



**ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN CULTURAL EN LÍNEA PARA EL  
FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN DE CALI COMO CAPITAL MUNDIAL DE  
LA SALSA**

**PROYECTO DE GRADO**

**AUTOR:  
CARLOS ANDRES PENAGOS GUTIERREZ**

**ASESOR:  
OSCAR ORTEGA**

**UNIVERSIDAD ICESI  
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES  
MAESTRIA EN PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2016**

## TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN .....	4
2. ABSTRACT .....	5
3. INTRODUCCIÓN .....	6
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	8
5. OBJETIVO GENERAL .....	9
5.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	9
6. JUSTIFICACIÓN .....	10
7. MARCO TEÓRICO .....	11
7.1. El periodismo y el entorno digital: .....	11
7.2. Calidad periodística y difusión en redes sociales: .....	12
7.3. Difusión Cultural .....	14
8. METODOLOGÍA .....	16
8.1. Características Técnicas del portal .....	16
8.2. Descripción del Portal Web .....	17
8.3. Estrategia en Redes Sociales: .....	23
8.3.1. Youtube: La Re Music.....	24
8.3.2. Facebook: La Re Music .....	25
8.3.3. Twitter: @Laremusic.....	25
8.3.4. Instagram: La Re Music .....	26
9. CONCLUSIONES .....	27
10. BIBLIOGRAFÍA .....	29

## LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1: Segmento 1. Logo del portal .....	17
Imagen 2. Página de inicio. <a href="http://www.laremusic.com">http://www.laremusic.com</a> .....	18
Imagen 3. Sección de Noticias.....	19
Imagen 4. Segmento 2: Entrevista de la semana, Biografías y Opinión. ....	20
Imagen 5. Baúl de las biografías.....	20
Imagen 6. Ventana emergente para la visualización del video seleccionado .....	21
Imagen 7. Columnas de Opinión o editoriales. ....	21
Imagen 8. Segmento 3: Historias de la Salsa, VideoChat y Podcasts .....	22
Imagen 9: Segmento 4: Redes sociales .....	22
Imagen 10: Aplicación para dispositivos móviles .....	23

## 1. RESUMEN

El propósito de este proyecto es desarrollar una estrategia de comunicación para la difusión de contenidos noticiosos, de investigación, opinión y actualidad del género musical salsa que se originen principalmente en Cali, pero que no desconocerá información coyuntural afín que se produzca en otros lugares.

Se ejecutará a través del desarrollo de un portal Web donde se publicarán contenidos relacionados con la historia y la actualidad mundial de la salsa. Se hará uso de géneros periodísticos como crónica, entrevista, reportaje, columna de opinión, perfiles, semblanzas para obtener piezas escritas, audiovisuales, fotográficos y de audio que realizados con rigurosidad, alta calidad técnica, tecnológica y periodística permitan conocer historias, anécdotas, biografías y noticias, entrelazando los factores de la industria de la música salsa, adyacentes en Cali, actor transversal, dinámico y difusor de la corriente salsera del mundo.

El vehículo generador de posicionamiento, difusión, interacción y conexión global será el estrecho y constante vínculo con el entorno digital a través de las redes sociales que coadyuven a la expansión efectiva de los contenidos.

En cualquier lugar del mundo, el público hispanohablante tendrá en este portal el acceso a información confiable sobre cantantes, bailarines, músicos, agrupaciones y orquestas salseras: sus historias de vida, trabajos musicales y agenda.

Cali, pese a tener un rasgo cultural que la identifica como capital mundial de la salsa y que permanentemente se desarrolla una extensa agenda de eventos relacionados con este género musical gracias a las constantes visitas y presentaciones de artistas nacionales e internacionales, carece de un portal Web que desarrolle y difunda contenidos que propendan por la formalización de la información y que refrende el imaginario colectivo nacional e internacional, como epicentro cultural de la salsa.

**Palabras clave:** Cultura de la salsa. Periodismo digital. Difusión cultural en línea. Sitio Web. Mercadeo en redes sociales.

## 2. ABSTRACT

The purpose of this project is to develop a communication strategy for dissemination of news content, research, opinion articles and the current content of Salsa music, originating mainly salsa in Cali, but considering the conjunctural information about Salsa, happened elsewhere.

This will be done through the development of a Web portal that publish articles relating to the history and current world salsa content. It will make use of journalistic genres as chronic, interview, report, opinion column, profiles, sketches in order to get written text, audiovisual, photographic and audio pieces, made with high-quality technical, technological and journalistic rigor to publicize stories, anecdotes, biographies and news, making an integration of the industry factors of Salsa music in Cali, adjacent, transverse and dynamic diffuser actor of Salsa music trend, in the whole world.

The vehicle for positioning, diffusion, interaction and global connection is constant and close link with the digital environment through social media marketing that contribute to the effective expansion of the content.

Anywhere in the world, the Spanish-speaking audience will have in this portal access to reliable information on singers, dancers, musicians, groups and salsa orchestras: their life stories, musical works and agenda.

Although Cali has a cultural label that identifies it as the world capital of salsa and permanently presents a broad agenda of events related to this musical genre, because of visits and constant presentations of national and international artists, does not have a website to develop and disseminate content that promote the formalization of information and endorse the national and international popular consciousness as a cultural epicenter of the salsa.

Keywords: Salsa music culture. Digital journalism. Cultural informatics. Website. Social Media Marketing.

### 3. INTRODUCCIÓN

Cali inició el camino hacia el reconocimiento como ‘Capital Mundial de la Salsa’ desde 1970, cuando surgieron agrupaciones locales que ofrecían en sus repertorios ritmos tropicales, antillanos y boleros, incursionaron en el montaje de repertorio de canciones del género salsa.

En 1980, gracias a la aceptación que Cali le dio a la salsa, músicos y cantantes internacionales y sus respectivas orquestas, encontraron el mercado discográfico y la difusión radial que dinamizó y acentuó el gusto de los caleños por este género musical. Con un fuerte crecimiento de discotecas, la idiosincrasia barrial del caleño convergieron en una posición georeferencial tropical, fresca y alegre, muy acordes con los sonidos y letras de la salsa que se producía en ese entonces, lo que obligó a la presencia en Cali de todos aquellos artistas que hasta el momento tan solo se escuchaban.

A través de la creación de festivales como el de ‘Juanchito’, visitaron a la capital vallecaucana artistas como Celia Cruz, El Gran Combo de Puerto Rico, Héctor Lavoe, Willie Colón, entre otros, que terminaron por definir que este ritmo había sido apropiado por sus habitantes. Desde entonces, la ciudad lleva consigo el conocimiento y la tradición de la salsa, hecho que ha significado la construcción de una cultura e industria alrededor de este género musical y que fueron los cimientos de la razón de ser de lo que hoy se conoce como ‘La Capital Mundial de la Salsa’.

