

## Comunicación estratégica y responsabilidad social universitaria aplicada en desarrollo territorial: caso La Candelaria en Bogotá

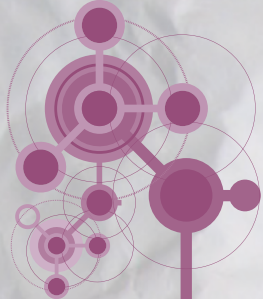
Comunicação estratégica e responsabilidade social universitária aplicada ao desenvolvimento territorial: caso de La Candelaria em Bogotá

Strategic communication and university social responsibility applied to territorial development: the case of *La Candelaria* in Bogota



Sonia García Oñate

- Magíster en sociología de la Universidad Nacional de Colombia.
- Docente investigadora de la Universidad Externado de Colombia, con experiencia en la dirección de comunicaciones estratégicas para diferentes organizaciones.
- Asesora para el desarrollo de competencias del Servicio Nacional de Aprendizaje.
- Comunicadora social-periodista, especialista en comunicación organizacional de la Universidad de La Sabana.
- Autora de textos sobre evaluación de responsabilidad social en el sector minero y procesos de formación a través de investigación formativa.
- E-mail: [sonia.garcia@uexternado.edu.co](mailto:sonia.garcia@uexternado.edu.co)



## Resumen

Este texto pretende realizar la aplicación de la comunicación estratégica en el desarrollo territorial, desde una perspectiva de la responsabilidad social de la Universidad Externado de Colombia, aplicado a su área circundante: La Candelaria en Bogotá. Para ello, se adelantaron labores de investigación a partir de los actores, su contexto actual e histórico que permitiera establecer varios proyectos de comunicación. La investigación concluye que la integración de diversas formas de comunicación bajo un marco estratégico de desarrollo territorial puede ofrecer nuevos modos de construcción de lo social, con base en la comunicación.

PALABRAS CLAVE: RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA • COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA • DESARROLLO TERRITORIAL.

## Resumo

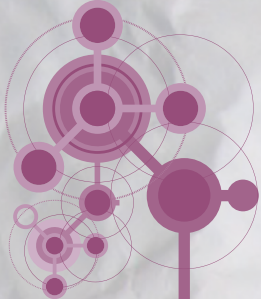
Este texto tem como objetivo fazer com que a aplicação da comunicação estratégica no desenvolvimento territorial, a partir de uma perspectiva de responsabilidade social da Universidade Externado da Colômbia, seja aplicada à sua área de entorno. La Candelaria em Bogotá. Para isso, o trabalho de pesquisa foi realizado com base nos atores, em seu contexto atual e histórico, que permitiram estabelecer diversos projetos de comunicação. A pesquisa conclui que a integração de diversas formas de comunicação sob um marco estratégico de desenvolvimento territorial pode oferecer novas formas de construção do social, baseadas na comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: RESPONSABILIDADE SOCIAL UNIVERSITÁRIA • COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA • DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL.

## Abstract

This text aims to apply the strategical communication in territorial development, from a perspective of social responsibility of the Externado University of Colombia, applied to its surrounding area: La Candelaria in Bogotá. For this purpose, research work was carried out based on the actors, their current and historical context that allowed the establishment of several communication projects. The research concludes that the integration of diverse forms of communication under a strategic framework of territorial development can offer new ways of construction of the society based on communication.

KEYWORDS: UNIVERSITY SOCIAL RESPONSIBILITY • STRATEGIC COMMUNICATION • TERRITORIAL DEVELOPMENT.



El documento se desarrolla presentando los conceptos básicos de comunicación estratégica, responsabilidad social universitaria y el enfoque de desarrollo territorial; posteriormente ofrece un marco metodológico general para desarrollar un proceso de comunicación estratégica, que una vez aplicado permite establecer diferentes tipos de comunicación cuyo desarrollo requerirán algunas modificaciones en relación con la comunicación estratégica aplicada a las organizaciones. Si bien esta propuesta desarrolló acciones concretas en comunicaciones internas y externas para el territorio de La Candelaria, aquí únicamente se presenta la idea general que dio vida al concepto de los proyectos comunicativos, uno de los cuales es visible por medio de la web bajo la denominación: [encontrastelacandelaria.com](http://encontrastelacandelaria.com).

La comunicación estratégica se trata de encuentros socioculturales situados en un espacio y tiempo determinados, que no obedecen a acciones predeterminadas basadas sólo en mensajes y medios, sino que requieren trabajarse desde lo fluido y contingente, condición que encierra la acción humana (Massoni, 2008).

