cartelera física y determinadas páginas institucionales— donde El Puerto adquiere una presencia clara. El hallazgo se concentra en la variabilidad con la que el nombre es presentado entre puntos de contacto y en el reconocimiento nominal previo observado dentro de la muestra. Esta condición coexiste con una mayor capacidad declarada para comprender el espacio después de participar en una actividad.

Canales y Formas de Circulación de la Programación

La revisión documental confirma un ecosistema de circulación compuesto por Instagram, la página web institucional, Infolocal, cartelera física y un antecedente de uso en Facebook. La encuesta muestra funciones diferenciadas: el 37,5 % conoció la actividad específica por medio de un amigo o familiar, el 25,0 % mediante Instagram y el 20,8 % a través de la página de Comfenalco; al preguntar por el canal habitual para informarse sobre actividades culturales, Instagram alcanzó el 58,3 %. Las entrevistas agregan el uso de publicaciones mensuales, contenidos periódicos, Infolocal, la página web, WhatsApp, el voz a voz y la invitación realizada durante las propias actividades. Para recibir información futura, WhatsApp fue la opción preferida por el 41,7 % de la muestra, seguida de Instagram con 29,2 %.

La programación de El Puerto circula mediante un conjunto diverso de canales y mecanismos que cumplen funciones distintas. El voz a voz tuvo un peso relevante en el conocimiento de la actividad específica; Instagram se destacó como el canal habitual más mencionado para informarse sobre actividades culturales; y WhatsApp aparece tanto en determinadas prácticas institucionales de divulgación como en las preferencias expresadas para recibir información futura. Estos resultados respaldan una lectura multicanal de la divulgación, sin atribuir a un único medio la capacidad de relacionarse con todos los públicos.

Suficiencia Informativa e Identificación Institucional

La encuesta no muestra una insuficiencia generalizada de información previa: el 75% ubicó su valoración en los niveles 4 o 5 de la escala utilizada. Entre los elementos considerados más importantes para decidir la asistencia se destacaron el horario y el componente temático. En las entrevistas, María Camila señaló la intención de que las piezas incluyan información suficiente, mientras ambos colaboradores identificaron oportunidades relacionadas con la consistencia de la identidad y la correspondencia entre canales y públicos. La revisión documental confirma

circulación recurrente de información práctica, pero también variaciones en la identificación, el protagonismo y la encontrabilidad de El Puerto entre soportes.

La evidencia no permite caracterizar como problema general una insuficiencia de información para tomar la decisión de asistir. El principal punto de tensión identificado se encuentra en la capacidad de esa comunicación para relacionar de manera consistente la programación con el nombre El Puerto y favorecer su reconocimiento dentro de la comunicación institucional.

Continuidad de la Relación y Públicos Potenciales

La encuesta muestra distintos niveles de relación previa con El Puerto y una alta disposición para mantener el contacto: el 91,7 % manifestó interés en recibir información sobre futuras actividades. La observación participante registró la presencia repetida de algunas personas en distintas actividades y usos del espacio que no se encontraban necesariamente asociados con la programación, sin convertir estas observaciones en una caracterización estadística ni en evidencia de fidelización. Las entrevistas identifican, además, como público potencial a personas que ya frecuentan la sede La Playa por otros servicios de Comfenalco Antioquia y que, desde la percepción de los colaboradores, no mantienen una vinculación regular con la programación cultural.

Los resultados muestran condiciones favorables para la continuidad de la relación con los participantes, expresadas tanto en la presencia de personas con experiencias previas como en el alto interés por recibir información futura. La observación y las entrevistas permiten reconocer, además, formas de contacto con el espacio que no necesariamente se traducen en participación cultural, lo que configura un campo potencial de relacionamiento con personas que ya mantienen algún vínculo con la sede La Playa.

Planeación Operativa y Estandarización de los Procesos de Comunicación

La revisión documental identifica una arquitectura de planeación y circulación que incluye agendas mensuales, agendas semanales, contenidos específicos y una parrilla interna que aporta trazabilidad sobre lo programado. La observación participante registró la intervención de diferentes actores y momentos de trabajo, así como variaciones en los tiempos destinados a preparar contenidos según las necesidades de cada actividad. Las entrevistas describen una secuencia que comprende definición y valoración de actividades, organización de información,

solicitud y producción de piezas, aprobación y circulación, con participación de diferentes equipos. Al mismo tiempo, Julián señaló oportunidades en la divulgación y la identidad gráfica, mientras María Camila manifestó que, desde su experiencia, no reconoce criterios específicos suficientemente consolidados para orientar de forma uniforme la comunicación; esta percepción no demuestra la inexistencia formal de lineamientos.

El Puerto dispone de procesos, herramientas y capacidades que permiten planear y gestionar la divulgación de su programación. El contraste entre las fuentes muestra, sin embargo, una diferencia entre esa capacidad operativa y el nivel de estandarización alcanzado para presentar de manera consistente el espacio y articular sus distintos puntos de contacto.

Síntesis de la Triangulación

En conjunto, la triangulación muestra que El Puerto dispone de una propuesta cultural reconocible desde el ámbito institucional, una programación activa, procesos de gestión y divulgación, diversos canales y soportes, prácticas presenciales asociadas con el encuentro y públicos con disposición a mantener la relación con el espacio. Las principales tensiones se concentran en la consistencia con la que el nombre El Puerto se presenta entre los diferentes puntos de contacto, en su reconocimiento previo dentro de la muestra consultada y en el grado de articulación y estandarización de los procesos comunicacionales.

Los resultados también permiten delimitar aquello que no aparece como problema central del diagnóstico. La encuesta no muestra una valoración generalizada de insuficiencia de información para decidir la asistencia; la revisión documental confirma que la programación sí circula mediante distintos canales; y la observación participante registra prácticas de interacción, permanencia y acogida dentro del espacio. El desafío identificado se relaciona, por tanto, con la capacidad de articular estas condiciones existentes para favorecer una presentación más consistente de El Puerto y una relación continuada con sus públicos. Estos hallazgos constituyen la base para la síntesis estratégica posterior y la construcción de la matriz DOFA.

Tabla 3

Matriz DOFA comunicacional del Laboratorio Cultural El Puerto

La matriz DOFA sintetiza los factores internos y externos delimitados a partir de la triangulación de la observación participante, la revisión documental, la encuesta y las entrevistas semiestructuradas. La formulación distingue la variabilidad de identificación entre soportes de una ausencia generalizada de presencia de El Puerto.