En la era de las nuevas tecnologías de la comunicación, no existe una plataforma en Internet, dedicada exclusivamente a difundir información sobre los orígenes, las historias, las biografías de artistas y agrupaciones caleños que han forjado el éxito y la permanencia del género salsa en Cali, ciudad que se convirtió en un escenario inspirador y respetado por los músicos corrientes salseros de Cuba, Puerto Rico y Nueva York, las otras mecas del género en el mundo.

El propósito de este proyecto es desarrollar un sitio Web, donde el público salsero encuentre información confiable, interesante e importante sobre lo que ha sucedido, lo que está pasando y lo que puede ocurrir con los protagonistas del género como autores, compositores, cantantes, directores de orquestas, fundadores de agrupaciones, críticos, pero también con otros actores que surgieron a partir de la penetración y permanencia de la salsa y que abrieron otros nichos para un mercado que basado en lo musical apalancó industrias como la del baile, que encarna entonces a los bailarines, bailadores, profesores, escuelas de bailes y que soporta la industria manufacturera de diseño y confección de vestuario y zapatos para este oficio. Asimismo, los movimientos culturales que conforman coleccionistas y una corriente de expertos del género, denominada ‘Melómanos’ e igualmente, los museos de salsa existentes en Cali.

Noticias e historias de artistas representativos de este género musical, contadas bajo criterios y formatos periodísticos que garanticen la veracidad de la información y además entretengan al público.

La labor de reportería e investigación se hará a partir de los acontecimientos surgidos en Cali, pues esta ciudad por ser epicentro cultural de la salsa, recibe constantemente a artistas nacionales e internacionales y organiza eventos relacionados con este género musical, durante todo el año.

El desarrollo local de un sitio Web con estas características ayudará a fortalecer la imagen de Cali como 'Capital Mundial de la Salsa' pues personas de todo el mundo podrán conocer las noticias y las historias de sus artistas salseros a través del trabajo periodístico realizado en esta ciudad.

#### 4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cali se ha ganado a pulso el apelativo de 'Capital mundial de la salsa', no porque esta tierra haya sido su origen, sino más bien por la gran acogida que su pueblo le dio hace más de 4 décadas a los grandes artistas internacionales de este género. Este título surgió en los años 80 y caracteriza a Cali, no como cuna, sino como un escenario mundial que mantiene viva la salsa y la convierte en un icono de expresión cultural que refleja la alegría, la calidez y el sabor latinoamericanos.

Con la apropiación que Cali hizo de este género musical, surgieron orquestas que desde entonces la representan internacionalmente, Grupo Niche y Guayacán encabezando la lista, seguidas de reconocidas agrupaciones como La Misma Gente, Canela, La Cali Charanga, La Gran Banda Caleña, la Octava Dimensión, Los Niches, The Latin Brothers, entre otras.

De la mano de este fenómeno musical, se encuentra otro que sin duda refuerza el posicionamiento de esta ciudad como Capital Mundial de la Salsa: el baile. En las últimas décadas varios grupos de baile caleños han representado a Colombia en concursos internacionales, donde han alcanzado el triunfo y ocupado lugares sobresalientes que dejan en alto el nombre de la ciudad.

Ahora, si bien es cierto que Cali, desde hace varias décadas goza de este rasgo cultural distintivo, en la era de las tecnologías de información y comunicación- TIC, la ciudad aún no cuenta con una plataforma digital que potencie el reconocimiento local e internacional de esta urbe como capital mundial de la salsa. Existen sitios Web oficiales, particulares o de medios de comunicación donde se promocionan eventos y novedades relacionadas con la salsa, entre otros temas, pero no existe un sitio dedicado exclusivamente a la difusión permanente de noticias que genera la cultura y la industria de la salsa en Cali.

Dada la importancia y el significado cultural que la Salsa tiene particularmente para esta ciudad, existe la necesidad de un sitio Web que fortalezca y promocióne con contenidos serios y confiables las expresiones artísticas de este género dentro y fuera del país. En este sentido, el trabajo periodístico profesional, se concibe como la materia prima para el desarrollo de los contenidos que podrían alimentar la plataforma digital de difusión y promoción cultural de la Salsa.



## **5. OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar una estrategia de comunicación para la difusión de noticias e historias relacionadas con la salsa en Cali y el mundo, que contribuya al fortalecimiento de la imagen de la ciudad como capital mundial de este género musical, a partir de la integración del trabajo periodístico riguroso y la capacidad de influencia de las redes sociales.

### **5.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Desarrollar el sitio web con un diseño estético agradable y con características técnicas de adaptabilidad a todos los dispositivos donde se abra el sitio.
- Determinar los formatos periodísticos, la periodicidad y el tipo de publicación (audiovisual, texto, gráfico, etc.) en los que serán presentados los contenidos.
- Integrar las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram como los principales canales de difusión de contenidos del sitio Web.

## 6. JUSTIFICACIÓN

La denominación que Cali se ha ganado como “Capital Mundial de la Salsa” es el resultado de la cultura que se ha creado en la ciudad alrededor de este género musical. Gran parte de las actividades culturales que se desarrollan en Cali, tienen que ver con la salsa pues constantemente se presentan conciertos y espectáculos salseros de artistas locales y extranjeros.

Muestra de ello son los ya iconos representativos de esta cultura, como la tradicional Feria de Cali del 25 al 30 de diciembre, con el Salsódromo como evento de apertura, declarado recientemente Patrimonio Inmaterial, Cultural, Artístico y Folclórico de la Nación y el Festival Mundial de Salsa, celebrado entre septiembre y octubre. Durante estos eventos la ciudad vive todo un despliegue cultural relacionado con la Salsa, que se convierte en una vitrina turística para foráneos y que afianza internacionalmente su nombre como una ciudad salsera.

Por otra parte, espectáculos como Delirio, Ensálsate y Salsa Cabaret, surgidos de la creatividad, el trabajo y talento de bailarines locales han demostrado que el baile y la cultura de la Salsa están arraigados en la identidad de los caleños.

Es así como alrededor de la Salsa en Cali, se mueve toda una industria que además de compositores, músicos, cantantes, bailarines, incluye fabricantes de instrumentos, melómanos, coleccionistas, emisoras, Djs, y discotecas especializados en este género, escuelas de baile, empresas que diseñan y elaboran el vestuario de agrupaciones y orquestas nacionales e internacionales.

Todas estas manifestaciones, actividades e historias de los protagonistas de la salsa tendrán un mayor reconocimiento en el mundo entero, si se dan a conocer a través de las plataformas digitales como el sitio web y las redes sociales, en las que se difunda toda la información que genera la ciudad alrededor de este género.