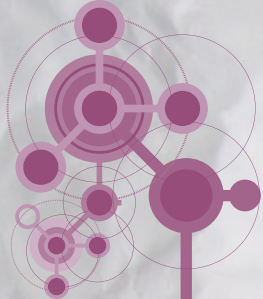
La acción humana es intencionada e interesada; por ello crea estrategias que, de acuerdo a Mintzberg (1978 apud Montoya Restrepo, 2009), puede pensarse no solo como procesos, sino como pautas de acción, como planes o perspectivas que permitirán construir una posición. También como lo dice Marcelo Manucci (2004) hace énfasis en los sujetos, en los procesos de interacción ajustados de manera constante a las intenciones declaradas y las realidades emergentes que en últimas permiten la adaptación, evolución y supervivencia de cualquier colectivo humano.

Por tanto, aplicar la visión de la comunicación estratégica supone comprender la naturaleza del tipo de objeto al cual pretende construirle relaciones –sea este una organización pública, privada, de la sociedad civil, o como para este caso el territorio–, las condiciones y tendencias que la afectan de manera estructural y las acciones que el ser humano lleva a cabo en esta red de condicionamientos, de significados y sentidos.

De lo anterior se desprende que la visión de comunicación estratégica supone: a) sumergirse en la subjetividad de los actores, inmersos a su vez en condiciones particulares de vida, dadas por la historia, el entorno, las predisposiciones o imaginarios existentes propios y de otros sujetos influyentes; y b) atender al cambio como una constante que se fundamenta en los significados y prácticas de los seres humanos; elementos que finalmente se manifiestan en una cultura, entendida como construcción humana, producto de diferentes acciones y basada en el manejo de los símbolos; comprende a su vez, un conjunto de aportaciones y actuaciones humanas en la economía, vida social, organización política, pensamiento y religión. Desde esta perspectiva amplia de cultura como eje para la supervivencia y su gestión por medio de procesos comunicativos, se construyen realidades que responden a necesidades colectivas e individuales (Zallo, 2011).

## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA COMO MANERA DE APORTAR AL DESARROLLO HUMANO Y TERRITORIAL

En su acepción general, la responsabilidad es una habilidad del ser humano para medir y reconocer las consecuencias de un episodio o un acto que se llevó a cabo con plena conciencia y libertad (Responsabilidad, 2019). La responsabilidad social entraña la acción humana racional en relación con los demás seres humanos, sus intereses, visiones y modos de ser y con aquello que pretende construirse para beneficio común. De ahí que la responsabilidad social involucre juzgarse a sí mismo en sus ideales y la rendición de cuentas presentada a los demás, con base en los compromisos asumidos e impactos generados; que se traduce en normativas que guían las acciones y la gestión que aporte a la sociedad, según la naturaleza de organización que la práctica y supone ir más allá de lo legalmente establecido (Schvarstein, 2003).



En el caso universitario, desarrollar la responsabilidad social implicaría no solo aplicar una filosofía institucional en pro del mejoramiento de la sociedad y de sus estudiantes, sino repensar sus actividades típicas como la docencia, la investigación y la extensión. En el caso de la docencia, ir más allá de la transmisión de información a la apropiación del conocimiento, en la investigación ir más que la aplicación de teorías para cuestionar supuestos y construir nuevas maneras de entender y acceder a la realidad, y en el caso de la extensión ir más allá de establecer relaciones con el entorno en buscar los modos de transformar la sociedad donde esta se encuentre inserta.

Para el caso de la Universidad, la responsabilidad social universitaria está basada en el desarrollo de las capacidades humanas como base de cualquier construcción social dentro y fuera de las aulas, con el conocimiento que comparte, que aplica y que recoge de las prácticas humanas, en busca de construir aquello que consideren deseable y que incluya a los sujetos presentes en un espacio determinado, que ofrezca perspectivas de crecimiento para sus estudiantes e incluso nutrir las teorías académicas que guían su acción.

