

Comunicación para la convivencia: estrategia digital para el Conjunto Cerrado “El Trébol
Manzana 13”

Leidy Marlén Bonilla Beltrán

Universidad Santo Tomas
Facultad de Comunicación Social
Especialización Gerencia Multimedia
Bogotá, julio 2022

CONTENIDO

SIGAN, BIENVENIDOS.....	4
TEMA:	4
DESCONECTADOS EN LA ERA DIGITAL	5
MUDANZA DIGITAL	8
OBJETIVO GENERAL	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
SEGMENTACIÓN DE GRUPO OBJETIVO	8
LA RAZÓN PARA ESTAR “A UN CLIC”	11
ÁREA COMÚN.....	13
REFERENTES INSTITUCIONALES.....	13
ESPACIO CONCEPTUAL.....	16
LA RUTA.....	19
DISTINGUIR LA COMUNIDAD	19
EXPERIENCIA DE NAVEGACIÓN	20
DIGITALIZANDO	21
¿AÚN EN EL VOZ A VOZ DE CHAT?	23
EL DIAGNÓSTICO.....	23
COMUNICACIÓN PARA LA CONVIVENCIA.....	26
LA INTERVENCIÓN	26
A UN CLIC.....	28
DIVERSIDAD MULTIMEDIAL	29

JUGANDO SE APRENDE	32
MAPA DE NAVEGACIÓN.....	34
WIREFRAMES.....	36
A TRAVÉS DEL COLOR Y LAS FIGURAS	39
PROTOTIPANDO	44
CONCLUSIONES	45
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXOS.....	50

Sigan, Bienvenidos

Tema: Comunicación para la convivencia: estrategia digital para el Conjunto Cerrado “El Trébol Manzana 13”

Mosquera está ubicado en la sabana de occidente, en el departamento de Cundinamarca, el municipio limita con Madrid, Funza y la Mesa. En los últimos años Mosquera se ha convertido en uno de los lugares de mayor inversión urbanística de proyectos de vivienda VIS y no VIS.

Según datos entregados por la Secretaría de Planeación de Mosquera, el Censo Nacional de Población y Vivienda realizado en 2018 por el DANE, reportó que en el municipio habitan 130.221 personas, y se estima para el 2021 una proyección poblacional de 161.610 habitantes. (Y.G. Díaz, comunicación personal, 15 de marzo de 2022. Anexo 1.)

Mosquera se ha convertido en un lugar ideal para vivir. De acuerdo con las cifras de la Secretaría de Gobierno, hasta febrero de 2021 se lograron identificar 112 conjuntos residenciales cerrados, los cuales van desde el estrato 1 al 6. Entre los proyectos de vivienda desarrollados en el municipio se encuentra El Trébol tiene 12 conjuntos cerrados, es algo similar a una ciudadela, solo que en Mosquera no se conoce así.

Este proyecto de intervención se centra en la Manzana 13, es el conjunto más grande de El Trébol, está conformado por 412 casas y según datos entregados por la administración hay 1.200 residentes. El conjunto tiene dos porterías, dos parqueaderos de carros y motos, dos parques infantiles, zonas verdes, un salón comunal y tres tiendas; dos de víveres y una miscelánea.

Desconectados en la Era Digital

Al iniciar el trabajo de investigación la administración contaba con tres canales de comunicación para informar a la comunidad; un grupo de WhatsApp (cerrado el 30 de abril 2022. Anexo 2.), carteleras y página web (cerrada en diciembre de 2021).

Empecemos por describir la comunicación en el grupo de WhatsApp conformado por 256 contactos, número límite establecido por la aplicación de mensajería para cada grupo. Es decir, solo el 21,3% de la comunidad recibía información, el otro 78,6% no se enteraba de los temas que se informan por el chat, adicionando en el grupo solo estaban los propietarios de las casas y no los residentes ni arrendatarios; eso generó exclusión en temas de participación y fomentó el desinterés por los asuntos de convivencia en el conjunto.

En el grupo la administración compartía PDF relacionados con normativas, el estado de cartera, horarios de atención y cortes de agua. La comunicación era unidireccional, es decir, los integrantes del grupo no están habilitados para escribir u opinar, solo el administrador del grupo enviaba mensajes.

El segundo medio son las carteleras ubicadas adentro y afuera del salón comunal. Al interior del salón hay una pantalla donde rotan información, está ubicada en el pasillo donde circulan muchas personas porque es el ingreso a las tiendas, así que es incómodo leer porque todo el tiempo pasa gente. La otra cartelera está ubicada afuera, como se evidencia en la figura 1, el espacio es muy reducido, colocan muchos comunicados con tipografía muy pequeña así que

no es legible. En las carteleras también aplican la comunicación unidireccional, no se publica información que genere la comunidad.

Figura 1

Cartelera ubicada a la entrada del salón comunal.



Nota: Residentes han indicado que es difícil leer la información que publican en la cartelera. *Elaboración Propia.*

Y el tercer canal que utilizaba la administración era la página web que funcionó hasta diciembre de 2021. En primer lugar, el sitio web era usado como un repositorio de archivos en PDF que solo daban cuenta de la gestión administrativa y de las normativas que deben cumplir los copropietarios.

En segundo lugar, la web no contaba con información de interés para la comunidad, no existía un espacio para que los residentes visibilizaran temas en común y de interés que les

permitiera sentirse identificados y tenidos en cuenta; es decir, no tenían espacio para informar si tenían algún inmueble en arriendo o venta, emprendimientos o alguna actividad.

En tercer lugar, el lenguaje utilizado para informar sobre normativas y procesos jurídicos era muy técnico, eso sin duda generaba apatía para conocer esos temas. Finalmente, varios residentes, a través de entrevistas en audio, aseguraron no conocer la página web del conjunto. (comunicación propia) Es importante tener presente que una comunidad desinformada, sin reconocimiento ni espacios de participación genera fracturas en la convivencia y desinterés por los temas del conjunto.

Los canales de información implementados por el equipo administrativo no permiten una comunicación bidireccional así que los residentes continúan ajustando sus tiempos para ir de manera presencial a la oficina administrativa para informarse, expresar su opinión y realizar todos los trámites que requieren.

A partir de lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo promover una estrategia digital para fortalecer la comunicación tanto administrativa como social entre los residentes del Conjunto Residencial “El Trébol Manzana 13”?

Mudanza Digital

Objetivo general

Promover una estrategia digital para fortalecer la comunicación tanto administrativa como social entre los residentes del conjunto residencial “El Trébol Manzana 13”.

Objetivos Específicos

- Identificar y categorizar los temas de interés que consultarían los propietarios, residentes y arrendatarios en la página web.
- Construir el mapa de navegación y el wireframe del sitio web.
- Conceptualizar y crear el prototipo de la página web.

Segmentación de grupo objetivo

El público objetivo son los copropietarios y residentes del conjunto residencial El Trébol Manzana 13 del municipio Mosquera, Cundinamarca que cuenta con 412 casas. Para hacer la segmentación se consultó el libro: Marketing aplicado en el sector empresarial, con el propósito de tener claridad del concepto de segmentación y sus variables.

“La segmentación de mercado se define como el proceso de dividir el mercado total para un producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos. La segmentación debe crear grupos donde sus miembros tengan aficiones, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares” (Feijoo Jaramillo, Guerrero Jirón, & García Regalado, 2018, pág. 33)

A continuación, se presentan tres tipos de perfiles de posibles usuarios que consultarían la página web del conjunto teniendo en cuenta variables como la demografía, el estrato socioeconómico, la clase social, las relaciones personales y familiares y sus motivos de compra o uso del servicio. (Fernández Valiñas, 2009)



✿ **Lina Rodríguez**

Datos demográficos:

- Mujer
- Soltera
- Madre de tres hijos
- 40 años
- Vive en Mosquera
- Es colombiana
- Es de clase social media, estrato 3.
- Copropietaria

Formación:

- Bachillerato Académico
- Técnica en Administración de Empresas

Empleo:

- Auxiliar administrativa de una empresa ubicada en el norte Bogotá.

Entorno familiar y de amigos:

- Madre de tres hijos; una niña de 15 años y dos niños; uno de 12 y otro de 10 años.
- Nació en Bogotá.
- Su mamá y una hermana vive en Bogotá.
- Sus amigas son las del trabajo.
- Tiene poco tiempo para sus actividades ya que cuida de sus hijos y trabaja lejos de su casa, gasta al menos 4 horas en el trayecto diario, dos horas para llegar a la oficina y dos horas para regresar a la casa.

Actitud:

- Es alegre, disciplinada, sentimental, sincera, reservada y servicial.

Hobbies:

- Cocinar
- Ver series
- Pintar manualidades

Motivadores de uso:

- Usaría la página web para realizar trámites como certificados de residencia de sus hijos, descargar los recibos de la administración y pagar en línea, asegura que así ahorraría tiempo. También consultaría actividades recreativas para inscribir a sus hijos.

Uso de internet:

- La red social que más usa es Facebook.
- Recibe información del conjunto a través del correo electrónico.

Figura 2: Elaboración propia. Segmentación del público



✿ **Julio Castro**

Datos demográficos:

- Hombre
- Casado
- Tiene un perro
- 34 años
- Vive en Mosquera
- Es colombiano
- Es de clase social media, estrato 3.
- Arrendatario

Formación:

- Bachillerato Académico
- Profesional en Pedagogía en Ciencias Sociales y Humanas.