Ahora bien, los contenidos que se publiquen y difundan en estos medios digitales serán producidos bajo el criterio periodístico profesional, que respeta a su audiencia, contando historias verídicas y a la vez amenas, con una alta probabilidad de convertirse en virales pues serán contenidos producidos con alta calidad editorial y técnica.

El sitio Web se desarrolla para difundir la historia y la actualidad de los protagonistas mundiales de la salsa, a partir de los acontecimientos sucedidos en Cali, por ser esta ciudad un núcleo generador de noticias, debido a su tradición y constante actividad entorno a la salsa y además ayudará a fortalecer su imagen como “Capital Mundial de la Salsa”.

## 7. MARCO TEÓRICO

### 7.1. El periodismo y el entorno digital:

En la actualidad, el periodismo está profundamente ligado al entorno digital, pues éste se ha convertido en una plataforma primordial para la difusión de noticias y la generación de opinión. Hoy en día, la dinámica del quehacer periodístico está determinada en gran parte por la información que circula en las redes sociales. De ellas surgen, en muchos casos, ideas y propuestas para desarrollar noticias, crónicas o reportajes. Asimismo, los contenidos que se generan con la rigurosidad del trabajo profesional pueden ser divulgados a través de portales Web y de redes sociales con un alto porcentaje de exposición al público y la probabilidad de convertirse en virales, por las acciones que estos espacios permiten de calificar, comentar y compartir la información.

Quiroz Pacheco (2014), respecto a la relación de la calidad del trabajo periodístico y la utilidad de las redes sociales, afirma que:

La credibilidad periodística juega un rol preponderante ya que a través de la misma los medios de comunicación mantendrán el contacto con sus seguidores en las redes sociales puesto que ellos, finalmente, son uno de los principales fundamentos del trabajo periodístico (p.299).

Así, uno de los propósitos editoriales del sitio es publicar historias de interés para el público amante de la salsa, con los criterios de actualidad, veracidad, profundidad y contexto para obtener la satisfacción del usuario y ganar paulatinamente credibilidad y posicionamiento del sitio, como un elemento sino oficial, de gran confiabilidad para ser consultado.

Como bien es sabido, tanto los aspectos de la cotidianidad, como lo extraordinario de una sociedad o personajes en particular, están atravesados actualmente por su exposición en redes sociales. La información sobre política, economía, educación, entretenimiento de cualquier país o comunidad están al alcance de todas las personas conectadas a Internet en el mundo entero.

Las expresiones culturales no son ajenas a esta circunstancia. La música, el baile, el arte, la gastronomía, el entretenimiento y los protagonistas de determinada región tienen acogida y reconocimiento a nivel mundial, gracias a su circulación en línea. A través de Internet las personas pueden obtener información turística y cultural de los sitios que desean visitar.

Así, como ya se ha mencionado, la ciudad de Cali goza de un reconocimiento cultural como escenario principal de la salsa a nivel mundial, debido a la acogida que la ciudad dio a grandes salseros internacionales, desde mediados del siglo anterior. Cali lleva consigo el conocimiento y la tradición de este género musical; hecho que ha significado para muchos artistas la construcción o consolidación de sus carreras en el escenario caleño, a partir del sentir o aceptación de su música y de la relación que el público de esta ciudad establece con todos ellos. Por esta razón, es propósito de este proyecto afianzar el título cultural que tiene la ciudad, a través del trabajo periodístico y el uso de las redes sociales.

## **7.2. Calidad periodística y difusión en redes sociales:**

Desde el surgimiento de herramientas para publicación de contenidos como Blogger, redes sociales como facebook y portales de alojamiento de videos como Youtube, es innegable que la información dejó de ser de dominio exclusivo de los medios tradicionales de comunicación, para pasar a una era donde el público está en capacidad de generar contenidos e interactuar con la información existente en las diversas plataformas de Internet.

Según el periodista español Gumersindo Lafuente, precursor del periodismo digital de habla hispana, quien durante su ponencia en el taller “Ética en la Red: Reglas para un periodismo útil y sensato” expresó que:

Las redes sociales le ha dado a los usuarios el poder de decidir cuáles son los temas de interés y de qué manera los medios de comunicación han de entender esta nueva dinámica para aprovecharla y no dejarse manipular por los intereses ocultos de la audiencia en el posicionamiento de los famosos "trending topics" o tendencias” (Restrepo, 2013, p.3).

Sugiere además, que los periodistas pueden aprovechar las dinámicas de comunicación que ofrece Internet, creando su propio blog, página web o hasta canal de televisión, pues afirma que los grandes medios han perdido el monopolio de la información.

Las tecnologías de información y comunicación TIC han facilitado la difusión de todo tipo de contenidos: informativos, culturales, de entretenimiento, motivacionales, educativos, etc. Sin embargo, no todo aquello que se encuentra en Internet refleja la veracidad y la confiabilidad que un trabajo periodístico puede y debe garantizar. En este sentido, la idea de crear un medio propio en la que se divulguen noticias sobre el mundo de la salsa, está fundamentada en una labor ética y profesional que se desarrolle bajo criterios periodísticos como profundidad, contexto, enfoque e

independencia. De esta manera se asegura la veracidad y se construye paulatinamente la credibilidad del sitio.

Ahora, si bien es cierto que las plataformas digitales, significan para el periodismo la oportunidad para difundir ampliamente los contenidos que se desarrollan y tener una cercanía e interacción que permite en muchos casos la retroalimentación de dichos productos, también supone una alta exigencia y compromiso del periodista, para crear contenidos de calidad. El periodismo tiene un gran reto frente al entorno digital pues como lo afirma la periodista María Arce “a ningún medio de comunicación se le exigen tantas cosas como a internet: la inmediatez de la radio, el despliegue visual de la televisión, la interactividad propia del medio y la calidad y la profundidad del papel” (Picatto, 2009).

Así pues, teniendo en cuenta las herramientas y dinámicas de comunicación en línea y el conocimiento y ética de la labor periodística, el sitio Web de la salsa incluirá dentro de sus contenidos, los siguientes formatos periodísticos: noticia, entrevista, perfil, crónica, columna de opinión y semblanza.

Adicionalmente, cabe aclarar que si bien los contenidos mantendrán criterios periodísticos como la profundidad y el contexto de las historias, estas serán presentadas de manera que el usuario de internet y redes sociales pueda acceder a ellas con facilidad, pues la idea es que el usuario tenga una experiencia agradable al consultar o visitar el sitio. Los periodistas nativos digitales sostienen que:

Si bien deben mantenerse los valores y las premisas planteadas desde el origen del periodismo, la estructura del contenido informativo, transmitida a través de las redes sociales, sí debe tener modificaciones debido al surgimiento de nuevos instrumentos, como el hipertexto, que, según ellos, favorecen una mejor capacidad de obtención de la información y el entendimiento de las noticias por parte del ciudadano (Quiroz Pacheco, 2014, p.282).