Desde esta perspectiva, la responsabilidad social universitaria está lijada al desarrollo como libertad, que a su vez se basa en despertar y potenciar las capacidades del ser humano en la medida en que ello puede ofrecer posibilidades de pensar e intervenir para construir diversas maneras de vivir aquello que valore determinado colectivo humano. Tal como lo expuso en los 90 el economista Amartya Sen, el desarrollo es

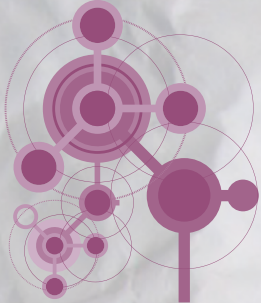
un proceso en el cual se amplían las oportunidades del ser humano y se ofrecen mayores libertades a la humanidad desde múltiples aspectos, las cuales dependen de varios determinantes y de las instituciones sociales y económicas, así como del cumplimiento de los derechos políticos y humanos. La industrialización, la tecnología y la modernización social pueden contribuir significativamente a expandir la libertad del hombre, pues puede eliminar las fuentes de privación de la libertad como la pobreza, la tiranía, la escasez de oportunidades económicas, la fallas sistémicas de acceso a los servicios sociales y la tolerancia al exceso de intervencionismo del Estado. (Sen, 2000, p.19-20)

Siguiendo al mismo autor, el desarrollo humano y sus capacidades son una conexión entre individuo, conocimientos, experiencias y recursos presentes en un lugar y momento determinado que permiten a cada persona y las sociedades donde se encuentran insertos crearse una idea de futuro y una proyección social que los satisfaga. Esto en la práctica no sólo significa ser competentes o idóneos para una labor, sino conectarse para construir y proyectarse tal como les interesa ser reconocidos.

Así las cosas, los procesos de desarrollo, desde la perspectiva territorial, están enmarcados en las personas y las situaciones particulares de un contexto; requieren participación de los actores que identifican las potencialidades inherentes a cada lugar y la manera como dichas particularidades pueden construir ventajas comparativas que puedan convertirse en el motor del desarrollo del territorio. De manera ideal, el enfoque del desarrollo territorial supone construir capacidades y transferir competencias, ofrecer un poder de decisión y uso inteligente de los recursos a los actores inmersos en un lugar, luego asume sus habitantes participan y dialogan con diferentes entes políticos, económicos, culturales, ambientales en aras de potenciar su territorio, lugar donde existen diversos intereses, formas organizativas y enfoques de trabajo.

Cabe anotar que, bajo este enfoque, se reconocen la importancia de las políticas públicas y su impacto, que en el marco del Estado de derecho, como el colombiano, requieren más que difusión y conocimiento, se requiere apropiación del conocimiento, cierto nivel de emprendimiento de tal manera que facilite concretar una serie de líneas de acción en busca de aprovechar lo existente, y que aunado a los recursos y capacidades<sup>1</sup> presentes en la población permita proyectar las acciones para el

<sup>1</sup> Capacidades entendidas como las posibilidades de las personas para desarrollar su potencial en aquello que juzgan como deseable según sus intereses, usando el contexto que tienen, y determinado en algún grado por la política pública y otros actores que intervienen en un lugar.



beneficio de los habitantes del lugar (Albuquerque; Pérez Rozzi, 2013). Estas condiciones invitan a la academia a acompañar la construcción de una sociedad civil empoderada, a partir de diversos elementos comunicativos y culturales.

Por lo tanto, el enfoque para el desarrollo territorial debe tener una mirada integral que contenga: el desarrollo humano y social, que incluye la mejora en los ingresos e inclusión en el fortalecimiento del mercado interno, y el apoyo a formas de economía, preferiblemente solidaria; el desarrollo cultural e institucional, considerando la articulación social y la construcción de redes<sup>2</sup> como bases de la acción colectiva y la posible intervención sobre lo público y la acción sobre el mercado, además por su puesto la sostenibilidad ambiental.

En este escenario de desarrollo territorial, aparecen conceptos como el de clúster o aglomeración empresarial y la idea del distrito industrial como medios de alcanzar estos fines. No obstante, estrictamente estos conceptos no son lo mismo. El distrito industrial se enfoca en asuntos de producción artesanal, que perfeccionada desarrollan ciertos esquemas de industrialización en donde tienden a existir un vínculo de unión perfecto entre la comunidad local y las empresas, además caracterizado porque cada microempresa tiende a especializarse en alguna de las fases del proceso productivo, formando redes muy dinámicas y flexibles para atender la diversidad de clientes, y está arraigada en la tradición de conocimientos y la historia del lugar. Aquí las personas comparten sus tradiciones, enseñan entre ellas y los trabajadores desarrollan diversas competencias o capacidades (Sandoval Mendieta, 2013).