Fortalezas	Debilidades

F1. Respaldo institucional de Comfenalco Antioquia y articulación de equipos de Bibliotecas, Cultura, Contenidos Digitales y Comunicaciones en los procesos de planeación y divulgación de El Puerto. **F2.** Propuesta cultural con correspondencias claras alrededor del encuentro, el bienestar, la creación y la experiencia cultural, reconocible en documentos institucionales, entrevistas y prácticas observadas. **F3.** Existencia de procesos y herramientas internas para planear la programación, producir contenidos, aprobarlos y gestionar su circulación. **F4.** Ecosistema multicanal operativo que integra Instagram, página web institucional, Infolocal, cartelera física y mecanismos complementarios de divulgación, con funciones diferenciadas. **F5.** Valoración mayoritariamente favorable de la suficiencia de la información previa: el 75,0 % de los participantes ubicó su respuesta en los niveles 4 o 5.	**D1.** Consistencia limitada de la identificación explícita de El Puerto en contenidos específicos de Instagram: en 7 de 22 contenidos evaluables (31,8 %) el nombre aparece simultáneamente en la pieza y el caption. **D2.** Bajo nivel de estandarización de criterios específicos para presentar El Puerto de manera consistente dentro de la arquitectura institucional, de acuerdo con la variabilidad documental y las percepciones recogidas en las entrevistas. **D3.** Variabilidad en el protagonismo y la identificación del nombre El Puerto entre canales y soportes: desde una presencia explícita y protagónica en la cartelera física y en páginas mensuales hasta identificaciones parciales en otros contenidos. **D4.** La continuidad del relacionamiento con asistentes no aparece sistematizada de manera transversal en la evidencia revisada; los mecanismos observados varían según la actividad, el canal y el tipo de contacto con los públicos.
Oportunidades	**Amenazas**

O1. Alta disposición de la muestra para mantener el vínculo con El Puerto: el 91,7 % manifestó interés en recibir información futura y WhatsApp fue el medio preferido por el 41,7 %. **O2.** Posibilidad de relacionamiento con personas que ya frecuentan la sede La Playa por otros servicios de Comfenalco Antioquia o utilizan el espacio sin participar regularmente en la programación cultural. **O3.** Convergencia entre el uso habitual de Instagram para informarse sobre actividades culturales (58,3 %) y el peso del voz a voz en el conocimiento de la actividad específica (37,5 %), lo que favorece una circulación complementaria entre medios institucionales e interpersonales.	**A1.** Heterogeneidad de hábitos y preferencias de información entre los públicos, reflejada en el uso diferenciado del voz a voz, Instagram, WhatsApp, la página web y otros canales, lo que dificulta depender de un único medio para relacionarse con segmentos diversos.

Fuente: elaboración propia a partir de la triangulación de resultados. La identificación de El Puerto se interpreta como una condición variable entre soportes y no como una ausencia generalizada. La línea base de 31,8 % corresponde únicamente a los contenidos específicos evaluables de Instagram.

Diagnóstico Estratégico de la Comunicación del Laboratorio Cultural El Puerto

El diagnóstico estratégico integra los hallazgos obtenidos mediante la observación participante, la revisión documental, la encuesta y las entrevistas semiestructuradas, posteriormente contrastados en la triangulación y sintetizados en la matriz DOFA. En conjunto, la evidencia muestra que El Puerto dispone de respaldo institucional, procesos y herramientas para gestionar su programación y divulgación, así como de una propuesta cultural articulada alrededor del encuentro, el bienestar, la creación y la experiencia cultural. Estos sentidos presentan correspondencias en los documentos institucionales, en las percepciones de los colaboradores de Comfenalco Antioquia y en determinadas prácticas observadas durante la experiencia profesional, aunque entre los participantes de la encuesta conviven con asociaciones diversas.

La programación circula mediante un ecosistema multicanal integrado por Instagram, la página web institucional, Infolocal, la cartelera física y otros mecanismos complementarios de divulgación. La evidencia documental confirma continuidad y funciones diferenciadas entre estos puntos de contacto, por lo que la circulación de las actividades constituye una capacidad ya instalada. Al mismo tiempo, la identificación, el protagonismo y la encontrabilidad de El Puerto varían según el canal y el formato: mientras algunos soportes, como la cartelera física y determinadas páginas mensuales, presentan el nombre de manera explícita y protagónica, otros contenidos lo incorporan parcialmente o priorizan la actividad y la sede La Playa como referentes. La información previa a la asistencia fue valorada favorablemente por la mayoría de las personas encuestadas, de modo que el desafío comunicacional se concentra especialmente en la consistencia con la que la programación se relaciona con el nombre y la presencia institucional de El Puerto.

El reconocimiento nominal previo también presenta posibilidades de fortalecimiento dentro de la muestra consultada. El 37,5 % de los participantes manifestó conocer el nombre El Puerto antes de asistir, mientras que las asociaciones espontáneas combinaron significados culturales, creativos, de encuentro y bienestar con interpretaciones literales relacionadas con la palabra puerto y con respuestas de identificación menos definida. A su vez, después de participar en la actividad, la mayoría declaró que podría explicar qué es el espacio. Estos resultados corresponden a dimensiones diferentes y no constituyen una medición pretest-postest; en conjunto, muestran que la experiencia permite construir comprensión entre quienes participan, mientras el reconocimiento previo y la asociación espontánea del nombre mantienen margen de fortalecimiento dentro de la muestra.

En el plano operativo, El Puerto cuenta con procesos de planeación, producción, apropiación y circulación de contenidos en los que participan diferentes equipos y funciones del Departamento de Cultura. La revisión documental y las entrevistas muestran, sin embargo, oportunidades para fortalecer la estandarización de criterios específicos que orienten la presentación del espacio y la articulación de sus distintos puntos de contacto dentro de la arquitectura institucional de Comfenalco Antioquia. Esta necesidad no supone desarrollar una identidad autónoma frente a la marca institucional, sino favorecer mayor consistencia en el uso del nombre, la relación entre contenidos y programación, la función asignada a cada canal y el seguimiento de las acciones de divulgación.

Finalmente, los resultados muestran condiciones favorables para fortalecer la continuidad del relacionamiento con los públicos. El 91,7 % de la muestra manifestó interés en recibir información sobre futuras actividades y se identificaron preferencias diferenciadas entre los medios utilizados para informarse y aquellos elegidos para recibir comunicación posterior. Las entrevistas y la observación permiten reconocer, además, personas que ya mantienen contacto con la sede La Playa por otros servicios o que utilizan el espacio sin participar regularmente en la programación cultural. Estas condiciones configuran oportunidades de relacionamiento que requieren mecanismos de continuidad y una articulación multicanal ajustada a hábitos diversos. El diagnóstico orienta, por tanto, el plan de comunicaciones hacia el fortalecimiento de la presencia institucional de El Puerto, la articulación de sus procesos de divulgación y la continuidad de la relación con sus públicos, a partir de capacidades que ya se encuentran operativas y de oportunidades claramente delimitadas por la evidencia.

