

**ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN APLICADA EN LA
SOCIALIZACIÓN DE OBRAS PÚBLICAS QUE HA DESARROLLADO LA
SECRETARÍA DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN EN LA COMUNA 20 DE
SANTIAGO DE CALI**

DIEGO FERNANDO LENIS CALDERÓN



**UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI
FACULTAD DE HUMANIDADES Y ARTES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
SANTIAGO DE CALI
2023**

**ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN APLICADA EN LA
SOCIALIZACIÓN DE OBRAS PÚBLICAS QUE HA DESARROLLADO LA
SECRETARÍA DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN EN LA COMUNA 20 DE
SANTIAGO DE CALI**

DIEGO FERNANDO LENIS CALDERÓN

**Trabajo para optar al título de
Magister en Comunicación Estratégica**

**Director
PhD. Ana Carolina Ardila Behar**



**UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI
FACULTAD DE HUMANIDADES Y ARTES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
SANTIAGO DE CALI
2023**

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Universidad por brindarme la oportunidad de formarme como profesional y por el apoyo constante durante todo mi proceso de aprendizaje. Gracias a los conocimientos adquiridos y a la formación recibida, he podido llevar a cabo una investigación que se refleja en el documento de Tesis que hoy presento.

También quiero agradecer a mi familia por su incondicional apoyo y por ser mi fuente de motivación en todo momento. Sin su amor y respaldo, no habría sido posible llegar hasta aquí.

Finalmente, quiero agradecerme a mí mismo por el esfuerzo y dedicación que he puesto en esta investigación. Ha sido un camino lleno de desafíos y aprendizajes, pero el resultado final es una muestra de mi compromiso y perseverancia.

TABLA DE CONTENIDO

| | pág. |
|--|-----------|
| 1. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN APLICADA EN LA SOCIALIZACIÓN DE OBRAS PÚBLICAS QUE HA DESARROLLADO LA SECRETARÍA DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN EN LA COMUNA 20 DE SANTIAGO DE CALI | 14 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 14 |
| 1.2 PREGUNTA | 18 |
| 1.3 OBJETIVOS | 18 |
| 1.3.1 Objetivo General | 18 |
| 1.3.2 Objetivos específicos | 18 |
| 1.4 JUSTIFICACIÓN | 19 |
| 1.5 ANTECEDENTES | 20 |
| 1.5.1 Antecedentes internacionales | 20 |
| 1.5.2 Antecedentes nacionales | 22 |
| 1.5.3 Antecedentes locales | 24 |
| 1.6 MARCO REFERENCIAL | 26 |
| 1.6.1 Comunicación Organizacional | 26 |
| 1.6.2 Comunicación externa en entidades publicas | 27 |
| 1.6.3 Comunicación Estratégica y Gestión pública | 29 |
| 1.6.4 De la Comunicación Pública a la Comunicación Política | 32 |
| 1.6.5 Mecanismos de participación ciudadana. | 34 |
| 1.6.6 La socialización. | 35 |
| 1.7 MARCO CONTEXTUAL | 36 |

| | |
|--|-----------|
| 1.7.1 Ministerio Del Deporte | 36 |
| 1.7.2 Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali | 37 |
| 1.7.3 Observatorio del Deporte, la Recreación y la Actividad Física de Santiago de Cali – ODRAF | 37 |
| 1.8 MARCO LEGAL | 38 |
| 1.8.1 Manual de Escenarios Deportivos Mindeportes | 38 |
| 1.8.2 Decreto 0516 de 2016 | 39 |
| 1.8.3 Decreto 0128 de 2023 | 40 |
| 1.8.4 Acuerdo 0560 de 2022 – Adopción de la política pública “CALI CIUDAD DEPORTIVA” | 40 |
| 1.9 METODOLOGÍA | 41 |
| 1.9.1 Enfoque de investigación | 41 |
| 1.9.2 Método de investigación | 42 |
| 1.9.3 Técnica e instrumentos de investigación | 43 |
| 1.9.4 Muestra Poblacional de investigación | 46 |
| 1.9.5 Fases de investigación | 47 |
| 1.9.6 Cronograma | 48 |
| 2. ANALISIS DE RESULTADOS | 49 |
| 2.1 DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA SECRETARÍA DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN DE CALI PARA LA SOCIALIZACIÓN DE OBRAS PÚBLICAS | 49 |
| 2.1.1 Medios y canales de comunicación | 50 |
| 2.1.2 Frecuencia de las visitas a la comunidad | 50 |
| 2.1.3 Frecuencia de la entrega de información a la comunidad | 51 |
| 2.1.4 Gestión de las interacciones con la comunidad en términos comunicativos | 52 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.5 Objetivos específicos de la socialización de obras públicas | 53 |
| 2.1.6 Estrategia de comunicación | 54 |
| 2.1.7 Diseño y planificación de la estrategia de la socialización de obras públicas | 55 |
| 2.1.8 Responsables del diseño y ejecución de la estrategia de socialización | 56 |
| 2.1.9 Definición de los contenidos y mensajes clave para la socialización de obras públicas | 56 |
| 2.1.10 Actividades específicas de la estrategia de socialización | 57 |
| 2.1.11 Otras actividades de socialización distintas que realiza la Secretaría de Deporte y Recreación | 58 |
| 2.2 PERSPECTIVAS DE LOS HABITANTES DE LA COMUNA 20, EN RELACIÓN CON LA SOCIALIZACIÓN DE OBRAS PÚBLICAS DE LA SECRETARÍA DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN DE CALI. | 59 |
| 2.2.1 Percepción del objetivo que cumple la socialización | 60 |
| 2.2.2 Percepción de la idoneidad de los medios y canales de comunicación | 60 |
| 2.2.3 Percepción de la comunidad, respecto a la frecuencia de visitas de la secretaria a la comuna para hacer seguimiento a estos procesos | 61 |
| 2.2.4 Percepción de la idoneidad de la frecuencia de información a la comunidad sobre los avances y la gestión de las Obras Públicas | 62 |
| 2.2.5 Percepción de la idoneidad de las redes sociales de la secretaria del Deporte para socializar las obras | 63 |
| 2.2.6 Actividades que desarrolla de manera autónoma la comunidad con la Secretaría durante los procesos de socialización | 63 |
| 2.2.7 Estrategia de comunicación de la comunidad para transferir la información de las obras que realiza la Secretaría | 64 |
| 2.2.8 Percepción de la idoneidad de la gestión de las interacciones en términos comunicativos con la Secretaría del Deporte | 65 |

3. NECESIDADES, OPORTUNIDADES, PROBLEMÁTICAS Y POSIBLES SOLUCIONES DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN APLICADA EN LA

| | |
|---|-----------|
| SOCIALIZACIÓN DE OBRAS PÚBLICAS POR LA SECRETARÍA DE DEPORTE Y RECREACIÓN EN LA COMUNA 20 DE CALI. | 66 |
| 3.1 ANALISIS COMPARADO DE LAS RESPUESTAS A LAS ENTREVISTAS | 67 |
| 3.1.1 Comparación de las respuestas en función del objetivo que cumple la socialización | 67 |
| 3.1.2 Comparación de las respuestas en función de la idoneidad de los medios y canales de comunicación | 68 |
| 3.1.3 Comparación de las respuestas en función de la frecuencia de visitas y la idoneidad de la frecuencia de información a la comunidad sobre los avances y la gestión de las Obras Públicas de la Secretaría en la Comuna 20 para hacer seguimiento a estos procesos. | 70 |
| 3.1.4 Comparación de las respuestas en función de la idoneidad de las redes sociales de la secretaria del Deporte para socializar las obras | 71 |
| 3.1.5 Comparación de las respuestas en función de la idoneidad de la gestión de las interacciones en términos comunicativos con la Secretaría del Deporte | 72 |
| 3.2 NECESIDADES | 74 |
| 3.3 OPORTUNIDADES | 75 |
| 3.4 PROBLEMÁTICAS | 76 |
| 3.5 POSIBLES SOLUCIONES | 77 |
| 3.1 ANALISIS DOFA | 83 |
| CONCLUSIONES | 85 |
| REFERENCIAS | 89 |

LISTA DE ILUSTRACIONES

pág.

| | |
|--|----|
| Ilustración 1. Modelo de comunicación estratégica planteado en el trabajo Diseño de un modelo de comunicación estratégica para la gerencia de proyectos en el sector público (2021)..... | 23 |
|--|----|

LISTA DE TABLAS

| | pág. |
|---|-------------|
| Tabla 1. Matriz de congruencia para la determinación de preguntas de entrevista | 43 |
| Tabla 2. Muestras de población de estudio | 46 |

RESUMEN

Este documento presenta un análisis de la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas en la Comuna 20 de Santiago de Cali. El problema abordado es la falta de participación ciudadana en los proyectos de obras públicas, lo que puede llevar a una falta de transparencia y una mala gestión de los recursos públicos. Los objetivos de investigación propuestos son analizar la estrategia de comunicación utilizada por la Secretaría del Deporte y la Recreación en la Comuna 20, identificar las fortalezas y debilidades de la estrategia y proponer recomendaciones para mejorarla. La metodología utilizada es de enfoque cualitativo y se apoya en la aplicación de un cuestionario tipo entrevista semiestructurada. Los principales resultados obtenidos muestran que la estrategia de comunicación utilizada tuvo un impacto positivo en la participación ciudadana y que se pueden implementar mejoras en la estrategia para lograr una mayor participación. La principal conclusión del estudio es que la comunicación efectiva es esencial para lograr una mayor participación ciudadana en los proyectos de obras públicas y que se deben implementar estrategias de comunicación más efectivas para lograr una mayor transparencia y una mejor gestión de los recursos públicos.

Palabras clave: estrategia de comunicación, socialización de obras públicas, participación ciudadana, transparencia, gestión de recursos públicos, Santiago de Cali.

ABSTRACT

This document presents an analysis of the communication strategy applied in the socialization of public works in Comuna 20 of Santiago de Cali. The problem addressed is the lack of citizen participation in public works projects, which can lead to a lack of transparency and poor management of public resources. The proposed research objectives are to analyze the communication strategy used by the Secretariat of Sports and Recreation in Comuna 20, identify the strengths and weaknesses of the strategy, and propose recommendations for improvement. The methodology used is a mixed approach and is supported by the application of a survey questionnaire. The main results show that the communication strategy used had a positive impact on citizen participation and that improvements can be made to the strategy to achieve greater participation. The main conclusion of the study is that effective communication is essential to achieve greater citizen participation in public works projects and that more effective communication strategies should be implemented to achieve greater transparency and better management of public resources.

Keywords: communication strategy, public works, citizen participation, Santiago de Cali, analysis, recommendations.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis hace parte del Centro de Estudios e Investigaciones en Ciencias Sociales y Humanas (CISOH), de la Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Santiago de Cali y se adscribe al Grupo de Investigación de Ciencias Sociales, Humanas y Artes (GISOHA), en la línea de investigación tres: Publicidad, Comunicación en las Organizaciones y Arte. La investigación pretende llevar a cabo un análisis del estado actual de la estrategia de comunicación dentro de una entidad pública.

Santiago de Cali es una ciudad colombiana con una población de más de 2,5 millones de habitantes. La ciudad es conocida por su rica historia, su diversidad cultural y su animada vida nocturna. Sin embargo, como muchas ciudades en países en desarrollo, Santiago de Cali enfrenta importantes desafíos para proporcionar servicios básicos e infraestructura a sus ciudadanos. Los proyectos de obras públicas son esenciales para abordar estos desafíos y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

La Comuna 20 es uno de los 22 distritos que conforman Santiago de Cali. Se encuentra en la parte oriental de la ciudad y tiene una población de aproximadamente 100.000 habitantes. El distrito es conocido por sus actividades culturales y deportivas, como el Festival de las Flores y los Juegos Nacionales. Sin embargo, al igual que muchos distritos de la ciudad, la Comuna 20 enfrenta importantes desafíos para proporcionar servicios básicos e infraestructura a sus ciudadanos.

El problema abordado en esta investigación es la falta de participación ciudadana en los proyectos de obras públicas en la Comuna 20 de Santiago de Cali. Este problema puede llevar a una falta de transparencia y una mala gestión de los recursos públicos. Los objetivos de investigación propuestos son analizar la estrategia de comunicación utilizada por la Secretaría del Deporte y la Recreación en la Comuna 20, identificar las fortalezas y debilidades de la estrategia y proponer recomendaciones para su mejora.

Este documento es una valiosa contribución al estudio de la comunicación estratégica en el contexto de los proyectos de obras públicas en la Comuna 20 de Santiago de Cali. Los resultados de la investigación proporcionan información valiosa para mejorar la estrategia de comunicación y lograr una mayor participación ciudadana en los proyectos de obras públicas.

En este trabajo de grado se resalta la importancia de entender el papel que juega la comunicación estratégica en organizaciones públicas como la Secretaría de Deporte y Recreación de Santiago de Cali, es por eso por lo que es necesario ahondar en distintos conceptos relacionados en torno a la gestión de las estrategias de comunicación, comunicación estratégica, comunicación organizacional, comunicación política, comunicación estratégica en el sector público y comunicación de crisis. Los cuales nos permitió generar un amplio análisis interpretativo sobre el problema estudio.

En la metodología el enfoque de investigación utilizado para responder a los objetivos planteados, fue el cualitativo. Lo que me permitió conocer las perspectivas de los habitantes y determinar las necesidades, oportunidades y problemáticas de la estrategia de comunicación aplicada por la Secretaría del Deporte, por eso enfoque cualitativo me permitió obtener información detallada y comprensiva sobre esas experiencias y perspectivas de los habitantes.

El método de investigación utilizado en este trabajo fue es el descriptivo y explicativo. Se diseñaron instrumentos y técnicas de recolección de información que se ajustaron a este método. Como técnica de recolección de información se utilizó la entrevista y como técnica de análisis de información la matriz DOFA. Estas técnicas permitieron obtener información detallada y comprensiva sobre las experiencias y perspectivas de los habitantes en relación a la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas en la Comuna 20 de Santiago de Cali del año 2023.

En términos de la muestra, se determinó utilizar una muestra por conveniencia y aplicar las entrevistas a nueve sujetos clave, pertenecientes a los dos grupos involucrados en el proceso: el equipo de Planeación Secretaría de Deporte y Recreación y los representantes de la comuna 20.

La investigación se dividió en cinco fases principalmente:

1. **Fase de planificación:** En esta fase se definieron los objetivos específicos de la investigación, actores principales, se diseñaron los instrumentos de recolección de información, guías de la entrevista y matriz DOFA.
2. **Fase de recolección de información:** En esta fase se aplicaron las entrevistas y se elaboró la matriz DOFA.

3. **Fase de análisis de información:** En esta fase se analizaron los datos recabados de las entrevista aplicadas, que permitieron conocer las perspectivas de los habitantes en relación con la socialización y se determinaron las necesidades, oportunidades, y problemáticas relacionadas con la estrategia de comunicación.
4. **Fase de interpretación y conclusiones:** En esta fase se interpretaron resultados obtenidos y se formularon las conclusiones.
5. **Fase de comunicación de resultados:** En esta fase se redacta el informe final de investigación.

Los resultados obtenidos fueron organizados según las categoría de análisis. Estas categorías de análisis se han definido a partir de los objetivos específicos planteados en la investigación y permitieron una descripción detallada de la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas en la Comuna 20 de Santiago de Cali en el año 2023. Cada categoría de análisis se enfoca en un aspecto específico de la estrategia de comunicación, como por ejemplo, las herramientas de comunicación utilizadas, los canales de comunicación empleados, la participación de la comunidad en el proceso de toma de decisiones, entre otros. A partir de los resultados obtenidos de las entrevistas semiestructuradas, se presentan las principales características de cada categoría de análisis y se hacen recomendaciones para mejorar la estrategia de comunicación en futuros proyectos de obras públicas en la ciudad.

1. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN APLICADA EN LA SOCIALIZACIÓN DE OBRAS PÚBLICAS QUE HA DESARROLLADO LA SECRETARÍA DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN EN LA COMUNA 20 DE SANTIAGO DE CALI

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunicación estratégica se refiere a la planificación y ejecución de una determinada estrategia de comunicación que tiene un objetivo previamente determinado (Cervi et al, 2022), lo cual implica la identificación de los objetivos de comunicación, la definición de los mensajes clave, la selección de los canales de comunicación adecuados y la medición de los resultados. Si se piensa en clave estratégica, la comunicación se transforma en herramienta clave para mejorar la transparencia y la participación ciudadana en la gestión pública, así como para alcanzar objetivos específicos en el ámbito organizacional y gubernamental, y con esto, se contribuye a la construcción de un Estado moderno, y eficiente (Armas, 2015).

La comunicación estratégica se ha convertido en una herramienta vital para las empresas, organizaciones e instituciones públicas o privadas en la actualidad, mucho más con la creciente competencia en los mercados globales y la rápida evolución de la tecnología, que obliga a que cada día se construyan lazos de comunicación efectiva para llegar a un público objetivo y lograr diversos propósitos. Al respecto, Cortez (2023) asegura que, en el caso de las entidades públicas, la comunicación estratégica es un proceso que busca establecer una relación efectiva con las audiencias y es fundamental para establecer una relación efectiva con los ciudadanos, con el fin de cumplir con sus planes de gobierno. Es por eso por lo que estas nuevas formas de comunicar, de manera estratégica, cada vez se enfocan más en crear y transmitir mensajes clave de manera coherente y efectiva a través de diversos canales de comunicación, para establecer una conexión emocional y construir relaciones duraderas.

Con lo anterior coinciden Preciado y Hoyos (2010) al indicar que las organizaciones públicas pueden utilizar estrategias de comunicación estratégica para mejorar su imagen pública, aumentar su legitimidad, influir en la opinión pública y lograr sus objetivos políticos.

En este sentido, es necesario que una buena estrategia de comunicación acompañe cualquier tipo de iniciativa gubernamental, pues trabaja como aliada a la hora de marcar opiniones entre la ciudadanía que se impacta y es fundamental para que estas personas puedan tomar decisiones, incluso, electorales, pues, "la comunicación estratégica puede ser utilizada para influir en la opinión pública y en

las decisiones políticas, así como para movilizar a los ciudadanos en torno a una causa o tema específico" (Preciado, 2005, p. 5).

Considerando lo expuesto, los comunicadores en organizaciones públicas deben pensar de manera estratégica y pensar que lo que se está comunicando hoy es vital para lo que se quiere comunicar el día de mañana, pues cada acción comunicativa refuerza esas bases que serán importantes en días, meses o años.

Por otro lado, Canal (2018) puntualiza que hay diversas formas de comunicar estratégicamente en los sectores públicos y resalta que, a diferencia de la comunicación en campañas políticas, que tiene un objetivo muy claro, ganar elecciones, la estrategia comunicacional de la administración se enfrenta al reto de reconstruir o conservar la confianza del ciudadano.

Es así como la comunicación estratégica se convierte en un impulsor de la creación de valor en la medida que pretende afectar las percepciones y la valoración que los diferentes públicos de interés tengan de la organización, para llevarla a altos niveles de favorabilidad, fidelidad y compromiso según las expectativas de cada segmento. (Bohórquez y García, 2020).

Sumado a esto, la comunicación en organizaciones públicas se debe entender como un bien que toda entidad debe dar a toda la comunidad, pues es un derecho de los ciudadanos y un deber de las entidades gubernamentales, pues la información es un bien colectivo que resulta indispensable para el conocimiento de los procesos internos que debe alcanzar todos los niveles "mediante la implementación de sistemas de información y de procesos que garanticen su adecuado flujo en todas las direcciones" (Alcaldía de Santiago de Cali, 2022, p,10).