En tanto, el clúster, según Michael Porter (2003 *apud* Sandoval Mendieta, 2013, p.14), es “una concentración geográfica de empresas interconectadas e instituciones conexas pertenecientes a un campo concreto, que están unidas por rasgos comunes y complementarios entre sí”, cuya interconexión existe para la generación de competencia. Esto supone no sólo la integración de varios alrededor de un esquema más o menos único, donde las personas se especializan, sino el establecimiento de relaciones con base en construir ventajas competitivas en que puede haber asociaciones públicas y privadas, que proveen o facilitan formación, información, investigación y apoyo técnico especializado.

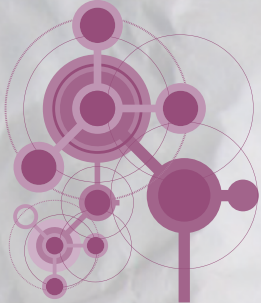
Si bien los dos enfoques difieren en su énfasis, ambos consideran que uno de los elementos importantes es el desarrollo socioeconómico en que el territorio se constituye como espacio para el perfeccionamiento de capacidades humanas por medio del trabajo, igualmente ambos sugieren cooperación; enfatizan en las relaciones sociales, requieren niveles de confianza y pretenden equilibrar la competencia y la colaboración.

En este punto resulta conveniente observar que la comunicación en relación con el desarrollo sobrepasa la expresión de grupos minoritarios mediante los medios de comunicación e incluso los procesos educativos clásicos, para convertirse en un catalizador cultural, un apoyo a mecanismos de construcción de alianzas: igualmente es un modo de dar a conocer sus productos y servicios, con un sello diferenciador y finalmente es un vehículo para intervenir en la política pública que los afecta.

Así las cosas, la comunicación estratégica puede aportar al desarrollo territorial de variadas formas desde apoyar la puesta en común de un propósito que ofrezca un significado a un grupo humano incluido en el territorio hasta las estrategias y medios que faciliten la construcción de lo social en temas simbólicos, del lenguaje y modelos mentales bases de la identidad y proyección de imagen.<sup>3</sup> Acciones que pasan por la mediación, la producción de medios y el desarrollo de relaciones con diferentes entes y otros territorios.

2 Articulación social: En este texto se entiende como la acción referida a lograr enlaces entre los actores, de tal modo que se facilite la organización de determinada manera en la cual se reconocen los intereses particulares y sectoriales, puestos en situación que facilite la cooperación; tal cosa se materializa en la construcción de redes como modo de interacción y organización asociativa en busca de la satisfacción de necesidades de diferente índole, tanto individuales como colectivas, usualmente con base en colaboración, participación y confianza.

3 Identidad e imagen atienden a fenómenos relacionados con la comunicación, el primero como manera de representación que recoge una serie de elementos distintivos, y el segundo como medio de proyección social, que favorece determinados modos de percepción.



En otras palabras, la comunicación estratégica y la gestión de la misma aplicada al desarrollo territorial se traducen en condiciones para conseguir cohesión tales como: la promoción y participación de los actores, que obliga a que se reconozcan entre ellos (comunicación interna) el perfeccionamiento de procesos para compartir posiciones e información sobre un proyecto común, que sugiere la generación de contenidos y la transmisión de experiencias (comunicación directiva-educativa) y producción de artefactos comunicativos físicos y virtuales participativos.

Así mismo, la comunicación estratégica puede invitar a otros a establecer relaciones con otros grupos humanos en calidad de asociados claves, o relacionamiento con ciertos grupos de interés por medio de gestión e intermediación de intereses y puestas en escena de los actores, por ejemplo con los mandatarios (comunicación política y pública) invitar y participar del desarrollo de sus capacidades como grupos humanos (comunicación de transferencia y apropiación del conocimiento). E incluso comunicación promocional como mecanismo para invitar a otros grupos a compartir experiencias en la adquisición de productos o promoción de experiencias.

## APLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA BAJO UN ENFOQUE DE DESARROLLO TERRITORIAL Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

El desarrollo de un proceso de comunicación estratégica parte de la comprensión de los actores, sus intereses y perspectivas en torno al territorio, finalmente son sus miradas y reacciones, sus intenciones y significaciones lo que puede dar sentido y proyección a un lugar.

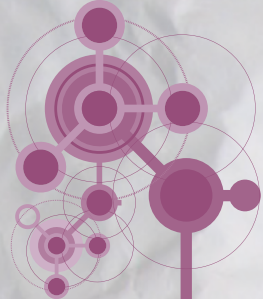
Los actores están inmersos en una estructura construida a lo largo de la historia, y sus políticas públicas de ahí que se requiera:

- Un análisis del desarrollo histórico del lugar como un espacio geográfico vivo y dinámico construido con la acción de sus habitantes y otros actores interesados en él.
- Las políticas públicas expuestas en planes de gobierno, resoluciones y programas de diversas instituciones estatales relacionadas con este territorio llamado La Candelaria; y la respectiva respuesta de algunos actores.
- Validar la vocación del lugar y sus oportunidades de desarrollo humano, social y económico para los diferentes actores.