Empleo:

- Profesor en un colegio privado ubicado en Mosquera.

Entorno familiar y de amigos:

- Es oriundo de Mosquera.
- Su esposa tiene 35 años, es contadora y trabaja en un Parque Industrial en Funza. Su perro se llama Mateo, es un Bulldog y tiene 5 años.
- Conserva a sus amigos del colegio y tiene varios conocidos en el municipio, siempre ha vivido y trabajado en Mosquera.
- Organiza su tiempo para poder jugar fútbol con sus amigos y tomar cursos de formación continua en temas de pedagogía.

Actitud:

- Es divertido, analítico, sociable, comunicativo, respetuoso, humilde y malgeniado.

Hobbies:

- Leer
- Hacer ejercicio, jugar fútbol.
- Escuchar música

Motivadores de uso:

- Usaría la página web para consultar las normas del cuidado de los animales de compañía, conocer cursos o actividades culturales del conjunto y del municipio.

Uso de internet:

- La red social que más usa es Instagram y LinkedIn.
- No recibe información del conjunto por ningún medio, ni por correo ni por WhatsApp.

Figura 3: Elaboración propia. Segmentación del público



Emily Sánchez

Datos demográficos:

- Mujer
- Soltera
- 24 años
- Vive en Mosquera
- Es colombiano
- Es de clase social media, estrato 3.
- Residente, vive en casa familiar.
- Es hija única

Formación:

- Bachillerato Académico.
- Estudiante de Diseño Gráfico.

Empleo:

- Desempleada. Trabaja en una idea de negocio de bolsos personalizados.

Entorno familiar y de amigos:

- Es bogotana y vive en Mosquera hace tres años.
- Sus padres compraron la casa usada hace tres años. Su mamá trabaja en Bogotá y es coordinadora el área de talento humano de una empresa de seguros. Su padre es independiente y tiene un taller de carros en Mosquera.
- Estudia en Bogotá así que todos sus amigos y conocidos, al igual que el resto de su familia son de allá .
- Lleva un año sin trabajo, aún no tiene experiencia en su carrera y aun no se ha graduado, eso le dificulta ubicarse laboralmente.
- Trabaja en una idea de negocio con su mejor amiga.

Actitud:

- Es creativa, rebelde, seria, observadora, empática, participativa y algo distraída.

Hobbies:

- Dibujar y pintar.
- El teatro
- Bailar

Motivadores de uso:

- Usaría la pagina web para hacer todas las solicitudes y pagos en línea para no tener que hacer fila en la administración. Le gustaría que las asambleas y las votaciones fueran virtuales.

Uso de internet:

- La red social que más usa es Tik Tok e Instagram.
- No recibe información del conjunto, se entera por el voz a voz de sus padres.

Figura 4: Elaboración propia. Segmentación del público

La Razón Para Estar “A Un Clic”

La principal motivación de este proyecto de intervención es establecer una estrategia digital efectiva, oportuna, pedagógica e interactiva que permita a los 1.200 habitantes del conjunto residencial “El Trébol Manzana 13” consultar temas de interés y acceder a la información administrativa para tomar mejores decisiones que contribuyan al desarrollo del conjunto y a la sana convivencia.

Por lo tanto, la estrategia digital involucra diversas herramientas tecnológicas para desarrollar productos hipermediales que capten la atención de los residentes para generar identidad, reconocimiento por el otro y sentido de pertenencia sobre los asuntos que convocan al conjunto y a su comunidad, sin dejar de lado la conexión e información con otras comunidades del municipio.

Razón por la cual, se propone diseñar un prototipo de página web que permita a la comunidad del conjunto “El Trébol Manzana 13” tres cosas fundamentales; la primera mejorar la comunicación interna, la segunda; tener una vitrina digital que visibilice los proyectos y emprendimientos de los residentes y, por último, que desde la página web los habitantes se puedan enlazar con información de interés de Mosquera. También se evaluó las posibilidades de generar ingresos adicionales a través de la pauta digital.

¿Pero, por qué optar por un sitio web en lugar de una intranet?, para responder esta inquietud se consultaron los términos y alcances de estas dos opciones digitales.

“La web desempeña un papel cada vez más relevante como medio de recuperación e intercambio de información en ámbitos sociales, empresariales y educativos en la actualidad, por eso garantizar un acceso universal y eficaz a la información, representando un reto para desarrolladores de contenidos web” (González Flórez, 2014)

Por otro lado, la intranet es una herramienta digital para uso exclusivo de una comunidad, así lo define Ana Carrillo Pozas en el libro: La intranet social:

“Podemos definir intranet como el ecosistema de información y comunicación de una organización, basado en un entorno web y accesible a través de un único interfaz, que proporciona a sus empleados y a personas vinculadas a una determinada comunidad virtual de la organización las herramientas necesarias para la comunicación, la colaboración y la realización de su trabajo” (Carrillo Pozas, 2014, Pág.39.)

Teniendo clara la diferencia y el alcance de la intranet y una página web, se precisa que la estrategia digital desarrolla el prototipo del sitio web porque aparte de reducir el tiempo para realizar trámites, promover la identidad de la comunidad y fomentar la participación, se busca que los emprendimientos y proyectos de los residentes sea conocido en el mercado digital y no solo en la comunidad.

Área común

Referentes institucionales

La Dirección de Gestión Comunal, Propiedad Horizontal y Organizaciones Sociales de la Secretaría de Gobierno de Mosquera, es la entidad encargada de acompañar todos los procesos relacionados a la Propiedad Horizontal aplicando la Ley 675 de 2001.

La normativa implementada a nivel nacional regula las funciones del administrador, el Consejo Administrativo y el Comité de Convivencia y todo lo relacionado. La Ley también establece los derechos y deberes de los copropietarios y del equipo administrativo, adicional especifica las sanciones para los copropietarios por infringir el manual de convivencia o por el incumplimiento del pago de la administración. Igualmente establece la definición y uso de los bienes comunes, privados y mixtos.

Para el proyecto de intervención se identificó el derecho que tienen los residentes de acceder a la información, aunque la norma es muy general algo se puede rescatar en el Capítulo XI, Artículo 51, que establece las funciones del administrador, entre las que se destacan:

2. Llevar directamente o bajo su dependencia y responsabilidad, los libros de actas de la asamblea y de registro de propietarios y residentes, y atender la correspondencia relativa al edificio o conjunto.
3. Poner en conocimiento de los propietarios y residentes del edificio o conjunto, las actas de la asamblea general y del consejo de administración, si los hubiere. (Ley 675 por medio de la cual se expide el régimen de Propiedad Horizontal, 2001, art 51)

Otro de los aspectos relevantes es la participación para construir y fortalecer la comunidad y su comunicación, sin embargo, es un tema que poco aborda la Ley 675 de 2001.

En el Capítulo IV: Participación comunitaria se menciona:

ARTÍCULO 76. Autoridades internas. Son autoridades internas de las Unidades Inmobiliarias Cerradas:

1. La Asamblea de Copropietarios.

2. La Junta Administradora, cuando esta exista; conformada democráticamente por los copropietarios o moradores que tendrán los derechos previstos en los reglamentos de la respectiva Unidad Inmobiliaria. (Ley 675 por medio de la cual se expide el régimen de propiedad horizontal, 2001, art 76)

En entrevista con Néstor Alexander Ospina Pinzón, director de Gestión Comunal de Propiedad Horizontal y Organizaciones Sociales de la Alcaldía de Mosquera, indicó que la ley limita las funciones de las entidades territoriales a la inscripción de personas jurídicas, inscripción de representantes legales y certificación de existencia y representación legal de las Propiedades Horizontales.

La normativa no establece una ruta para promover la convivencia, la seguridad y la participación dentro de los conjuntos residenciales, por eso el municipio adelanta otras acciones para articular los servicios que presta el gobierno municipal para mejorar las condiciones y la calidad de vida de las comunidades que viven en conjuntos cerrados.

Desde su experiencia, Néstor Ospina reconoce los problemas de convivencia y la falta de participación de las personas que viven en conjuntos residenciales, entiende que la cultura de residir en Propiedad Horizontal para las personas que llegan no es sencilla de adquirir.

“La participación es un derecho de todos, pero se convierte en un deber cuando debemos hacer parte de las decisiones que se toman, es importante entender que cuando se hace parte de una comunidad es importante que todos se involucren en los procesos que se desarrollan al interior de la Propiedad Horizontal que es el primer lugar donde se debe velar por mejorar la calidad de vida, es donde se encuentra el patrimonio de muchas personas. Por eso, es importante comprender el valor y la responsabilidad que cada persona tiene en una comunidad” especificó Ospina.

En cuanto a los espacios virtuales, impulsados por la pandemia del Covid -19, Ospina considera que las redes sociales y las páginas web garantizan el acceso a la información y además permite a la ciudadanía interactuar, pueden conocer a sus vecinos y saber qué pasa al interior de sus conjuntos y buscar de una u otra manera, aportes para fortalecer la convivencia y la participación, ambos factores son importantes porque la comunidad se construye entre todos.