En el caso de Santiago de Cali, la Alcaldía Distrital implementa planes de comunicación en una oficina centralizada, ubicada en el edificio del Centro Administrativo Municipal (CAM) para impactar las 21 comunas y 15 corregimientos, planes que son ejecutados por diferentes equipos de profesionales empleados en el sector público en sus diferentes Secretarías para que se cumpla la misión institucional. Estos planes de comunicación buscan la participación ciudadana, de los diversos sectores comunitarios, sociales y económicos, en integración con la región, el país y el concierto global (Alcaldía Santiago de Cali, 2023).

Con relación a la Secretaría del Deporte y la Recreación, esta dependencia se creó en el año de 1995 tras la expedición del Decreto 1547 para dar cumplimiento a la Ley 181 de 1995 que en su artículo 69 establece la creación del ente deportivo a todos los municipios, distritos y capitales de departamento (Alcaldía de Santiago de Cali, 2010); posteriormente, el Concejo Distrital de Cali, a través del Acuerdo 01 del 9 de mayo de 1996 en su artículo 339, dio total autonomía a esta dependencia para inversión en el sector deportivo de la ciudad, y nace la necesidad de comunicar su trabajo para comenzar a tener un espacio entre la ciudadanía.

En la actualidad, la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali tiene como objetivo principal diseñar, implementar, evaluar y controlar políticas, planes, programas y proyectos para el deporte y la recreación en el municipio de Cali, por lo que algunas de sus funciones incluyen la expedición de resoluciones de reconocimientos deportivos a clubes, fomentando su creación en comunas y corregimientos; y la orientación a las ligas deportivas en todo lo relacionado con su funcionamiento y desarrollo; la organización de eventos deportivos y recreativos en la ciudad, como son el Campeonato Panamericano de Duetlón y la Carrera Ciclo vida RUN 7K de la Familia.

La Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali tiene dos funciones adicionales que son las que competen a la presente investigación:

Por una parte, es responsable del diseño, implementación y evaluación de planes y proyectos recreativos y deportivos para las comunidades del municipio de Cali, en coordinación con los estamentos deportivos y comunitarios de la ciudad, de acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal; por otra parte; por otro lado, la Secretaria también se encarga de la infraestructura deportiva y recreativa realizando el diseño, mantenimiento, adecuación y construcción de instalaciones deportivas (Alcaldía Santiago de Cali, 2023).

Una de las funciones que mayor complejidad ha representado para la secretaria, corresponde precisamente con las acciones de comunicación estratégica, orientadas a la socialización del avance o finalización de dichas obras públicas en responsabilidad de la Secretaría de Deporte y Recreación, dada la dificultad de comunicar de manera efectiva a los diferentes miembros de la comunidad, los avances que en dicho ámbito se han realizado. Tal dificultad genera en la comunidad una percepción que puede ser equivocada, y que puede dar cuentas que la gestión realizada por una organización pública como lo es la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali, ha sido ineficiente.

Al respecto, el trabajo realizado por Caicedo (2004) asegura que la información es un elemento crucial para los gobiernos, tanto nacionales como locales, y favorece el alcance de sus objetivos y metas de manera eficiente, siempre y cuando esta comunicación gubernamental sea clara, eficiente y transparente, de modo que la ciudadanía pueda comprender las políticas públicas, las líneas de acción, y las obras públicas, y participar activamente en el proceso de toma de decisiones. La comunicación gubernamental resulta indispensable para lograr una gestión exitosa, y para ello su carácter bidireccional es esencial para que el gobierno pueda no solo comunicar, sino también conocer las necesidades y demandas de la comunidad, y así tomar decisiones informadas (Caicedo, 2004).

Puede decirse que cuando la comunicación política no funciona adecuadamente, no se alcanza el consenso y, en consecuencia, la gestión se ve afectada, lo cual puede suceder bien sea que se incumplan los compromisos pactados con la

ciudadanía, o bien sea que se cumplan, pero no se hayan comunicado eficientemente (Caicedo, 2004). En suma, puede decirse que una comunicación efectiva posibilita establecer una relación directa y eficaz con la ciudadanía, generando confianza y consenso en torno a la gestión de las obras públicas.

Coherente con la importancia de la comunicación estratégica que refieren los autores, en el año 2016 se crea el Observatorio del Deporte, la Recreación y Actividad Física de Santiago de Cali (en adelante ODRAF) para que, dentro de sus diferentes funciones, colabore con la Secretaría del Deporte y la Recreación en la realización de estudios, investigaciones y proyectos relacionados con el deporte y la recreación en la ciudad. El principal objetivo del ODRAF es recopilar, analizar y difundir información relevante sobre el deporte, la recreación y la actividad física en Cali, con el fin de apoyar la toma de decisiones y la formulación de políticas públicas en este ámbito (Alcaldía Santiago de Cali, 2023).

Algunas de las responsabilidades del ODRAF están relacionadas con la socialización de obras públicas, por ejemplo: en su función de recopilar, analizar y difundir información relevante sobre el deporte, la recreación y la actividad física en Cali (Alcaldía Santiago de Cali, 2023), se incluye la información sobre el diseño, avance y construcción de las infraestructuras deportivas y recreativas de la ciudad. En su función de apoyar la toma de decisiones y la formulación de políticas públicas en el ámbito del deporte y la recreación (Alcaldía Santiago de Cali, 2023), se involucra la responsabilidad de identificar necesidades y prioridades en términos de infraestructura deportiva y recreativa, para lo cual, los resultados de socialización a la comunidad son determinantes.

Y finalmente en su función de colaborar con la Secretaría del Deporte y la Recreación en la realización de estudios, investigaciones y proyectos relacionados con el deporte y la recreación en la ciudad (Alcaldía Santiago de Cali, 2023), está incluida la evaluación de la efectividad y el impacto de las obras públicas en el ámbito deportivo y recreativo.

La dirección de la ODRAF (Galeano, 2023) recalca que es deber de la entidad socializar todo tipo de obra pública con la comunidad y que esto implica la complejidad de comunicar efectivamente los avances de las obras y su justificación en términos de las diferentes variables que les afectan, las cuales incluyen aspectos jurídicos, técnicos, financieros, ambientales, sociales, e incluso epidemiológicos, dada la reciente aparición de crisis pandémicas.

Teniendo en cuenta lo anterior, la presente investigación propone que el elemento que conecta la satisfacción ciudadana con la gestión pública no solo radica en la buena gestión en sí misma, sino también en la capacidad en términos de

comunicación estratégica, que para este caso posea la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali.

Dado lo anterior, en el presente documento de investigación se analiza la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación, planteando como objeto de estudio la comuna 20 de Cali en lo corrido del año 2023.

1.2 PREGUNTA

¿Qué análisis se puede hacer de la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la comuna 20 de Cali en el año 2023?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Analizar la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la comuna 20 de Cali en el año 2023.

1.3.2 Objetivos específicos

Describir la estrategia de comunicación que se ha desarrollado en la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali para la socialización de obras públicas en la comuna 20 en el año 2023.

Conocer las perspectivas de los habitantes de la comuna 20, en relación con la socialización de obras públicas de la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali.

Determinar las necesidades, oportunidades, problemáticas y soluciones posibles de la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la comuna 20 de Cali.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La presente tesis hace parte del Centro de Estudios e Investigaciones en Ciencias Sociales y Humanas (CISOH), de la Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Santiago de Cali y se adscribe al Grupo de Investigación de Ciencias Sociales, Humanas y Artes (GISOHA), en la línea de investigación tres: Publicidad, Comunicación en las Organizaciones y Arte. La investigación pretende llevar a cabo un análisis del estado actual de la estrategia de comunicación dentro de una entidad pública.

En términos prácticos, la estrategia de comunicación que se implemente en la Secretaría de Deportes y Recreación de Cali debe, entre otros, comunicar efectivamente el estado actual de su gestión pública en términos de socialización de obras públicas de infraestructura deportiva.

En la actual administración de la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali, se le ha delegado a la Sub-Secretaría de Fomento al Deporte y al área de Planeación crear un equipo que realice la socialización, desde lo técnico hasta el impacto socio ambiental, de las obras en desarrollo. Sin embargo, sigue habiendo una carencia de profesionales especializados en esta área que tengan los instrumentos, los procesos y que tengan conocimiento sobre la construcción de estrategias de comunicación definidas para tal fin.

Así mismo, los equipos de comunicación en las distintas Secretarías vinculadas a la Alcaldía de Cali son el contacto más cercano que tienen los ciudadanos para conocer el trabajo que hacen esas dependencias y equipos de gobierno a nivel distrital, es por eso por lo que se necesita fortalecer las comunicaciones estratégicas que se imparten para poder llegar de forma eficaz a los públicos objetivos y que permitan optimizar la comunicación en dichas organizaciones.

En el desarrollo de este análisis de la estrategia de la comunicación, se vinculará al director de Planeación de la Secretaría de Deportes de Cali, el director de la ODRAF, profesionales de la arquitectura, sociólogos, comunicadores sociales, personal jurídico y administrativo, personal técnico y comunidad impactada.

El proyecto también hará aportes a los estudios de Comunicación Estratégica en el análisis de herramientas que permitan fortalecer la comunicación entre la Secretaría de Deporte y Recreación de Cali, además, a la comunidad de Santiago de Cali y así potenciar la reputación y credibilidad de esta.

Este trabajo de grado puede ser de interés para quienes quieran ampliar sus conocimientos en la comunicación estratégica de entidades del sector público, la cual puede ser de gran ayuda para próximos dirigentes y/o directores de proyectos que involucren obras de infraestructura en general y requieran de herramientas y mecanismos efectivos de comunicación para fortalecer su gestión.

El análisis que se hace en este proyecto también será clave para que nuevos comunicadores en la dependencia puedan establecer una estrategia de comunicación que les permita tener más visibilidad a nivel local, nacional e internacional.

1.5 ANTECEDENTES

Es importante conocer cómo aporta la estrategia de comunicación en los procesos de socialización de obras públicas en general en Santiago de Cali y así mismo contribuir al mejoramiento de dicha estrategia. Por eso, es preciso analizarlas para identificar qué tan efectivas o asertivas son y cómo aportan valor a este proceso. Por consiguiente, es oportuno hacer una indagación documental de trabajos de grado, planes estratégicos, procesos internos de la entidad que guarden relación directa con los objetivos propuestos en este trabajo de grado.

En este trabajo se analizan los documentos que tengan una vigencia no mayor a 5 años, construidos con relación al desarrollo de la estrategia de comunicación, como propuesta para la socialización de obras públicas en Santiago de Cali, así mismo se tomarán referencias locales, nacionales e internacionales que evidencien el desarrollo de estrategias similares.

1.5.1 Antecedentes internacionales

En el plano internacional, se menciona el trabajo de grado publicado en el año 2021 en la Revista Internacional de Relaciones Públicas, realizado por Diana Acosta Salazar de la Universidad de Costa Rica y titulado *Evaluación y comunicación en el sistema estatal costarricense: Un análisis de las prácticas en las unidades de comunicación*, en donde identifica como las prácticas poco rigurosas de evaluación en las unidades de comunicación estatales, y donde no existe obligación de realizar planificación operativa de sus actividades, ni rendir informe de las mismas, puede restar valor público a las labores de la comunicación. Al igual que en Colombia, en

Costa Rica se hace seguimiento y control a estos procesos solamente en lo que corresponde al Plan Nacional de Desarrollo.

Este conjunto de prácticas produce poco o ninguna influencia de las unidades de comunicación en el proceso de toma de decisiones institucional, lo que les resta protagonismo estratégico y coloca sus actividades en un nivel netamente operativo (Acosta, 2021).

Se analizó además que los procesos de comunicación, y el control de estos, es supremamente importante para la organización, debido a que permite tener un feedback sobre la reacción social y/o los impactos que tienen las obras publicas en Santiago de Cali.

El reciente artículo “La Comunicación Pública como Herramienta Estratégica para el desarrollo Local” de la revista Iberoamericana de Gobierno Local escrito por Liliana A. Ladrón de Guevara Muñoz, especialista en Comunicación pública, señala que la Comunicación Pública es un deber que deben garantizar los Estados. Y así queda reflejado en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Este derecho, en términos concretos vinculados a la comunicación que emana de los gobiernos, implica la responsabilidad de ofrecer oportuna y verazmente información que permita a la ciudadanía tener opinión para tomar decisiones y satisfacer su “Derecho a Saber”. La comunicación pública cumple un papel vinculante esencial entre ciudadanía y gobierno. Su rol de servicio público, posibilita un ejercicio virtuoso de buen gobierno que se traduce en la oportunidad de sociedades que gozan de buena salud democrática. Activar la participación ciudadana e impulsar el control del quehacer eficiente de las administraciones, es una de las fortalezas de una comunicación pública eficiente. Así también la oportunidad de cocrear políticas públicas con el aporte de la comunidad y propiciar gestiones transparentes que cuentan con la confianza de la gente. En este artículo se define la Comunicación Pública, la actuación de la misma y se recogen los principales obstáculos a asumir para avanzar en esta importante área que posibilita la proximidad de gestiones proactivas y modernas. (Ladrón, 2023)

En Colombia al igual que en España la participación ciudadana en el desarrollo y cumplimiento adecuado de las obras públicas es fundamental para garantizar la transparencia, eficiencia y efectividad en la gestión pública.

En otros países como Ecuador, la participación ciudadana, en los procesos legislativos es considerada como la nueva vinculación del Estado con la Sociedad, sin embargo ha tenido limitaciones en la adecuación de este derecho fundamental

en la creación de nueva legislación, generando ineficacia normativa, ya que no se apega a la realidad de la ciudadanía o ésta no se logra implantar en la conciencia social. (Toala, García, Cox, 2019)

Dentro de esta política pública ecuatoriana se utiliza el término “poder ciudadano” para hacer referencia a la concepción de que todos los ciudadanos que forman parte de una nación deben ver cumplidos sus derechos, además se usa en relación a los derechos de tipo político que deberían permitirles a los ciudadanos no solo elegir a sus representantes, sino también controlarlos y llevar a cabo los diferentes procesos para enjuiciarlos y destruirlos en el caso de que sea necesario.

Desde este marco, el término “participación ciudadana” se asume como la participación que ejercen las personas para afectar la toma de decisiones, ejecución y seguimiento de las acciones públicas para el desarrollo de tales decisiones. La participación ciudadana se configura en el conjunto de actividades, procesos y técnicas por los que la población interviene en los asuntos públicos que le afectan. Es una nueva política que incorpora la demanda y las necesidades de los ciudadanos, para dotar de mayor vialidad y eficacia a las administraciones públicas. (Toala, García, Cox, 2019)

1.5.2 Antecedentes nacionales

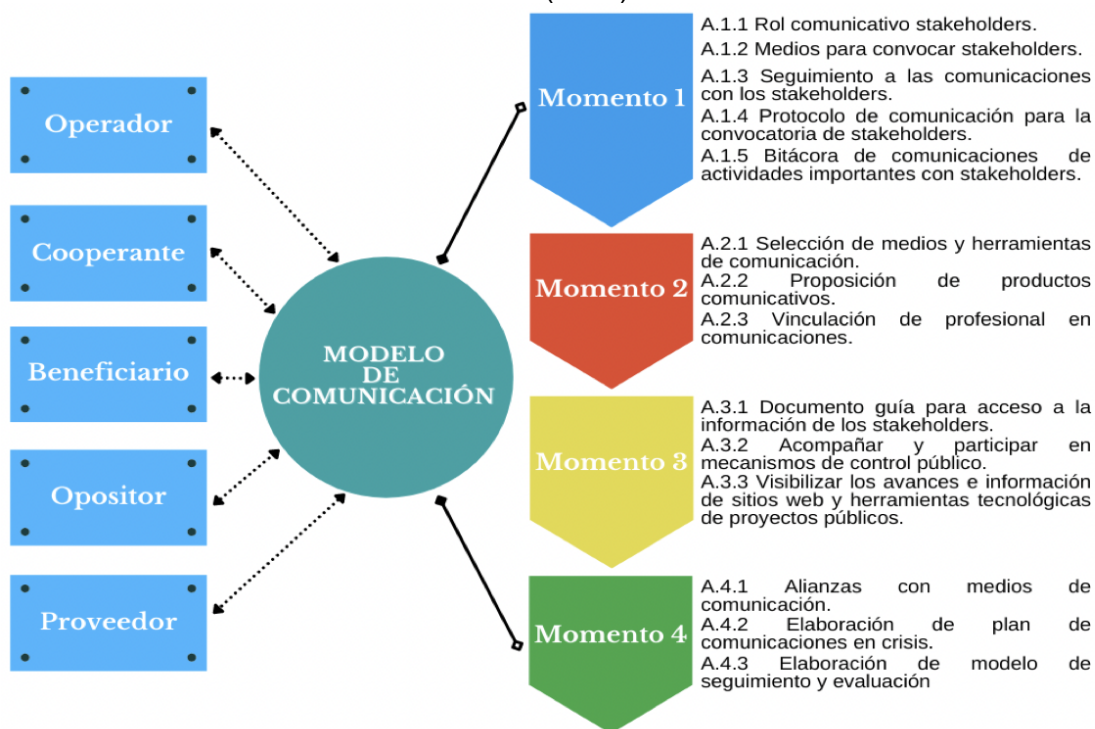
A nivel nacional se encontró un trabajo titulado *Diseño de un modelo de comunicación estratégica para la gerencia de proyectos en el sector público* (2021) cuyos autores son Jhonatan Ruiz León, Sheyla Stefanía Henao Moreno y Tania Marcela Montano Cardozo.

Los autores presentan estrategias comunicativas para la gerencia de proyectos públicos, resultantes de la aplicación de una matriz DOFA, su cruce estratégico y la viabilidad y evaluación de cada una de las estrategias, dilucidando que para la realización de la matriz se caracterizó por momentos que corresponden a cada una de las etapas de los proyectos.

En ese trabajo se plantea un esquema práctico para determinar todas las variables o factores internos y externos que pueden presentarse en la ejecución de un proyecto de obra pública y que en este trabajo queremos analizar sí se está aplicando éste u otro método para determinar los impactos sociales que tienen los mismos en Santiago de Cali y cuáles son los retos que se deben enfrentar en este ámbito.

Así mismo, plantean un modelo de comunicación estratégica para cada momento del proyecto y facilitar el control de este tal como se presenta en la ilustración 1.

Ilustración 1. Modelo de comunicación estratégica planteado en el trabajo Diseño de un modelo de comunicación estratégica para la gerencia de proyectos en el sector público (2021).



Fuente: Ruiz & Henao, 2021.

Se encontró además un artículo sobre los “*Usos y prácticas de la comunicación estratégica en las organizaciones públicas y políticas*”, publicado por las docentes de Universidad de la Sabana de Bogotá, la Dra. Angela Preciado Hoyos, y la Mg. Haydée Guzmán Ramírez, donde apuntan su investigación al reconocimiento del entorno en el que operan las organizaciones públicas y como los comunicadores, al diseñar el programa estratégico, deben valerse de herramientas de análisis para conocer las características del entorno y lo que piensan los públicos de la organización y lo que esperan de ella. De modo inverso, y como resultado del dialogo y la discusión, los grupos del entorno también obtienen información acerca del trabajo que realiza la entidad y sus intereses (Preciado y Hoyos, 2010).

En el contexto nacional también es importante citar al plan estratégico del Ministerio del Deporte, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) en el que se determina “*ampliar*

oportunidades para la recreación, el deporte social comunitario y el aprovechamiento del tiempo libre” y como objetivo estratégico determina *“Incrementar las actividades de fomento en procura del logro de objetivos relacionados con la recreación, actividad física y aprovechamiento del tiempo libre”* (p.), cuyo objetivo es garantizar la infraestructura recreo deportiva para el desarrollo de los programas de deporte, recreación, actividad física y aprovechamiento del tiempo libre. Los indicadores estratégicos en el PND sugieren un número de escenarios deportivos y recreativos en condiciones de calidad para el desarrollo de programas que ahí se adelanten. (Gobierno de Colombia, 2023).