Este análisis de la información permite comprender la intencionalidad de los diferentes actores, comprender los discursos y posiciones de cada uno de los actores en busca de un punto común; igualmente marca las posibilidades de transformación y llamado a la acción que le den sentido a la comunicación estratégica como una manera de coordinar los diferentes recursos y capacidades de los actores, de poner a circular conocimientos o actitudes necesarias para el desarrollo de un trabajo con base en la colaboración, de lograr proyectarse como un territorio con una identidad propia, digna de ser compartida y transmitida por medio de diversos mecanismos de imagen que le permiten a su vez perfeccionar sus capacidades humanas, culturales y económicas.

El proceso de la comunicación estratégica entonces se constituye en:

1. Formular un concepto y una política comunicativa de donde se desprende la estrategia comunicativa.
2. Varios programas y proyectos que pueden eventualmente atender diferentes problemáticas y/o actores, que derivan en diferentes tipos de comunicación o mezcla de varias de ellas.



3. Además, ofrece diversas directrices para la producción de medios y mediaciones.
4. Y es un marco de control dinámico de la acción comunicativa, con impacto cultural, socioeconómico e incluso político.

## LA CANDELARIA, SUS POLÍTICAS Y ACTORES: UN CONTEXTO COMO PUNTO DE PARTIDA PARA APLICAR LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

La Candelaria es una localidad en el centro de Bogotá, Colombia. Una revisión de la historia del lugar y sus políticas públicas arroja que aún se conserva como centro de poder del país y cobija importantes obras arquitectónicas de carácter histórico y religioso, trascendentes instituciones educativas, grandes instituciones comerciales, que conviven con pequeñas empresas familiares y artesanos, e incluso contiene varios organismos dedicados a actividades de carácter cultural que reúne a ciudadanos de variados estratos.

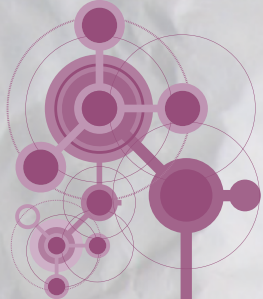
Debido a que La Candelaria ha sido considerado como centro histórico, tiene vocación turística y ha tenido tratamiento especial por parte del gobierno colombiano por lo menos hace 70 años, es así como fue declarado Monumento Nacional en 1963, once años después logró una alcaldía menor propia, y ha sido objeto de procesos de recuperación arquitectónica desde la década de los ochenta, siendo reconocida por su riqueza cultural, económica y social desde los años noventa (Acuerdo 6 de 1990, reglamentado el Decreto 326).

En Colombia, en la década de los noventa incluyó diversas modificaciones en la constitución política que por supuesto afectaron la localidad. Por ejemplo, la elección popular de alcaldes, la reglamentación de la participación ciudadana, la revisión de los procesos de desarrollo económico, que incluyeron lo ambiental y lo social como parte fundamental de la idea de progreso sostenible y humano, marcaron las políticas públicas. Simultáneamente se aboga por una revisión de la interacción entre los actores de la sociedad, la consolidación de la institucionalidad, el apoyo al tejido empresarial como parte del desarrollo social que a su vez obliga otra forma de cultura.

Las nuevas visiones de desarrollo han tomado diferentes interpretaciones por parte de variadas alcaldías mayores y de su respectiva aplicación en las diferentes áreas de la ciudad. Antanas Mockus y el concepto de Cultura Ciudadana, en el cual todos ponen, todos ganan, (Mockus, 1995); El desarrollo en la red como modo de apoyar la participación de actores, en la administración de Luis Eduardo Garzón en el 2004 (Bogotá, 2015); y actualmente Enrique Peñalosa se enfoca en lograr una ciudad competitiva con base, entre otras cosas, en la participación de la sociedad civil, en el desarrollo individual y competitivo empresarial (Bogotá, 2016).

Claro, estas intenciones tienen diferentes interpretaciones políticas dependiendo de la administración de turno, algunas con énfasis social, otras con marcado interés económico mercantilista. No obstante, si existe conciencia de que el perfeccionamiento de lo local es fundamental para cualquier proceso de desarrollo y pasa por la interacción de los diferentes actores –gobierno, sociedad civil y empresa– e igualmente invitan al concurso de la academia. Por último, es clara la vocación turística del lugar.