Los medios de comunicación y sus profesionales están abocados al crecimiento incesante de la tecnología y a hacer uso de las herramientas que se desarrollan constantemente para los procesos de comunicación e información. Es así como desde los emporios mundiales de la información hasta los medios locales en cada región, se han adaptado a comunicar noticias y acontecimientos a través de las redes sociales como un medio alternativo eficiente para divulgar contenidos e interactuar con el público en general.

La aparición y el desarrollo de las redes sociales, como factores indispensables de la sociedad de la información, han permitido establecer diversos canales para que el profesional en periodismo pueda amplificar su labor, en beneficio de la sociedad local y global, teniendo como paradigma la libertad de expresión y su correlato: la libertad de información, sin las cuales no funciona una sociedad civilizada y democrática (Quiroz Pacheco, 2014, p. 280).

De esta manera, el sitio Web dedicado a la salsa, en su concepción ideológica, tendrá libertad e independencia para realizar y publicar contenidos periodísticos entorno a la cultura y a actualidad de la salsa en Cali y otros lugares, con el ánimo de fortalecer el imaginario colectivo como capital salsera del mundo. Adicionalmente, el sitio estará soportado por una estrategia de difusión en las redes sociales actualmente más utilizadas por los usuarios: Facebook, Instagram, Twitter y Youtube, para facilitar la difusión de la información y lograr un rápido posicionamiento del sitio.

### **7.3. Difusión Cultural**

Del mismo modo, en el ámbito de la cultura, la interacción que generan las redes sociales entre el objeto cultural y los usuarios de la Web se traduce en un mayor conocimiento del objeto y en el acercamiento entre los dos. “La difusión cultural online es un conjunto de estrategias y actividades desarrolladas con el fin de propiciar el acercamiento de los usuarios de la Web a los objetos culturales, en cualquiera de sus manifestaciones (Pedraza Jimenez, 2010)”, así, este tipo de estrategias de comunicación contribuye eficientemente a que expresiones culturales, como en este caso, la salsa y sus protagonistas, sean reconocidos en el mundo entero y genere cercanía entre los artistas y el público.

Del mismo modo, respecto a la labor periodística en el campo de la cultura, la periodista mexicana Alma Guillermoprieto, dice que:

Me parece importante recalcar que habrá que seguir hablando también de la cultura, pero que tendremos que hacerlo mejor, muchísimo mejor, porque el arte y la cultura –y me refiero también a la cultura popular, por supuesto– son lo más duradero y lo mejor que dejan los seres humanos en su paso por la tierra. Habrá que invitar al público lector, radioescucha y televidente a que se acerque a la cultura, a las distintas culturas, con confianza, sin temores, para ensanchar así el terreno de su corazón y de su alegría. (Gaviria, Mauricio; Unidad de Comunicaciones de la CAF y la FNPI, 2005).

Con toda seguridad, desde el periodismo hecho con calidad y haciendo uso de las plataformas digitales de comunicación se puede refrendar permanentemente el sentir de la ciudad por la salsa, configurada ya como un arraigo cultural en la identidad de los caleños.

Teniendo en cuenta lo anterior y que Cali goza del reconocimiento como un escenario importante de la expresión musical latina a partir de la salsa y paradójicamente no cuenta con una herramienta digital adecuada que ayude a fortalecer ese rasgo cultural distintivo, es necesario crear una estrategia de difusión

cultural online que ayude a este propósito. En este sentido, es importante que el desarrollo de este proyecto, que tiene como objetivo exaltar la cultura de la salsa y fortalecer la imagen de Cali como su capital mundial, incluya dentro de su estrategia de comunicación la administración de redes sociales, canales de video y un sitio web principal donde se aloje toda la información sobre el acontecer de la salsa.

Ahora, dada la permanente visita de los salseros de diferentes latitudes a esta ciudad, Cali se convierte en una meca de información y fuente especial de noticias relacionadas con este género. Siendo esto una gran oportunidad para que el portal se consolide como el baúl de las biografías de los artistas de salsa del mundo entero a partir de entrevistas grabadas en video, que en el futuro serán de viva voz de cada uno de los protagonistas, el testimonio de lo que fueron son y serán para la salsa, constituyéndose como un legado biográfico y fuente primaria de consulta.

En este sentido, la información que contenga el sitio y se divulgue a través de las redes sociales oficiales será producida bajo criterios y formatos periodísticos como crónicas, reportajes, perfiles y entrevistas, que además de garantizar la veracidad de las historias publicadas, serán atractivas y generarán el interés y la interacción con los usuarios, puesto que estas plataformas permiten que el público opine, comparta y califique las publicaciones. Las redes sociales serán el bastón que dinamice el suministro de la información hacia el usuario y dirija al mismo hacia el portal.

Así, las ventajas de desarrollar un proyecto de difusión en línea de la cultura salsera en Cali, además de ayudar a consolidar su imagen como capital mundial de este género musical, contribuirá al mejoramiento del mercado de la salsa, pues esta plataforma se constituye como una vitrina que expone el talento de todos los artistas y la industria que se desarrolla en Cali alrededor de su música.

## 8. METODOLOGÍA

El desarrollo de la estrategia de difusión cultural en línea para contribuir al fortalecimiento de la imagen de la ciudad de Cali como capital mundial de la salsa, está basada en la creación de un portal Web especializado en el tema de la Salsa, que cubra la demanda de información de usuarios interesados en este género musical.

El portal web será un sitio dinámico que permita la interacción de los usuarios a través de Widgets de redes sociales, chat, videochat, visualización de videos y descarga de audios; también proporcionará información de eventos, artistas, orquestas y proveedores de servicios relacionados con la industria de la salsa, a través de directorios, publicación constante de noticias y sistemas de suscripción RSS.

Por otra parte, la difusión de los contenidos publicados en el portal será apoyado por una estrategia de mercadeo en redes sociales, que incrementará su potencial de ser visualizados y viralizados.

### 8.1. Características Técnicas del portal

Se debe desarrollar un portal interactivo con diseño personalizado, bajo plataforma de administración de contenidos y galerías fotográficas (Wordpress) que integra streaming, videos, audios e imágenes, widgets de Facebook, Twitter e Instagram, implementación de suscriptores RSS e Implementación SEO con palabras claves.

Requerimientos mínimos de Servidor Dedicado

- Procesador: Intel Xeon Quad Core 3.3GHz (8 núcleos)
- Velocidad de tarjeta de red: 1 Gbps Uplink
- Memoria RAM: 16 GB RAM
- Disco duro: 1000 GB RAID-1 Drives
- Ancho de Banda: 25 TB
- Direcciones físicas del servidor: 5 Dedicated IPs
- Software de administración: C-Panel

Streaming: para esta función es necesario tener servicio de internet con capacidad de 5 megas de subida como mínimo para garantizar la calidad de transmisión de video en vivo. Se sugiere tener 2 proveedores de internet con las mismas condiciones.