De esta manera, tanto a nivel nacional como a nivel local, todo proceso estratégico debe seguir los lineamientos trazados por el PND y los POTs de cada municipio del País, para garantizar la transparencia en el proceso de socialización y ejecución de cualquier obra pública, donde la comunicación estratégica cumple papeles fundamentales.

Sumado a esto, el Plan Estratégico de Comunicaciones 2019 – 2022 del Ministerio de las TIC, habla sobre la importancia de la comunicación estratégica en entidades públicas, y las cataloga como “fundamentales” para “establecer una imagen positiva y coherente en la sociedad en general”

Es precisamente en ese apartado en el que se nombra a la comunicación pública como una puerta de entrada a la construcción de relaciones entre la sociedad y las instituciones, además, de generar persuasión y convencer sobre las políticas y acciones del gobierno, pues refiere que “la comunicación pública es un elemento clave para la construcción de una imagen institucional positiva, ya que permite transmitir los valores, principios y objetivos de una organización a través de mensajes coherentes y consistentes” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2019, p. 8).

1.5.3 Antecedentes locales

Se incluye el documento titulado *Comunicación Estratégica de un Centro de Gobierno. Análisis del caso de la Administración Municipal de Santiago de Cali* (Sinisterra, 2019), donde se aborda el problema de la comunicación estratégica en la administración pública, específicamente en la Alcaldía de Cali.

El estudio busca analizar cómo la comunicación estratégica se implementa en la administración municipal y cómo influye en la gestión de la entidad; el objetivo

principal de la investigación es describir y analizar el caso de la Alcaldía de Cali a partir de las apreciaciones de líderes de opinión y funcionarios de la administración, con el fin de identificar las prácticas de comunicación estratégica y su impacto en la gestión pública.

Los principales resultados del estudio indican que la comunicación estratégica en la Alcaldía de Cali se encuentra en un proceso de consolidación, donde se han identificado avances en la implementación de estrategias de comunicación interna y externa, así como en la articulación de la comunicación con la gestión pública, sin embargo, también se evidencian desafíos en términos de coordinación, planificación y evaluación de las acciones de comunicación, lo que sugiere la necesidad de seguir trabajando en el fortalecimiento de la comunicación estratégica en la administración municipal

En el contexto local no se encontraron otros trabajos de grado relacionados con estrategias de comunicación con el enfoque de este trabajo de grado, pero sí se encontró el “Modelo integrado de Planeación y Gestión MIPG de la Alcaldía de Santiago de Cali” realizado por el área de Direccionamiento Estratégico y la oficina de Comunicaciones en el año 2018. El documento hace referencia a la Gestión comunicativa de Crisis y Vocerías Institucionales para el manejo estratégico de su gestión, sobre los cuales debe expresarse ante medios de comunicación, y en los diferentes escenarios aplicando el manejo comunicativo de crisis.

En la dirección operativa, los portavoces deben mantenerse al tanto de las decisiones tomadas en relación con los temas de su competencia. El MIPG menciona la apertura y visibilidad en la comunicación con los usuarios, enfatizando la comunicación con la ciudadanía en el ejercicio del derecho al acceso a la información, el respeto y la transparencia que deben tener los actos administrativos de la función pública. Entre estos actos se encuentran las rendiciones de cuentas, la promoción de la cultura de la legalidad y la imagen de una administración transparente y eficiente (Alcaldía de Santiago de Cali, 2018)

Este modelo de gestión de la Alcaldía de Cali al final reglamenta todos los procesos internos que se deben tener en cuenta para una comunicación verás, asertiva y transparente con los caleños.

También se consideró relevante incluir en los antecedentes el Plan de Comunicación Organizacional e Informativa (PCOI) de la Alcaldía de Santiago de Cali en su versión 2022. Este plan es aplicable a todos los procesos de la entidad,

desde la identificación y análisis de las necesidades comunicacionales de las partes interesadas y los intereses de la entidad (Alcaldía de Santiago de Cali, 2018, p.). Además, el PCOI enfatiza la importancia de tener en cuenta a los públicos en la comunicación con la ciudadanía en el ejercicio del derecho al acceso a la información, respeto y transparencia en los actos administrativos de la función pública. Entre estos actos se encuentran las rendiciones de cuentas, la promoción de la cultura de la legalidad y la imagen de una administración transparente y eficiente (Alcaldía de Santiago de Cali, 2018).

Es precisamente en ese PCOI en el que se habla puntualmente de los secretarios de despacho, gerentes, asesores y directores de los distintos departamentos de la administración municipal, a quienes se les da la responsabilidad de velar para que el personal que tengan a cargo cumplan con los parámetros que se establecen en la comunicación estratégica en “sobre programación de eventos, investigaciones, capacitaciones, asesorías, asistencias técnicas y demás información que deba ser publicitada en los medios, para que ésta se encuentre al servicio de los usuarios internos y externos” (Alcaldía de Santiago de Cali, 2022, p.6).

1.6 MARCO REFERENCIAL

En este trabajo de grado se resalta la importancia de entender el papel que juega la comunicación estratégica en organizaciones públicas como la Secretaría de Deporte y Recreación de Santiago de Cali, es por eso por lo que es necesario ahondar en distintos conceptos relacionados en torno a la gestión de las estrategias de comunicación, comunicación estratégica, comunicación organizacional, comunicación política, comunicación estratégica en el sector público y comunicación de crisis. Los cuales nos permitirán generar un amplio análisis interpretativo sobre el problema estudio.

1.6.1 Comunicación Organizacional

Fernández (2009) menciona que el concepto de Comunicación Organizacional consiste en la transmisión de mensajes que se intercambian entre los miembros de una organización, y que incluyen la participación de los públicos que están en su entorno. Estos mensajes se distribuyen de diferentes formas, niveles y direcciones, conformando lo que se conoce como Comunicación Organizacional.

A través de la Comunicación Organizacional, una organización crea, sostiene y redefine su imagen interna y la percepción que otros tienen de ella. Los objetivos de la comunicación abarcan aspectos como la coordinación y control, la educación y socialización, el mantenimiento de la motivación, el intercambio de información, el desarrollo de liderazgo, la creación y mantenimiento de la cultura organizacional, y la persuasión y resolución de conflictos (Fernández, 2009).

Sumado a esto, Costa (2000), indica que la comunicación organizacional se define como los canales y formas de comunicación que se producen dentro de las organizaciones, ya sean empresas, instituciones académicas, organizaciones no lucrativas u organismos gubernamentales. Incluye tanto la comunicación al interior de la organización como la comunicación hacia el público externo. La comunicación organizacional se centra en gran medida en la construcción de relaciones y la interacción con los miembros internos de la organización y los públicos externos interesados.

Además, afirma que existe un 'sistema de comunicaciones', un conjunto diverso de modos, instrumentos, procesos y acciones de comunicación, donde cada uno de ellos responde a estrategias y objetivos concretos, "y donde todos estos elementos funcionan en pie de igualdad" (Costa, 2001, p,1).

1.6.2 Comunicación externa en entidades publicas

Uno de los aspectos fundamentales para la presente investigación corresponde a la comunicación externa, por lo que su claridad conceptual es necesaria. La comunicación externa en las organizaciones según Sinisterra (2019), hace referencia a la forma en que una organización se comunica con el mundo exterior, incluyendo a los clientes, proveedores, medios de comunicación, competidores y otros grupos de interés. La comunicación externa puede incluir la publicidad, las relaciones públicas, el marketing, las redes sociales y otros medios de comunicación (Sinisterra, 2019), o también puede clasificarse como de diferentes tipos, como publicidad, relaciones públicas, marketing, entre otros (Meléndez, 2011), y como es el caso de la presente investigación, también puede aplicarse en la socialización de la gestión pública.

Para Meléndez (2011), la comunicación externa es una interacción que se establece entre la organización y su entorno representado en los diferentes públicos externos que pueden afectar o ser afectados por las actividades de la organización, con el

objetivo principal construir y mantener una imagen positiva de la organización en la mente de los diferentes públicos. Mas allá de esto, ¿Cuál es la real importancia de la comunicación externa en la gestión pública?

Según el trabajo de Sinisterra (2019), en el contexto de las organizaciones públicas, la comunicación externa es especialmente importante porque estas organizaciones tienen una responsabilidad única de comunicarse de manera efectiva con los ciudadanos y otros grupos de interés, en este sentido, este tipo de comunicación ayuda a las organizaciones públicas a articular sus objetivos y políticas de manera clara y efectiva, lo que puede mejorar la confianza y la satisfacción de los ciudadanos.

Por su parte, el trabajo realizado por Meléndez (2011) refiere que, en el caso de las organizaciones públicas, la aplicación de la comunicación externa es de gran importancia, ya que permite una gestión más efectiva de la imagen y reputación de la organización ante la ciudadanía y otros actores externos. En este sentido la comunicación externa puede ser utilizada no solo para informar a la ciudadanía sobre las políticas públicas, programas y servicios que ofrece la organización, sino también como estrategia para fomentar la participación ciudadana en procesos democráticos.

La comunicación externa también puede ser importante para las organizaciones públicas porque puede ayudar a mejorar la imagen pública de la organización, dado que una imagen pública positiva puede ser importante para atraer a los ciudadanos y otros grupos de interés a apoyar las políticas y programas de la organización, sin ignorar que una imagen pública positiva es determinante para atraer a los inversores y otros grupos de interés a apoyar financieramente a la organización (Meléndez, 2011).

Además de todas las ventajas que tiene la comunicación externa para todo tipo de organizaciones, y especialmente para las públicas, se cree que tiene un valor específico para la fase de socialización de las acciones de una determinada gestión pública (Sinisterra, 2019; Meléndez, 2011). En primer lugar, la comunicación externa es fundamental para la socialización de obras públicas, ya que permite informar a los diferentes públicos externos sobre los proyectos y programas que se están desarrollando, así como para fomentar la participación ciudadana en los mismos (Sinisterra, 2019; Meléndez, 2011). En este sentido, conocer la estrategia de comunicación que se ha desarrollado en la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali para la socialización de obras públicas en la comuna 20 en el último año,

permitirá identificar las fortalezas y debilidades de esta estrategia y proponer mejoras para futuros proyectos (Sinisterra, 2019; Meléndez, 2011).

Por otro lado, la comunicación externa también es importante para conocer las perspectivas de los habitantes de la comuna 20 en relación con la socialización de obras públicas de la Secretaría del Deporte y la Recreación (Sinisterra, 2019; Meléndez, 2011). A través de la comunicación externa, se pueden recoger las opiniones, sugerencias y críticas de los diferentes públicos externos, lo que permitirá evaluar la efectividad de la estrategia de comunicación y la satisfacción de los habitantes con los proyectos y programas desarrollados (Sinisterra, 2019; Meléndez, 2011).

1.6.3 Comunicación Estratégica y Gestión pública

En el presente aparte del marco teórico, se abordarán tres temas fundamentales para comprender la importancia de la comunicación estratégica en las organizaciones públicas. En primer lugar, se definirá qué es la comunicación y su importancia en cualquier tipo de organización; en segundo lugar, se explicará en qué se diferencia la comunicación por sí sola de la comunicación estratégica, y en tercer lugar se describe cómo esta última busca planificar y gestionar de manera integral la comunicación de una organización. Finalmente, se analizará la importancia de aplicar la comunicación estratégica en organizaciones públicas, todo esto a partir de los aportes de Sinisterra (2019), Meléndez (2011), Matus (2010), FLACSO (2006) y Armas (2015).

Estos temas son fundamentales para la investigación, dado que la comprensión de la comunicación y su importancia en cualquier organización es esencial para entender cómo se lleva a cabo la estrategia de comunicación en la Secretaría de Deporte y Recreación. Adicionalmente, la diferenciación entre la comunicación por sí sola y la comunicación estratégica permitirá analizar cómo se planifica y gestiona la estrategia de comunicación en la Secretaría. Finalmente, la importancia de aplicar la comunicación estratégica en organizaciones públicas, según los autores mencionados, permitirá entender cómo la Secretaría puede mejorar su relación con los ciudadanos y promover la participación ciudadana en procesos democráticos a través de su estrategia de comunicación.

La comunicación es un proceso mediante el cual se intercambia información entre dos o más personas con el fin de transmitir un mensaje (Sinisterra, 2019) y según

FLACSO (2006), es un proceso mediante el cual se intercambian mensajes entre dos o más personas con el objetivo de transmitir información, ideas o emociones.

En suma, puede decirse que la comunicación es un proceso dinámico y continuo que permite a los miembros de una organización trabajar juntos, cooperar e interpretar las necesidades y actividades siempre cambiantes, es además una actividad necesaria e ineludible en cualquier tipo de organización, ya que permite la transmisión de información y la creación de relaciones entre los diferentes actores involucrados (Meléndez, 2011).

El trabajo de Matus (2010) coincide en su relevancia para cualquier organización, ya que permite la transmisión de información y la creación de relaciones entre los distintos actores que la conforman. Es también definida por Matus (2010) de manera técnica, como un marco ordenador que integra los recursos de Comunicación Corporativa en un diseño de largo plazo, conforme a objetivos coherentes, adaptables y rentables para la empresa.

La comunicación estratégica es un enfoque más planificado y deliberado de la comunicación que busca lograr objetivos específicos a largo plazo (Sinisterra, 2019) según Meléndez (2011), porque se enfoca en la planificación y ejecución de acciones comunicativas con un propósito específico, como la construcción de una imagen corporativa positiva, la gestión de crisis o la promoción de un producto o servicio.

Para FLACSO (2006), la comunicación con enfoque estratégico es una comunicación más planificada y estructurada, un proceso que busca establecer objetivos claros y definir las acciones necesarias para alcanzarlos, y en el ámbito organizacional su razón de ser es principalmente la construcción de una imagen positiva de la organización, la gestión de la reputación y la creación de relaciones efectivas con los diferentes públicos de interés.

Los diferentes referente teóricos encuentran diferencias importantes de la comunicación por si sola a la comunicación estratégica, Sinisterra (2019) menciona por ejemplo que esta última se enfoca en la planificación y la implementación de estrategias específicas para lograr objetivos específicos, obligando a hacer de la comunicación más que un simple proceso de intercambio de información, la comunicación estratégica es un enfoque más planificado y deliberado de la comunicación que busca lograr objetivos específicos a largo plazo.

Para Matus (2010), la comunicación estratégica se diferencia de la comunicación por sí sola en que busca planificar y gestionar de manera integral la comunicación de una organización, incluyendo tanto aspectos corporativos como productivos, comerciales y funcionales. Es decir, la comunicación estratégica no se enfoca solamente en la transmisión de información, sino que busca establecer objetivos claros y coherentes para la organización y diseñar estrategias para alcanzarlos. Finalmente, Meléndez (2011) le suma que la comunicación estratégica se basa en un análisis previo de los públicos y contextos involucrados lo cual la hace mucho más específica.

En el contexto de las organizaciones públicas, la comunicación estratégica es especialmente importante, según Sinisterra (2019), porque permite a las organizaciones públicas comunicarse de manera efectiva con los ciudadanos y otros grupos de interés, porque ayuda a las organizaciones públicas a articular sus objetivos y políticas de manera clara y efectiva, lo que puede mejorar la confianza y la satisfacción de los ciudadanos, y porque puede ayudar a las organizaciones públicas a evitar problemas y a responder de manera efectiva a situaciones de crisis.

Para Sinisterra (2019), la comunicación estratégica es especialmente importante en las organizaciones públicas porque ayuda a articular objetivos y políticas de manera clara y efectiva, mejora la confianza y la satisfacción de los ciudadanos y ayuda a evitar problemas y a responder de manera efectiva a situaciones de crisis.

Por estas razones su aplicación de la comunicación estratégica en organizaciones públicas es de gran importancia, según Meléndez (2011), porque permite una gestión más efectiva de la imagen y reputación de la organización; una mejor relación con los diferentes públicos involucrados; y su utilidad para promover políticas públicas, informar a la ciudadanía sobre temas relevantes y fomentar la participación ciudadana en procesos democráticos.

Finalmente, FLACSO (2006) asegura que la importancia de aplicar la comunicación estratégica en organizaciones públicas radica en que estas tienen una responsabilidad social y política que las obliga a ser transparentes y a mantener una comunicación efectiva con la ciudadanía, adicionalmente la comunicación estratégica permite a las organizaciones públicas establecer una relación de confianza con los ciudadanos, lo que se traduce en una mayor legitimidad y apoyo a sus acciones. Además, la comunicación estratégica permite a las organizaciones públicas gestionar de manera efectiva situaciones de crisis y conflictos, minimizando su impacto negativo en la sociedad.

Todo lo anterior explica que, para construir un Estado moderno, eficiente y al servicio de la gente es necesario contar con una comunicación estratégica que sea capaz de contribuir a gestar una cultura organizacional de servicio público; que afirme una democracia sustentada en el diálogo con la ciudadanía legitimando el buen gobierno en la opinión pública; y empodere a la población en el ejercicio de su ciudadanía asumiendo el protagonismo de sus procesos de desarrollo. Lamentablemente, las unidades de comunicación del Estado marchan desarticuladas y enfrentan dificultades para cumplir este rol estratégico (Armas, 2015).

En suma, puede decirse que la comunicación estratégica es un enfoque planificado y deliberado de la comunicación que busca lograr objetivos específicos a largo plazo. En el contexto de las organizaciones públicas, la comunicación estratégica es especialmente importante porque permite articular objetivos y políticas de manera clara y efectiva, mejora la confianza y la satisfacción de los ciudadanos, y ayuda a evitar problemas y a responder de manera efectiva a situaciones de crisis. En la investigación que analiza la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la comuna 20 de Cali en el último año, estos conceptos son fundamentales para entender cómo se lleva a cabo la estrategia de comunicación en la Secretaría y cómo se pueden mejorar para promover la participación ciudadana y mejorar la relación con los ciudadanos.

1.6.4 De la Comunicación Pública a la Comunicación Política

Para Medina (2017), no es posible concebir una organización pública sin comunicación, por lo que al hablar de comunicación pública se hace referencia, en principio, a la comunicación organizacional/institucional como el conjunto de mensajes que intercambian los diversos integrantes de una organización entre ellos y con los otros públicos que tiene la organización en su entorno. Si el conjunto de dichos mensajes no cumple con su objetivo, podría hablarse de una comunicación en crisis.

La comunicación pública según Canel (2006), hace referencia a la difusión de información y mensajes por parte de las instituciones gubernamentales y organizaciones públicas hacia la ciudadanía, con el objetivo de informar, educar y generar opinión sobre temas de interés general, Medina (2017) por su parte la define

como un campo de estudio que se enfoca en la comunicación que se produce en el ámbito gubernamental y en las organizaciones públicas.

Se trata de una modalidad de comunicación que según Medina (2017) se produce en dos direcciones: hacia los públicos internos, que necesitan conocer las políticas y acciones que se llevan a cabo para poder abordar los planes y programas de acción, y hacia los públicos externos, encarnados en la sociedad en general, para asegurar una mayor transparencia de las acciones que emprende un gobierno .

Por otro lado, Canel (2006) comprende a la comunicación política como un subcampo de la comunicación pública que se enfoca en la relación entre los actores políticos, los medios de comunicación y la ciudadanía, abordando aspectos como la producción y transmisión de mensajes políticos, el contenido de estos mensajes y su recepción e interpretación por parte de la audiencia.

Medina (2017) también la comprende como campo de estudio el cual comprende la actividad de determinadas personas e instituciones, como políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos, en la que se produce un intercambio de información, ideas y actitudes en torno a los asuntos públicos, a eso le llama el ámbito gubernamental en su trabajo.