El Cuadro 1 resume las diferentes visiones y problemas para lograr el desarrollo territorial y las posibles acciones de comunicación a realizar.



Cuadro 1: Título Acciones comunicativas para construir el territorio.

ACTOR	PERSPECTIVA	INTERESSES	POSIBLE ACCIÓN
Estados, Organismos nacionales, IDCT. Ministerios de Desarrollo Económico, Ministerio de Cultura.	Conservación del patrimonio cultural. Desarrollo Social Desarrollo Competitivo. Cuidado ambiental.	Aplicación de la política pública.	Información y capacitación sobre la política pública aplicada al territorio.
Grandes grupos económicos.	Desarrollo de infraestructura y condiciones propicias para los negocios.	Construcción de alianzas para el desarrollo.	Estrategias de comunicación para la consecución de aliados en el territorio.
Academia.	Construcción de Nación y cambio social. Espacios de análisis de práctica. Generar propuestas de cambio.	Construcción y documentación de espacios de investigación y extensión.	Análisis de problemáticas. Espacios de investigación y extensión.
Sociedad civil organizada.	Inclusión en el desarrollo de las políticas públicas y planes de desarrollo, generar nuevas perspectivas de acción.	Aplicación de conocimientos para la solución de problemas prácticos. Apoyo a procesos de desarrollo.	Estrategias de visibilización, organización de acciones para la consecución de aliados.
Sociedad civil no organizada.	Seguridad, oportunidades de empleo y desarrollo.	Espacios de desarrollo humano y económico.	Información sobre problemáticas y avances.
Ciudadanía en general	Mantener el espacio en condiciones económicas y sociales para el uso	Espacios seguros conectados con la ciudad	Información sobre problemáticas y avances

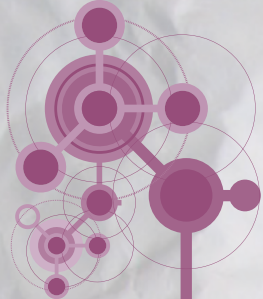
TERRITORIO ESPACIO  
MULTICULTURAL,  
CON DESARROLLO  
SOCIAL, ECONÓMICO  
E INCLUSIVO PARA  
CAMBIO SOCIAL

Fuente: Elaborado por la autora.

En la práctica, estas variadas interpretaciones presentan diferencias en el planteamiento o ejecución a nivel local; en términos de políticas públicas, el concepto se estableció desde Michael Porter, es decir, para facilitar la competitividad del territorio, como forma de ganarse un espacio en el mercado, en este caso turístico; mientras que la implementación fue planteada como política pública de inclusión social, es decir, preparar a los microempresarios y a quienes eventualmente podrían llegar a serlo a modo de emprendedores para la prestación de mejores servicios alrededor del turismo, esto último empodera a los actores del territorio más allá de lo económico y los obliga a considerar variables culturales y acciones de corresponsabilidad con el Estado.

El asunto resulta relevante porque esta diferencia de enfoque afectó las posibilidades de desarrollo de la sociedad civil, así algunos actores del lugar pedían el apoyo del Estado para desarrollar sus actividades, mientras otros sólo pensaron en ganancias económicas lo que llevaría a competir de manera clásica, y finalmente otros pretendieron ubicarse en el medio aprovechando las actividades que extendía la intervención estatal pero buscando la participación activa de varios sectores





como modo de construir un producto-servicio turístico que requiriera la colaboración entre varios microempresarios y, a la vez, les permitiera competir con las grandes cadenas hoteleras.

En este marco, nace el Clúster Turístico de La Candelaria, con el que la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Externado de Colombia estableció relaciones en busca de apoyar el desarrollo de capacidades humanas y competitivas. Cabe aclarar que si bien el nombre de esta asociación es Clúster de La Candelaria, su filosofía apuntaba más a trabajar en la idea de distrito, en este caso de servicios turísticos.

El Clúster de La Candelaria es el resultado de recuperación de un esfuerzo de una acción pública tendiente a mejorar las capacidades productivas y asociativas mediante un contrato de licitación pública otorgada a la organización no gubernamental Corporación Nuevo Arco Iris, que pretendió en 2009 que la experiencia turística tuviera desarrollo incluyente, por lo cual era necesario potenciar a los pequeños empresarios que deberían mejorar sus prácticas y trabajar en un sistema de colaboración, que a la vez hiciera más competitivo el territorio.