Resultado Diseño Plan de comunicaciones del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia

Presentación del Plan de Comunicaciones

El plan de comunicaciones se orienta al fortalecimiento de los procesos de divulgación y de la presencia institucional del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia. Su propósito es convertir los hallazgos del diagnóstico en decisiones estratégicas que favorezcan una presentación más consistente del espacio, una divulgación articulada de su programación y una relación continuada con sus públicos.

Su formulación responde al análisis de resultados consolidado a partir de la observación participante, la revisión documental de canales, formatos y contenidos, la encuesta aplicada a participantes y las entrevistas semiestructuradas realizadas con colaboradores de Comfenalco Antioquia. La triangulación de estas evidencias y su síntesis mediante la matriz DOFA delimitan las capacidades existentes, las tensiones comunicacionales y las oportunidades que orientan el plan.

El plan integra objetivos de comunicación, públicos prioritarios, estrategia general, líneas estratégicas, tácticas y acciones, responsables, indicadores de seguimiento y un cronograma para un primer ciclo de implementación de tres meses. La propuesta parte de capacidades ya operativas y organiza acciones orientadas a fortalecer la consistencia, la articulación y la continuidad de los procesos comunicacionales de El Puerto.

Fundamentación Diagnóstica

El diagnóstico muestra que El Puerto dispone del respaldo institucional de Comfenalco Antioquia, de procesos y herramientas para gestionar su programación y divulgación, y de una propuesta cultural asociada con el encuentro, el bienestar, la creación y la experiencia cultural. Estas capacidades se expresan mediante la participación de diferentes equipos del Departamento de Cultura y constituyen una base operativa sobre la cual puede desarrollarse el plan de comunicaciones.

La revisión documental confirmó un ecosistema de circulación multicanal compuesto por Instagram, la página web institucional, Infolocal y la cartelera física, con funciones y niveles de protagonismo diferentes. La principal tensión se concentra en la variabilidad con la que El Puerto es identificado entre canales y formatos: en Instagram, 7 de 22 contenidos específicos evaluables (31,8 %) presentaron el nombre de manera explícita tanto en la pieza como en el caption. Esta situación convive con una valoración mayoritariamente favorable de la información previa a la asistencia, por lo que el fortalecimiento requerido se relaciona

especialmente con la consistencia de la presentación del espacio y la articulación de sus puntos de contacto.

La encuesta estableció una línea base de 37,5 % de reconocimiento previo del nombre El Puerto dentro de la muestra y evidenció una alta disposición para mantener el vínculo: el 91,7 % manifestó interés en recibir información sobre futuras actividades. A su vez, las entrevistas, la observación participante y la triangulación identificaron oportunidades para fortalecer la estandarización de criterios comunicacionales, aprovechar las funciones diferenciadas de los canales y relacionarse con personas que ya frecuentan la sede La Playa por otros servicios o usos del espacio. En conjunto, estos hallazgos orientan el plan hacia la presencia institucional, la articulación de la divulgación y la continuidad del relacionamiento con los públicos.

Objetivos del Plan

Objetivo General

Fortalecer el posicionamiento y la presencia institucional del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia mediante una comunicación estratégica que articule la divulgación de su programación, sus canales de comunicación y el relacionamiento con sus públicos.

Objetivos Específicos

- Reforzar la presencia institucional de El Puerto mediante criterios de comunicación que favorezcan una presentación clara, consistente y reconocible del espacio en sus diferentes puntos de contacto.
- Fortalecer la articulación de la divulgación de la programación cultural mediante lineamientos que relacionen contenidos, formatos, canales y temporalidades de acuerdo con las funciones de cada medio y los objetivos comunicacionales de El Puerto.
- Favorecer la continuidad del relacionamiento con los públicos mediante acciones y herramientas de comunicación que faciliten el acceso a la programación, la interacción y el contacto posterior con El Puerto.

Públicos

La priorización de públicos se sustenta en la evidencia recogida sobre la relación previa con El Puerto, los usos de la sede La Playa, los hábitos de información y la capacidad de amplificación de determinados actores. La segmentación busca orientar decisiones operativas del plan sin asumir que los públicos constituyen grupos homogéneos ni atribuirles características que no fueron verificadas durante el diagnóstico.

Público Interno

Colaboradores y equipos de Comfenalco Antioquia vinculados con la programación, gestión, divulgación, logística y desarrollo de las actividades de El Puerto.

Públicos Externos

- Participantes de las actividades de El Puerto, con distintos niveles de relación previa y frecuencia de asistencia.
- Personas que frecuentan la sede La Playa por otros servicios o usos del espacio y que pueden entrar en contacto con la programación cultural de El Puerto.
- Usuarios de canales institucionales con afinidad por la programación cultural y posibilidad de mantener contacto informativo con El Puerto.
- Aliados culturales e institucionales con capacidad de articulación y amplificación de la programación.

Estrategia General

La estrategia general busca fortalecer el reconocimiento y la presencia institucional de El Puerto a partir de tres movimientos complementarios: presentar el espacio de manera consistente, articular la divulgación según la función de cada canal y favorecer la continuidad de la relación con los públicos después de la asistencia o del primer contacto con la programación.

La estrategia se desarrolla dentro de la arquitectura institucional de Comfenalco Antioquia y aprovecha los canales, procesos y capacidades ya existentes. Su propósito no es homogeneizar todos los soportes, sino establecer criterios compartidos que permitan mantener reconocible a El Puerto mientras cada canal cumple una función diferenciada en la circulación de la programación y en el relacionamiento con los públicos.

Líneas Estratégicas

Presencia Institucional y Posicionamiento

Fortalecer la presencia de El Puerto en los distintos canales mediante pautas consistentes para su presentación, de manera que el nombre, el espacio y su propuesta cultural mantengan una relación clara con la programación divulgada.

Divulgación Articulada de la Programación

Organizar la divulgación de las actividades a partir de lineamientos para los contenidos, formatos, temporalidades y funciones de cada canal, favoreciendo una circulación complementaria de la programación entre Instagram, la página web institucional, Infolocal y la cartelera física.

Relacionamiento y Continuidad con los Públicos

Desarrollar acciones orientadas a mantener puntos de contacto con participantes y públicos potenciales, facilitar el acceso recurrente a la programación y generar oportunidades de interacción y escucha. Esta línea contempla también la articulación con aliados culturales e institucionales cuando su participación resulte pertinente para ampliar la circulación de las actividades.

Tácticas y Acciones Comunicativas

Las tácticas y acciones se organizan a partir de las tres líneas estratégicas del plan y traducen sus propósitos en orientaciones concretas para la comunicación de El Puerto. Cada componente establece su finalidad, forma de aplicación, responsable, canales o soportes y frecuencia, con el propósito de facilitar la implementación y el seguimiento.

Para su selección, las tácticas se revisaron según su alineación con los objetivos, pertinencia para los públicos, adecuación de los canales, contribución al posicionamiento, viabilidad institucional, coherencia con la organización, posibilidad de medición y continuidad. Cada acción debe poder relacionarse con un objetivo, un público, un canal pertinente y un indicador de seguimiento.