Vea la entrevista completa en el siguiente enlace:

https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1ke28_w8wucNtCb2Zkz-rmRM2rQ5fIFYJ

Espacio conceptual

La Propiedad Horizontal se refiere al conjunto de derechos de propiedad exclusiva de bienes privados y otros sujetos bajo el dominio colectivo porque se comparten áreas comunes (Colombia, 2001, 4 de agosto). Es importante tener presente que la normativa colombiana clasifica en la Propiedad Horizontal en edificios o conjuntos cerrados, ya sea de uso comercial, residencial o mixto.

Este proyecto de intervención se centra en la Propiedad Horizontal de conjunto cerrado de uso exclusivamente residencial. En estas urbanizaciones no solo las personas adquieren una propiedad privada, también adquieren una nueva manera de convivir en comunidad que implica respetar una normativa que, sin duda, implica generar cambios en sus comportamientos, es decir en su cultura.

Para generar esos cambios se requiere comprender cómo se entiende la cultura. En el libro: *La estructura ausente*, el semiólogo, filósofo y escritor italiano Umberto Eco, define la cultura como el modo de vida socialmente aprendido y, por lo tanto, estableció que el estudio de la cultura es comunicación. Esto implica “iniciar sus razonamientos con un panorama de la semiótica, es decir, de los metalenguajes que intentan explicar la verdad del lenguaje a través del cual se construye la cultura” (Eco, 1972)

En esta ocasión la semiótica toma relevancia para comprender los diversos lenguajes de la cultura, en los conjuntos residenciales llegan personas de diferentes partes del país y es justo donde surge la necesidad de aprender a comunicarnos en comunidad, por eso el tono de

comunicación es relevante para informar a todos los residentes. La comunicación se convierte en una conexión para intercambiar mensaje. Entendiendo la “comunicación como el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado. El significado es aquello que nos representamos mentalmente al captar un significante, el cual se puede recibir por cualquiera de los sentidos” (Paoli, 1985) A través de la comunicación se pueden transmitir experiencias comunes que generan identidad dentro de una comunidad.

Para esto es preciso comprender que la “identidad colectiva se presenta en forma cada vez más abstracta y universal, de tal manera que las normas, imágenes y valores ya no pueden ser adquiridas por medio de la tradición, sino por medio de la interacción comunicativa” (Mercado & Hernández , 2010)

El propósito es lograr esa interacción comunicativa en el Conjunto Residencial El Trébol Manzana 13 a través de una estrategia digital que “no es una metodología de planificación, sino un nuevo modelo operativo” (Downes & Mui, 1998,pág.29) Con esa precisión, se plantea que la estrategia digital permita una manera diferente de acceder a la información contemplando contenidos multimediales que transformen y dinamicen la manera en que se comunica un tema en específico abriendo la posibilidad para que los usuarios se apropien de la tecnología. (Carrillo Pozas, 2014, pág. 70)

Al hablar de contenido multimedial debemos tener presente dos cosas, una el mensaje y otra el canal, ya que la multimedia permite mantener el mensaje al transmitirlo en diversos canales o medios. En el libro: Estrategias de comunicación multimedia las autoras establecen que

“el multimedia entendido como la confluencia de medios diversos para trasladar un mensaje tiene en la web 2.0 una aliada clave. Las nuevas herramientas tecnológicas permiten que los contenidos lleguen a otros usuarios con imágenes, vídeos, textos y sonidos.” (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2013)

Para permitir mayor dinamismo y accesibilidad a los contenidos, debemos hablar del hipertexto, el cual “se constituye como un conjunto de documentos conectados entre sí de tal manera que forman una estructura en la cual, para pasar de un documento a otro, o de una unidad informativa a otra” (Lamarca Lapuente, 2018)

La ruta

La metodología para el proyecto de intervención es de enfoque mixto permitiendo un trabajo de análisis cualitativo y cuantitativo. El nivel de la investigación llega hasta el prototipo, es decir, se diseña la página web para verificar la viabilidad de la propuesta, pero no se pone al servicio de los usuarios.

Distinguir la comunidad

Para cumplir con el primer objetivo específico de “identificar y categorizar los temas de interés que consultarían los propietarios, residentes y arrendatarios en la página web.”, se estructuró una encuesta en Google Forms.

La encuesta es el método de obtención de información que permite conseguir homogeneidad en la información, es decir, se le puede hacer las mismas preguntas a todos los elementos de la muestra. Adicionalmente, se obtienen resultados cuantitativos y cualitativos. Esta herramienta metodológica resulta clave para conocer el interés de los consumidores o público objetivo (Abascal & Grande, 2005).

El propósito es categorizar los intereses del público objetivo, conocer qué tipo de información, contenidos, trámites, y espacios les interesa consultar en la página web. Las preguntas de la encuesta se pueden consultar en el *Anexo 3. Encuesta página web*. Los resultados determinarán los contenidos que se incluirán en el prototipo definitivo.

Experiencia de navegación

Una vez aplicada la encuesta y categorizados los resultados, se diseñará el mapa de navegación aplicando un diseño estructural y semántico, esto permitirá definir y organizar las sesiones, contenidos y enlaces.

“La navegación estructural sirve para representar los contenidos principales del sitio y facilitar su recorrido, mientras que la semántica permite establecer las interrelaciones basadas en la similitud entre las diferentes entradas o noticias del sitio” (Codina, 2016)

El ambiente web constará de dos niveles de acceso, uno para los residentes y otro para personas externas al conjunto:

Uso propietario (a): tendrán acceso a todas las secciones y contenidos hipermediales siempre y cuando realice el registro. Se planteará a la administración realizar el registro por cada propietario (a) y que este comparta con su núcleo familiar o arrendatarios el código de ingreso, esto con el propósito de proteger la información que sea de uso exclusivo de los copropietarios.

Usos externos: solo tendrán acceso a información genérica, avisos de venta o renta de casas y la vitrina de emprendedores del conjunto.

Definido el mapa de navegación se pasa al diseño del wireframe utilizando el programa XD de Adobe, el propósito es tener una guía visual del sitio web en escala de grises para definir el menú, los accesos, los contenidos de texto e imágenes, los hipervínculos y demás funcionalidades.

“Los wireframes son, por tanto, herramientas que nos permiten adelantarnos al diseño final y observar de forma esquemática cómo se estructurarán las páginas que conforman el sitio, sus relaciones y las partes de las que constará cada espacio en el Web. La atención de los que miran y analizan el wireframe debe centrarse en su información en el mensaje que pretende llevar y no en los colores, por eso el énfasis en realizarlos sin colores” (Valdés Morris , 2008, pág. 5 y 7)

Digitalizando

Para conceptualizar y crear el prototipo de la página web se desarrollará una estrategia de comunicación para definir los contenidos multimediales y el concepto de diseño del prototipo. Los contenidos contarán con narrativas transmedia (NT) para que el sitio sea más dinámico e interactivo.

“Las NT no son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro: la historia que cuenta el cómic no es la misma que aparece en la pantalla del cine o en la micro superficie del dispositivo móvil. Una estrategia tradicional de las empresas de comunicación se basaba precisamente en desarrollar la misma historia en diferentes medios o lenguajes” (Scolari, 2013, pág.24)

Por otro lado, el prototipo se desarrollará en la plataforma online Wix, una herramienta digital que permite el uso gratuito de plantillas para personalizar el diseño y agregar funciones de acuerdo con los requerimientos y alcance del proyecto.

Existen varios tipos de prototipos, como de inspiración, evolución, validación, entre otros, pero en este caso realizaremos el de evolución:

“evolución, este tipo de prototipos se derivan de los mejores prototipos de inspiración y se caracterizan por que requieren una mayor cantidad de tiempo y recursos para su fabricación debido a que se requiere un estado de avance que permita demostrar sus funcionalidades y ventajas de cara a las necesidades del cliente, cuando este tipo de prototipos se ponen a prueba en condiciones reales de operación se pueden detectar las falencias surgiendo nuevas ideas que permiten mejorar el prototipo inicial con una menor tasa de fallas, algunos ejemplos de estos prototipos son, El Mockup, Impresión 3D...”
(Sarraipa, Artíficie, & Jiménez Castro, 2019)

¿Aún en el Voz a Voz de Chat?

El diagnóstico

En primer lugar, es importante recordar que al inicio de la investigación (agosto de 2021) se implementaban tres canales de comunicación en el conjunto residencial “El Trébol Manzana 13”; las carteleras, el grupo de WhatsApp y la página web, los dos últimos medios de información fueron cerrados, el sitio web porque no era funcional y estaba desactualizado, y el grupo de WhatsApp por incumplir las normas de protección de datos. En mayo de 2022, la nueva administración empezó a implementar el uso de correo electrónico para compartir información.

Teniendo en cuenta lo anterior, se diseñó una encuesta en Google Forms para identificar los temas de interés de los copropietarios, residentes y arrendatarios del conjunto. El día 17 de junio de 2022 se solicitó al administrador enviar la encuesta a través de correo electrónico a toda la comunidad, pero fue remitida el 30 de junio. Se precisa que el análisis y categorización se realizó con las respuestas recibidas hasta el miércoles 6 de julio de 2022. El tiempo que la comunidad tuvo para responder la encuesta fue corto debido a que el calendario y los criterios de evaluación del presente proyecto no fueron socializados a tiempo por parte de la Universidad Santo Tomás.