## 8.2. Descripción del Portal Web

El nombre del portal será “**La Re Music**”, su composición hace referencia a dos notas del pentagrama musical (La Re) y existe una tercera nota implícita en el fonema (Music), al pronunciar la palabra en inglés. El objetivo, al no particularizar específicamente sobre la palabra ‘Salsa’ busca la universalidad en el entorno digital, mejor sonoridad y mayor recordación.

### Imagen 1: Segmento 1. Logo del portal



El dominio del sitio será [www.laremusic.com](http://www.laremusic.com) . La estructura de este portal prioriza en el home, información de actualidad sobre artistas, orquestas, cantantes músicos, escuelas de baile o cuanto protagonista relacionado con el género salsa se produzca y que sea de interés local, regional, nacional y/o internacional. La actualización del segmento de noticias en el portal será mínimo dos veces al día de acuerdo con la generación de la información y cada una de estas publicaciones serán difundidas o compartidas a través de 4 redes sociales: Instagram, fan page en Facebook, Twitter y para las piezas audiovisuales un canal de YouTube.

Imagen 2. Página de inicio. <http://www.laremusic.com>



Dichos contenidos serán publicados bajo los formatos periodísticos noticia, entrevista, reportaje, crónica, perfil y semblanza. Estos estarán disponibles en formato de texto, audiovisual, audio y para el caso de las piezas escritas estarán siempre acompañadas de registro fotográfico.

En su estructura visual se desplegará una foto grande con un título y un lead, que a través de barrido le dará paso a 4 noticias principales.

### Imagen 3. Sección de Noticias



El segundo segmento del home estará compuesto por 3 ventanas. La primera de ellas ofrecerá la entrevista de la semana, cuya periodicidad como bien lo cita su nombre, será cada 8 días, con una entrevista en profundidad a un artista, figura o leyenda de la salsa o a un integrante del cluster de la salsa en Cali, a saber, arreglistas, compositores, bailarines, bailadores, diseñadores de vestuario para escuelas de baile, profesores de baile, campeones mundiales del baile de salsa, melómanos, coleccionistas, columnistas, investigadores y djs de emisoras y discotecas especializadas en el género.

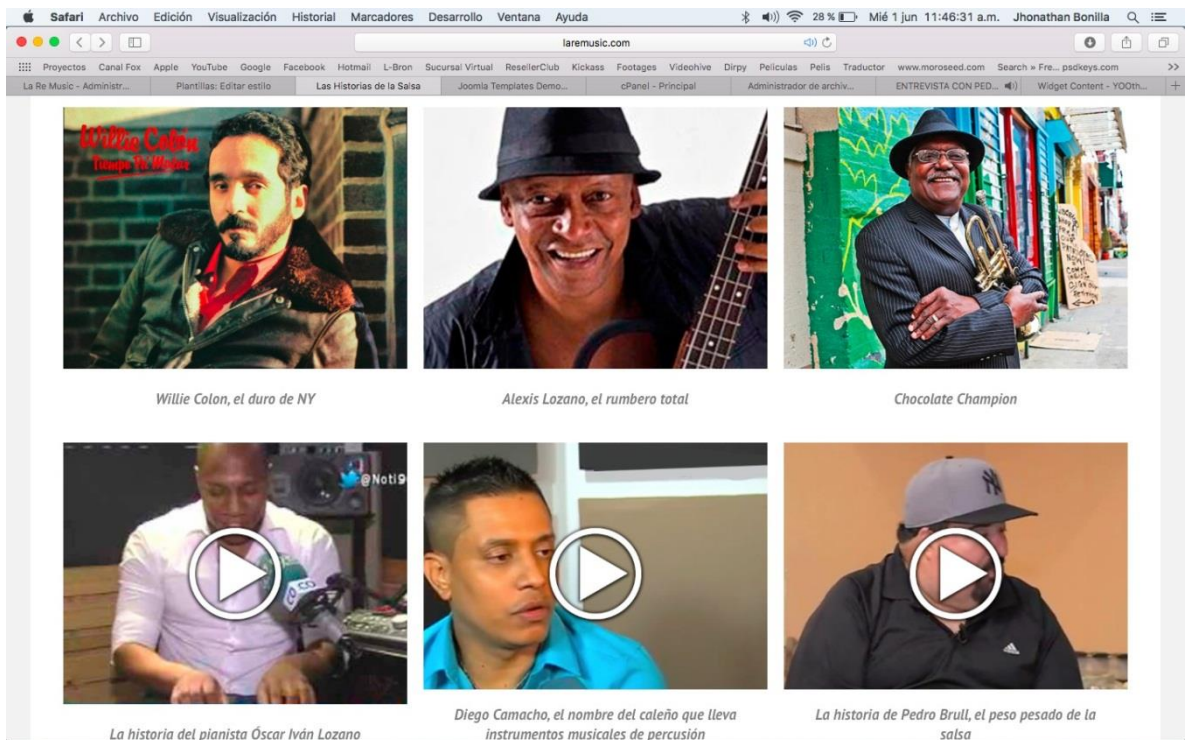
La segunda ventana será el 'baúl de las biografías', un espacio dedicado especialmente a recopilar y guardar las historias de vida y memorias contadas de viva voz por cada una de las figuras del género salsa, que a través de entrevistas en formato audiovisual permitirán conocer el origen, los fundadores y creadores de las distintas orquestas o agrupaciones salseras.

La tercera ventana será una columna de opinión y/o blog, en donde expertos, investigadores, músicos y periodistas podrán exponer sus editoriales.