La estructura integra la secuencia de divulgación dentro de la planeación editorial y mantiene la medición como un componente transversal. La auditoría estratégica conserva siete tácticas, pero diferencia las herramientas de las decisiones estratégicas: el código QR funciona como recurso de acceso a la programación, mientras Instagram y WhatsApp cumplen funciones complementarias de interacción y continuidad informativa. Esta organización evita duplicar acciones y mantiene una cadena verificable entre hallazgos, necesidades, tácticas, acciones e indicadores.

Tabla 4

Matriz consolidada de tácticas y acciones

Línea estratégica	**Táctica**	**Propósito**	**Acción definitiva**	**Responsable**	**Canales / soporte**	**Frecuencia**
1. Presencia institucional y posicionamiento	1. Presentación consistente de El Puerto	Aumentar la consistencia con la que el espacio es identificado y relacionado con su programación.	Aplicar una ficha breve de criterios mínimos para verificar, según el soporte, la identificación del nombre, la relación actividad–espacio, la información locativa y la correspondencia con la identidad institucional antes de publicar.	Coordinación del espacio + Contenidos Digitales	Instagram, página web institucional, Infolocal y cartelera física, según aplique.	En cada contenido específico; auditoría mensual.

Línea estratégica	Táctica	Propósito	Acción definitiva	Responsable	Canales / soporte	Frecuencia
1. Presencia institucional y posicionamiento	2. Contenidos de reconocimiento de El Puerto	Fortalecer el conocimiento del espacio y de su propuesta cultural más allá de la convocatoria puntual.	Desarrollar una serie de contenidos que comunique qué es El Puerto, qué experiencias articula y cómo acceder a su programación, utilizando enfoques narrativos variados y evidencia real del espacio y sus actividades.	Contenidos Digitales + coordinación del espacio	Instagram como canal principal; página web institucional cuando resulte pertinente.	Un contenido mensual.
2. Divulgación articulada de la programación	3. Planeación editorial y trazabilidad de la divulgación	Fortalecer la trazabilidad entre planeación, programación y ejecución verificable de los contenidos.	Registrar las publicaciones programadas, actualizar sus estados y conciliar los registros marcados como publicados con evidencia verificable de circulación, como enlace, publicación o pieza archivada.	Contenidos Digitales + áreas responsables de la programación	Parrilla interna de Contenidos Digitales + canales programados.	Seguimiento continuo; cierre mensual.

Línea estratégica	Táctica	Propósito	Acción definitiva	Responsable	Canales / soporte	Frecuencia
2. Divulgación articulada de la programación	4. Articulación de canales	Definir funciones complementarias para cada punto de contacto y reducir variaciones innecesarias en la presentación de El Puerto.	Definir y aplicar una matriz de funciones por canal que establezca propósito, tipo de contenido, temporalidad y criterios mínimos de identificación. Incorporar mecanismos institucionales complementarios, incluido WhatsApp cuando se encuentre autorizado.	Coordinación del espacio + Contenidos Digitales + equipos responsables de los canales institucionales	Instagram, página web institucional, Infolocal, cartelera física y mecanismos institucionales complementarios.	Adopción en el mes 1; aplicación continua; revisión mensual.

Línea estratégica	Táctica	Propósito	Acción definitiva	Responsable	Canales / soporte	Frecuencia
3. Relacionamiento y continuidad con los públicos	5. Punto permanente de acceso a la programación	Facilitar el acceso recurrente a la programación desde los puntos de contacto físicos de El Puerto y la sede La Playa.	Implementar un acceso permanente a la programación vigente mediante código QR trazable, acompañado cuando sea pertinente por un enlace breve o referencia textual, y mantenerlo actualizado en los soportes definidos.	Coordinación del espacio + Contenidos Digitales	Soportes físicos de El Puerto / sede La Playa + enlace digital de programación.	Disponibilidad permanente; actualización según programación.

Línea estratégica	Táctica	Propósito	Acción definitiva	Responsable	Canales / soporte	Frecuencia
3. Relacionamiento y continuidad con los públicos	6. Continuidad informativa y escucha digital	Mantener contacto con personas interesadas y obtener señales sobre sus intereses mediante mecanismos digitales diferenciados.	a) Realizar ejercicios breves de escucha e interacción en Instagram —como encuestas, preguntas u otros recursos nativos— y registrar las respuestas obtenidas. b) Habilitar o aprovechar un mecanismo institucional autorizado de WhatsApp para adhesión voluntaria y recepción de información futura sobre El Puerto.	Contenidos Digitales para Instagram + coordinación del espacio y área institucional responsable del mecanismo de WhatsApp	Instagram + WhatsApp institucional, cuando esté habilitado.	Instagram: un ejercicio de escucha mensual. WhatsApp: actualización mensual y refuerzos pertinentes según programación.

Línea estratégica	Táctica	Propósito	Acción definitiva	Responsable	Canales / soporte	Frecuencia
3. Relacionamiento y continuidad con los públicos	7. Articulación con aliados culturales e institucionales	Ampliar la circulación de actividades mediante colaboraciones pertinentes con comunidades y organizaciones afines.	Mantener una matriz de aliados potenciales, priorizarlos según la programación y registrar las colaboraciones efectivamente activadas durante el ciclo.	Coordinación del espacio + áreas responsables de cada actividad	Canales institucionales y canales de los aliados, según cada colaboración.	Según programación ; seguimiento mensual.

Fuente: elaboración propia a partir de los hallazgos del análisis de resultados.

Indicadores de Seguimiento y Evaluación (KPI)

El sistema de seguimiento distingue seis KPI estratégicos y dos métricas operativas de apoyo. Los KPI se seleccionan por su alineación con las tres líneas estratégicas, claridad conceptual, medibilidad, disponibilidad de información y utilidad para la toma de decisiones. Las métricas operativas registran el uso de herramientas específicas sin interpretarlas, por sí solas, como evidencia de posicionamiento, reconocimiento o continuidad del vínculo.

KPI estratégicos

Tabla 5

Matriz consolidada de KPI

Línea estratégica	**Indicador**	**Qué mide**	**Método de medición**	**Fuente**	**Línea base**	**Meta del primer ciclo**	**Periodicidad**
1. Presencia institucional y posicionamiento	1. Identificación consistente de El Puerto en contenidos específicos de Instagram	Proporción de contenidos específicos en los que El Puerto aparece explícitamente tanto en la pieza como en el caption.	(Contenidos que cumplen ambos criterios / contenidos específicos evaluables) × 100.	Auditoría de publicaciones de Instagram y registro de evidencias.	31,8 % (7 de 22 contenidos específicos evaluables).	≥60 % al cierre del mes 3.	Mensual; cierre al mes 3.