Con la premura del tiempo, logré que 115 hogares respondieran la encuesta, eso equivale al 27% de la muestra total, recordemos que el conjunto tiene 412 unidades residenciales. El cuestionario fue resultado por 97 propietarios, eso equivale al 84,3%; 10 fueron arrendatarios (8,7) y ocho residentes (7%) entendido la palabra residentes como las personas que viven en la casa

familiar pero que no son los responsables del gasto, es decir, ni son los dueños ni son los que pagan el arriendo. *Ver anexos 4 y 5; Intereses temáticos de los residentes.*

Correo electrónico vs Chat

El 49,6% de los encuestados respondió que usa más el correo electrónico para enterarse de los asuntos del conjunto, el 47,8 % seleccionó el WhatsApp, el 1,7% prefiere leer las carteleras de la portería y el 0,9% la cartelera del Salón Comunal. (ver grafica) se puede concluir que entre los habitantes cada vez gana más espacio el correo electrónico para recibir información, sin embargo, el chat para muchas personas resulta más práctico e inmediato de consultar.

Los resultados evidencian que a la comunidad sí le interesa contar con una página web donde puedan realizar diversos trámites y consultar temas de interés. El 86% considera útil la página web, el 13% indicó que tal vez y el 4,3% considera que no es necesario contar con ese medio de información. *Ver anexos 4 y 5; Intereses temáticos de los residentes.*

Temas de interés

Sin duda la implementación de una futura página web debe responder a las necesidades e intereses de todas las personas que viven en el conjunto, desde los más jóvenes hasta los adultos mayores.

Entre los temas seleccionados, el 97% considera importante que el sitio web cuente con un espacio para consultar proyectos, adecuaciones, mantenimientos y obras que se realicen en el conjunto. Por otro lado, el 92,2 % considera necesario poder consultar las Actas de las Asambleas en la página. Estos resultados reflejan dos cosas; la primera que la comunidad esta interesada en conocer cómo la administración destina los recursos económicos y la segunda, en

hacer seguimiento a cada proyecto para que se ejecute, es decir, veeduría ciudadana a todos los temas de inversión, eso sin duda fomenta la participación y despierta el sentido de pertenencia.

En cuanto a temas más generales, el 51,3% le interesa poder consultar noticias del conjunto y actividades de bienestar, el 31,3% información del municipio como vacunación, mascotas, empleo, cursos, entre otros temas, y el 17,4% asuntos relacionados con normativas, proyectos y manuales. Aunque es evidente el bajo interés en los temas normativos, se percibe el interés de la comunidad de estar conectado no solo con los asuntos del conjunto si no también con los temas de bienestar que ofrece la Alcaldía de Mosquera. Adicionalmente, el 80% de los encuestados les gustaría hacer la mayoría de los trámites y solicitudes por internet. *Ver anexos 4 y 5; Intereses temáticos de los residentes.*

Finalmente, de las 115 personas que respondieron el cuestionario, 21 personas aseguraron tener emprendimientos y estarían interesados en que sus vecinos conocieran sus productos y servicios a través de la página. Esta consulta se realizó con el propósito de fortalecer y promover a futuro el tejido social entre todos los residentes, que se empiecen a identificar y reconocer como una comunidad capaz de contribuir al desarrollo individual y colectivo *Ver anexos 5.*

Matriz Intereses temáticos de los residentes.

Comunicación para la Convivencia

La intervención

Una comunidad bien informada tiene la capacidad de participar de manera incidente y tomar decisiones acertadas para generar cambios relacionados con las zonas comunes, servicios, trámites o procesos que beneficien a toda la población de la Propiedad Horizontal.

Sin embargo, en el conjunto residencial “El Trébol Manzana 13” la comunicación no tiene la relevancia necesaria para promover la convivencia y la participación. Por un lado, la administración solo se encarga de difundir información y normativas en un lenguaje técnico, no se preocupan por saber si las personas comprendieron el mensaje, si están de acuerdo, si tienen dudas o si quieren hacer alguna sugerencia.

En consecuencia, los mensajes pasan desapercibidos y más cuando el lenguaje no es sencillo, esto genera una limitación en la comunicación que lleva al desinterés de la comunidad y desestimula su participación, es más, el desconocimiento de las normas de convivencia conlleva a desacuerdos o conflictos entre vecinos.

La comunicación debe ir más allá de difundir mensajes, debe ser una comunicación de doble vía donde las sugerencias y propuestas de los copropietarios, residentes y arrendatarios sean tenidas en cuenta. La comunicación debe ser implementada para hacer pedagogía entorno a las normas de convivencia para promover el diálogo entre vecinos para que entre todos tengan la capacidad de reconocer la diversidad de comportamientos o culturas. La comunicación debe

usarse como puente para generar identidad de las personas dentro de una comunidad tan amplia, en este caso una comunidad de 1.200 personas.

Como lo indica el matemático, político y filósofo, Antanas Mockus en su investigación: Convivencia de ley, moral y cultura (2002) “el reto de la convivencia es básicamente el reto de la tolerancia de la diversidad” (pág. 20)

Sin duda, para reconocer a los demás es necesario crear espacios de entendimiento, es decir, que las personas conozcan cómo está estructurada la comunidad donde viven, quiénes la conforman, qué aportes pueden realizar y cómo pueden darse a conocer, por eso se propone un espacio digital fácil de acceder, con contenidos diversos y narrativas cercanas que les permite a todos y todas identificarse e identificar a los demás.

“Para la convivencia, los acuerdos son más importantes que las reglas y en éstas resultó muy importante la armonía entre ley y cultura. La investigación confirmó que el cambio cultural, más que el cambio del criterio moral, podía influir en el mejoramiento de la convivencia” (Antanas, 2002)

Uno de esos cambios culturales debe empezar por la manera en que se comunica la comunidad, es hora de incluir las herramientas tecnológicas y digitales para facilitar procesos, trámites y comunicar de una manera más didáctica las normativas que rigen la convivencia.

A un clic

La estrategia: Comunicación para la convivencia, se centra en el desarrollo del prototipo de una página web para fortalecer la comunicación tanto administrativa como social entre los residentes del conjunto “El Trébol Manzana 13”.

El slogan “A un clic” surge de la necesidad de dar un paso hacia la era digital con el propósito de aprovechar las herramientas tecnológicas para transformar la manera en que la comunidad se informa teniendo en cuenta la narrativa transmedia para generar contenido de valor, dinámico y llamativo capaz de despertar el interés y la curiosidad de los vecinos y vecinas para acceder a la información. Adicionalmente, se busca que las personas realicen trámites y solicitudes “A un clic” desde sus casas u oficinas sin necesidad de tener que ajustar sus tiempos y actividades para acudir a la Administración en los horarios establecidos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se seleccionaron tres tonos de comunicación, el primero para los asuntos administrativos; el segundo, para temas sociales y el tercero, relacionado con contenidos formativos.

1. Informativo

Se utiliza para emitir mensajes claros y concisos con el propósito de contar un suceso, describir un hecho o reportar algunas medidas que generen un impacto en la comunidad. Por ejemplo; cortes de agua, actualización de normativas, publicación de licitaciones, actividades de bienestar, entre otros.

2. *Informal*

Es un tono cercano pero cordial. Se utiliza para conectar y generar empatía con la comunidad. Se emplearía para mensajes relacionado con solicitudes, trámites y servicios que ofrece la administración. También para socializar de manera más sencilla las normativas y pagos administrativos para que dejen de ser mensajes técnicos y pasen a ser más coloquiales.

3. *Inspiracional*

Es un tono de comunicación que se utilizará para incentivar el trabajo colaborativo para que las personas identifiquen las ventajas de vivir en comunidad. Se empleará para promover los emprendimientos de los vecinos y vecinas, divulgar propuestas e ideas innovadoras de los residentes, destacar la labor de algún líder social o ambiental, contar la historia del conjunto, mejor dicho, todos los logros que se puedan dar a conocer de las personas que hacen parte de la comunidad “El Trébol Manzana 13”. De esta manera, desde lo digital, se busca contribuir a crear lazos entre la comunidad.

Diversidad multimedial

Videos

Con la composición de la imagen se busca transmitir tranquilidad, armonía y seguridad. Vamos a empezar hablando de los videos que muestran cómo es el conjunto residencial “El Trébol Manzana 13”, para esos clics se uso el plano entero, americano y mediano, incorporando movimientos de paneo de izquierda a derecha, TILT UP y TILT DOWN. Todas las capturas de los videos se realizan con luz natural respetando la privacidad de los residentes. El propósito es mostrar las áreas comunes como los parques, la cancha, las porterías, las zonas verdes, etc.

Ahora pasemos a las entrevistas con los emprendedores grabadas en plano medio. En total se grabaron tres testimonios, dos en los lugares de trabajo, o sea en la casa, y el tercero en una carpa de ventas. A parte de promocionar los productos y servicios, se busca que las personas empiecen a distinguir a sus vecinos y reconocer quienes hacen parte de la comunidad y como entre todos pueden contribuir al desarrollo de la economía local.

En el *anexo 6. Storyboarding* puede consultar los guiones de los videos de los emprendedores, adicionalmente en este enlace: <https://youtu.be/2tfrQEnsBqE> puede conocer la historia de Jimena Hernández, dueña de Sirios Veterinaria, una empresa que comercializa productos y servicios para los animales de compañía.