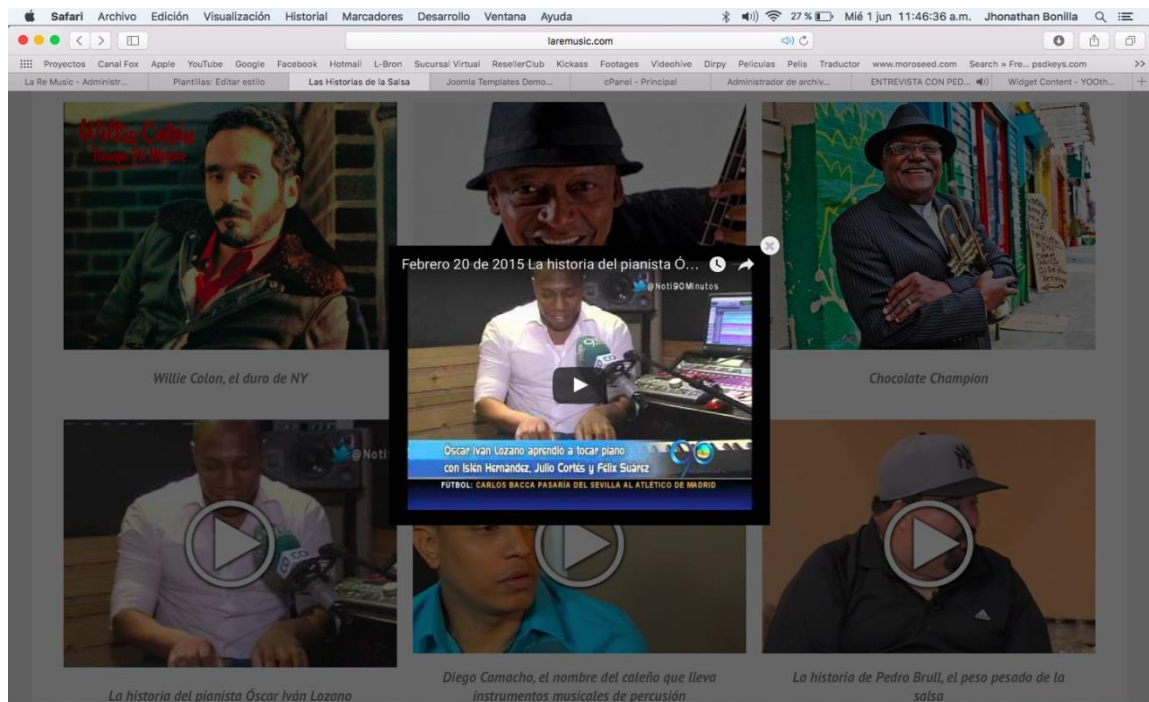
#### Imagen 4. Segmento 2: Entrevista de la semana, Biografías y Opinión.



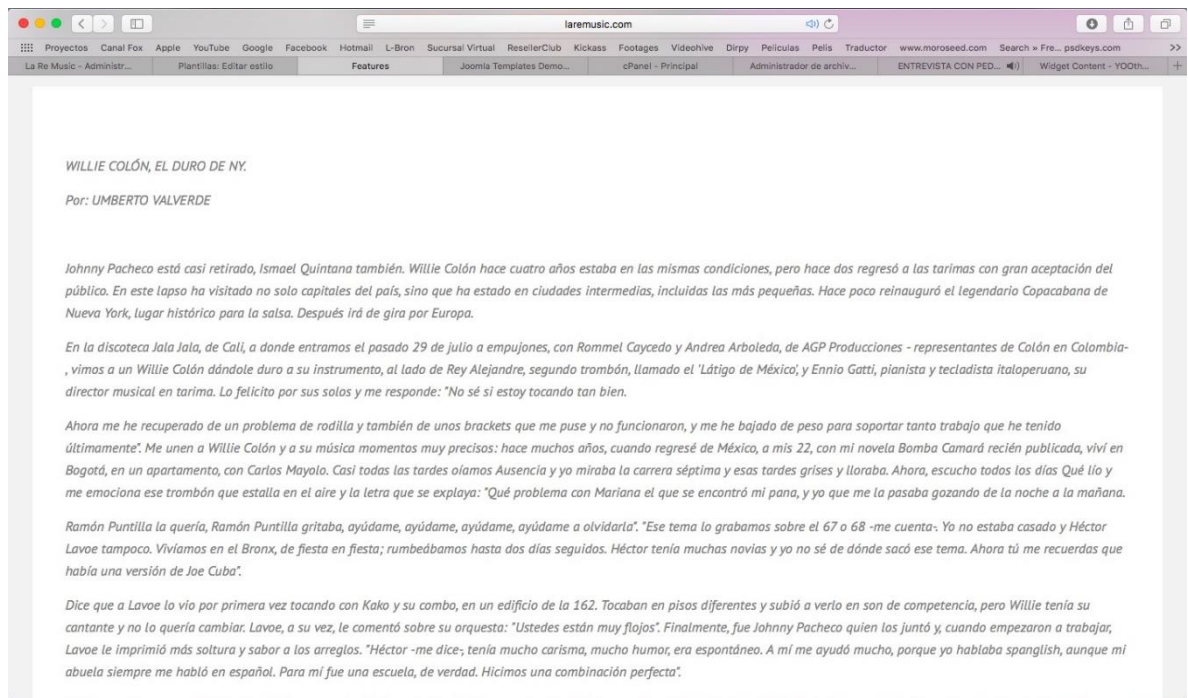
#### Imagen 5. Baúl de las biografías.



## Imagen 6. Ventana emergente para la visualización del video seleccionado



## Imagen 7. Columnas de Opinión o editoriales.

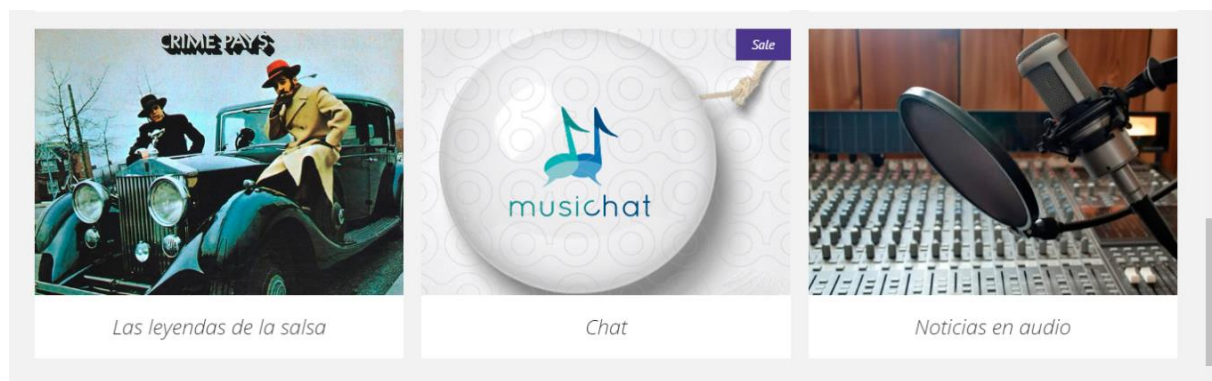


El portal tendrá un tercer segmento en el home que estará compuesto por un ventana denominada 'las figuras de la salsa', un espacio dedicado a facilitar la información pertinente sobre las orquestas, agrupaciones, cantantes y artistas del género de mayor relevancia en Cali, Colombia, Puerto Rico, Cuba y Nueva York, en donde los usuarios podrán encontrar su discografía, galería de fotos, videos y el compilado de información de carácter periodístico que se recoja a través del tiempo.