Línea estratégica	Indicador	Qué mide	Método de medición	Fuente	Línea base	Meta del primer ciclo	Periodicidad
1. Presencia institucional y posicionamiento	2. Reconocimiento previo del nombre El Puerto	Porcentaje de participantes que manifiesta conocer el nombre El Puerto antes de asistir.	Respuestas “Sí” / total de respuestas válidas × 100, aplicando un criterio comparable.	Encuesta a participantes.	37,5 % (9 de 24 participantes).	Realizar una medición comparable al cierre, cuando sea viable, y registrar la variación respecto de la línea base. No se fija una meta porcentual arbitraria.	Línea base diagnóstica + medición de cierre, cuando sea viable.

Línea estratégica	Indicador	Qué mide	Método de medición	Fuente	Línea base	Meta del primer ciclo	Periodicidad
2. Divulgación articulada de la programación	3. Cumplimiento verificado de publicaciones programadas	Proporción de publicaciones programadas que cuentan con evidencia verificable de circulación.	Publicaciones programadas con evidencia de publicación / publicaciones programadas del periodo × 100.	Parrilla de Contenidos Digitales + evidencia de publicación.	60,6 % registrado provisionalmente (20 de 33), como línea histórica operativa; no equivale a verificación retrospectiva completa.	≥80 % de cumplimiento verificado durante el ciclo.	Mensual.

Línea estratégica	Indicador	Qué mide	Método de medición	Fuente	Línea base	Meta del primer ciclo	Periodicidad
2. Divulgación articulada de la programación	4. Aplicación de criterios por canal	Grado de aplicación de los criterios definidos para cada canal o soporte.	Contenidos o acciones auditadas que cumplen los criterios / total auditado × 100.	Matriz de funciones y criterios por canal + auditoría de contenidos.	No disponible retrospectiva mente; la primera auditoría del mes 1 será la línea base.	≥80 % de cumplimiento al cierre del mes 3.	Mensual.
3. Relacionamiento y continuidad con los públicos	5. Adhesión al mecanismo de continuidad informativa	Número de adhesiones voluntarias al mecanismo institucional habilitado para recibir información futura sobre El Puerto.	Conteo acumulado de adhesiones registradas durante el ciclo.	Registro del mecanismo institucional de WhatsApp o sistema equivalente autorizado.	Sin medición estandarizada previa; el mes 1 establecerá la línea base.	Registrar crecimiento acumulado respecto de la línea base establecida en el mes 1.	Mensual.

Línea estratégica	Indicador	Qué mide	Método de medición	Fuente	Línea base	Meta del primer ciclo	Periodicidad
3. Relacionamiento y continuidad con los públicos	6. Activación de aliados culturales e institucionales	Cantidad de aliados distintos efectivamente vinculados a acciones de divulgación o colaboración.	Conteo de aliados distintos con evidencia de activación durante el periodo.	Registro de alianzas y publicaciones /acciones colaborativas.	2 aliados distintos documentados en mayo-julio de 2026, vinculados a 3 publicaciones colaborativas.	≥3 aliados distintos durante el ciclo de tres meses.	Seguimiento mensual; cierre al mes 3.

Nota. La línea base del KPI 1 corresponde a la conciliación documental de los contenidos específicos de Instagram. La línea base del KPI 2 proviene de la encuesta aplicada a participantes. La línea base histórica del KPI 3 se mantiene como dato operativo provisional porque corresponde al cierre registrado en la parrilla y no equivale automáticamente a la verificación retrospectiva de todas las publicaciones. Las metas porcentuales del primer ciclo se entienden como metas operativas del plan y no como efectos garantizados por la investigación. Fuente: elaboración propia.

Métricas Operativas de Apoyo

Estas métricas permiten registrar el uso de herramientas específicas del plan. Se interpretan como evidencia operativa de utilización y participación, sin asumir que por sí solas demuestran reconocimiento, posicionamiento o continuidad del vínculo.

Tabla 6

Métricas operativas de apoyo

Métrica operativa	**Qué registra**	**Método / fuente**	**Línea base**	**Uso en el primer ciclo**	**Periodicidad**
Consultas al punto permanente de acceso a la programación	Número de escaneos del QR o accesos mediante el enlace trazable.	Analítica del QR o enlace trazable.	Sin medición previa estandarizada; el mes 1 establece referencia.	Comparar el uso mensual y definir ajustes de ubicación, visibilidad o actualización.	Mensual.

Métrica operativa	Qué registra	Método / fuente	Línea base	Uso en el primer ciclo	Periodicidad
Participación en ejercicios de escucha en Instagram	Número de respuestas obtenidas en cada ejercicio de escucha mediante encuestas, preguntas u otros recursos nativos comparables.	Métricas nativas de Instagram + registro de seguimiento.	El primer ejercicio de escucha establece la referencia inicial.	Comparar ejercicios equivalentes y documentar aprendizajes sobre intereses y participación.	Mensual.

Fuente: elaboración propia.

Cronograma del Primer Ciclo de Implementación

El primer ciclo de implementación se desarrolla durante tres meses. El mes 1 se orienta a la preparación, ajuste y puesta en marcha; el mes 2, a la implementación y el seguimiento; y el mes 3, a la consolidación, medición y ajuste. Esta secuencia parte de procesos, canales y herramientas ya operativos y organiza el fortalecimiento progresivo de su articulación, trazabilidad y continuidad.

Tabla 7

Cronograma de implementación

Línea estratégica	**Táctica / acción**	**Mes 1 — Preparación, ajuste y puesta en marcha**	**Mes 2 — Implementación y seguimiento**	**Mes 3 — Consolidación, medición y ajustes**	**Responsable**
1. Presencia institucional y posicionamiento	1. Presentación consistente de El Puerto	Adoptar la ficha de criterios y aplicarla. Realizar el primer corte del KPI 1.	Mantener la aplicación y realizar el segundo corte.	Medición de cierre del KPI 1 y ajustes a la ficha.	Coordinación del espacio + Contenidos Digitales
1. Presencia institucional y posicionamiento	2. Contenidos de reconocimiento de El Puerto	Publicar el primer contenido de reconocimiento.	Publicar el segundo contenido de reconocimiento.	Publicar el tercer contenido y realizar medición comparativa de reconocimiento, si es viable con el mismo criterio.	Contenidos Digitales + coordinación del espacio