Otro estilo de video que se trabaja son tutoriales para explicar el paso a paso de algunos procesos como el pago a la administración, la manera correcta de conectar en las herramientas como Meet o Zoom para las reuniones virtuales, informativas o desarrollo de cursos.

Fotografía

Se realizó un registro fotográfico de las zonas comunes con enfoque editorial, es decir, que el material se registró para usarlo en las publicaciones de la sección de noticias y novedades. En ninguno de los registros se ven residentes porque no fue posible tramitar con la Administración un permiso de uso de imagen para las personas.

Las fotos pueden ser consultadas en este enlace:

<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1fztbXHWZCIZLKOsiXztYiGQZ6M0dPJTq>

Infografías

Se plantea hacer infografías relacionado con datos e información relevante de las normas del conjunto para facilitar la comprensión e interpretación de la comunidad sobre estos asuntos que llaman poco la atención de las personas pero que son de gran importancia para garantizar una sana convivencia. Entre los temas a tratar esta la regulación de la tenencia responsable de los animales de compañía, el Manual de Convivencia, temas de seguridad, conclusiones de las Asambleas, protocolos de bioseguridad y emergencia, entre otros.

Podcast

Se crearán podcast con enfoque educativo y pedagógico en temas jurídicos, empresariales, resolución de conflictos y convivencia, tenencia responsable de animales de compañía, acceso a programas y proyectos del gobierno municipal. Este contenido se realizará con personas expertas en cada uno de los temas con el propósito de facilitar a la comunidad acceso a información

Formularios y encuestas

Para que las personas ahorren tiempo y no tengan que acudir a la oficina del administrador del conjunto para solicitar algunos documentos se propone generar formularios en Google Forms para realizar solicitudes que sean atendidas o resultas a través de correo electrónico. Los tramites que se pueden realizar a través de este proceso son:

- La reserva del salón comunal
- Solicitud del certificado de residencia

- Reporte de mudanza
- Solicitud de traspaso de poder para la Asamblea
- Reporte de quejas o peticiones.

Jugando se aprende

En la sección de la página web llamada “Saberes” se publicará contenido dinámico. Las temáticas variarán, pero se desarrollaron dos enfocada a los emprendedores y residentes que quieran conocer más sobre herramientas y tácticas para publicar sus productos en redes sociales con fotografías llamativas.

El primer producto comunicativo está relacionado con trucos sencillos para tomar fotografías de productos y el segundo; funcionalidades de las redes para hacer publicaciones efectivas.

Para implementar esos contenidos se efectuó la gamificación que hace parte de las metodologías activas que son un proceso bidireccional de conocimientos que permite poner a cualquier persona en el centro de aprendizaje dejando atrás las maneras tradicionales de aprender y dando paso a una pedagogía más experimental donde el alumno tiene un rol más protagónico y le enseña a su tutor o profesor a enseñarle. (Baro, 2011)

De acuerdo con Domínguez de la Rosa (2021) la gamificación se entiende como la adaptación de un juego al ámbito educativo, convirtiéndose en un método de aprendizaje motivador, creativo y participativo.

La gamificación no es la transformación de cualquier actividad en un juego, es aprender de los juegos, encontrar elementos en los juegos que puedan mejorar una experiencia sin

despreciar el mundo real, es encontrar el concepto central de una experiencia y hacerla más divertida y comprometida. (Batistello & Cybis, 2019)

Para aplicar la metodología de la gamificación se revisó la definición de la palabra juego, base fundamental de esta técnica pedagógica, según Ferran Teixes “los juegos son entornos seguros donde los jugadores experimentan, exploran se equivocan, corrigen, adoptan roles y deciden la intensidad de su participación” (Teixes, 2014)

Trucos fotográficos

A través del juego “relacionamiento de parejas” se busca generar de manera dinámica recordación sobre el uso de ángulos y planos para resaltar los atributos de los productos o servicios. Este ejercicio ya se desarrolló en la plataforma digital Educa Paly, el ejercicio se linkeará en la página web.

Link: https://es.educaplay.com/juego/11860835-trucos_fotograficos.html

Publicaciones efectivas

Implementado una trivia se explica de manera interactiva el uso adecuado de las herramientas fundamentales de Instagram y Facebook para realizar publicaciones adecuadas y efectivas. El quiz se realizó en la plataforma digital de Genially.

Link: <https://view.genial.ly/624cc0dcc18b2d001aee933f/interactive-content-quiz-pizarra-ig-fb>

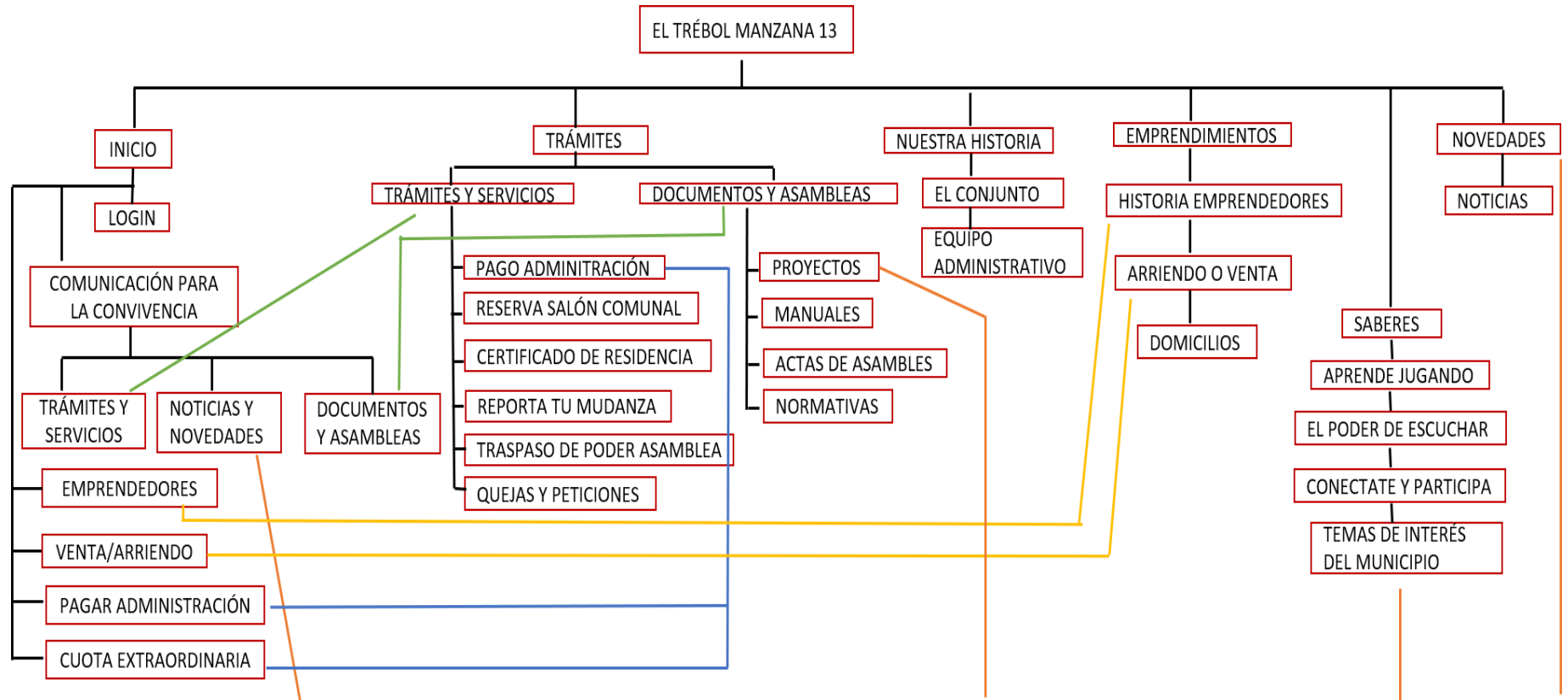
Mapa de navegación

Se plantea una estructura ramificada esto permite al usuario seguir una ruta lineal “se permite la inclusión de nodos subordinados a los principales de la línea principal aumentando la interactividad del usuario” (De Vega Martín, 2019, pág. 72). Entendiéndose por nodo como:

Un nodo es un segmento de información que entra en relación con otro u otros nodos.

Cada nodo pertenece únicamente a un documento, que puede estar formado por uno o varios nodos. Los nodos son, pues, los elementos que contienen la información o las unidades básicas del hipertexto y pueden estar compuestos de un sólo tipo de datos de información o de la conjunción de varios medios: texto, gráficos, imágenes, secuencias de audio o vídeo. (Lamarca Lapuente, 2018)

A continuación, se presenta el mapa de navegación donde se definió el menú principal, las secciones con algunos contenidos, los servicios y trámites de acuerdo con los resultados y análisis de la encuesta que determinó el diagnóstico de la comunicación y la ruta de intervención.



Wireframes

El alcance este proyecto de intervención llega hasta la fase de prototipo de la página web, para eso es importante hacer una representación visual o boceto a escala de grises. El propósito es tener un esquema de cada pantalla del producto digital para verificar que la ubicación de las secciones e información permita al usuario una navegación sencilla, fácil y casi que intuitiva.