En el contexto de un trabajo que analiza la estrategia de comunicación aplicadas en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación, la comunicación política adquiere especial relevancia. Según Canel (2006), la comunicación política es fundamental para la construcción de consensos, la promoción de la participación ciudadana y la generación de confianza en las instituciones públicas, lo cual responde a la problemática de la entidad pública para comunicar eficientemente la gestión de sus obras a la comunidad de la comuna objeto de estudio.

Para Canel (2006), una comunicación política efectiva puede contribuir a la transparencia y la rendición de cuentas en la gestión pública, así como a la promoción de políticas y programas que benefician a la sociedad en general, en este sentido, el estudio de la estrategia de comunicación en la socialización de obras públicas puede ayudar a identificar buenas prácticas y áreas de mejora en la comunicación política de la Secretaría de Deporte y Recreación, lo que a su vez puede contribuir a una gestión pública más eficiente y efectiva en el ámbito del deporte y la recreación.

La Administración Pública, como brazo que ejecuta las decisiones del Gobierno a través de la implementación de sus políticas públicas, realiza una comunicación como organización (Medina, 2017), por ello, la comunicación de estas acciones cumple con el principio de información y con el principio de transparencia de las acciones que emprende un gobierno

1.6.5 Mecanismos de participación ciudadana.

La participación ciudadana en el desarrollo y cumplimiento adecuado de las obras públicas en Colombia es fundamental para garantizar la transparencia, eficiencia y efectividad en la gestión pública (Misión de Observación Electora, 2012). Los ciudadanos colombianos cuentan con diversos medios para participar en el proceso de desarrollo y seguimiento de las obras públicas, entre los cuales se encuentran, las audiencias públicas, los mecanismos de veeduría ciudadana, las consultas populares, la participación en consejos territoriales de planeación, el uso de medios de comunicación y redes sociales, y la participación en organizaciones de la sociedad civil entre otros.

Por medio de su participación en audiencias públicas, se permite a los ciudadanos expresar sus opiniones, inquietudes y propuestas en relación con las obras públicas, así como recibir información sobre el avance y resultados de las mismas; por otro lado los ciudadanos pueden conformar veedurías ciudadanas como grupos de personas interesados en supervisar y controlar la ejecución de obras públicas, garantizando la transparencia y el cumplimiento de los objetivos establecidos; por otro lado están las consultas populares, a través de las cuales los ciudadanos pueden expresar su opinión sobre proyectos de obras públicas, lo que permite a las autoridades tomar decisiones informadas y ajustadas a las necesidades y expectativas de la población (Misión de Observación Electora, 2012).

También está la participación en consejos territoriales de planeación, entendidos como instancias de participación y concertación en la formulación, seguimiento y evaluación de políticas públicas, incluyendo las relacionadas con obras públicas; no puede ignorarse tampoco el uso de medios de comunicación y redes sociales por parte de los ciudadanos para informarse, expresar sus opiniones y mantenerse al tanto del desarrollo de obras públicas, así como para interactuar con las autoridades y otros ciudadanos interesados en el tema (Misión de Observación Electora, 2012).

También está la participación en organizaciones de la sociedad civil, donde los ciudadanos pueden unirse a organizaciones no gubernamentales, asociaciones de vecinos y otros grupos de la sociedad civil que trabajen en la promoción y defensa de los intereses colectivos en relación con las obras públicas (Misión de Observación Electora, 2012).

En suma, puede decirse que, en el contexto del presente análisis de la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación, es importante considerar cómo estos medios de participación ciudadana se integran en la estrategia de comunicación y cómo se promueve la participación activa de los ciudadanos en el proceso de desarrollo y seguimiento de las obras públicas, lo cual será el centro de análisis de la presente investigación.

1.6.6 La socialización.

La socialización es un proceso mediante el cual los individuos adquieren las normas, valores, creencias y habilidades necesarias para integrarse en una sociedad determinada, un proceso comienza desde la infancia y se extiende a lo largo de toda la vida, y se lleva a cabo a través de la interacción con los agentes de socialización, como la familia, la escuela, los medios de comunicación y los grupos de pares (Simkin y Becerra, 2013).

El concepto de la socialización es complementado por el trabajo de Himmelweit (1983) refiriéndose al proceso mediante el cual los individuos adquieren conocimientos, habilidades, actitudes y valores que les permiten adaptarse e integrarse en una sociedad o grupo social específico. Para este autor la socialización es un proceso continuo que ocurre a lo largo de la vida de una persona y es fundamental para la formación de la identidad y la adaptación al entorno social (Himmelweit, 1983).

En el contexto de la gestión pública, el proceso de socialización es según Himmelweit (1983), fundamental para el buen funcionamiento de las organizaciones públicas, definiéndolo como el proceso mediante el cual los ciudadanos se informan, participan y se involucran en la toma de decisiones y la implementación de políticas públicas

Este proceso puede incluir la difusión de información sobre políticas y programas gubernamentales, la promoción de la participación ciudadana en la formulación y evaluación de políticas públicas, y la creación de espacios de diálogo y colaboración entre los ciudadanos y las autoridades públicas (Himmelweit, 1983).

En el contexto del presente documento que analiza la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación, la socialización de la gestión pública es fundamental para garantizar la transparencia, la eficiencia y la efectividad en la implementación de las obras públicas relacionadas con el deporte y la recreación (Himmelweit, 1983), para contribuir a la construcción de consensos, la promoción de la participación ciudadana y la generación de confianza en las instituciones públicas.

1.7 MARCO CONTEXTUAL

1.7.1 Ministerio Del Deporte

El Ministerio del Deporte tiene como objetivo, dentro del marco de sus competencias y de la ley, formular, adoptar, dirigir, coordinar y ejecutar la política pública, planes, programas y proyectos en materia de deporte, recreación, aprovechamiento del tiempo libre y actividad física. Esto se realiza con el propósito de promover el bienestar, la calidad de vida, contribuir a la salud pública, la educación, la cultura, la cohesión social, la conciencia nacional y las relaciones internacionales, a través de la participación de actores públicos y privados (Ministerio del Deporte, 2021).

La Ley 181 de 1995 creó el Sistema Nacional de Deporte, también conocida como la Ley del Deporte. Este sistema consiste en un conjunto de organismos articulados entre sí para permitir el acceso de la comunidad al deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre, la educación extraescolar y la educación física. Su objetivo es generar y brindar a la comunidad oportunidades de participación en procesos de iniciación, formación, fomento y práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, contribuyendo al desarrollo integral del individuo y a la creación de una cultura física para el mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos.

El Sistema Nacional de Deporte está conformado por el Ministerio del Deporte como ente rector, los entes departamentales, municipales y distritales que ejercen funciones de fomento, desarrollo y práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre; los organismos privados, las entidades mixtas, así como todas aquellas entidades públicas y privadas de otros sectores sociales y económicos en los aspectos que se relacionen directamente con estas actividades (MinDeporte, 1995).

1.7.2 Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali

Según el Decreto 516 de 2016 La Secretaría del Deporte y la Recreación, fomentará el espíritu deportivo y recreativo, mediante una oferta amplia de programas y escenarios, que posibiliten el desarrollo integral de los diferentes grupos poblacionales que habitan en el área urbana y rural del Municipio de Santiago de Cali (Ministerio de Educación Nacional, 2016).

Las funciones principales de la entidad incluyen la formulación del plan local del deporte, la actividad física y la recreación, en conjunto con la comunidad, así como el seguimiento y evaluación de dicho plan. También se encarga de determinar los planes, programas y proyectos relacionados con el deporte, la actividad física, la recreación y la infraestructura deportiva que formarán parte del funcionamiento misional de la secretaría. Además, coordina las actuaciones administrativas y acciones requeridas por el ente deportivo departamental y nacional para el desarrollo y ejecución de estas (Ministerio de Educación Nacional, 2016).

La entidad también administra los bienes inmuebles asignados a la Secretaría y coordina la actualización de la información diagnóstica y estadística sobre el deporte y la recreación en el municipio de Santiago de Cali, lo cual es fundamental para la planificación y la toma de decisiones. Por último, se encarga de la construcción, mantenimiento y adecuación de los escenarios deportivos y recreativos del Municipio de Santiago de Cali (Ministerio de Educación Nacional, 2016).

1.7.3 Observatorio del Deporte, la Recreación y la Actividad Física de Santiago de Cali – ODRAF

El observatorio de la Secretaría del Deporte y la Recreación (ODRAF) es un área de conocimiento, que estudia la experiencia, la trayectoria y los aprendizajes del sector del deporte y la recreación en Santiago de Cali, proporcionando a la Secretaría una lectura transdisciplinar de la realidad, para la toma de decisiones, la garantía de derechos y el posicionamiento de la identidad deportiva de la ciudad. Para el periodo 2020 -2024 se propone cuatro líneas de investigación que dan respuesta a los siguientes temas: innovación en servicios de deporte, recreación y actividad física; infraestructura deportiva distrital; Evaluación y monitoreo a la Política Pública, a los planes, programas y proyectos; Seguimiento a la seguridad, comodidad y convivencia en el deporte y Estudios en economía del Deporte (Alcaldía Santiago de Cali, 2023).

Las principales líneas de acción del Observatorio de la Secretaría del Deporte y la Recreación (ODRAF) incluyen la innovación en servicios de deporte, recreación y actividad física, mediante la propuesta de procesos de actualización permanentes que permitan a la secretaría responder a las nuevas tendencias, hábitos y preferencias de los ciudadanos. Además, se enfoca en la revitalización de la infraestructura deportiva distrital, diseñando operaciones estadísticas que estandaricen la información y faciliten la actualización y consulta, incluyendo contenido diagnóstico de los escenarios, procesos y procedimientos para construcción, adecuación y mantenimiento, políticas de gestión y administración, bancos de detalles técnicos, diseños tipo y proyectos que respondan a las nuevas tendencias (Alcaldía Santiago de Cali, 2023).

Por último, el ODRAF se encarga de la evaluación y monitoreo de la política pública, los planes, programas y proyectos, generando informes que evidencien los impactos de las intervenciones realizadas por la secretaría en el marco de la garantía del derecho (Alcaldía Santiago de Cali, 2023).

1.8 MARCO LEGAL

1.8.1 Manual de Escenarios Deportivos Mindeportes

Cuando se habla de construcción, adecuación, remodelación o modificación de escenarios deportivos debemos remitirnos al Manual de Escenarios Deportivos creado por el Ministerio del Deporte, el cual se convierte en una guía técnica para que dichos escenarios atiendan a las necesidades básicas para el buen desarrollo de todo deporte o actividad deportiva (Ministerio del Deporte, 2018).

El Manual de Escenarios Deportivos es en una obra importante para Colombia y para la región en cuanto a especificaciones técnicas, de todo lo referente a escenarios deportivos (Ministerio del Deporte, 2018).

El Manual de Escenarios Deportivos de Colombia tiene como objetivo, definir y adoptar para nuestro país, las condiciones técnicas, normativas y de planificación que deben considerarse para el diseño y la posterior construcción de instalaciones deportivas (Ministerio del Deporte, 2018).

Al adoptar Coldeportes (hoy Mindeportes) estas normas, a través del Manual de Escenarios Deportivos se compromete a divulgarlas y a mantenerlas como reglas para el desarrollo de instalaciones deportivas que quieran construirse en cualquier

lugar de Colombia, siendo de obligatorio cumplimiento (Ministerio del Deporte, 2018).

El cumplimiento de estas condiciones técnicas y normativas está determinado por la vocación de los escenarios deportivos, que nos dice para qué finalidad han sido creados y pensados y cómo van a ser usados durante toda su vida, por lo tanto, es indispensable conocer qué clase de escenarios podemos encontrar usando esta variable (Ministerio del Deporte, 2018).

De igual forma, y no menos importante, es la planeación de dichos escenarios atendiendo las necesidades locales como deportes de desarrollo en la zona y la consolidación mediante planes de mantenimiento eficientes que permitan su autosostenibilidad en el tiempo (Ministerio del Deporte, 2018).

1.8.2 Decreto 0516 de 2016

El Decreto 0516 de 2016, que determina la estructura de la Administración Central y las funciones de sus dependencias, establece en su Artículo 181 las funciones de la Secretaría del Deporte y la Recreación. Entre sus deberes se encuentran formular el plan local del deporte, la actividad física y la recreación con la participación de la comunidad; determinar los planes, programas y proyectos del deporte, la actividad física, la recreación y la infraestructura deportiva; liderar la articulación de áreas para dar a conocer la oferta deportiva, recreativa y de actividad física en concordancia con las necesidades específicas de cada grupo poblacional y territorio; administrar los bienes inmuebles asignados a la Secretaría; articular los lineamientos del Plan o Política sectorial que rige el Deporte y la Recreación a nivel local con el Plan de Desarrollo del Municipio de Santiago de Cali; y realizar la construcción, mantenimiento y adecuación de los escenarios deportivos y recreativos del municipio.

Asimismo, el Artículo 183 del mismo decreto asigna funciones a la Subsecretaría de Infraestructura Deportiva y Recreativa, como realizar el diseño, mantenimiento, adecuación y construcción de los escenarios deportivos y recreativos acorde a la normativa vigente; formular la política de construcción, adecuación, mantenimiento, rehabilitación y modernización de los escenarios deportivos y recreativos del Municipio de Santiago de Cali; e identificar las necesidades y requerimientos de la comunidad en materia de escenarios deportivos en las comunas y corregimientos del municipio.

Por último, el Artículo 186 establece la misión del Sector Desarrollo Territorial y Participación Ciudadana, que consiste en fomentar la participación de la ciudadanía y el acceso a la oferta de bienes y servicios a cargo de los organismos y entidades municipales, diseñando y ejecutando la política de desconcentración administrativa

en el territorio de la Administración Municipal (Ministerio de Educación Nacional, 2016).

1.8.3 Decreto 0128 de 2023

Por otro lado, el Decreto 0128 de 2023 aborda la situación de los escenarios deportivos en Santiago de Cali, donde algunos son administrados por terceros con el objetivo de obtener beneficios económicos para su sostenimiento y mantenimiento. Esta situación alivia la carga administrativa y económica de la Secretaría del Deporte, aunque no exime a la entidad de su responsabilidad sobre estos escenarios (Alcaldía de Cali, 2023).

Los escenarios deportivos se dividen en comunitarios y de alto rendimiento, como el Estadio Olímpico Pascual Guerrero y sus palcos, el Coliseo Evangelista Mora, entre otros, que se utilizan para conciertos, partidos de fútbol, torneos nacionales e internacionales y eventos masivos deportivos y de entretenimiento.

El decreto 0128 de 2023 establece que las actividades autorizadas en espacios deportivos, recreativos y culturales pueden estar sujetas a cobro cuando su desarrollo implica la generación de beneficios económicos directos e indirectos que garanticen su recuperación, sostenibilidad económica y, en última instancia, su goce efectivo por parte de la ciudadanía. Además, se considera necesario establecer una retribución económica por el aprovechamiento de los escenarios deportivos de alto rendimiento del Distrito Especial de Santiago de Cali, en pro de su sostenibilidad y conservación en beneficio del interés general y colectivo (Alcaldía de Cali, 2023).

1.8.4 Acuerdo 0560 de 2022 – Adopción de la política pública “CALI CIUDAD DEPORTIVA”

En diciembre de 2022, el Concejo de Santiago de Cali aprobó y adoptó la Política Pública del Deporte, la Recreación y la Actividad Física, que busca garantizar a los ciudadanos el acceso y permanencia en el deporte, la recreación y la actividad física (Alcaldía de Cali, 2022).

El Acuerdo 0560 de 2022, en su artículo 2, establece la política pública "Cali Ciudad Deportiva", cuyo objetivo general es propender por la garantía del ejercicio pleno del derecho al Deporte, la Recreación y la Actividad Física (DRAF) mediante estrategias y acciones que renueven las instalaciones deportivas, aumenten el aprendizaje organizacional, institucional y sectorial, mejoren los procesos de

planeación de eventos deportivos, fortalezcan un modelo de gobernanza participativo y aumenten la dinámica económica de la industria deportiva local, siguiendo enfoques de derechos, poblacional, diferencial y territorial. Además, busca fortalecer la gobernanza del sistema distrital DRAF mediante la implementación de medidas que garanticen la participación ciudadana, la colaboración entre actores y la orientación de resultados (Alcaldía de Cali, 2022).

El artículo 5 del Acuerdo 0560 de 2022 establece principios rectores como la participación comunitaria, en la que la comunidad tiene derecho a participar en procesos de concertación, control y vigilancia de la gestión estatal en la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre (ley 181 de 1995) (Concejo de Santiago de Cali, 2022); y la participación ciudadana, que es deber de todos los ciudadanos propender la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre de manera individual, familiar y comunitaria (ley 181 de 1995) (Concejo de Santiago de Cali, 2022). Además, se promueve la democratización, garantizando la participación democrática de sus habitantes para organizar la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, sin discriminación de raza, credo, condición o sexo (ley 181 de 1995).

El artículo 6 del Acuerdo 0560 de 2022 determina el enfoque territorial, según el cual la política pública "Cali Ciudad Deportiva" tiene como propósito lograr intervenciones coherentes con la realidad social, económica, ambiental e institucional de Santiago de Cali, de acuerdo con sus particularidades (Alcaldía de Cali, 2022). Desde este enfoque, se busca implementar acciones que contribuyan a reducir las brechas en materia de oportunidades entre las áreas urbanas y rurales de la ciudad, otorgando un papel preponderante a los actores sociales locales.

1.9 METODOLOGÍA

Con el fin de alcanzar los objetivos de esta investigación se realizará una descripción metodológica donde se explicará el enfoque, el método, técnica e instrumentos utilizados para la recolección de información y la descripción de las muestras.

1.9.1 Enfoque de investigación

El enfoque metodológico, con el que la presente investigación busca responder a los objetivos planteados con anterioridad, es cualitativo. Hernández, et al. (2014) mencionan que el enfoque cualitativo de la investigación se enfoca en comprender un fenómeno social complejo, además, que el alcance final de los estudios cualitativos muchas veces consiste en comprender un fenómeno social complejo y que el acento no está en medir las variables involucradas en dicho fenómeno, sino en entenderlo.

En este caso, considerando que la meta principal de la presente investigación es analizar la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas, se cree que esto implica comprender de hecho un fenómeno social complejo.

Además, el enfoque cualitativo también se ajusta a los objetivos específicos planteados, los cuales también se enfocan en conocer las perspectivas de los habitantes y determinar las necesidades, oportunidades, problemáticas y soluciones a esa estrategia, lo que sugiere un enfoque cualitativo para obtener información detallada y comprensiva sobre esas experiencias y perspectivas de los habitantes. Por lo tanto, el enfoque de la metodología de la investigación para cumplir con estos objetivos es el cualitativo.

1.9.2 Método de investigación

En este trabajo de investigación, se ha determinado que el método de investigación más adecuado para cumplir con los objetivos planteados es el descriptivo y explicativo. Este método se enfoca en describir y explicar los fenómenos sociales de manera clara y concisa, lo que permitirá obtener información detallada y comprensiva sobre las experiencias y perspectivas de los habitantes en relación a la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas en la Comuna 20 de Santiago de Cali en el año 2023.

El método descriptivo y explicativo se ajusta a los objetivos específicos planteados, los cuales se enfocan en conocer las perspectivas de los habitantes y determinar las necesidades, oportunidades, problemáticas y soluciones a esa estrategia. Además, este método permitirá obtener información detallada sobre las herramientas de comunicación utilizadas en la estrategia de socialización de obras públicas y cómo se logró involucrar a la comunidad en el proceso de toma de decisiones sobre las obras públicas.