Una segunda ventana en este tercer segmento será utilizada para la interacción de nuestros usuarios con artistas a través de videochat, eventos que serán difundidos a través de las redes sociales para la convocatoria y tendrá igualmente la difusión a través de nuestra cuenta en twitter, del minuto a minuto.

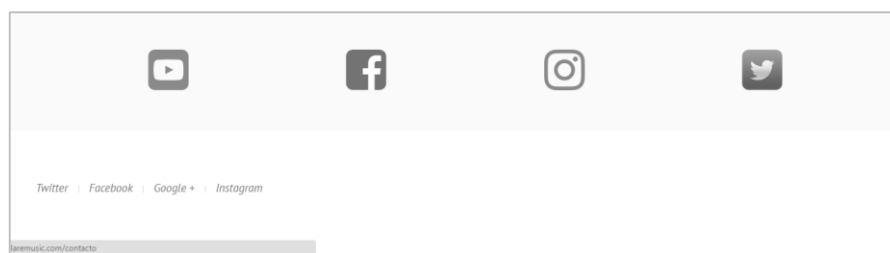
La tercera ventana reunirá los podcasts que permitirán la exposición de piezas de audio que configuren el formato de crónica radial y audios de entrevistas grabadas en este formato, que sirvan especialmente en momentos en los que la coyuntura informativa apremie y permita que la inmediatez cumpla su tarea de informar.

### Imagen 8. Segmento 3: Historias de la Salsa, VideoChat y Podcasts



En otro segmento de la página de inicio estarán dispuestos los Widgets de las redes sociales y el botón para registrarse en nuestra base de datos para recibir información a través de email y redes sociales que genere el portal.

### Imagen 9: Segmento 4: Redes sociales



En el mediano plazo, se proyecta contar con otra herramienta digital que facilite aún más el acceso de los usuarios a nuestros contenidos. Se desarrollará una aplicación (app) para dispositivos móviles

### Imagen 10: Aplicación para dispositivos móviles



### 8.3. Estrategia en Redes Sociales:

Mejia Llano (2013) afirma que el *Inbound Marketing* tiene como objetivo que los usuarios en redes sociales lleguen al producto o servicio por iniciativa propia, atraídos por información y contenidos de calidad (p. 229). Así, la estrategia que se desarrollará para este portal estará basada en dicho concepto, publicando textos y piezas gráficas o audiovisuales en redes sociales que llamen la atención de los usuarios con contenidos muy llamativos que generen tráfico hacia el sitio.

Las redes sociales serán un vehículo promotor del flujo constante de información que dinamizará la interacción con los usuarios y la difusión de los contenidos del portal. Sin embargo, no todas publicaciones hechas en estas plataformas direccionarán al sitio web, sino que tendrán protagonismo en las mismas redes sociales. Un ejemplo de ello, será la publicación de tips de interés o curiosidades

de la salsa como: ¿Sabías que las agrupaciones llamadas conjuntos tienen una conformación en la que la percusión cuenta solamente con la conga, el bongó y está excluido el timbal? O ¿sabías que una ´Sonora´ se le llama a aquella agrupación que en la sección de vientos está conformada únicamente por trompetas? Este tipo de información se publicará a través de infografías y /o fotografías que son elementos atractivos y amigables con el usuario que inducen a la acción de compartir, comentar y calificar.

La publicación de este tipo de contenidos y los que direccionan al portal web serán actualizados cada 3 horas. Esto mantendrá una actividad constante que incrementará la exposición y viralización de los contenidos tanto del sitio como de las mismas redes sociales.

Las plataformas que conformarán la estrategia de mercadeo en redes sociales son:

### **8.3.1. Youtube: La Re Music**

El video será una herramienta fundamental para lograr el posicionamiento del sitio Web. Gran parte de los contenidos serán presentados en este formato, pues es una de las maneras más efectivas de comunicar un mensaje. El registro audiovisual de los eventos desarrollados en Cali entorno a la salsa, además de las entrevistas, crónicas y perfiles realizados a los protagonistas de este género, con criterio editorial y tecnológico de alta calidad serán el elemento principal para cautivar al público e ir ganando seguidores en las redes sociales y usuarios en el portal Web.

Según Mejia Llano (2013), experto en marketing online y redes sociales, las ventajas de esta plataforma es que “los usuarios pueden subir y compartir videos de manera gratuita sin preocuparse de los costos de almacenamiento o ancho de banda necesario para poderlos visualizar” (p.142).

Mejia Llano (2013) también indica los beneficios de usar Youtube como una estrategia de mercadeo pues afirma que el video es un formato atractivo y capta la atención del usuario con facilidad, que además complementa muy bien la información dada en texto y genera confianza y credibilidad (p.142,143).

Así, el canal de videos en YouTube **La Re Music**, es un elemento esencial para el trabajo de difusión de los contenidos que ayudará al objetivo de posicionar el portal y fortalecer la imagen de Cali como capital mundial de la salsa.



### 8.3.2. Facebook: La Re Music

En la actualidad esta plataforma es considerada una poderosa herramienta para el marketing digital, pues “tiene 1.150 millones de usuarios activos en todo el mundo, según reporte oficial de la compañía” (Caturini, 2016).

Para lograr un efectivo posicionamiento del portal Web, es de suma importancia desarrollar una estrategia de mercadeo en esta red social, pues son múltiples los beneficios que Facebook genera a las empresas que la emplean esta plataforma para fines de comunicación, comerciales o publicitarios.

Para Mejia Llano (2013) Facebook opera como una herramienta de branding para dar a conocer o posicionar marcas, establece un contacto directo con los clientes actuales y potenciales, genera tráfico hacia los sitios web, permite conocer mejor a los usuarios para crear estrategias de fidelización, sirve como un amplificador de la información que se quiere comunicar y además genera cercanía con los clientes pues permite la interacción y retroalimentación de estos hacia los mensajes que se publican (p.111).

Nuestro proyecto incluirá la estrategia de comunicación a través de Facebook con la creación de la Fan Page **La Re Music**, en el que se compartirán todos los contenidos en formato audiovisual, fotográfico, infográfico y audios desarrollados para el portal Web, con el fin de incrementar la viralidad y obtener una mayor visualización de los contenidos y direccionamiento hacia el portal.

### 8.3.3. Twitter: @Laremusic

La autodefinition que da Twitter de su servicio es: “Twitter es una red de información basada en mensajes de 140 caracteres llamados tuits. Es una forma nueva y fácil de descubrir las últimas noticias relacionadas con los temas y las personas que te interesan (Mejia Llano, 2013, p.120)”.

Basados en la anterior definición, esta red social es de gran utilidad para la difusión de contenidos sobre el tema específico de la Salsa. En esta plataforma, la cuenta será **@Laremusic** en la que se compartirán videos, fotos e infografías de los contenidos del portal, con un texto corto que capte la atención del usuario y lo direcciona hacia este sitio.