“Los wireframes y los mockups son creados con herramientas específicas y pueden ser utilizados como entrada de generadores que producen automáticamente el código de la GUI final para una o más plataformas” (Sánchez Cuadrado, Sánchez Cuadrado, García Molina, & Vanderdonckt, 2013, pág. 24) de acuerdo con los autores del artículo: Generaciones de interfaces de usuario a partir de wireframes; GUI es la creación de interfaces gráficas de usuario.

Para lograr que la experiencia de los usuarios sea satisfactoria se organizó y estructuró la información para que las personas que accedan al sitio encuentren de manera rápida y fácil lo que estén buscando. Según Ana Lucía de Vega Martín (2019), la arquitectura de información busca procesar y dosificar la ingente cantidad de información que se ha producido en los últimos tiempos.

Para determinar qué temas deberían tenerse en cuenta en la representación visual o wireframes se aplicó el mapa de navegación y se revisaron de nuevo los análisis de la encuesta: ¿Cómo te gustaría que fuera la página web del conjunto? donde se identificaron aspectos como: noticias del conjunto y actividades de bienestar, accesos a las actas de las Asambleas Generales y

normativas, realizar solicitudes como el alquiler del salón, certificados de residencia, notificación de mudanza, entre otros.

Para desarrollar el wireframes se utilizó el software de Adobe XD. En total se maquetaron 7 páginas y se definieron los tipos de contenidos que se deben desarrollar, cabe aclarar que no todos serán producidos en el prototipo. A continuación, se presenta un pantallazo de la estructura de lo que sería la página web del conjunto residencial “El Trébol Manzana 13” Para ver de manera más detallada el bosquejo consulte el *anexo7. Wireframes_Final*.

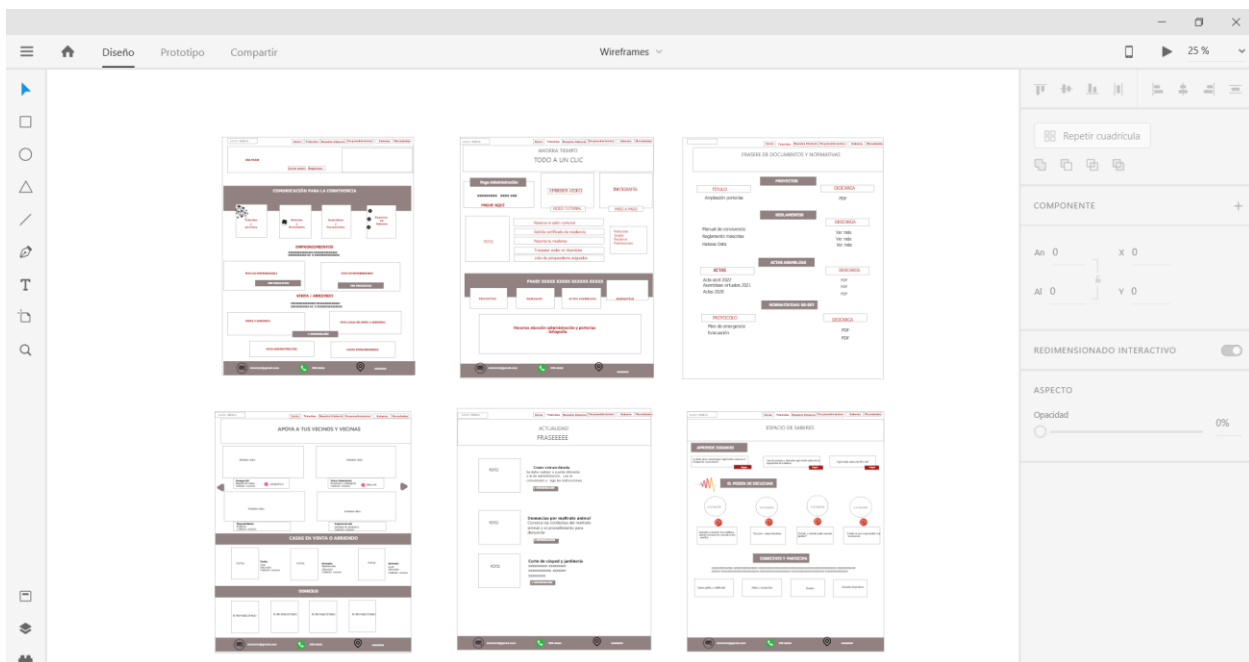


Figura: *Elaboración propia.*

Es importante precisar que en la implementación real del prototipo se debe generar un desarrollo web para el login, es decir, el inicio de sesión y su respectivo registro para garantizar la seguridad y privacidad de la información que solo compete a los residentes del conjunto.

Todos los copropietarios y su núcleo familiar podrán acceder a todos los contenidos de la página web, las personas externas al conjunto no podrán ingresar a las secciones de trámites y servicios, y documentación de la Asamblea General.

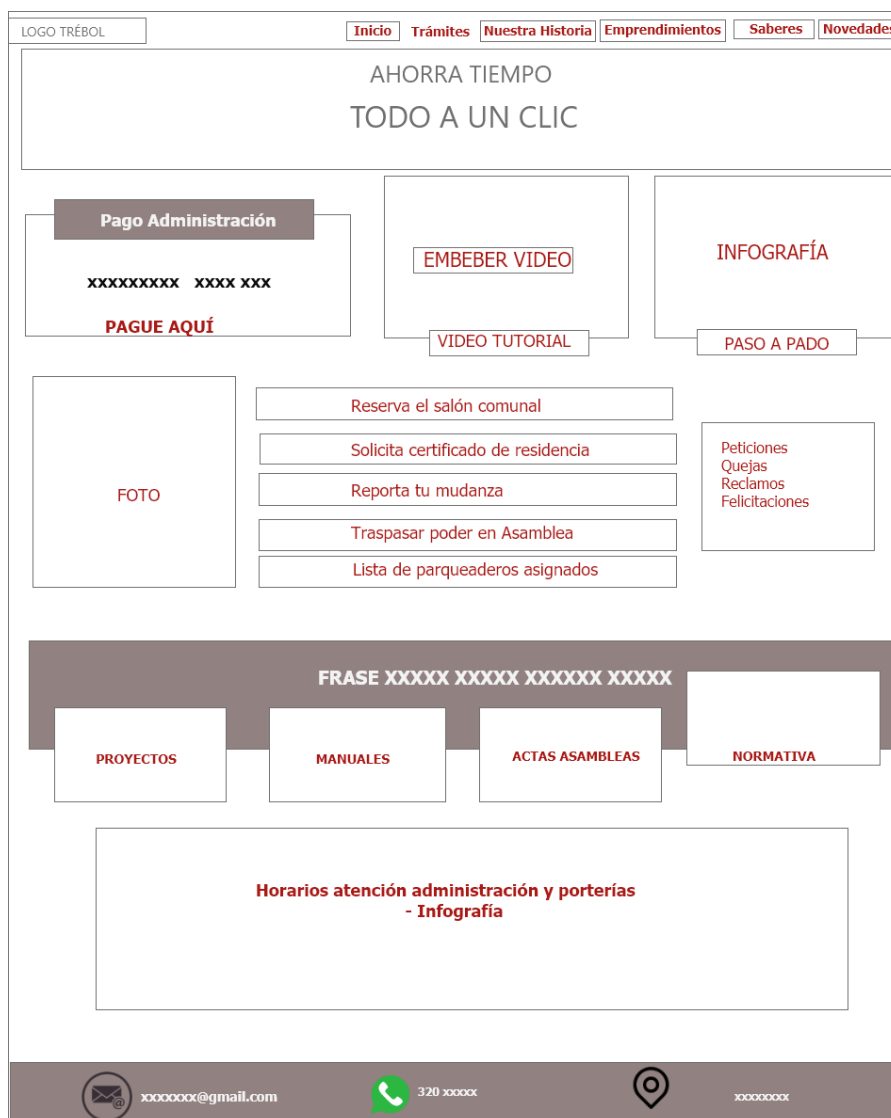


Figura 5: Elaboración propia. Con restricción, solo ingresan propietarios y núcleo familiar.

A través del color y las figuras

De los trece conjuntos cerrados que conforman el barrio el Trébol, el color vinotinto o rojo vino representa a la comunidad del Trébol Manzana 13 porque son las únicas unidades residenciales que sus fachadas llevan ese tono. Por otro lado, el logo de todos los conjuntos es un trébol de cuatro hojas, pero en el caso de estudio es de color vinotinto, se le realizó una actualización al logo sin afectar su identidad.

Logo anterior



Figura 6: Administración conjunto cerrado El Trébol MZ 13

Logo actualizado



Figura 7: Elaboración propia.

Cabe mencionar que el color de las casas fue elegido hace 18 años por la constructora y desde entonces la comunidad ha decidido mantenerlo.