Línea estratégica	Táctica / acción	Mes 1 — Preparación, ajuste y puesta en marcha	Mes 2 — Implementación y seguimiento	Mes 3 — Consolidación, medición y ajustes	Responsable
2. Divulgación articulada de la programación	3. Planeación editorial y trazabilidad de la divulgación	Ajustar el registro e iniciar conciliación de estados con evidencias de publicación.	Mantener el registro y realizar el segundo cierre mensual verificado.	Cerrar el ciclo y calcular el KPI 3.	Contenidos Digitales + áreas responsables de la programación
2. Divulgación articulada de la programación	4. Articulación de canales	Adoptar la matriz de funciones y criterios por canal. Primera auditoría = línea base del KPI 4.	Aplicar la matriz y realizar la segunda auditoría.	Realizar auditoría final, calcular KPI 4 y ajustar criterios.	Coordinación del espacio + Contenidos Digitales + equipos responsables de canales institucionales
3. Relacionamiento y continuidad con los públicos	5. Punto permanente de acceso a la programación	Implementar QR/enlace trazable e iniciar registro de consultas.	Mantener actualizado el acceso y comparar consultas.	Consolidar la métrica de uso y definir ajustes de continuidad.	Coordinación del espacio + Contenidos Digitales

Línea estratégica	**Táctica / acción**	**Mes 1 — Preparación, ajuste y puesta en marcha**	**Mes 2 — Implementación y seguimiento**	**Mes 3 — Consolidación, medición y ajustes**	**Responsable**
3. Relacionamiento y continuidad con los públicos	6. Continuidad informativa y escucha digital	Implementar el primer ejercicio de escucha en Instagram y registrar las respuestas obtenidas. Habilitar o activar, si existe autorización institucional, el mecanismo de WhatsApp y establecer la línea base de adhesiones.	Implementar un segundo ejercicio de escucha en Instagram y comparar la participación con el mes anterior. Mantener la continuidad informativa por WhatsApp y hacer seguimiento a las adhesiones.	Implementar el tercer ejercicio de escucha en Instagram y consolidar los resultados y aprendizajes del ciclo. Consolidar también las adhesiones al mecanismo de WhatsApp.	Contenidos Digitales + coordinación del espacio + área institucional responsable de WhatsApp
3. Relacionamiento y continuidad con los públicos	7. Articulación con aliados culturales e institucionales	Actualizar y priorizar la matriz de aliados e iniciar gestiones.	Activar colaboraciones pertinentes según programación.	Consolidar activaciones y calcular el KPI 6.	Coordinación del espacio + áreas responsables de cada actividad

Nota. La activación de aliados responde a la pertinencia de la programación y se evalúa sobre el ciclo completo; no se establece una obligación de una alianza por mes. Fuente: elaboración propia.

Tabla 8

Cronograma de medición y evaluación

KPI	**Línea base**	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**
1. Identificación consistente de El Puerto en contenidos específicos de Instagram	31,8 % (7/22).	Primer corte de cumplimiento.	Segundo corte y comparación.	Medición de cierre. Meta: ≥60 %.
2. Reconocimiento previo del nombre El Puerto	37,5 % (9/24).	Mantener línea base como referencia y ejecutar acciones asociadas.	Seguimiento de acciones de reconocimiento.	Medición comparable, si es viable, y registro de la variación.
3. Cumplimiento verificado de publicaciones programadas	60,6 % registrado provisionalmente.	Primer cierre con conciliación de evidencias.	Segundo cierre verificado.	Cierre del ciclo. Meta: ≥80 % verificado.

KPI	Línea base	Mes 1	Mes 2	Mes 3
4. Aplicación de criterios por canal	Sin línea base retrospectiva.	Primera auditoría = línea base.	Segunda auditoría comparativa.	Auditoría final. Meta: ≥80 %.
5. Adhesión al mecanismo de continuidad informativa	Sin medición estandarizada previa.	Activación del mecanismo y establecimiento de línea base.	Seguimiento de adhesiones acumuladas.	Consolidación del crecimiento respecto del mes 1.
6. Activación de aliados culturales e institucionales	2 aliados distintos documentados.	Registrar gestiones y primeras activaciones.	Actualizar aliados efectivamente vinculados.	Cierre del ciclo. Meta: ≥3 aliados distintos.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 9

Cronograma de métricas operativas

Métrica operativa	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Periodicidad
Consultas al punto permanente de acceso	Inicio del registro; primer valor de referencia.	Comparación de consultas y revisión de ubicación/visibilidad.	Consolidación del ciclo y decisión de ajustes.	Mensual.

Métrica operativa	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Periodicidad
Participación en ejercicios de escucha en Instagram	Primer ejercicio de escucha: registrar las respuestas obtenidas y establecer la referencia inicial.	Segundo ejercicio de escucha: comparar la participación con el mes anterior.	Tercer ejercicio de escucha: consolidar resultados y aprendizajes del ciclo.	Mensual.

Fuente: elaboración propia.

El horizonte de tres meses corresponde al primer ciclo de implementación, seguimiento y evaluación del plan. Su cierre constituye un punto de medición para identificar avances, documentar dificultades y ajustar acciones posteriores de acuerdo con los resultados obtenidos y las condiciones operativas de El Puerto.

Seguimiento y Evaluación

El seguimiento del plan se realizará mediante cortes mensuales que integren los seis KPI estratégicos, las dos métricas operativas de apoyo, los registros de ejecución y las evidencias disponibles en los canales y herramientas institucionales. La revisión distinguirá entre acciones programadas, acciones verificadas como ejecutadas y resultados observables, de manera que el avance pueda interpretarse con criterios comparables y trazables. Al cierre del tercer mes se realizará una revisión del primer ciclo para identificar avances, dificultades y ajustes necesarios. El balance considerará la evolución de los KPI, el comportamiento de las métricas operativas y la viabilidad de las acciones implementadas. Las decisiones para ciclos posteriores deberán sustentarse en esta evidencia y mantener la diferenciación entre ejecución comunicacional y efectos que requieren mediciones comparables en el tiempo.

Conclusiones

El diagnóstico permitió establecer que la divulgación de El Puerto se sostiene en una capacidad comunicacional ya operativa. La programación cuenta con mecanismos institucionales que permiten su circulación y presencia en distintos puntos de contacto, por lo que el problema estudiado no puede caracterizarse como una ausencia general de comunicación. La investigación permitió precisar que el principal campo de fortalecimiento se encuentra en la gestión estratégica de capacidades existentes y en la manera como estas contribuyen a relacionar de forma reconocible a El Puerto con su programación y sus públicos. Esta comprensión redefine el problema inicialmente abordado y evita atribuir las dificultades identificadas a una falta de actividad comunicativa.

El reconocimiento de El Puerto presenta diferencias entre el conocimiento previo de su nombre y la comprensión declarada que las personas construyen después de participar en sus actividades. Dentro de la muestra, el reconocimiento nominal previo fue de 37,5 %, mientras que las asociaciones espontáneas combinaron significados culturales, creativos y vinculados con el encuentro y el bienestar con interpretaciones menos definidas. Después de la participación, la mayoría manifestó que podría explicar qué es el espacio. Sin establecer una relación causal entre ambas mediciones, estos resultados permiten concluir que la experiencia cultural contribuye a una comprensión declarada de El Puerto que todavía no se corresponde plenamente con su reconocimiento nominal previo.