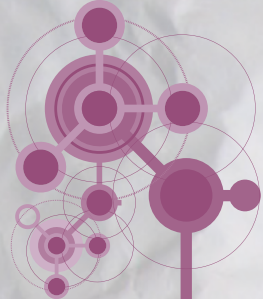
La labor finalizó con disputas entre diferentes grupos y sectores, algunos de ellos con intereses electorales. Cuatro años después, algunos microempresarios revivieron la idea y fundaron el Clúster Turístico de La Candelaria, que hoy es una organización que reúne varias asociaciones de siete sectores diferentes relacionadas con el turismo. Allí están 119 microempresarios, que generan aproximadamente 400 empleos directos, organizados así: Asacan, Asociación de alojamiento; Arca, Asociación de restaurantes; Acavi, Asociación de agencias de viajes; Círculo de guías turísticos, Asociación de joyeros, Asocandelaria de artesanos; y la Asociación Zona 4 de grandes hoteles, que posteriormente se retiró.

Estos empresarios llevaban para la fecha de la intervención de este proyecto 2015-2017 más de cinco años buscando la unión de todos los trabajadores de la zona y barrios aledaños para proyectar el desarrollo turístico del sector y poder aprovechar programas de desarrollo y políticas públicas que favorezcan el turismo del sector. Igualmente han intentado establecer alianzas con actores públicos y privados de la ciudad para incrustarse en la oferta turística, labor que requiere básicamente modos de visibilización de la identidad del territorio y sus productos. Han encontrado resistencia de los mismos habitantes de la ciudad que no valoran esta área de la ciudad, probablemente por falta de conocimiento del lugar o cierta negación a la cultura autóctona; mientras que internamente requieren lograr conciencia de participación y corresponsabilidad, base para un trabajo asociativo exitoso (Madrigal, 2015; Payan, 2015).

Al aplicar la comunicación estratégica al territorio y revisar las demandas de varios actores, encontramos varios puntos en común y proyectos comunicativos que de ello se derivan, que podremos sintetizarlos en el Cuadro 2.

Cuadro 2: Tipos de comunicación según necesidades de los actores.

NECESIDAD	IMPLICACIONES	GRUPO INTERÉS	TIPOS DE COMUNICACIÓN
Perfeccionamiento del lugar como destino turístico e histórico dinámico.	Generación de un concepto como territorio, difundido y aceptado por la población del lugar.	Asociaciones Población del lugar.	Comunicación de transferencia de conocimientos. Comunicación de identidad. Comunicación de imagen.
Conciencia de corresponsabilidad en el mantenimiento del lugar.	Generar sentido de pertenencia por el lugar.	Comunidad que vive en el sector. Ciudadanos de frecuencia continua. Ciudadanos en general.	Comunicación para la apropiación del territorio y/o desarrollo de cultura ciudadana.



Cuadro 2: Continua

NECESIDAD	IMPLICACIONES	GRUPO INTERÉS	TIPOS DE COMUNICACIÓN
Conciencia de asociatividad.	Generar sentido de asociación como modo de generación de riqueza compartida.	Pequeños empresarios y emprendedores.	Comunicación interna para la asociatividad.
Integración y relacionamiento con entidades públicas y privadas para inclusión en agendas turísticas.	Monitoreo y análisis de políticas públicas difundidas entre los habitantes del lugar.	Entidades estatales. Universidades. Entidades privadas especializadas en turismo.	Comunicación interorganizacional e intersectorial. Comunicación pública.

Fuente: Elaborado por la autora (2019).

En conclusión, tenemos necesidades comunicativas relacionadas con la comunicación pública, la organizacional, de mercadeo social, la educativa y para la gestión del conocimiento que pueden ser gestionadas desde la comunicación estratégica, con un variado arsenal de estrategias de comunicación que pueden tener asiento en una incluyente organización de la sociedad civil, que no sólo generaría la aplicación de nuevas metodologías comunicativas, sino especialmente otra forma de comunicación social que integra actividades clásicas, como el periodismo y la comunicación organizacional, en nuevas formas de comunicación que construyen nuevos territorios y modos de ser.

Así mismo el desarrollo de este tipo de proyecto requirió la participación de variados tipos de profesores, con habilidades y énfasis diferentes que construyen una comunicación interdisciplinaria, que eventualmente puede aportar a aplicar al desarrollo de una propuesta de responsabilidad social universitaria en la cual se aporte a la sociedad, permita a los estudiantes el aprendizaje y la reflexión por medio de una vivencia que puede ofrecer nuevos retos para el desarrollo de la comunicación estratégica.