Figura 8: *Elaboración propia*

A través del color rojo vino, uno de los 105 tonos de rojo, se puede identificar un poco desde la psicología lo que se comunica al exterior, teniendo presente que este color representa la sangre, el amor y la alegría. “El efecto psicológico y simbólico de la sangre hace del rojo el color dominante en todos los sentimientos vitalmente positivos. El rojo, el más vigoroso de los colores, es el color de la fuerza, de la vida” (Heller, 2004, pág 105)

Para encontrar la paleta de colores para el sitio web se utilizó la herramienta digital y gratuita de Adobe Color para extraer las siguientes tonalidades del color:

- A todo color

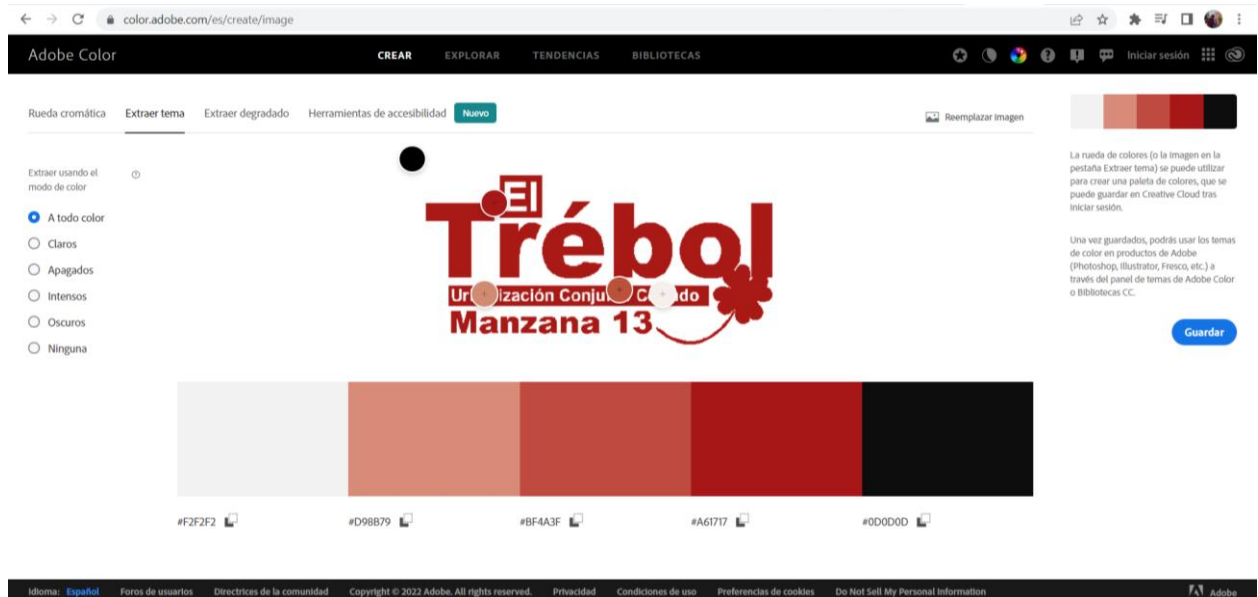


Figura 9 : captura de Adobe Color. <https://color.adobe.com/es/create/image>

- Tonos claros

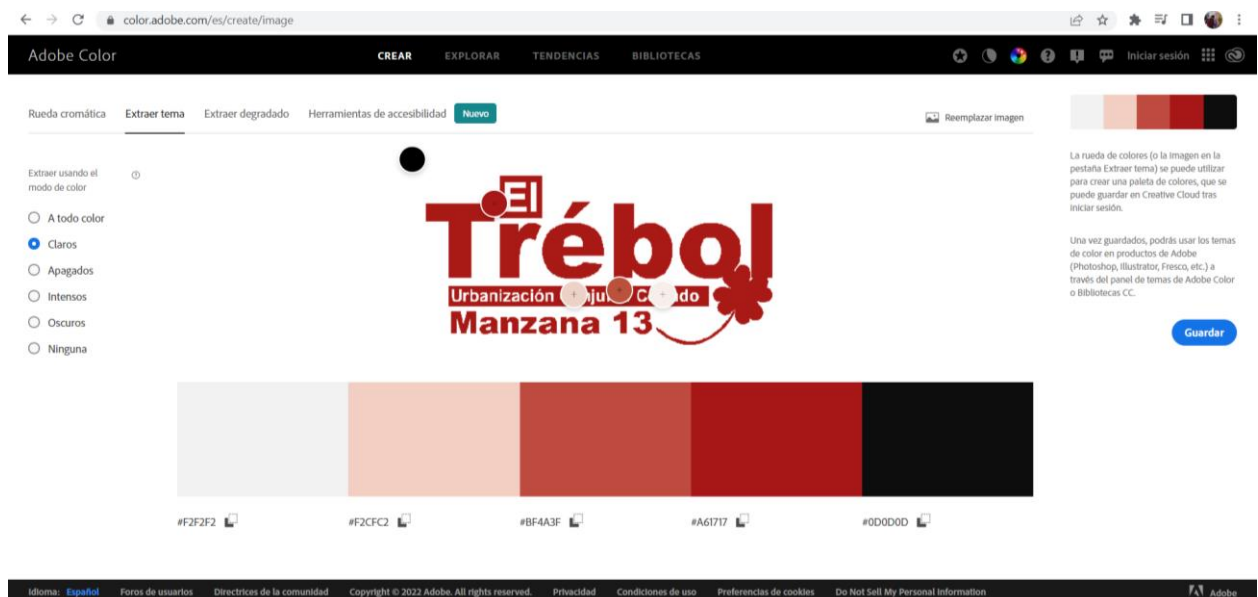


Figura 10: captura de Adobe Color. <https://color.adobe.com/es/create/image>

- Tonos apagados



Figura 11: captura de Adobe Color. <https://color.adobe.com/es/create/image>

- Tonos intensos

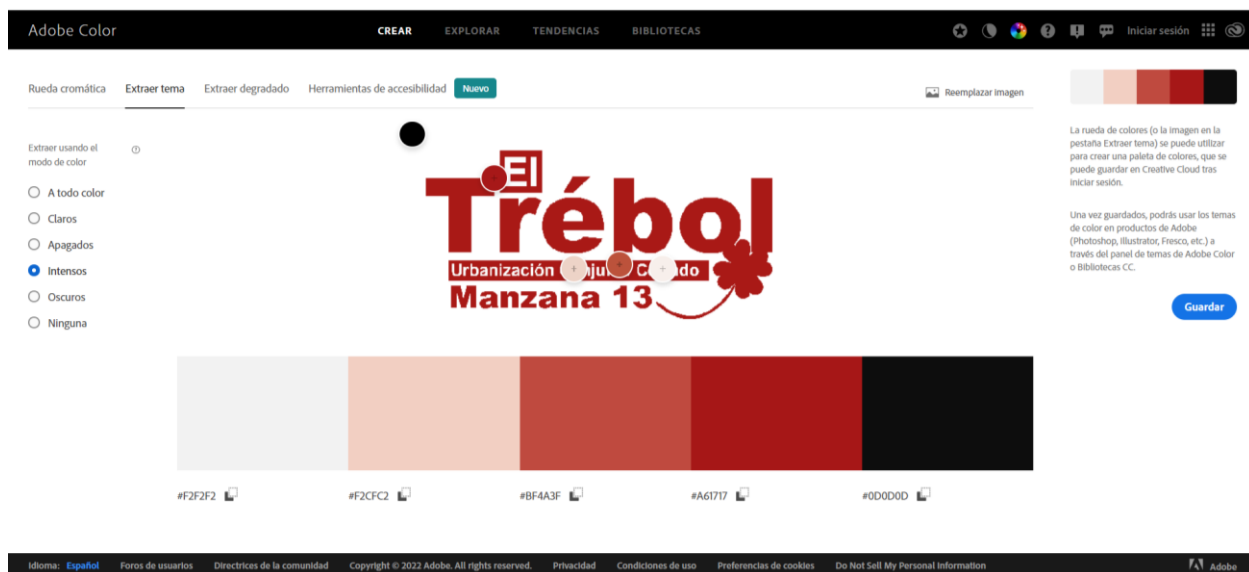


Figura 12: captura de Adobe Color. <https://color.adobe.com/es/create/image>

- Tonos oscuros

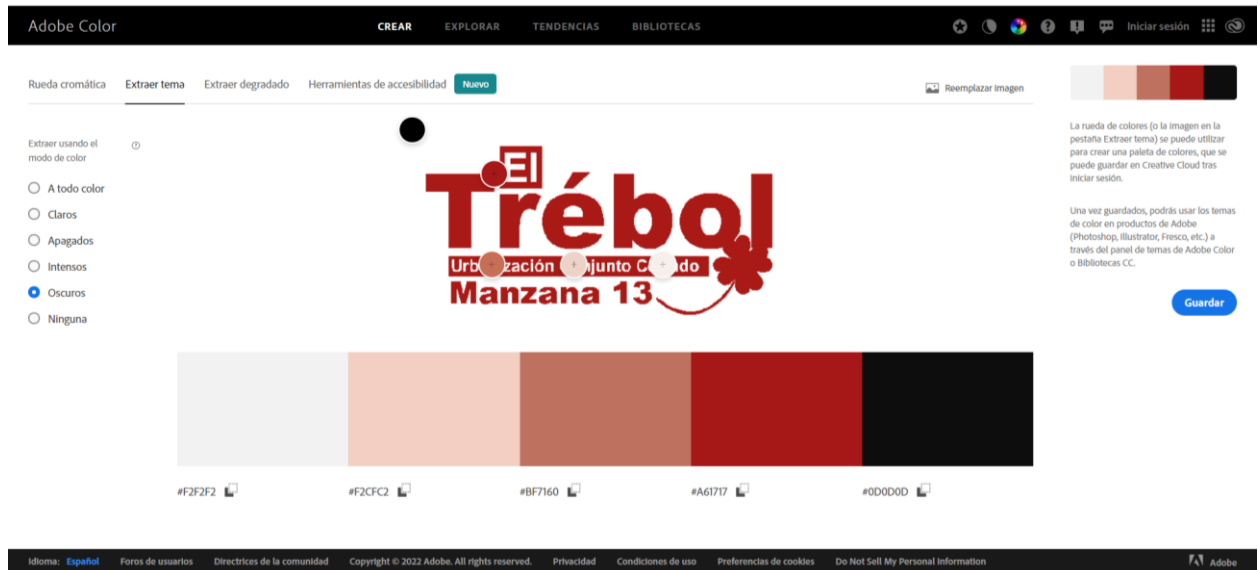
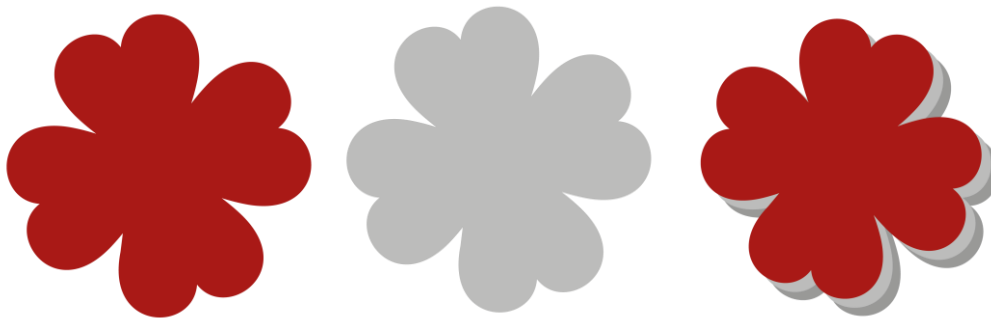


Figura 13: captura de Adobe Color. <https://color.adobe.com/es/create/image>

En cuanto las figuras o formas se definieron que se usará el croquis de los foliolos de las hojas del trébol para generar conexión y un referente de identidad cuando las personas lo vea. A continuación, se presentan algunos recursos gráficos desarrollados, entre ellos los créditos para los videos de los emprendedores. Todos son elaboración propia.





Prototipando

El prototipo de la página web se encuentra en construcción en la plataforma digital Wix. La propuesta final del prototipo estará lista para el 14 de julio de 2022, día en que se realizará la presentación del producto digital. Por el momento es posible consultar los avances en el siguiente link: <https://literaturabonilla.wixsite.com/my-site>

Conclusiones

- Los sitios web con público objetivo de copropietarios y residentes debe ir más allá de realizar trámites y divulgar información de Propiedad Horizontal, debe permitir a la comunidad conectarse con su entorno, muchas personas desconocen que dentro de la comunidad hay gente que necesita ayuda o mejor aún, que puede ofrecer una orientación. En este proyecto de intervención se promueve la economía local, se creó un espacio de emprendedores para que los vecinos y vecinas tengan un espacio para publicar sus productos y servicios, y así, puedan otros residentes conocer y apoyar esas ideas de negocio.
- El mundo esta tan saturado de información, que curiosamente, en la encuesta aplicada a los copropietarios, residentes y arrendatarios, el 31,2% considera importante acceder desde la página web del conjunto a la información del municipio de Mosquera, esto permite concluir que las personas prefieren tener solo en un sitio acceso a los temas relacionados con convivencia, normativas y actividades de bienestar sin necesidad de estar buscando por Google , sino tener la opción de que sean direccionados.
- Durante la pandemia se evidenció la necesidad que tienen las comunidades de estar conectadas para comunicarse y brindar apoyo a quien lo requiera. Sin embargo, después de la emergencia sanitaria esto paso a un segundo plano en el Conjunto Residencial “El Trébol Manzana 13” y no precisamente por los residentes, pues el 82,6% de los encuestados consideró importante desarrollar una página web para estar informados y compartir datos o actividades que ellos

consideren importantes. El problema se centra en la gestión administrativa, está más atenta a atender los temas urgentes, pero no los importantes.

Cuando inicié el proyecto de intervención (agosto de 2021) el anterior administrador me facilitó información y entrevistas, me autorizó a hacer los registros fotográficos y en video, incluso se comprometió personalmente en facilitar los recursos económicos para implementar el proyecto con el aval del Consejo Administrativo, pero a finales de abril de 2022, ese administrador desfalcó el conjunto y a la fecha las autoridades lo investigan. Actualmente el conjunto no cuenta con recursos para la implementación de la página web.

Bibliografía