La divulgación de El Puerto responde a una lógica multicanal en la que los medios y mecanismos de circulación cumplen funciones diferenciadas. El voz a voz tuvo un peso relevante en el conocimiento de actividades específicas, Instagram se destacó como medio habitual para informarse sobre oferta cultural y WhatsApp como la opción preferida para recibir información futura. Esta diferenciación permite concluir que la relación comunicativa con los públicos no puede atribuirse a un único canal y que la pertinencia de cada punto de contacto depende de la función que cumple dentro del proceso de circulación y continuidad de la información.

La gestión de la divulgación de El Puerto se apoya en una secuencia operativa reconocible que articula programación, organización de la información, producción, aprobación y circulación de contenidos mediante la participación de diferentes equipos de Comfenalco Antioquia. La existencia de esta estructura constituye una capacidad institucional;

sin embargo, la investigación identificó variaciones en la aplicación de criterios específicos para presentar el espacio y en la trazabilidad entre lo programado y lo efectivamente publicado. En consecuencia, el principal margen de fortalecimiento interno se encuentra en la estandarización y el seguimiento de procesos ya existentes, antes que en la creación de una estructura comunicacional paralela.

Recomendaciones

Integrar la continuidad del plan de comunicaciones a las capacidades y procesos institucionales ya existentes en El Puerto y en el Departamento de Cultura. Al finalizar el primer ciclo, conviene revisar los resultados, las condiciones operativas y los recursos disponibles para definir qué componentes requieren continuidad, ajuste o reformulación. Esta revisión permitirá mantener el plan como una herramienta adaptable a las necesidades comunicacionales del espacio.

Dar continuidad a la medición del reconocimiento de El Puerto mediante ejercicios comparables con la línea base obtenida en esta investigación. Las mediciones deberán diferenciar el conocimiento previo del nombre, la comprensión del espacio y las asociaciones construidas por los participantes. La comparación entre ciclos puede aportar evidencia sobre la evolución del reconocimiento, siempre que se consideren las características de las muestras y se eviten atribuciones causales que el diseño de medición no permita demostrar.

Preservar una gestión multicanal de la divulgación y revisar periódicamente la función y pertinencia de los distintos medios y mecanismos de contacto. Los resultados evidenciaron diferencias entre los canales utilizados para conocer una actividad, informarse habitualmente y recibir información futura, por lo que su valoración debe considerar el propósito comunicacional de cada uno. Esta revisión permitirá adaptar el ecosistema de divulgación a cambios en los hábitos y preferencias de los públicos sin establecer jerarquías permanentes entre canales.

Conservar y sistematizar la información generada durante la implementación y evaluación de los procesos de divulgación, de manera que los registros sobre planeación, ejecución, resultados y ajustes sirvan como insumo para ciclos posteriores. Disponer de información trazable y consultable puede facilitar el seguimiento de las decisiones adoptadas, la actualización de los criterios utilizados y la construcción progresiva de aprendizaje institucional sobre la divulgación de El Puerto.

Referencias

Barraza Macías, A. (2023). *Metodología de la investigación cualitativa. Una perspectiva interpretativa.* Benessere. Centro de Intervención para el Bienestar Físico y Mental A.C. https://www.upd.edu.mx/PDF/Libros/MetodologiaInvestigacion.pdf

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder.* Alianza Editorial.

Comfenalco Antioquia. (S.F.). *El Puerto: La promesa de los encuentros*. [Documento interno de trabajo]

Comfenalco Antioquia. (2024). *Identidad visual*. [Documento interno de trabajo]

Comfenalco Antioquia. (2025). *Informe de sostenibilidad 2025*. https://www.comfenalcoantioquia.com.co/personas/nosotros/balance-social

Couldry, N. (2024). "Hermeneutics for an anti-hermeneutic age: What the legacy of Jesús Martín-Barbero means today". *Media, Culture & Society*, 46 (3), 659-667. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/01634437231217176

David, F. R. (2013). *Conceptos de administración estratégica.* Pearson Educación. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25139w/conceptos-de-administracion-estrategica.pdf

Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D. & Sriramesh, K. (2007). "Defining Strategic Communication". *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35. DOI: https://doi.org/10.1080/15531180701285244

Hallinan, B., Scharlach, R. & Shifman, L. (2022). "Beyond Neutrality: Conceptualizing Platform Values". *Communication Theory,* 32 (2), 201-222. https://academic.oup.com/ct/article/32/2/201/6333289

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill Education. https://artes.upn.edu.co/wp-content/uploads/2024/11/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-Sampieri-Mendoza-2018.pdf

Kapferer, J.N. (2012). *The new strategic brand management : advanced insights and strategic*

thinking. KoganPage (15 ed.).

Krohling Kunsch, M.M. (2018). "La comunicación estratégica en las organizaciones contemporáneas". *Media & Jornalismo. Uma Revista do Centro de Investigação Media e Jornalismo*, 33 (18), 13-24. https://repositorio.usp.br/item/002912450

Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía.* Editorial Gustavo Gili.

Ponce Talancón, H. (2007). La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12 (1), 113-130. https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf

Retegui, L. M. (2020). La observación participante en una redacción. Un caso de estudio. *La Trama de la Comunicación*, 24 (2), 103-119. https://www.redalyc.org/journal/3239/323964237006/323964237006.pdf

Reyes-Ruiz, L. & Carmona Alvarado, F. A. (2020). *La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio.* Ediciones Universidad Simón Bolívar. https://hdl.handle.net/20.500.12442/6630

Sautu, R., Dalle, P., Boniolo, P. & Elbert, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología.* CLACSO. https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/server/api/core/bitstreams/98213129-7f89-413e-b1b7-47c8b870b56c/content

Saqib, N. (2021). "Positioning – a literature review". *PSU Research Review: An International Journal*, 5 (2), 141–169. DOI: https://doi.org/10.1108/PRR-06-2019-0016

Tracy, S. J. (2021). Calidad cualitativa: ocho pilares para una investigación cualitativa de calidad. *Márgenes: Revista de Educación de la Universidad de Málaga*, 2 (2), 173-201. https://doi.org/10.24310/mgnmar.v2i2.10016

Yin, R. K. (2014). *Case Study Research Design and Methods.* Sage Publications. https://books.google.es/books?id=BWea_9ZGQMwC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

Apéndices

Apéndice A: entrevista semiestructurada

Proyecto de investigación

Plan de comunicaciones para el fortalecimiento de los procesos de divulgación del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia

Objetivo de la entrevista

Recopilar información cualitativa sobre los procesos de divulgación, la identidad institucional, los canales de comunicación, la relación con los públicos y las oportunidades de fortalecimiento del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia, con el propósito de aportar insumos para el diseño de un plan de comunicaciones orientado al fortalecimiento de su divulgación y presencia institucional.