Por último, encontramos que planear la comunicación estratégica desde un enfoque de desarrollo territorial permitió comprender la localidad de La Candelaria como un espacio vivo, que incluye alta diversidad, con actores que se reconocen como agentes que pretenden apropiarse y dar uso al territorio según sus intereses y posibilidades, por lo tanto, se vuelve urgente los espacios para expresarse, los de mediación con otros actores para una organización incluyente que les puede dar nuevas dimensiones a las políticas públicas.

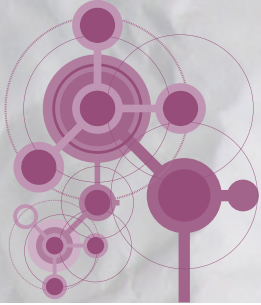
## REFERENCIAS

ALBURQUERQUE, Francisco; PÉREZ ROZZI, Sergio. El desarrollo territorial: enfoque, contenidos y políticas. *Revista Iberoamericana de Gobierno Local (RIGL)*, Granada, n.4, p.1-7), mayo de 2013. Disponible em: <https://bit.ly/2sNH8aF>. Acceso em: 18 jul. 2019.

BOGOTÁ. Alcaldía Mayor de Bogotá. *Anteproyecto del plan distrital de desarrollo 2016-2019*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá, 29 fev. 2016. Disponible em: <https://bit.ly/2YUMxwG>. Acceso em: 18 jul. 2019.

BOGOTÁ. Alcaldía Mayor de Bogotá. *Proyecto del plan de desarrollo 2016-2020*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá, 29 abr. 2016. Disponible em: <https://bit.ly/1ro8TFC>. Acceso em: 18 jul. 2019.

BOGOTÁ en siete alcaldes. *El Espectador*, Bogotá, 9 ago. 2015. Disponible em: <https://bit.ly/1KZFRRE>. Acceso em: 18 jul. 2019.



MADRIGAL, Albeiro. Procesos del desarrollo territorial basado en el turismo y las posiciones de algunos públicos y actores implicados. [Entrevista cedida a Sonia García], Bogotá, 2015.

MANUCCI, Marcelo. La incertidumbre como espacio de intervención en comunicación corporativa. *Razón y Palabra*, México, DF, año 8, n.35, p.1-27, 2004. Disponible en: <https://bit.ly/30DSA9o>. Acceso en: 18 jul. 2019.

MASSONI, Sandra Hebe. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido. *FISEC-Estrategias*, año4, n.10, p.45-56, 2008. Disponible en: <https://bit.ly/1SoB2mm>. Acceso en: 18 jul. 2019.

MONTOYA RESTREPO, Iván Alonso. La formación de la estrategia en Mintzberg y las posibilidades de su aportación para el futuro. *Revista Facultad de Ciencias Económicas Investigación y Reflexión*, Colombia, v.17, n.2, p.23-44, 2009. Disponible en: <https://bit.ly/2Y17Viy>. Acceso en: 18 jul. 2019.

MOCKUS SIVKAS, Antanas. Formar Ciudad, Plan de Gobierno 1995-1997. Disponible en <http://bit.ly/2M81b00>. Bogotá: Institutos de Estudios Urbanos, 1995.

PAYAN, Oscar. Procesos del desarrollo territorial basado en el turismo y las posiciones de algunos públicos y actores implicados. [Entrevista cedida a Sonia García], Bogotá, 2015.

RESPONSABILIDAD. *In: DICCIONARIO de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española, 2019. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=WCqQQlf>. Acceso en: 18 jul. 2019.

SANDOVAL MENDIETA, Carlos Arturo. *Aglomeración turística y desarrollo local: el caso de la localidad de La Candelaria (Bogotá – Colombia)*. 2013. Dissertação (Mestrado em Estudos Interdisciplinares sobre Desenvolvimento – Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento, Universidad de los Andes, Bogotá, 2013. Disponible en: <https://bit.ly/2YWUWzT>. Acceso en: 18 jul. 2019.

SCHVARSTEIN, Leonardo. *La inteligencia social de las organizaciones*. Buenos Aires: Paidós, 2003.

SEN, Amartya Kumar. *El desarrollo y libertad*. Buenos Aires: Planeta., 2000.

ZALLO, Ramón. *Estructuras de la comunicación y la cultura*. Políticas para la era digital. Barcelona: Editorial Gedisa, 2011.

---

Artículo recibido el 09.02.2019 y aprobado el 12.07.2019.