- Abascal, E., & Grande, I. (2005). *Análisis de encuesta*. Madrid: ESIC Editorial. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=qFczOOiwRSgC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Encuestas+&ots=eC_vJbRcQi&sig=Q4voEX339VeKRF7V6YCK4poktSU#v=onepage&q=Encuestas&f=false
- Antanas, M. (2002). Convivencia como armonización de ley, moral y cultura. *Perspectivas*, 32. Obtenido de http://grupocisalva.univalle.edu.co/BPR2/esp/Descargas/Memorias/6_Mesa_sobre_convivencia_y_encuestas_Abr_2010/Convivencia_Mockus.pdf
- Carrillo Pozas, A. (2014). La intranet social. Barcelona, España. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/usta/57681?page=40>
- Codina, L. (19 de Diciembre de 2016). *Lluís Codina*. Obtenido de Lluís Codina: <https://www.lluiscodina.com/disenio-de-la-navegacion-taxonomias/>
- Colombia, C. d. (2001, 4 de agosto). *LEY 675 DE 2001 - por medio de la cual se expide el régimen de propiedad horizontal*. Obtenido de https://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Ley_675_2001.pdf
- Costa Sánchez , C., & Piñeiro Otero, T. (2013). *Estrategias de comunicación multimedia*. EDITORIAL UOC. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jsv2AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=multimedia&ots=rZ8vE2n-Zv&sig=BnaV282Sg7vXYknnd7LZwgf9HWM#v=onepage&q=multimedia&f=false>
- De Vega Martín, A. (2019). *Proyectos de juegos y entornos interactivos. Producción, desarrollo e implementación*. Ediciones de la U.

Downes, L., & Mui, C. (1998). *Estrategias Digitales Para Dominar el Mercado*. GRANICA .

Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dwfC4-DHUyMC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Qu%C3%A9+es+una+estrategia+digital+p%C3%A1gina+web&ots=GqKYGm6LqJ&sig=ju9dTeC0QRMocVwMkNU0i8jTO_s#v=onepage&q=Qu%C3%A9%20es%20una%20estrategia%20digital%20p%C3%A1gina%20web&f=false

Eco, H. (1972). *La estructura ausente*. Obtenido de La estructura ausente:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Djf5Y6j1V1AC&oi=fnd&pg=PP4&dq=Umberto+Eco+definici%C3%B3n+de+cultura&ots=V7hJBCrXRo&sig=2z9G2oPsUJxrKVtL4_-HJV5zEJc#v=onepage&q=Umberto%20Eco%20definici%C3%B3n%20de%20cultura&f=false

Feijoo Jaramillo, I., Guerrero Jirón, J., & García Regalado, J. (2018). *Marketing aplicado en el sector*. Machala - Ecuador: UTMACH, 2018.

Fernández Valiñas, R. (2009). *Segmentación de Mercados* . México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.

González Flórez, J. A. (2014). *Servicios de referencia en línea. Directrices para una estrategia digital*. Buenos Aires: Alfagrama. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/usta/188279>

Heller, E. (2004). *Psicología del color - Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.

Lamarca Lapuente, M. (29 de julio de 2018). Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. *Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid*. Obtenido de TESIS DOCTORAL: <http://www.hipertexto.info/>

Mercado, A., & Hernández, A. (Agosto de 2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia - Revista de ciencias sociales*(53), 237.

Paoli, A. (1985). *Comunicación e información*. Obtenido de Comunicación e información:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/32960381/Paoli_Antonio_Comunicacion_e_Informacion-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1652083565&Signature=S4akBvpS0qzMzcpmuljZVtPw99VyeInEzgop4uIsF97D41MTMW-aGeCEFDCEGp7NOYtd2IeB1WM1tVugsy-t9JTc5WKnWwn-91jbt5f5FI5MR0TdSB

Sánchez Cuadrado, C., Sánchez Cuadrado, J., García Molin, J., & Vanderdonckt, J. (2013).

Generacion des interfaces de usuario a partir de wireframes. *Revista de la Asociacion de Tecnicos de Informatica*(226), 24. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Downloads/Nv226-wireframes.pdf>

Sarraipa, J., Artíficie, A., & Jiménez Castro, H. (2019). *Metodología de Evaluación de Prototipo Innovador*. Creative Commons_ Resultado del proyecto ACACIA .

Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia*. Barcelona : Centro Libros PAPF, S.L.U.,.

Valdés Morris, M. (2008). Contribución de la planeación al desarrollo Web: los wireframes. La Habana, Cuba. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v17n3/aci07308.pdf>

Anexos

Los anexos, entrevistas y registros en video y fotografía se pueden consultar en este enlace:

https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1VMOqLJljjQ7GGZKOixUJT_eyWUOgI5D3