En términos de mercadeo el uso más común que se le da a esta plataforma es la promoción de marca y eventos, generación de leads e interacción con los clientes o usuarios en tiempo real (Prodromou, 2013). Adicionalmente, esta herramienta hace uso de los hashtags con los que, en este caso se puede unificar información específica sobre la salsa, hacerlos populares y en momentos determinados llegar a ser tendencia, según la coyuntura que tenga el tema que se publique.

#### **8.3.4. Instagram: La Re Music**

Esta es una red social visual que permite a los usuarios compartir imágenes tomadas con su dispositivo móvil. Esta plataforma sirve particularmente para documentar lo que está sucediendo y su herramienta de geolocalización permite relacionar los acontecimientos con el lugar donde están ocurriendo (Mejia Llano, 2013. p.154,155).

En este sentido, la cuenta en Instagram **La Re Music** servirá para publicar el contenido gráfico del cubrimiento que se haga a eventos relacionados con la salsa y el registro fotográfico de las entrevistas y encuentros con las celebridades y protagonistas de este género musical. En esta red social también se hará uso de los hashtags para ampliar la visibilidad de los contenidos publicados.

## 9. CONCLUSIONES

Durante el proceso de indagación en el que se buscaron experiencias similares al ejercicio de difusión de información sobre el tema de la salsa, no se encontró ningún sitio web que esté diseñado con las características que se proponen en este proyecto. Existen algunos blogs o portales de noticias en los que ocasionalmente se publican notas o textos relacionados con artistas o eventos de este género musical, pero sin la intención de resaltar la historia o la cultura de la salsa, sino de informar un acontecimiento o tratar una situación coyuntural al respecto.

De igual forma, no se encontraron antecedentes en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram que sean complemento de un sitio Web principal y que sean usadas como parte de una estrategia de comunicación sobre el género a. Se hallaron algunos grupos y fanpages con pocos seguidores y un muy bajo porcentaje de aceptación e interacción con los usuarios, pues la mayor parte de sus contenidos se limitan a la publicación de videos musicales.

En este sentido, se concluye que la pertinencia de desarrollar una estrategia de difusión en Internet sobre la salsa en Cali, fortalecerá la imagen de la ciudad como capital mundial de este género musical, toda vez que, a través de la producción de contenidos periodísticos que recalquen la importancia de su historia, evidencien y justifiquen la influencia de esta música y sus protagonistas en las culturas de los pueblos latinos y de las noticias de actualidad de este entorno musical, soportarán y documentarán más allá de las notas musicales su real importancia y condensará en un medio de comunicación la información profunda que los usuarios esperan tener.

El análisis de los antecedentes citados anteriormente y el desarrollo de la estrategia, dejan además, las siguientes conclusiones:

- Es de vital importancia la planeación estratégica de las publicaciones, pues es determinante que el flujo de información sea constante y que los usuarios empiecen a reconocer la periodicidad de las mismas. Es decir, que los seguidores en las redes sociales y visitantes en el sitio web, puedan identificar el tipo de contenido que se publicará diaria o semanalmente (la entrevista de la semana, la columna de opinión de un experto, las historias del baúl de la salsa, etc.)

- La constancia de las publicaciones fortalecerá el tejido originado por un flujo de información permanente, periódico y con posibilidades de interacción con los usuarios.
- El desarrollo de esta estrategia permitirá el crecimiento, la permanencia y la transformación del medio en una fuente de referencia confiable para el público interesado en obtener información sobre este género musical.
- Debido a que los contenidos serán desarrollados por profesionales del periodismo, con la contribución de expertos, investigadores, escritores y conocedores del entorno que enmarca este género musical se garantizará la calidad editorial de las publicaciones, lo cual redundará en altos niveles de confianza por parte de los usuarios.
- Este sitio web servirá como fuente de consulta para dos tipos de público: el primero, el usuario que gusta del género salsa y como entretenimiento le atrae la información actual y las historias que acontecen alrededor de sus artistas favoritos; el segundo, será el mismo sector periodístico y personas del gremio salsero que considerarán este sitio como fuente de referencia, debido a los altos estándares de calidad en la información allí suministrada.
- Las redes sociales serán las arterias difusoras que concitarán el interés, facultarán la interacción y darán cuenta de los ciclos periódicos de las publicaciones atrayendo o cooptando nuevos usuarios y fidelizando aquellos que se han compenetrado con el portal.

Así, el desarrollo de una estrategia de comunicación que involucre contenidos periodísticos y el uso de las tecnologías de información de última generación para su difusión garantizará el fortalecimiento de la imagen de Cali como capital mundial de la salsa, pues el público encontrará en ella una fórmula perfecta de contenido y forma.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Caturini, L. (30 de mayo de 2016). *Redes Sociales: Enciclomedios*. . Obtenido de Enciclomedios: <http://wp.encyclomedios.com/?p=19822>
- Gaviria, Mauricio; Unidad de Comunicaciones de la CAF y la FNPI. (2005). Para viajar confiadamente al futuro. *¿Hacia dónde va el periodismo? Memorias de la conferencia realizada en Bogotá D.C., Colombia, organizada por la CAF y la FNPI* (págs. 69-78). Bogotá: Unidad de Comunicaciones de la CAF y la FNPI.
- Mejía Llano, J. C. (2013). *La Guía del Community Manager*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Pedraza Jimenez, R. (11 de abril de 2010). *La Difusión Cultural en la Web*. Obtenido de Slideshare: <http://es.slideshare.net/rpedraza/difusion-cultural-en-la-web>
- Picatto, F. (1 de septiembre de 2009). *Fundacion Nuevo Periodismo Iberoamericano*. Obtenido de Seminario de Calidad Periodística: No todo está inventado : [http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/Actividades\\_2009/Monterrey\\_2009/relatoria\\_monterrey2009.pdf](http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/Actividades_2009/Monterrey_2009/relatoria_monterrey2009.pdf)
- Prodromou, T. (21 de marzo de 2013). *Marketing. Entrepreneur. Cómo usar Twitter para vender y hacer marketing*. Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/265833>
- Quiroz Pacheco, Y. R. (15 de Octubre de 2014). *Revista Cultura*. Obtenido de Las redes sociales como herramientas del periodismo digital: [http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU\\_28\\_1\\_las-redes-sociales-como-herramientas-del-periodismo-digital.pdf](http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_28_1_las-redes-sociales-como-herramientas-del-periodismo-digital.pdf)
- Restrepo, H. (1 de Noviembre de 2013). *Taller Ética en la Red: reglas para un periodismo útil y sensato*. Obtenido de Etica Segura. Red Etica y Periodismo: <https://drive.google.com/file/d/0B1hurakS2ONLbkZ1c0c5U0RMblk/edit?pref=2&pli=1>