Para cumplir con los objetivos planteados, se diseñarán instrumentos y técnicas de recolección de información que se ajusten al método descriptivo y explicativo. Como técnica de recolección de información se encuentran la entrevista y como técnica de análisis de información la matriz DOFA. Estas técnicas permitirán obtener información detallada y comprensiva sobre las experiencias y perspectivas de los habitantes en relación a la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas en la Comuna 20 de Santiago de Cali en el año 2023.

Según menciona Hernández, et al. (2014), el análisis descriptivo se utiliza para resumir y presentar datos de manera clara y concisa, lo que puede ser útil para presentar los resultados de encuestas o entrevistas con los habitantes. El análisis descriptivo según Hernández, et al. (2014), es un método de investigación que se utiliza para describir y resumir datos de manera clara y concisa. Este método se enfoca en presentar los datos de manera que sean fácilmente comprensibles y accesibles para el lector o el investigador.

1.9.3 Técnica e instrumentos de investigación

Se ha determinado que la técnica de recolección de información más adecuada para cumplir con los objetivos planteados es la entrevista semiestructurada. Esta técnica permitirá obtener información detallada y comprensiva sobre las experiencias y perspectivas de los habitantes en relación a la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas en la Comuna 20 de Santiago de Cali en el año 2023.

Para llevar a cabo la entrevista semiestructurada, se utilizará como instrumento de recolección el formato de entrevista. Este formato permitirá guiar la conversación y asegurar que se aborden los temas relevantes para la investigación. Además, se permitirá registrar las respuestas de los entrevistados de manera clara y organizada, lo que facilitará el análisis de la información recopilada. A continuación se presentan los dos formatos de entrevistas, uno aplicado al equipo de Planeación Secretaría de Deporte y Recreación y otra a los miembros de la comunidad.

A continuación, se presentan la matriz de congruencia para la determinación de preguntas de las dos entrevista que guiaran la construcción del instrumento de recolección de datos:

Tabla 1. Matriz de congruencia para la determinación de preguntas de entrevistas al equipo de Planeación Secretaría de Deporte y Recreación

| OBJETIVO ESPECIFICO | DIMENSION | CATEGORIA | PREGUNTAS |
|--|----------------------|----------------------------------|--|
| Describir la estrategia de comunicación que se ha desarrollado en la Secretaría del Deporte y la | Comunicación externa | Preferencia por medios y canales | ¿Qué medios y canales de comunicación se utilizan para la socialización de las obras públicas? |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Recreación de Cali para la socialización de obras públicas en la comuna 20 en último año. | | Percepción de la frecuencia | ¿Con qué frecuencia se informa a la comunidad sobre los avances en la gestión de obras públicas? |
| | | Percepción del objetivo | ¿Cuál es el objetivo de las comunicaciones en redes sociales en relación con la socialización de obras públicas? |
| | La socialización | Actividades específicas | ¿Cuáles son las actividades específicas que se llevan a cabo dentro de una estrategia de socialización y en qué consisten? |
| | | Tipo de actividades | ¿Qué tipo de actividades se desarrollan durante el proceso de socialización en la comuna 20 de Cali? |
| | | Frecuencia de visitas a campo | ¿Con qué frecuencia se realizan visitas a las comunidades de la comuna 20 de Cali? |
| | | Actividades de socialización adicionales | ¿Se llevan a cabo otras actividades de socialización distintas a las visitas a las comunidades? |
| | Estrategia de comunicación en el sector público. | Estrategia de comunicación empleadas | ¿Cuál es la estrategia de comunicación empleadas por la Secretaría en la socialización de obras públicas en la comuna 20 de Cali? |
| | | Diseño y planificación | ¿Cómo se diseñan y planifica la estrategia de socialización de obras públicas? |
| | | Diseño y planificación | ¿Cómo se definen los contenidos y mensajes clave para la socialización de obras públicas? |
| | | Responsables | ¿Quiénes son los responsables de diseñar y ejecutar la estrategia de socialización? |
| | | Objetivos específicos de la socialización | ¿Cuáles son los objetivos específicos de la socialización de obras públicas en la comuna 20 de Cali? |
| | | Frecuencia e interacción según comuna | ¿La estrategia de comunicación, frecuencia e interacción varían según la comuna en Cali? |
| | | Gestión de las interacciones | ¿Cómo se gestionan las interacciones con la comunidad en términos comunicativos durante el proceso de socialización? |

Fuente: Construcción propia, 2023.

Tabla 2. Matriz de congruencia para la determinación de preguntas de entrevistas a los representantes de la comuna 20

| OBJETIVO ESPECIFICO | DIMENSION | CATEGORIA | PREGUNTA |
|---|-------------------------------|--|--|
| Conocer las perspectivas de los habitantes de la comuna 20, en relación con la socialización de obras públicas de la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali | Canales de comunicación | Medios y canales utilizados | ¿Consideras que los medios y canales de comunicación que se utilizan en la Secdeportes para la socialización de obras públicas con la comuna 20 son los adecuados? |
| | | | ¿Crees que las redes sociales de la Secretaria del Deporte cumplen con un objetivo comunicacional y son los adecuados para socializar las obras? |
| | Frecuencia de comunicación | Información a la comunidad | ¿Con qué frecuencia se les informa a la comunidad sobre los avances y la gestión de las Obras Públicas? |
| | | | ¿Con qué frecuencia visita la entidad a la comuna para hacer seguimiento a estos procesos? |
| | Participación ciudadana | Actividades comunitarias | ¿Qué tipo de actividades desarrollan ustedes como comunidad con la Secretaría durante los procesos de socialización? |
| | | | ¿Se llevan a cabo otras actividades diferentes a las visitas que les hace la entidad a ustedes para la socialización? |
| | | | ¿Ustedes hacen veeduría visible de las obras? |
| | Comunicación interna | Estrategia de comunicación | ¿A nivel interno existe estrategia de comunicación para trasladar la información a la comunidad de las obras que realiza la Secretaría? |
| | Objetivos de la socialización | Propósito de la socialización | ¿Cuál crees que es el objetivo que cumple la socialización? |
| | Variabilidad territorial | Diferencias entre territorios | ¿Crees que la estrategia, la interacción y la frecuencia con esta comuna es diferente o que varía según el territorio? |
| Efectividad de la comunicación | Gestión de interacciones | ¿Consideras que la gestión de las interacciones en términos comunicativos con la Secretaría del Deporte son efectivas? | |

Para garantizar el cumplimiento del tercer objetivo relacionado con determinar las necesidades, oportunidades, problemáticas y soluciones a esa estrategia, se ha determinado el uso de la matriz DOFA como técnica de análisis de información. La matriz DOFA es una herramienta que permite identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de un fenómeno social, lo que podría ser útil para comprender las perspectivas de los habitantes en relación con la socialización de obras públicas.

1.9.4 Muestra Poblacional de investigación

En términos de la muestra, se determinó utilizar una muestra por conveniencia y aplicar las entrevistas a nueve sujetos clave, pertenecientes a los dos grupos involucrados en el proceso: el equipo de Planeación Secretaría de Deporte y Recreación y los representantes de la comuna 20. La información de los sujetos entrevistados se presenta en la tabla 2.

Tabla 3. Muestras de población de estudio

| Categoría | Nombre | Rol |
|--|-----------------------|---|
| Planeación Secretaría de Deporte y Recreación | Felipe Dulcey | Subsecretario de infraestructura Secretaría del Deporte de Cali |
| | Iván Martínez | Director de Planeación Secretaría del Deporte de Cali |
| | Jefferson Escobar | Promotor Arquitecto Comuna 20 |
| | Liliana Quiroga | Coordinadora zonal Comuna 20 |
| | Marisol Torres | Participación Ciudadana |
| | Raúl Torres Galeano | Director observatorio del deporte de Cali ODRAFF |
| Representantes de la comuna 20 | Darío Giraldo | Líder Comunitario e integrante de la Junta de Acción Comunal Comuna 20 |
| | Edison Villano | Edil Comuna 20 |
| | Rafael Pacheco Aponte | Líder Comunitario sector La Estrella Siloé Comuna 20 |

Fuente: Construcción propia, 2023.

Se entrevistarán a personas que ocupan un rol relacionado con el objeto de estudio en términos de planeación, así: dentro de la Secretaría se entrevistará al director del Observatorio ODRAF, al director de Planeación, al director de Infraestructura, al Arquitecto promotor encargado y a la persona encargada de Participación Ciudadana.

En cuanto a los representantes de la comuna 20, se entrevistará a un edil de la comuna 20, un integrante de la Junta de Acción Comunal y a un líder social de la Comuna 20.

1.9.5 Fases de investigación

La presente investigación se desarrollará en diferentes fases, siguiendo un enfoque cualitativo, tal como lo sugiere Hernández et al. (2014).

1. **Fase de planificación:** En esta etapa, se definen los objetivos específicos de la investigación, se identificarán los actores clave a entrevistar y se diseñarán los instrumentos de recolección de información, como las guías de entrevista y la matriz DOFA.
2. **Fase de recolección de información:** Se aplicarán las técnicas e instrumentos de recolección de información previamente diseñados, como la realización de entrevistas a los actores clave y la elaboración de la matriz DOFA. En esta fase, se emplearán métodos de investigación, el análisis descriptivo y el análisis del discurso.
3. **Fase de análisis de información:** Se analizarán los datos recabados mediante las entrevistas y la matriz DOFA, utilizando los métodos de investigación mencionados anteriormente. En esta etapa, se describe la estrategia de comunicación desarrolladas en la Secretaría, se conocerán las perspectivas de los habitantes en relación con la socialización y se determinarán las necesidades, oportunidades, problemáticas y soluciones relacionadas con la estrategia de comunicación.
4. **Fase de interpretación y conclusiones:** A partir del análisis de la información, se interpretarán los resultados obtenidos y se formularán conclusiones en función de los objetivos planteados en la investigación. En esta fase, se identificarán las implicaciones prácticas y teóricas de los hallazgos y se propondrán recomendaciones para mejorar la estrategia de comunicación en la socialización de obras públicas en la comuna 20 de Cali.
5. **Fase de comunicación de resultados:** Finalmente, se redacta el informe final de investigación, que presenta los resultados obtenidos, las conclusiones y las recomendaciones propuestas. Este informe servirá como base para la toma de decisiones y la implementación de mejoras en la estrategia de comunicación aplicadas en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la comuna 20 de Cali en el año 2023.

1.9.6 Cronograma

| FASE | ACTIVIDAD | MES DE REALIZACIÓN | | | | |
|--------|---|--------------------|---|---|---|----|
| | AÑO | 2023 | | | | |
| | MES | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| FASE 1 | En esta etapa, se definen los objetivos específicos de la investigación, se identificarán los actores clave a entrevistar y se diseñarán los instrumentos de recolección de información, como las guías de entrevista y la matriz DOFA. | | | | | |
| FASE 2 | Se aplicarán las técnicas e instrumentos de recolección de información previamente diseñados, como la realización de entrevistas a los actores clave y la elaboración de la matriz DOFA. En esta fase, se emplearán métodos de investigación como el análisis de contenido, el análisis descriptivo y el análisis del discurso | | | | | |
| FASE 3 | Se analizarán los datos recabados mediante las entrevistas y la matriz DOFA, utilizando los métodos de investigación mencionados anteriormente. En esta etapa, se describe la estrategia de comunicación desarrolladas en la Secretaría, se conocerán las perspectivas de los habitantes en relación con la socialización y se determinarán las necesidades, oportunidades, problemáticas y soluciones relacionadas con la estrategia de comunicación | | | | | |
| FASE 4 | A partir del análisis de la información, se interpretarán los resultados obtenidos y se formularán conclusiones en función de los objetivos planteados en la investigación. En esta fase, se identificarán las implicaciones prácticas y teóricas de los hallazgos y se propondrán recomendaciones para mejorar la estrategia de comunicación en la socialización de obras públicas en la comuna 20 de Cali. | | | | | |
| FASE 5 | Finalmente, se redacta el informe final de investigación, que presenta los resultados obtenidos, las conclusiones y las recomendaciones propuestas. Este informe servirá como base para la toma de decisiones y la implementación de mejoras en la estrategia de comunicación aplicadas en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la comuna 20 de Cali. | | | | | |

2. ANALISIS DE RESULTADOS

En este capítulo, se presentan los resultados obtenidos a partir de la aplicación de dos formatos de entrevista semiestructurada diseñados para cumplir con los dos primeros objetivos de investigación. Estos formatos se aplicaron a dos grupos poblacionales diferentes: por un lado, se entrevistó a habitantes de la Comuna 20 de Santiago de Cali y, por otro lado, se entrevistó a representantes de la Secretaría del Deporte y la Recreación.

En total, se aplicaron 11 preguntas a tres líderes y habitantes de la comunidad (Darío Giraldo, Edison Villano y Rafael Pacheco Aponte), y 14 preguntas dirigidas a seis representantes de la Secretaría (Felipe Dulcey, Iván Martínez, Jefferson Escobar, Liliana Quiroga, Marisol Torres, Raúl Torres Galeano).

Las preguntas abiertas permitieron obtener información detallada y comprensiva sobre las experiencias y perspectivas de los habitantes y representantes de la Secretaría del Deporte y la Recreación en relación a la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas en la Comuna 20 de Santiago de Cali, sin embargo, cabe destacar que los dos formatos de entrevista semiestructurada diseñados presentan algunas diferencias. El formato de entrevista aplicado a los habitantes de la Comuna 20 se enfocó en conocer las perspectivas de la comunidad en relación a la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas, mientras que el formato de entrevista aplicado a los representantes de la Secretaría del Deporte y la Recreación se enfocó en conocer la estrategia de comunicación desarrollada por la Secretaría para la socialización de obras públicas en el año 2023.

2.1 DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA SECRETARÍA DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN DE CALI PARA LA SOCIALIZACIÓN DE OBRAS PÚBLICAS

En las siguientes páginas, se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas semiestructuradas a trabajadores de la Secretaría, organizados por categoría de análisis. Estas categorías de análisis se han definido a partir de los objetivos específicos planteados en la investigación y permiten una descripción detallada de la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas en la Comuna 20 de Santiago de Cali en el año 2023.

Cada categoría de análisis se enfoca en un aspecto específico de la estrategia de comunicación, como por ejemplo, las herramientas de comunicación utilizadas, los canales de comunicación empleados, la participación de la comunidad en el proceso de toma de decisiones, entre otros. A partir de los resultados obtenidos de las entrevistas semiestructuradas, se presentan las principales características de cada categoría de análisis y se hacen recomendaciones para mejorar la estrategia de comunicación en futuros proyectos de obras públicas en la ciudad.

2.1.1 Medios y canales de comunicación

La Secretaría de Deporte y Recreación utiliza diversos medios y canales de comunicación para informar a la comunidad acerca de las obras públicas en la comuna 20 de Cali. Según Felipe Dulcey (2023), el principal canal de comunicación son las juntas administradoras locales y las juntas de acción comunal. Además, la Secretaría comparte información en medios digitales como Twitter, Instagram, Facebook y YouTube.

Por otro lado, según los aportes de Iván Martínez, Jefferson Escobar, Liliana Quiroga, Marisol Torres y Raúl Torres Galeano, las juntas de acción comunal y las juntas administradoras locales son los principales canales de comunicación para la socialización de las obras públicas. La Secretaría se acerca a estas juntas para hacer la socialización de las obras y se contacta con el presidente de cada sector para que ayude a hacer el voz a voz con la comunidad. Además, Infraestructura cita a las juntas de acción comunal o las juntas de acción local, y a ellos se les hace la socialización.

En suma, la Secretaría de Deporte y Recreación utiliza una combinación de medios digitales y canales de comunicación tradicionales, como las juntas de acción comunal y las juntas administradoras locales, para informar a la comunidad acerca de las obras públicas en la comuna 20 de Cali.

2.1.2 Frecuencia de las visitas a la comunidad

La comunidad es informada regularmente sobre los avances en la gestión de las Obras Públicas. Según Felipe Dulcey, la rendición de cuentas se realiza trimestralmente, es decir, cuatro veces al año. Durante estas rendiciones de cuentas, se informa a la comunidad sobre los avances y los porcentajes en los que

se encuentran las obras. Además, se publican en Instagram las obras que se van entregando.

Por otro lado, Iván Martínez, Jefferson Escobar y Liliana Quiroga coinciden en que se realiza una convocatoria en sitio con el contratista e interventoría a mitad del contrato para informar a la comunidad sobre el estado de la ejecución del contrato. Además, la Secretaría debe colocar una cartelera o un pendón informando cuánto vale la obra, en qué tiempo se va a ejecutar, cuando arranca y quién es el encargado. Este es el medio de comunicación informativo para la comunidad que pasa por el sector.

Finalmente, Marisol Torres señala que en teoría se debería informar a la comunidad antes de iniciar el proyecto, durante el proyecto y finalizando para hacer la entrega. En obras sujetas a auditorías visibles, se deben hacer por lo menos cuatro foros. Sin embargo, esto depende de cada obra y si surgen eventualidades, habrá más comunicaciones.

En resumen, la comunidad es informada regularmente sobre los avances en la gestión de las Obras Públicas. Se realizan rendiciones de cuentas trimestrales y se utilizan medios como Instagram y carteles informativos. Además, se realizan convocatorias a mitad del contrato y se informa antes de iniciar el proyecto, durante el proyecto y finalizando para hacer la entrega. En obras sujetas a auditorías visibles, se deben hacer por lo menos 4 foros.

2.1.3 Frecuencia de la entrega de información a la comunidad

Según los aportes de los entrevistados, las visitas a las comunidades de la comuna 20 de Cali se realizan con diferentes frecuencias.

Por un lado, Iván Martínez menciona que durante los meses de febrero, marzo, abril y mayo se generan visitas permanentes o en la medida que abran los espacios para hacer los procesos de socialización. Por otro lado, Jefferson Escobar indica que cada vez que la comunidad lo requiera se programa fecha, hora y lugar para tener requerimientos en territorio.

Por su parte, Liliana Quiroga y Marisol Torres coinciden en que las visitas se hacen en la medida que la comunidad lo requiera y que regularmente son citadas por ellos mismos porque surgen muchos imprevistos en las obras o procesos que en el

territorio se adelanten. Finalmente, Raúl Torres Galeano menciona que la Secretaría del Deporte cuenta con dos equipos permanentes en territorio, los promotores de fomento deportivo y el equipo de infraestructura llamados Gestores, quienes están permanentemente en la Unidad Deportiva del territorio. Además, Felipe Dulcey agrega que los visitan prácticamente a diario con un equipo que se llama Gestores de Territorio, quienes están atentos a cualquier circunstancia que surja.

En suma, puede decirse que las visitas a las comunidades de la comuna 20 de Cali se realizan con diferentes frecuencias, dependiendo de las necesidades de la comunidad y de los equipos encargados de realizarlas.

2.1.4 Gestión de las interacciones con la comunidad en términos comunicativos

Durante el proceso de socialización, es fundamental establecer una comunicación efectiva con la comunidad. Según los expertos Iván Martínez, Jefferson Escobar y Marisol Torres, existen diversas formas de gestionar las interacciones con la comunidad en términos comunicativos.

En primer lugar, Jefferson Escobar destaca la importancia de involucrar a los líderes de la comunidad en el proceso de socialización. Para ello, se llama a personas con las que se tiene mayor cercanía, como líderes de la JAL o ediles, y se les notifica vía llamada o WhatsApp sobre la reunión, el lugar, el día y hora. Además, cuando la comunidad requiere o tiene dudas sobre el tema de la ejecución, se les pide que se vean en el sitio para revisar temas. La comunicación generalmente es vía WhatsApp o llamadas.

Por otro lado, Marisol Torres señala que el proceso de socialización es inmediato y que la comunidad puede hacer intervenciones, preguntas o requerimientos que consideren necesarios. El arquitecto que esté realizando la socialización podrá dar respuesta inmediata.