Tipo de instrumento

Entrevista semiestructurada.

Técnica

Entrevista individual presencial.

Población

Informantes clave del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia.

- Coordinadora.
- Programadora.

Duración estimada

40 a 60 minutos.

Consideraciones éticas

La información suministrada será utilizada exclusivamente con fines académicos en el marco del trabajo de grado. La participación es voluntaria y las respuestas serán tratadas con confidencialidad. Antes de iniciar la entrevista se solicitará el consentimiento informado del participante para registrar la información.

Datos generales del entrevistado

Cargo:

Tiempo de vinculación con El Puerto:

Fecha:

Lugar:

Entrevistador:

Categoría 1. Identidad institucional del Laboratorio Cultural El Puerto

Propósito de la categoría

Comprender cómo se concibe El Puerto desde el interior de la organización, cuáles son sus objetivos culturales y cómo se proyecta su identidad institucional.

Pregunta 1

Desde su experiencia, ¿cómo definiría el Laboratorio Cultural El Puerto y cuál considera que es su propósito dentro de la oferta cultural de Comfenalco Antioquia?

Pregunta 2

¿Qué elementos considera que hacen diferente a El Puerto frente a otros espacios culturales de Medellín?

Pregunta 3

Si una persona nunca hubiera escuchado hablar de El Puerto, ¿cómo se lo describiría para motivarla a conocerlo?

Categoría 2. Procesos actuales de divulgación

Propósito de la categoría

Identificar cómo se desarrollan actualmente los procesos de comunicación y divulgación de la programación cultural.

Pregunta 4

¿Cómo se desarrolla el proceso desde que surge una actividad hasta que finalmente es comunicada al público?

Pregunta 5

¿Qué dependencias o personas participan en los procesos de divulgación y cómo se articulan entre sí?

Pregunta 6

¿Cuáles considera que son las principales fortalezas del proceso actual de comunicación?

Pregunta 7

¿Qué dificultades o limitaciones identifica actualmente en la divulgación de la programación cultural?

Categoría 3. Públicos y canales de comunicación

Propósito de la categoría

Analizar la relación entre los públicos, los canales utilizados y el alcance de la divulgación.

Pregunta 8

¿Cuáles considera que son actualmente los principales públicos de El Puerto?

Pregunta 9

¿De qué manera conocen las actividades las personas que asisten con mayor frecuencia?

Pregunta 10

¿Qué tan efectivos considera que han sido los canales de comunicación utilizados hasta el momento para divulgar la programación?

Pregunta 11

Desde su experiencia, ¿existen públicos que aún no están siendo alcanzados por las estrategias actuales de comunicación? ¿Por qué considera que sucede esto?

Categoría 4. Identidad, reconocimiento y posicionamiento

Propósito de la categoría

Explorar la percepción sobre la identidad de marca y el nivel de reconocimiento del Laboratorio Cultural El Puerto.

Pregunta 12

¿Considera que actualmente El Puerto posee una identidad claramente reconocible para sus públicos? ¿Por qué?

Pregunta 13

Cuando las personas participan en las actividades, ¿cree que identifican que hacen parte de El Puerto o únicamente de Comfenalco Antioquia?

Pregunta 14

¿Qué aspectos considera prioritarios para fortalecer el reconocimiento y la recordación de El Puerto entre sus públicos?

Categoría 5. Proyección y oportunidades de fortalecimiento

Propósito de la categoría

Identificar oportunidades de mejora que orienten la formulación del plan de comunicaciones.

Pregunta 15

Si pudiera fortalecer un aspecto relacionado con la comunicación del Laboratorio Cultural El Puerto, ¿cuál sería y por qué?

Pregunta 16

¿Cómo le gustaría que fuera reconocido El Puerto dentro de los próximos tres años?

Pregunta 17

¿Qué recomendaciones considera fundamentales para fortalecer la relación entre El Puerto y sus públicos?

Observaciones del entrevistador

(Espacio destinado para registrar aspectos no verbales, contexto de la entrevista, elementos emergentes y observaciones relevantes para el análisis cualitativo).

Apéndice B: encuesta

Percepción de los procesos de divulgación del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia

Estimado(a) participante:

Esta encuesta hace parte del trabajo de grado titulado Plan de comunicaciones para el fortalecimiento de los procesos de divulgación del Laboratorio Cultural El Puerto de Comfenalco Antioquia".

Su participación es voluntaria, anónima y la información será utilizada únicamente con fines académicos.

Sección 1

Caracterización

1. ¿Tiene 18 años o más?

○ Sí

○ No (finaliza encuesta)

2. ¿Es la primera vez que visita El Puerto?

○ Sí

○ No

3. ¿Con qué frecuencia asiste a las actividades de El Puerto?

○ Primera vez

○ Una vez al año

○ Cada varios meses

○ Una vez al mes

○ Dos o más veces al mes

Sección 2

Conocimiento del espacio

4. Antes de asistir hoy, ¿conocía el nombre "El Puerto"?**

○ Sí

○ No

5. ¿Qué es El Puerto para usted?

(Respuesta abierta)

Sección 3

Procesos de divulgación

6. ¿Cómo se enteró de esta actividad?

Seleccione más de una

□ Instagram

□ Facebook

□ Página web de Comfenalco

□ Infolocal

□ Cartelera física

□ Un amigo o familiar

□ Pasaba por el lugar

□ Otro ¿Cuál?

7. ¿Qué canal utiliza con mayor frecuencia para informarse sobre actividades culturales?

○ Instagram

○ Facebook

○ WhatsApp

○ Página web

○ Correo electrónico

○ Google

○ Otro

8. La información que encontró antes de asistir fue suficiente para decidir participar.

1 Muy en desacuerdo

2 En desacuerdo

3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 De acuerdo

5 Muy de acuerdo

9. ¿Qué información considera más importante cuando decide asistir a una actividad cultural?

Puede seleccionar máximo tres.

□ Fecha

□ Horario

□ Temática

□ Artista o invitado

□ Costo

□ Lugar

□ Duración

□ Otro

Sección 4

Identidad y recordación

10. Después de asistir a esta actividad, ¿cree que podría explicar a otra persona qué es El Puerto?

○ Sí

○ No

○ No estoy seguro(a)

11. En una palabra o frase corta, ¿qué es lo primero que piensa cuando escucha "El Puerto"?

Respuesta abierta

Sección 5

Oportunidades de mejora

12. Desde su experiencia, ¿qué podría hacer El Puerto para que más personas conozcan su programación?

Respuesta abierta

13. ¿Hay algún medio por el que le gustaría recibir información sobre las actividades de El Puerto?

Respuesta abierta

14. ¿Desea recibir información sobre futuras actividades?

○ Sí

○ No

(Si responde sí:)

Correo electrónico (opcional)