Finalmente, Iván Martínez destaca la importancia de levantar actas una vez que se reúnen los organismos con la comunidad. Normalmente, las actas las hacen los jefes locales de cada una de las comunas y corregimientos, y dependiendo de lo que se implemente dentro de las actas, entonces se van generando acciones.

En suma, para gestionar las interacciones con la comunidad en términos comunicativos durante el proceso de socialización, es importante involucrar a los líderes de la comunidad, establecer una comunicación efectiva vía WhatsApp o llamadas, permitir que la comunidad haga intervenciones y preguntas, y levantar actas para generar acciones.

2.1.5 Objetivos específicos de la socialización de obras públicas

La socialización de obras públicas en la comuna 20 de Cali tiene como objetivo principal garantizar el derecho al deporte, la recreación y la actividad física en espacios seguros y adecuados para todos los ciudadanos. Para lograr este objetivo, se han establecido una serie de objetivos específicos que se basan en los aportes de diferentes expertos.

Por un lado, Jefferson Escobar destaca la importancia de dar a conocer a la comunidad los detalles de las obras públicas que se llevarán a cabo en la zona. Esto incluye información sobre los alcances del proyecto, el lugar de intervención, quiénes serán los responsables ante el proyecto, tanto contratistas como comunidad, como entidad, quien de la entidad debe responder y resolver dudas, inquietudes y dónde se deben dirigir en caso de alguna irregularidad que consideren para mejorar el proyecto.

Por otro lado, Liliana Quiroga hace hincapié en la necesidad de cumplir con la solicitud de la comunidad y arreglar los juegos, hacer el mantenimiento de la cancha y satisfacer las necesidades de la comuna 20.

Marisol Torres, por su parte, destaca la importancia de presentar el proyecto ante los grupos de valor y permitir que estos hagan control social sobre el proyecto de inversión.

Finalmente, Raúl Torres Galeano señala que la comunidad debe entenderse como sujeto de derecho, pero sujeta de deberes. Es decir, que tienen derecho al deporte, la recreación y la actividad física en espacios seguros y adecuados, pero también tienen deberes, y es que hay que hacerlos sostenibles. Este espacio es público y eso tiene algunos costos. Además, destaca la importancia de la comunicación y el lenguaje para garantizar una socialización efectiva.

En suma, los objetivos específicos de la socialización de obras públicas en la comuna 20 de Cali incluyen dar a conocer los detalles del proyecto, satisfacer las necesidades de la comunidad, permitir el control social, hacer sostenibles los espacios públicos y garantizar una comunicación efectiva. Todo esto con el fin de garantizar el derecho al deporte, la recreación y la actividad física en espacios seguros y adecuados para todos los ciudadanos.

2.1.6 Estrategia de comunicación

La Secretaría del deporte y recreación ha implementado una estrategia de comunicación para socializar las obras públicas en la comuna 20 de Cali. Según los aportes de los expertos, sus acciones se puede agrupar en tres categorías principales.

En primer lugar, se encuentra el contacto directo con los comités de planificación y la junta de acción comunal, tal como lo menciona Felipe Dulcey. Esta estrategia permite una comunicación más cercana y personalizada con los líderes comunitarios, quienes pueden transmitir la información a sus respectivas comunidades.

En segundo lugar, se encuentra el uso de las redes sociales, como lo menciona Iván Martínez. La Secretaría del deporte y recreación utiliza las redes sociales para mostrar de manera permanente todas las gestiones realizadas en la comuna 20 de Cali. De esta manera, se logra una mayor difusión de la información y se llega a un público más amplio.

En tercer lugar, se encuentra el impulso o la promoción al voz a voz, como lo menciona Jefferson Escobar. La comunidad se convierte en un aliado importante en la difusión de las gestiones realizadas por la Secretaría del deporte y recreación. A través del boca a boca, la comunidad refuerza la convocatoria y se logra una mayor participación en las obras públicas.

Además, Liliana Quiroga menciona que la socialización se da por el comité de planificación, la página web de la Secretaría de Deporte. Y los jefes de infraestructura, el señor Felipe Dulcey o el secretario Carlos Diago, socializan por los medios. Por otro lado, Marisol Torres destaca la importancia de la participación ciudadana en la toma de decisiones y la necesidad de una comunicación clara y transparente. Finalmente, Raúl Torres Galeano menciona la importancia de la

retroalimentación y la evaluación constante de la estrategia de comunicación para mejorar su efectividad.

En suma, puede decirse que la Secretaría del deporte y recreación utiliza una combinación de acciones estratégicas de comunicación, que incluyen el contacto directo con los líderes comunitarios, el uso de las redes sociales y el voz a voz de la comunidad, para socializar las obras públicas en la comuna 20 de Cali.

2.1.7 Diseño y planificación de la estrategia de la socialización de obras públicas

Para diseñar y planificar la estrategia de socialización de obras públicas, Jefferson Escobar destaca la importancia de organizar los elementos del contrato y de la intervención en una presentación ágil, dinámica y accesible a la comunidad. Esto implica utilizar un lenguaje sencillo y explicar los conceptos de manera didáctica, para que todos puedan entender los planos y elementos del proyecto.

Además, Escobar señala que es fundamental que la información sea clara y accesible para todos los ciudadanos, independientemente de su nivel de conocimiento técnico. De esta manera, se puede lograr una mayor comprensión y aceptación del proyecto por parte de la comunidad.

Otro aspecto importante que destaca Escobar es la necesidad de establecer canales de comunicación efectivos con la comunidad. Esto implica utilizar diferentes medios y herramientas para llegar a la mayor cantidad de personas posible, como redes sociales, medios de comunicación tradicionales, reuniones presenciales, entre otros. De esta manera, se puede difundir la información y recibir retroalimentación de los ciudadanos.

En suma, para diseñar y planificar la estrategia de socialización de obras públicas, es necesario tener en cuenta la claridad y accesibilidad de la información, así como establecer canales de comunicación efectivos con la comunidad. De esta manera, se puede lograr una mayor comprensión y aceptación del proyecto por parte de los ciudadanos.

2.1.8 Responsables del diseño y ejecución de la estrategia de socialización

Los responsables de diseñar y ejecutar estrategias de socialización en proyectos deportivos son diversos grupos y áreas de la entidad deportiva. Según Jefferson Escobar, los encargados de llevar a cabo este importante trabajo son los equipos estructuradores de los proyectos, quienes tienen un conocimiento amplio de cada proyecto y son los encargados de diseñar, organizar y ejecutar la socialización.

Liliana Quiroga por su parte, destaca que la Secretaría de Deporte, a través del arquitecto y el promotor deportivo que pertenece al comité de planificación, es la figura encargada de la articulación entre la Secretaría de Deporte y la comunidad. Mientras tanto Marisol Torres menciona que es un trabajo conjunto entre infraestructura y comunicaciones.

Por otro lado, Raúl Torres Galeano señala que, en la Subsecretaría de Infraestructura deportiva, la responsable directa es la subsecretaria deportiva, quien cuenta con varios grupos, como el grupo de diseño, el grupo de administración de escenarios, el grupo de cuadrilla, el grupo de presupuesto y el grupo técnico, que hace trabajo en campo con ingenieros y arquitectos.

Finalmente, Iván Martínez destaca que, en el diseño y la ejecución de las estrategias de socialización, se cuenta con un equipo de comunicaciones que dependiendo de las necesidades que se tengan, identifican hacia dónde va la información que se requiere. Además, Felipe Dulcey menciona que, en planeación distrital, hay un área que se llama de Participación Ciudadana, que también está involucrada en este proceso. En suma, son varios los grupos y áreas involucrados en el diseño y ejecución de estrategias de socialización en proyectos deportivos.

2.1.9 Definición de los contenidos y mensajes clave para la socialización de obras públicas

La definición de los contenidos y mensajes clave para la socialización de obras públicas es un proceso importante que requiere de una comunicación clara y concisa. Según Liliana Quiroga, es fundamental que la información sea clara y fácil de entender para la comunidad. En palabras de la entrevistada, *se debe decir lo que es blanco y lo que es negro, sin tantas arandelas.*

Por otro lado, Marisol Torres considera que este proceso es más un trabajo en equipo entre los departamentos de infraestructura y comunicaciones. Es decir, se debe trabajar en conjunto para mejorar la comunicación sobre las obras públicas.

Finalmente, Raúl Torres Galeano destaca la importancia de respaldar la intervención en las obras públicas con cifras y datos. Estos datos son importantes para justificar la intervención y respaldar la información que se comparte con la comunidad.

En suma, para definir los contenidos y mensajes clave para la socialización de obras públicas, es importante trabajar en equipo entre los departamentos de infraestructura y comunicaciones, comunicar de manera clara y concisa la información a la comunidad y respaldar la intervención en las obras públicas con datos y cifras.

2.1.10 Actividades específicas de la estrategia de socialización

La estrategia de socialización en obras tiene como objetivo principal lograr la aceptación de la comunidad en proyectos de construcción. Para ello, se llevan a cabo diversas actividades específicas que involucran a los actores involucrados en el proceso.

En primer lugar, según los aportes de Felipe Dulcey, es importante que la obra que se va a ejecutar tenga la aceptación de la comunidad, por lo que se busca evitar el rechazo por parte de la misma. Para lograrlo, se pueden ajustar los presupuestos antes de contratar la obra para que sea aceptada.

Por otro lado, Iván Martínez y Jefferson Escobar coinciden en que dentro de una socialización se presenta a los actores involucrados, como el contratista y la interventoría, el contrato que se va a ejecutar y se da a conocer el alcance, el presupuesto y los derechos que la comunidad tiene. Para ello, se realiza una presentación donde se expone toda esta situación, un antes y un después de comenzar el proyecto, para que la comunidad tenga presente cómo va a ser todo el proceso constructivo.

Además, Liliana Quiroga y Marisol Torres destacan la importancia de informar a la Junta de acción comunal que se va a ejecutar un proyecto y de dar espacio para que la comunidad realice sus solicitudes, requerimientos e interrogantes que tengan

sobre el proceso. Se puede volver una dinámica de preguntas y respuestas para que la comunidad se sienta involucrada en el proceso.

Por último, Raúl Torres Galeano destaca la importancia de presentar la obra, el alcance, el tiempo de duración, los valores, quienes van a hacer la interventoría y presentar el responsable de la obra. Todo esto con el fin de que la comunidad conozca y presente sus inquietudes y requerimientos, solicitudes de ajuste, etcétera.

En resumen, las actividades específicas que se llevan a cabo dentro de una estrategia de socialización en obras incluyen ajustar los presupuestos para evitar el rechazo de la comunidad, presentar a los actores involucrados y dar a conocer el alcance, el presupuesto y los derechos que la comunidad tiene, informar a la Junta de acción comunal y dar espacio para que la comunidad realice sus solicitudes e interrogantes que tengan sobre el proceso, y presentar la obra, el alcance, el tiempo de duración, los valores, quienes van a hacer la interventoría y presentar el responsable de la obra. Todo esto con el fin de que la comunidad se sienta involucrada en el proceso y tenga la oportunidad de expresar sus inquietudes y requerimientos, lo que puede ayudar a evitar posibles conflictos y a lograr una mayor aceptación del proyecto. En definitiva, la estrategia de socialización busca establecer un diálogo abierto y transparente con la comunidad, para que se sienta parte del proceso y pueda contribuir a su éxito.

2.1.11 Otras actividades de socialización distintas que realiza la Secretaría de Deporte y Recreación

Según los expertos entrevistados, existen diversas actividades de socialización que se llevan a cabo en las comunidades además de las visitas.

En primer lugar, Felipe Dulcey menciona que se hace un acta de entrega a la comunidad que funciona como una socialización y una aceptación final de la obra. En esta acta, la comunidad, los vecinos y la Junta de acción comunal firman y reciben la obra, asumiendo la responsabilidad sobre ella y entendiendo que son recursos públicos y que serán los beneficiados.

Por otro lado, Iván Martínez señala que la misma comunidad puede hacer solicitudes cuando no está conforme con los productos y servicios que se han entregado. Asimismo, Jefferson Escobar explica que se realizan visitas de obra,

seguimiento y estudios de ejecución, se hace un inventario y caracterización de los escenarios para verificar su estado y se hace un reporte para priorizar proyectos por dependencia y llevarlos a cabo posteriormente.

En cuanto a la divulgación de información, Liliana Quiroga menciona que desde participación ciudadana se solicita la publicación de los proyectos de inversión en la instancia web para que toda la comunidad tenga acceso permanente a esa información, y que esto se actualiza con corte a cada trimestre. Además, Marisol Torres indica que la Rendición de Cuentas se puede catalogar como una socialización de los proyectos de inversión.

Finalmente, Raúl Torres Galeano comenta que, aunque no hay actividades de socialización directamente en la Secretaría, en algunos momentos la Alcaldía hace tomas de las comunas o recorridos con los secretarios por las comunas y allí tímidamente se habla de algunos temas.

En suma, puede decirse que las actividades de socialización en las comunidades van más allá de las visitas y pueden incluir actas de entrega, solicitudes de la comunidad, visitas de obra, inventarios y caracterizaciones de escenarios, publicación de información en la web y rendición de cuentas.

2.2 PERSPECTIVAS DE LOS HABITANTES DE LA COMUNA 20, EN RELACIÓN CON LA SOCIALIZACIÓN DE OBRAS PÚBLICAS DE LA SECRETARÍA DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN DE CALI.

En las siguientes páginas, se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas semiestructuradas aplicadas a los líderes de la Comuna 20, organizados por categoría de análisis. Cada categoría de análisis se enfoca en un aspecto específico de la socialización de obras públicas, como por ejemplo, la percepción de los líderes comunitarios sobre el objetivo que cumple la socialización, la participación de la comunidad en el proceso de toma de decisiones, la claridad y precisión de la información proporcionada por la Secretaría del Deporte y la Recreación, entre otros. A partir de los resultados obtenidos de las entrevistas semiestructuradas, se presentan las principales características de cada categoría de análisis y se hacen recomendaciones para mejorar la estrategia de comunicación en futuros proyectos de obras públicas en la Comuna 20.

2.2.1 Percepción del objetivo que cumple la socialización

Según los líderes comunitarios de la Comuna 20, la socialización cumple un objetivo fundamental en la comunidad. En primer lugar, la socialización permite que la comunidad se mantenga informada sobre las obras que realiza la Secretaría y sobre las actividades en general en deporte y cultura (Edison Villano). De esta manera, se asegura que la comunidad esté al tanto de lo que está sucediendo en su entorno y pueda participar activamente en la toma de decisiones.

Además, la socialización es una forma efectiva de fomentar la participación ciudadana y el trabajo en equipo (Darío Giraldo). Al compartir información y conocimientos, se crea un ambiente de colaboración y se fomenta la participación activa de la comunidad en la toma de decisiones y en la realización de proyectos.

Otro objetivo importante de la socialización es la creación de redes y medios de comunicación propios (Edison Villano). Estas redes y medios de comunicación permiten que la comunidad se mantenga informada de manera efectiva y oportuna, y también permiten que la comunidad tenga una voz activa en la toma de decisiones.

Por último, la socialización es una forma efectiva de fortalecer los lazos comunitarios y de crear un sentido de pertenencia en la comunidad (Rafael Pacheco Aponte). Al compartir información y conocimientos, se crea un ambiente de confianza y se fomenta la colaboración y el trabajo en equipo.

En resumen, la socialización cumple un objetivo fundamental en la comunidad, ya que permite que la comunidad se mantenga informada, fomenta la participación ciudadana y el trabajo en equipo, crea redes y medios de comunicación propios, y fortalece los lazos comunitarios y el sentido de pertenencia. Los líderes comunitarios han destacado la importancia de la socialización como una herramienta clave para el desarrollo y el bienestar de la comunidad.

2.2.2 Percepción de la idoneidad de los medios y canales de comunicación

Según los líderes comunitarios entrevistados, los medios y canales de comunicación utilizados por la Secdeportes para la socialización de obras públicas en la Comuna 20 no son los adecuados. En general, se percibe que la información no llega a toda la comunidad y que los canales existentes no son suficientes para llegar a las zonas más alejadas.

En cuanto a los canales de comunicación, Edison Villano, edil de la Comuna 20, menciona que la difusión directa con perifoneo y volanteo es una alternativa efectiva . Sin embargo, Rafael Pacheco Aponte, líder comunitario del sector La Estrella Siloé, considera que estos medios no llegan a todos los barrios y que la información no se distribuye de manera equitativa. Además, Darío Giraldo, líder comunitario e integrante de la Junta de Acción Comunal de la Comuna 20, menciona que los medios de comunicación actuales, como las redes sociales, no son suficientes para llegar a toda la comunidad .

Por otro lado, se sugiere que la Secretaría de Deportes debería utilizar otros medios de comunicación para llegar a toda la comunidad. En este sentido, Edison Villano menciona que se deberían utilizar medios de comunicación masivos, como la televisión y la radio, para llegar a toda la comunidad. También se sugiere que se deberían utilizar medios de comunicación más personalizados, como reuniones con líderes comunitarios y visitas a los barrios, según Rafael Pacheco Aponte .

En suma, los líderes comunitarios de la Comuna 20 consideran que los medios y canales de comunicación utilizados por la Secdeportes para la socialización de obras públicas no son los adecuados. Se sugiere que se utilicen medios de comunicación masivos y personalizados para llegar a toda la comunidad de manera equitativa.

2.2.3 Percepción de la comunidad, respecto a la frecuencia de visitas de la secretaria a la comuna para hacer seguimiento a estos procesos

Según la percepción de los representantes de la Comuna 20 entrevistados, la frecuencia de visitas de las entidades encargadas para hacer seguimiento a los procesos varía.

Por un lado, Darío Giraldo, líder comunitario e integrante de la Junta de Acción Comunal, desconoce sobre este tema, por lo que no puede aportar información al respecto.

Por otro lado, Edison Villano, edil de la Comuna 20, menciona que las entidades encargadas visitan la comuna periódicamente, aunque no especifica con qué frecuencia exacta.

Finalmente, Rafael Pacheco Aponte, líder comunitario del sector La Estrella Siloé, menciona que cuando se hace seguimiento a estos procesos y veeduría, se citan

hasta 7 veces. Además, menciona que en el último año las entidades encargadas visitaron la comuna unas cuatro veces para revisar un tema de la piscina del polideportivo La Estrella.

En resumen, aunque no hay una respuesta clara y precisa sobre la frecuencia de visitas de las entidades encargadas para hacer seguimiento a los procesos en la Comuna 20, se puede inferir que estas visitas son periódicas y que en algunos casos pueden llegar a ser hasta 7 veces. Además, se destaca la importancia de hacer seguimiento y veeduría para garantizar la transparencia en la ejecución de los proyectos.

2.2.4 Percepción de la idoneidad de la frecuencia de información a la comunidad sobre los avances y la gestión de las Obras Públicas

Según Rafael Pacheco Aponte, líder comunitario del sector La Estrella en Siloé Comuna 20, la información sobre los avances y la gestión de las Obras Públicas llega tarde y de manera poco frecuente a la comunidad. En su experiencia, muchas veces se enteran de las obras cuando ya han comenzado o incluso cuando ya han terminado. Además, en ocasiones las obras afectan directamente al barrio y no se les avisa a los más afectados, lo que genera malestar y desconfianza en la comunidad.

Aunque reconoce que ha habido momentos en los que se informa muy bien, la mayoría de las veces la frecuencia y calidad de la información no es la adecuada. Esto puede generar descontento y falta de participación de la comunidad en el proceso de gestión de las obras públicas, ya que no se sienten involucrados ni informados.

Es importante destacar que la falta de información adecuada puede tener consecuencias negativas en la percepción de la comunidad sobre las obras públicas y en su disposición a colaborar en su ejecución. Por ello, es fundamental que se tomen medidas para mejorar la frecuencia y calidad de la información que se le brinda a la comunidad, involucrando a los líderes comunitarios en el proceso y asegurándose de que se les informe de manera oportuna y clara sobre los avances y la gestión de las obras públicas.

2.2.5 Percepción de la idoneidad de las redes sociales de la secretaria del Deporte para socializar las obras

Según las opiniones de los líderes comunitarios de la Comuna 20, las redes sociales de la Secretaría del Deporte no cumplen con un objetivo comunicacional adecuado para socializar las obras. Darío Giraldo y Edison Villano coinciden en que la información que se muestra en las redes sociales no es constante y no llega a todos los grupos de edad. Mientras que los jóvenes reciben información por redes sociales, los adultos mayores no tienen acceso a ella.

Por otro lado, Rafael Pacheco Aponte menciona que sigue las redes de la Secretaría y las del secretario Carlos, pero solo muestran imágenes de los eventos y algunos programas que la secretaría tiene, y muy de vez en cuando algo referente a las obras. En términos de entretenimiento, la información por redes sociales de la Ciclovía genera un impacto importante, pero si lo miramos desde el fomento y los programas de la Secretaría, no son visibles, según las palabras de Edison Villano.

En resumen, los líderes comunitarios de la Comuna 20 consideran que las redes sociales de la Secretaría del Deporte no son adecuadas para socializar las obras y que la información que se muestra no es constante ni llega a todos los grupos de edad. Aunque reconocen que la información de la Ciclovía genera un impacto importante en términos de entretenimiento, no se ven reflejados los programas y fomento de la Secretaría.

2.2.6 Actividades que desarrolla de manera autónoma la comunidad con la Secretaría durante los procesos de socialización

Según los líderes comunitarios de la Comuna 20, Darío Giraldo, Edison Villano y Rafael Pacheco Aponte, las actividades que se desarrollan con la Secretaría durante los procesos de socialización varían en función de los objetivos específicos de cada proyecto. En general, se busca involucrar a la comunidad en todo lo que se va a desarrollar y acompañar todo el proceso.

En cuanto a la comunicación con la Secretaría del Deporte, los líderes comunitarios señalan que no han existido reuniones directas con ellos para socializar información o actividades dentro de su territorio. En su lugar, se utilizan las juntas de acción comunal como intermediarias. Sin embargo, esto puede limitar la comunicación y muchas veces la información no se traslada efectivamente a la comunidad.

A pesar de estos desafíos, los líderes comunitarios están comprometidos en involucrar a la comunidad en todo lo que se va a desarrollar. Edison Villano destaca que se le socializa a la gente para que ellos puedan ser partícipes de todo lo que se va a desarrollar y acompañen todo el proceso. Por su parte, Rafael Pacheco Aponte señala que la comunidad en sí no se reúne con la Secretaría, pero se busca involucrar a los líderes comunitarios y a los habitantes del sector La Estrella Siloé en las actividades que se desarrollan.

En suma, las actividades que se desarrollan con la Secretaría durante los procesos de socialización buscan involucrar a la comunidad en todo lo que se va a desarrollar y acompañar todo el proceso. Aunque hay algunos desafíos en la comunicación, los líderes comunitarios están comprometidos en involucrar a la comunidad y asegurarse de que la información se traslade efectivamente a todos los habitantes de la Comuna 20.

2.2.7 Estrategia de comunicación de la comunidad para transferir la información de las obras que realiza la Secretaría

Según los líderes comunitarios de la Comuna 20, la comunidad utiliza diversas acciones estratégicas de comunicación para trasladar la información a otros miembros de la comunidad sobre las obras que realiza la Secretaría. Una de las acciones más efectivas es la creación de redes y medios de comunicación propios, que permiten hacer visibles los procesos y mantener a la comunidad informada (Edison Villano). Estas redes y medios de comunicación son utilizados para difundir información sobre las obras, así como sobre actividades en general en deporte y cultura.

Otra acción que ha funcionado bien es la realización de eventos comunitarios, como ollas comunitarias y yincanas para los niños, que atraen a la comunidad y brindan la información necesaria (Darío Giraldo). Estos eventos son una forma efectiva de llegar a la comunidad y mantenerla informada sobre las obras que se están realizando.

Además, los líderes comunitarios han destacado la importancia de la comunicación con los entes de control, quienes se han sumado a las redes y medios de comunicación de la comunidad para estar pendientes de lo que está pasando con las obras (Edison Villano). De esta manera, se aseguran de que la información llegue a la comunidad de manera efectiva y oportuna.

Sin embargo, los líderes comunitarios también han señalado que la comunicación con la Secretaría es limitada y que la comunidad se entera de las obras cuando ya se están haciendo o cuando ya las hicieron (Rafael Pacheco Aponte). Por lo tanto, han sugerido que se establezca una estrategia de comunicación más efectiva para mejorar la comunicación entre la Secretaría y la comunidad. En general, la comunidad ha demostrado una gran capacidad para crear sus propias redes y medios de comunicación, y ha utilizado estas herramientas para mantenerse informada sobre las obras que realiza la Secretaría.

2.2.8 Percepción de la idoneidad de la gestión de las interacciones en términos comunicativos con la Secretaría del Deporte

Según los líderes comunitarios Darío Giraldo e Rafael Pacheco Aponte, la gestión de las interacciones en términos comunicativos con la Secretaría del Deporte no es efectiva. Ambos coinciden en que siempre hay excusas y demoras por parte de la Secretaría, lo que afecta negativamente a la comunidad.

En particular, Darío Giraldo menciona que siempre hay retrasos en la gestión de los problemas que se presentan en la comunidad, lo que genera afectaciones a todo el entorno. Por su parte, Rafael Pacheco Aponte señala que la Secretaría se demora mucho en atender las solicitudes de la comunidad, como el arreglo de la piscina, que tardó 6 años en ser reparada sin que se informara nada sobre los retrasos y las afectaciones que esto generaba.

En resumen, ambos líderes comunitarios coinciden en que la gestión de las interacciones en términos comunicativos con la Secretaría del Deporte no es efectiva, lo que genera problemas y afectaciones a la comunidad.

3. NECESIDADES, OPORTUNIDADES, PROBLEMÁTICAS Y POSIBLES SOLUCIONES DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN APLICADA EN LA SOCIALIZACIÓN DE OBRAS PÚBLICAS POR LA SECRETARÍA DE DEPORTE Y RECREACIÓN EN LA COMUNA 20 DE CALI.

En este capítulo, se realiza una discusión detallada de los resultados obtenidos en los capítulos anteriores, a partir de una comparación entre las perspectivas de los funcionarios de la Secretaría del Deporte y la Recreación y los miembros de la comunidad de la Comuna 20 de Santiago de Cali. Esta comparación permite clarificar no solo las necesidades, oportunidades, problemáticas y posibles soluciones puntuales para la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas, sino también justificarlas en una matriz DOFA que se entrega como producto complementario a los resultados obtenidos y a los análisis realizados.

En este sentido, se presentan los principales hallazgos obtenidos a partir de la comparación de las perspectivas de los funcionarios de la Secretaría y los miembros de la comunidad, destacando las similitudes y diferencias encontradas. Se discuten las implicaciones de estos hallazgos para la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas y se hacen recomendaciones para mejorarla en futuros proyectos.

Además, se presenta una matriz DOFA que permite visualizar de manera clara y concisa las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas en la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas en la Comuna 20 de Santiago de Cali. Esta matriz DOFA se presenta como un producto complementario a los resultados obtenidos y a los análisis realizados, y permite justificar las necesidades, oportunidades, problemáticas y posibles soluciones puntuales identificadas en la estrategia de comunicación.

3.1 ANALISIS COMPARADO DE LAS RESPUESTAS A LAS ENTREVISTAS

3.1.1 Comparación de las respuestas en función del objetivo que cumple la socialización

Al comparar la percepción de los funcionarios de la secretaria del Deporte y la Recreación con la percepción de la comunidad respecto al objetivo que cumple la socialización se observan ciertos disensos. En particular, se comparan los resultados obtenidos en el capítulo 2.2.1, que describe la percepción de los funcionarios de la Secretaría sobre los objetivos específicos de la socialización, con los resultados del capítulo 2.3.1, que describe la percepción de la comunidad respecto al objetivo que cumple la socialización.

En primer lugar, los funcionarios de la Secretaría del Deporte y la Recreación consideran que uno de los objetivos específicos de la socialización es permitir el control social. Sin embargo, la comunidad no menciona este objetivo como uno de los más relevantes. Esto puede deberse a que la comunidad no percibe la socialización como una herramienta para ejercer control sobre las obras públicas, sino más bien como una oportunidad para conocer los detalles del proyecto y hacer sugerencias.

Otro disenso se refiere al objetivo de hacer sostenibles los espacios públicos. Mientras que los funcionarios de la Secretaría consideran que este es uno de los objetivos más importantes de la socialización, la comunidad no lo menciona como tal. Es posible que la comunidad no tenga una comprensión clara de lo que implica hacer sostenibles los espacios públicos, o que no lo considere una prioridad en comparación con otros objetivos, como garantizar el derecho al deporte y la recreación en espacios seguros y adecuados.

Por último, los funcionarios de la Secretaría consideran que la comunicación efectiva es uno de los objetivos más importantes de la socialización. Sin embargo, la comunidad no menciona este objetivo como uno de los más relevantes. Es posible que la comunidad dé por sentado que la comunicación efectiva es un requisito básico para cualquier proyecto de obras públicas, y por lo tanto no lo mencione explícitamente.

Estos disensos pueden ser indicativos de una falta de comunicación efectiva entre la Secretaría y la comunidad, lo que puede afectar la percepción de la comunidad

sobre la importancia y el impacto de la socialización de obras públicas. Por lo tanto, es importante que la Secretaría revise su estrategia de comunicación y se asegure de que los objetivos específicos de la socialización sean claros y relevantes para la comunidad. Además, es necesario que la Secretaría escuche activamente las opiniones y sugerencias de la comunidad y las tenga en cuenta en la planificación y ejecución de proyectos de obras públicas. De esta manera, se puede mejorar la percepción de la comunidad sobre la importancia y el impacto de la socialización de obras públicas y fomentar una mayor participación ciudadana en la toma de decisiones sobre proyectos de obras públicas en la Comuna 20 de Cali.

Precisamente en el contexto de la gestión pública, Himmelweit (1983) destaca la importancia fundamental del proceso de socialización para el adecuado funcionamiento de las organizaciones públicas. Este proceso se define como la manera en que los ciudadanos se informan, participan e involucran en la toma de decisiones y la implementación de políticas públicas. Además, Simkin y Becerra (2013) señalan que a través de este proceso, los ciudadanos adquieren las normas, valores, creencias y habilidades necesarias para integrarse en la sociedad. Este proceso de socialización, que comienza desde la infancia y perdura a lo largo de toda la vida, se lleva a cabo mediante la interacción con diversos agentes, tales como la familia, la escuela, los medios de comunicación, entre otros.

3.1.2 Comparación de las respuestas en función de la idoneidad de los medios y canales de comunicación

Al comparar la percepción de los funcionarios de la secretaria del Deporte y la Recreación con la percepción de la comunidad respecto a los medios y canales de comunicación que se utilizan en la Secdeportes para la socialización de obras públicas con la comuna 20 y su idoneidad, también es posible encontrar ciertos disensos. En particular, se comparan los resultados obtenidos en el capítulo 2.1.1, que describe los medios y canales de comunicación utilizados por la Secretaría para comunicarse con la comunidad, con los resultados del capítulo 2.3.2, que describe la percepción de la comunidad respecto a la idoneidad de los medios y canales de comunicación utilizados por la Secretaría para la socialización de obras públicas.

En primer lugar, los funcionarios de la Secretaría del Deporte y la Recreación consideran que las juntas administradoras locales y las juntas de acción comunal son los principales canales de comunicación para la socialización de las obras públicas. Sin embargo, la comunidad no considera que estos canales sean los más

adecuados, ya que no llegan a todos los miembros de la comunidad y no siempre son efectivos para transmitir información clara y precisa.

Otro disenso se refiere al uso de las redes sociales como medio de comunicación. Mientras que los funcionarios de la Secretaría consideran que las redes sociales son un medio efectivo para llegar a la comunidad, la comunidad no las considera un medio adecuado para la socialización de obras públicas. Esto puede deberse a que la comunidad no tiene acceso a las redes sociales o no las utiliza con frecuencia para obtener información sobre proyectos de obras públicas.

Por último, los funcionarios de la Secretaría consideran que el contacto directo con los líderes comunitarios es un medio efectivo para socializar las obras públicas. Sin embargo, la comunidad no considera que este sea un medio adecuado, ya que no siempre se garantiza la transparencia y la objetividad en la información que se transmite.

En conclusión, al comparar la percepción de los funcionarios con la percepción de la comunidad respecto a los medios y canales de comunicación utilizados por la Secretaría del Deporte y la Recreación para la socialización de obras públicas en la Comuna 20 de Cali, se observan ciertos disensos. Estos disensos pueden ser indicativos de una falta de comprensión de las necesidades y expectativas de la comunidad en cuanto a la comunicación de proyectos de obras públicas.

En la teoría y especialmente con énfasis en el contexto de las organizaciones públicas, para Sinisterra (2019), la comunicación externa es especialmente importante porque estas organizaciones tienen una responsabilidad única de comunicarse de manera efectiva con los ciudadanos y otros grupos de interés, en este sentido, este tipo de comunicación ayuda a las organizaciones públicas a articular sus objetivos y políticas de manera clara y efectiva, lo que puede mejorar la confianza y la satisfacción de los ciudadanos.

La comunicación externa, según Sinisterra (2019) y Meléndez (2011), posee un valor particular en la fase de socialización de las acciones de gestión pública. En primer lugar, es esencial para informar a diversos públicos externos sobre proyectos y programas, fomentando la participación ciudadana. Evaluar la estrategia de comunicación de la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali en la comuna 20 en el año 2023 permitirá identificar factores de mejora para futuros proyectos. Por otro lado, la comunicación externa facilita la comprensión de las perspectivas de los habitantes de la comuna 20 respecto a la socialización de obras públicas. Recoger opiniones, sugerencias y críticas contribuye a evaluar la efectividad de la estrategia

de comunicación y la satisfacción de los residentes con los proyectos y programas desarrollados.

3.1.3 Comparación de las respuestas en función de la frecuencia de visitas y la idoneidad de la frecuencia de información a la comunidad sobre los avances y la gestión de las Obras Públicas de la Secretaría en la Comuna 20 para hacer seguimiento a estos procesos.

En el capítulo 2.1.2, se analiza la frecuencia de las visitas de la Secretaría de Deporte y Recreación a la comunidad desde la perspectiva de los funcionarios. Los resultados indican que la Secretaría realiza visitas periódicas a la comunidad para hacer seguimiento a los procesos y para recoger información sobre las necesidades y expectativas de la comunidad.

Es importante destacar que existe una discrepancia entre la percepción de los funcionarios de la Secretaría y la percepción de la comunidad en cuanto a la frecuencia de las visitas de la Secretaría a la comunidad. Mientras que los funcionarios consideran que las visitas son periódicas y regulares, la comunidad considera que las visitas deberían ser más frecuentes para garantizar una comunicación efectiva y una mayor participación ciudadana en la toma de decisiones

Los resultados obtenidos muestran que existe una discrepancia entre la percepción de los funcionarios de la Secretaría y la percepción de la comunidad en cuanto a la frecuencia de las visitas y la entrega de información. Los funcionarios consideran que la frecuencia es adecuada, mientras que la comunidad considera que no es suficiente y que no siempre se garantiza la transparencia y la objetividad en la información que se transmite.

En cuanto a la idoneidad de la frecuencia de información, la comunidad considera que se requiere una mayor frecuencia de entrega de información para garantizar que la comunidad esté informada sobre los avances en la gestión de las obras públicas.

En suma, es importante que la Secretaría revise su estrategia de comunicación y se asegure de que la frecuencia de las visitas y la entrega de información sean adecuadas para llegar a toda la comunidad y transmitir información clara y precisa. Además, es necesario que la Secretaría escuche activamente las opiniones y

sugerencias de la comunidad y las tenga en cuenta en la planificación y ejecución de proyectos de obras públicas.

Medina (2017) destaca la centralidad de la comunicación en las organizaciones públicas, definiéndola como el intercambio de mensajes entre los miembros internos y externos. Se considera que la comunicación pública, según Canel (2006), implica la difusión de información por instituciones gubernamentales con el propósito de informar, educar y generar opinión sobre asuntos de interés general. Esta modalidad de comunicación se dirige en dos direcciones, según Medina (2017): hacia los públicos internos, para que estén al tanto de políticas y acciones, y hacia los públicos externos, representados por la sociedad, garantizando la transparencia de las acciones gubernamentales.

3.1.4 Comparación de las respuestas en función de la idoneidad de las redes sociales de la secretaria del Deporte para socializar las obras

Los resultados indican que los líderes comunitarios no consideran que las redes sociales sean un medio efectivo para socializar las obras públicas, ya que la información que se muestra en las redes sociales no es constante y no llega a todos los grupos de edad, por lo que es importante destacar que existe una discrepancia entre la percepción de los funcionarios de la Secretaría y la percepción de la comunidad en cuanto a la efectividad de las redes sociales para socializar las obras públicas. Mientras que los funcionarios consideran que las redes sociales son un medio efectivo para informar a la comunidad sobre las obras públicas, los líderes comunitarios no están de acuerdo con esta afirmación.

La teoría sobre el proceso de socialización de Himmelweit y la comunicación externa de Meléndez resaltan la importancia de la comunicación en el ámbito de la gestión pública, pero desde perspectivas ligeramente distintas.

Según Himmelweit (1983), el proceso de socialización en la gestión pública es esencial para el funcionamiento eficaz de las organizaciones públicas. Se define como el medio mediante el cual los ciudadanos se informan, participan e involucran en la toma de decisiones y la implementación de políticas públicas. Este proceso, según Himmelweit, puede abarcar desde la difusión de información sobre políticas del Estado hasta la promoción de la participación ciudadana y la creación de espacios de diálogo entre ciudadanos y entidades públicas.

Por otro lado, Meléndez (2011) se centra en la comunicación externa como una interacción entre la organización y su entorno. Destaca la importancia de construir y mantener una imagen positiva de la organización en la mente de los diferentes públicos externos.

Sin embargo, Sinisterra (2019) amplía esta perspectiva al contexto de las organizaciones públicas, subrayando la responsabilidad única que tienen estas organizaciones de comunicarse de manera efectiva con ciudadanos y otros grupos de interés.

La conexión entre ambas teorías reside en que la comunicación externa en la gestión pública, según Sinisterra, contribuye a articular objetivos y políticas de manera clara y efectiva. Esta claridad puede mejorar la confianza y la satisfacción de los ciudadanos, lo que destaca la relevancia de la comunicación externa no solo como un medio de difusión de información, sino como una herramienta estratégica para establecer una relación positiva entre las organizaciones públicas y la sociedad. Ambas teorías subrayan la necesidad de una comunicación efectiva para fortalecer la relación entre las instituciones públicas y los ciudadanos, destacando la transparencia, la participación y la construcción de una imagen positiva como elementos clave en la gestión pública.

3.1.5 Comparación de las respuestas en función de la idoneidad de la gestión de las interacciones en términos comunicativos con la Secretaría del Deporte

En el capítulo 2.1.4, se analiza cómo se gestionan las interacciones con la comunidad en términos comunicativos desde la perspectiva de los funcionarios. Los resultados indican que la Secretaría utiliza diferentes instrumentos para recoger información sobre las necesidades y expectativas de la comunidad, como entrevistas y encuestas. Además, se destaca que la Secretaría utiliza las redes sociales para informar a la comunidad sobre las obras públicas y para promover la participación ciudadana en la toma de decisiones.

Por lo anterior es importante destacar que existe una discrepancia entre la percepción de los funcionarios de la Secretaría y la percepción de la comunidad en cuanto a la idoneidad de la gestión de las interacciones en términos comunicativos. Mientras que los funcionarios consideran que la Secretaría utiliza diferentes instrumentos para recoger información y que las redes sociales son un medio

efectivo para informar a la comunidad, la comunidad considera que la gestión de las interacciones en términos comunicativos es insuficiente.

En términos estratégicos hay varias teorías que cruzan sus definiciones respecto a esta interacción comunicativa entre la Comuna 20 y la Secretaría del Deporte.

Por un lado la importancia de la comunicación en el contexto organizacional, especialmente en organizaciones públicas, aborda la evolución de la comunicación a un enfoque estratégico. Meléndez (2011) y Matus (2010) coinciden en que la comunicación es esencial para la interacción y cooperación en una organización, transmitiendo información y construyendo relaciones entre actores. Sinisterra (2019) y FLACSO (2006) introducen la noción de comunicación estratégica, enfocada en objetivos a largo plazo, planificación y gestión integral. En organizaciones públicas, la comunicación estratégica, según Sinisterra, es crucial para la articulación clara de objetivos y políticas, generando confianza y satisfacción ciudadana, evitando problemas y respondiendo a crisis.

Las teorías destacan que la comunicación estratégica va más allá de la transmisión de información, incluyendo aspectos corporativos, productivos y funcionales. Se subraya su importancia para la gestión de imagen y reputación, la relación con diversos públicos, la promoción de políticas públicas y la participación ciudadana. Además, en el ámbito público, se argumenta que la comunicación estratégica es esencial para la transparencia, el establecimiento de relaciones de confianza, la gestión efectiva de crisis y la legitimación de acciones del Estado.

La conclusión resalta que la comunicación estratégica es fundamental para construir un Estado moderno y eficiente, orientado al servicio público, promoviendo una cultura organizacional de servicio, democracia basada en el diálogo y empoderamiento ciudadano. Sin embargo, se plantea una preocupación sobre la falta de articulación y dificultades enfrentadas por las unidades de comunicación del Estado para desempeñar este papel estratégico, según Armas (2015).

3.2 NECESIDADES

Según los hallazgos obtenidos, las necesidades de la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la Comuna 20 de Cali incluyen, dar a conocer los detalles del proyecto, satisfacer las necesidades de la comunidad, permitir el control social, hacer sostenibles los espacios públicos, garantizar una comunicación efectiva, y garantizar el derecho al deporte, la recreación y la actividad física en espacios seguros y adecuados para todos los ciudadanos.

1. Dar a conocer los detalles del proyecto: La comunidad necesita conocer los detalles del proyecto de obras públicas para poder entender su alcance, objetivos y beneficios.

2. Satisfacer las necesidades de la comunidad: La estrategia de comunicación debe estar enfocada en satisfacer las necesidades de la comunidad, para que los proyectos de obras públicas sean relevantes y útiles para ellos.

3. Permitir el control social: La comunidad debe tener la capacidad de supervisar y controlar el desarrollo de los proyectos de obras públicas, para garantizar que se cumplan los objetivos y se respeten los derechos de los ciudadanos.

4. Hacer sostenibles los espacios públicos: La estrategia de comunicación debe estar enfocada en hacer que los espacios públicos sean sostenibles, para que puedan ser utilizados por la comunidad a largo plazo.

5. Garantizar una comunicación efectiva: La estrategia de comunicación debe ser efectiva para que la comunidad pueda entender y participar en los proyectos de obras públicas.

6. Garantizar el derecho al deporte, la recreación y la actividad física en espacios seguros y adecuados para todos los ciudadanos: La estrategia de comunicación debe garantizar que todos los ciudadanos tengan acceso a espacios seguros y adecuados para practicar deporte, recreación y actividad física.

Para lograr esto, la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la Comuna 20 de Cali debe implementar programas de educación y sensibilización para fomentar la cultura del deporte y la recreación en la comunidad, debe establecer mecanismos de

seguimiento y control social para garantizar la sostenibilidad y el cuidado de los espacios públicos, y se generen espacios de diálogo y participación ciudadana para fomentar la confianza y el compromiso de la comunidad en los proyectos. De esta manera, se podrá garantizar el éxito de los proyectos de obras públicas y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

3.3 OPORTUNIDADES

Según los hallazgos obtenidos, la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la secretaría de deporte y recreación en la comuna 20 de Cali podría tener ciertas oportunidades de mejoramiento entre las cuales se cuentan: fortalecer la participación ciudadana en la toma de decisiones; fomentar la cultura del deporte y la recreación en la comunidad y generar un sentido de pertenencia y cuidado de los espacios públicos.

A continuación, se presenta ese listado con su respectiva descripción de las oportunidades de la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la Comuna 20 de Cali:

1. Fortalecer la participación ciudadana en la toma de decisiones: La estrategia de comunicación puede aprovechar la oportunidad de involucrar a la comunidad en la toma de decisiones sobre los proyectos de obras públicas. Esto puede lograrse mediante la creación de espacios de diálogo y participación ciudadana, donde los ciudadanos puedan expresar sus opiniones y sugerencias sobre los proyectos. De esta manera, se puede fortalecer la participación ciudadana y aumentar la confianza y el compromiso de la comunidad en los proyectos.

2. Fomentar la cultura del deporte y la recreación en la comunidad: La estrategia de comunicación puede aprovechar la oportunidad de fomentar la cultura del deporte y la recreación en la comunidad. Esto puede lograrse mediante la implementación de programas de educación y sensibilización para promover la importancia del deporte y la recreación en la salud y el bienestar de los ciudadanos. De esta manera, se puede aumentar la participación de la comunidad en los proyectos de obras públicas relacionados con el deporte y la recreación.

3. Generar un sentido de pertenencia y cuidado de los espacios públicos: La estrategia de comunicación puede aprovechar la oportunidad de generar un sentido de pertenencia y cuidado de los espacios públicos. Esto puede lograrse mediante la creación de campañas de concientización sobre la importancia de cuidar y

mantener los espacios públicos, y la implementación de mecanismos de seguimiento y control social para garantizar la sostenibilidad y el cuidado de los espacios públicos. De esta manera, se puede aumentar el compromiso y la responsabilidad de la comunidad en el cuidado de los espacios públicos y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Es importante destacar que la implementación de estas oportunidades puede mejorar significativamente la calidad de vida de los ciudadanos y aumentar la eficacia de la estrategia de comunicación en la socialización de obras públicas. Además, estas oportunidades pueden contribuir a la creación de una comunidad más comprometida y responsable en el cuidado y mantenimiento de los espacios públicos.

3.4 PROBLEMÁTICAS

Según los hallazgos obtenidos, hay algunas problemáticas evidenciadas en la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la secretaría de deporte y recreación en la comuna 20 de Cali, las cuales podrían delimitarse en: falta de información clara y oportuna sobre los proyectos de obras públicas; desconfianza y escepticismo de la comunidad hacia las autoridades encargadas de los proyectos y falta de compromiso y participación ciudadana en la gestión y cuidado de los espacios públicos.

A continuación, se presenta ese listado con la respectiva descripción de las problemáticas de la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la Comuna 20 de Cali:

1. Falta de información clara y oportuna sobre los proyectos de obras públicas: La estrategia de comunicación puede enfrentar la problemática de la falta de información clara y oportuna sobre los proyectos de obras públicas. Esto puede generar confusión y desinformación en la comunidad, lo que puede afectar la percepción y el compromiso de la comunidad en los proyectos. Es importante que la información sea clara, precisa y oportuna para que la comunidad pueda comprender los detalles del proyecto y participar activamente en su desarrollo.

2. Desconfianza y escepticismo de la comunidad hacia las autoridades encargadas de los proyectos: La estrategia de comunicación puede enfrentar la problemática de la desconfianza y el escepticismo de la comunidad hacia las autoridades encargadas de los proyectos. Esto puede generar una falta de compromiso y participación ciudadana en los proyectos, lo que puede afectar la eficacia y la

sostenibilidad de los mismos. Es importante que la estrategia de comunicación sea transparente y efectiva para generar confianza y credibilidad en la comunidad.

3. Falta de compromiso y participación ciudadana en la gestión y cuidado de los espacios públicos: La estrategia de comunicación puede enfrentar la problemática de la falta de compromiso y participación ciudadana en la gestión y cuidado de los espacios públicos. Esto puede generar una falta de sostenibilidad y mantenimiento de los espacios públicos, lo que puede afectar la calidad de vida de los ciudadanos. Es importante que la estrategia de comunicación promueva la participación ciudadana y el compromiso en la gestión y cuidado de los espacios públicos para garantizar su sostenibilidad y mantenimiento a largo plazo.

Estas problemáticas pueden afectar significativamente la percepción y el compromiso de la comunidad en los proyectos de obras públicas, lo que puede afectar la eficacia y la sostenibilidad de los mismos. Por lo tanto, es fundamental que la estrategia de comunicación sea efectiva y transparente para generar confianza y credibilidad en la comunidad, y promover la participación ciudadana y el compromiso en la gestión y cuidado de los espacios públicos.

3.5 POSIBLES SOLUCIONES

Finalmente, a continuación se presenta un listado con su respectiva descripción, de las posibles soluciones que el autor de la presente investigación propone, para mejorar la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la secretaría de deporte, estas incluyen fortalecer la estrategia de comunicación para garantizar una información clara y oportuna sobre los proyectos de obras públicas; generar espacios de diálogo y participación ciudadana para fomentar la confianza y el compromiso de la comunidad en los proyectos; implementar programas de educación y sensibilización para fomentar la cultura del deporte y la recreación en la comunidad y establecer mecanismos de seguimiento y control social para garantizar la sostenibilidad y el cuidado de los espacios públicos.

1. Fortalecer la estrategia de comunicación para garantizar una información clara y oportuna sobre los proyectos de obras públicas: Es importante que la estrategia de comunicación sea efectiva y transparente para generar confianza y credibilidad en la comunidad. Para ello, se pueden utilizar diferentes canales de comunicación, como redes sociales, boletines informativos, reuniones comunitarias, entre otros, para garantizar una información clara y oportuna sobre los proyectos de obras públicas.

Propuestas:

Diversificación de Canales de Comunicación: Ampliar y diversificar los canales de comunicación disponibles, incorporando no solo las redes sociales y boletines informativos, sino también la utilización de plataformas digitales interactivas, aplicaciones móviles y mensajes de texto. Esta diversificación asegurará un alcance más amplio y accesible para la comunidad.

Plataforma de Preguntas y Respuestas: Implementar una plataforma en línea o un servicio de mensajería específico para responder preguntas frecuentes y proporcionar clarificaciones adicionales. Esto facilitará la interacción directa entre los ciudadanos y las autoridades responsables, fortaleciendo la comprensión y confianza en los proyectos.

Vallas Visuales y Gráficos: Incluir vallas visuales y gráficos que simplifiquen la información técnica de los proyectos. El uso de infografías, mapas interactivos y otros recursos visuales facilitará la comprensión de la comunidad, incluso para aquellos que no tienen conocimientos técnicos especializados.

Encuestas de Satisfacción: Realizar encuestas periódicas de satisfacción para evaluar la percepción de la comunidad sobre la información proporcionada y la ejecución de los proyectos. Esta retroalimentación permitirá ajustar la estrategia de comunicación de manera continua, adaptándola a las necesidades y expectativas de la comunidad.

La implementación de estas medidas fortalecerá la estrategia de comunicación, promoviendo una mayor transparencia, participación y confianza en la información proporcionada sobre los proyectos de obras públicas.

2. Generar espacios de diálogo y participación ciudadana para fomentar la confianza y el compromiso de la comunidad en los proyectos:

Es fundamental que la comunidad se sienta involucrada y comprometida en los proyectos de obras públicas. Para ello, se pueden generar espacios de diálogo y participación ciudadana, como mesas de trabajo, foros, encuestas, entre otros, para fomentar la confianza y el compromiso de la comunidad en los proyectos.

Propuestas:

Mesas de Trabajo Temáticas: Organizar mesas de trabajo específicas para abordar temas particulares relacionados con los proyectos. Invitar a expertos, líderes comunitarios y representantes de la Secretaría del Deporte para compartir información detallada y facilitar discusiones detalladas sobre aspectos específicos de interés.

Foros Abiertos y Consultas Públicas: Realizar foros abiertos donde la comunidad pueda expresar sus opiniones, preocupaciones y sugerencias sobre los proyectos. Las consultas públicas pueden llevarse a cabo tanto de manera presencial como virtual, utilizando plataformas en línea para facilitar la participación de un mayor número de residentes.

Encuestas Interactivas: Desarrollar encuestas interactivas en línea que permitan a la comunidad expresar sus preferencias y comentarios sobre aspectos clave de los proyectos. Estas encuestas pueden ser diseñadas de manera atractiva y de fácil acceso, incentivando la participación activa de un amplio espectro de la población.

Talleres de Capacitación: Organizar talleres informativos y de capacitación sobre los proyectos, proporcionando a la comunidad conocimientos detallados sobre el proceso de planificación, ejecución y beneficios previstos. Estos talleres pueden incluir material visual y práctico para mejorar la comprensión.

Plataforma Virtual de Participación: Implementar una plataforma en línea dedicada a la participación ciudadana, donde los residentes puedan acceder a información actualizada, participar en debates y compartir sus opiniones de manera continua, diferente a las redes sociales. Esta plataforma servirá como un espacio virtual para el diálogo constante entre la comunidad y las autoridades.

Grupos de Trabajo Colaborativo: Crear grupos de trabajo colaborativo que incluyan a miembros de la comunidad, autoridades locales y expertos relevantes. Estos grupos pueden trabajar de manera conjunta en la identificación de desafíos, la búsqueda de soluciones y la implementación de iniciativas para mejorar la calidad y la aceptación de los proyectos.

La implementación de estas medidas promoverá una participación ciudadana más activa y significativa, permitiendo que la comunidad se sienta parte integral del proceso de toma de decisiones y ejecución de proyectos de obras públicas. Además, contribuirá a fortalecer la confianza y el compromiso de la comunidad, asegurando una colaboración efectiva entre los ciudadanos y la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali.

3. Implementar programas de educación y sensibilización para fomentar la cultura del deporte y la recreación en la comunidad: Es importante que la comunidad tenga una cultura del deporte y la recreación para garantizar la sostenibilidad y el mantenimiento de los espacios públicos. Para ello, se pueden implementar programas de educación y sensibilización, como talleres, charlas, eventos deportivos, entre otros, para fomentar la cultura del deporte y la recreación en la comunidad.

Propuesta:

Talleres Educativos Periódicos: Organizar talleres regulares que aborden temas relacionados con la importancia del deporte y la recreación para la salud física y mental, el trabajo en equipo y el bienestar comunitario. Estos talleres pueden incluir aspectos prácticos, como la demostración de actividades deportivas y recreativas, así como información sobre los beneficios asociados.

Charlas Motivacionales y Testimonios: Invitar a atletas destacados y personas influyentes en el ámbito deportivo para ofrecer charlas motivacionales y compartir sus experiencias. Estos testimonios pueden inspirar a la comunidad y destacar la relevancia del deporte y la recreación en el desarrollo personal y comunitario.

Eventos Deportivos Comunitarios: Organizar eventos deportivos a nivel comunitario, como torneos, carreras y competiciones amistosas. Estos eventos no solo promoverán la participación activa en actividades físicas, sino que también fomentarán el espíritu de comunidad y la diversión.

Campañas de Concientización: Lanzar campañas de concientización a través de medios locales, redes sociales y vallas publicitarias para destacar los beneficios de adoptar un estilo de vida activo y participar en actividades deportivas y recreativas. Estas campañas pueden incluir testimonios de residentes locales que hayan experimentado mejoras en su calidad de vida a través del deporte y la recreación.

Programas de Inclusión: Desarrollar programas inclusivos que aborden las barreras para la participación en actividades deportivas y recreativas, asegurando que todos los miembros de la comunidad tengan acceso equitativo a estas oportunidades. Esto puede incluir actividades adaptadas para diferentes edades, habilidades y preferencias.

Alianzas con Instituciones Educativas: Colaborar con escuelas y colegios para integrar programas deportivos y recreativos en el currículo educativo. Esto no solo promoverá la actividad física entre los estudiantes, sino que también involucrará a las familias y la comunidad en general.

4. Establecer mecanismos de seguimiento y control social para garantizar la sostenibilidad y el mantenimiento de los espacios públicos: Es fundamental que los espacios públicos sean sostenibles y estén bien mantenidos para garantizar su uso y disfrute por parte de la comunidad. Para ello, se pueden establecer mecanismos de seguimiento y control social, como comités de vigilancia, auditorías ciudadanas, entre otros, para garantizar la sostenibilidad y el mantenimiento de los espacios públicos.

Propuesta:

Comités de Vigilancia Comunitaria: Formar comités de vigilancia integrados por miembros de la comunidad, responsables de monitorear la condición y el uso de los espacios públicos. Estos comités podrían realizar inspecciones regulares, identificar necesidades de mantenimiento y colaborar estrechamente con las autoridades locales para abordar los problemas detectados.

Auditorías Ciudadanas Periódicas: Llevar a cabo auditorías ciudadanas programadas de manera regular para evaluar la gestión y el estado de los espacios públicos. Estas auditorías pueden ser lideradas por ciudadanos capacitados y contar con la participación activa de la comunidad en la revisión de informes, inspecciones visuales y la identificación de áreas de mejora.

Plataformas en Línea para Reportes Ciudadanos: Implementar plataformas en línea que permitan a los ciudadanos informar fácilmente sobre problemas o necesidades de mantenimiento en los espacios públicos. Estas plataformas podrían ser accesibles a través de la página web de la Secretaría del Deporte o aplicaciones móviles, facilitando la comunicación directa entre la comunidad y las autoridades encargadas.

Campañas de Concientización: Realizar campañas de concientización que informen a la comunidad sobre la importancia de su participación activa en el cuidado de los espacios públicos. Estas campañas pueden destacar cómo el control social contribuye a la sostenibilidad, alentar la denuncia de actos vandálicos y promover un sentido de responsabilidad compartida.

Programas de Capacitación: Ofrecer programas de capacitación a los miembros de la comunidad interesados en participar en el control social y vigilancia de los espacios públicos. Estos programas podrían incluir aspectos técnicos, normativas relacionadas con el mantenimiento y herramientas para el monitoreo efectivo.

Reconocimientos y Premios Comunitarios: Implementar un sistema de reconocimientos y premios para destacar los esfuerzos sobresalientes de la comunidad en el control social y el mantenimiento de los espacios públicos. Esto incentivará la participación y el compromiso continuo.

La implementación de soluciones efectivas para las problemáticas identificadas y la aplicación de las posibles soluciones y propuestas mencionadas anteriormente pueden contribuir significativamente a mejorar la eficacia y sostenibilidad de la estrategia de comunicación en la socialización de obras públicas en la Comuna 20 de Cali. Es fundamental que la comunidad se sienta involucrada y comprometida en los proyectos de obras públicas, y que la estrategia de comunicación sea efectiva y transparente para generar confianza y credibilidad en la comunidad. La promoción de una cultura del deporte y la recreación en la comunidad y el establecimiento de mecanismos de seguimiento y control social también son fundamentales para garantizar la sostenibilidad y el mantenimiento de los espacios públicos.

3.1 ANALISIS DOFA

La matriz DOFA realizada a partir de los resultados obtenidos en la investigación sobre la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la Comuna 20 de Cali, permitió identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de dicha estrategia.

A partir de la información proporcionada, se presenta el siguiente análisis FODA de la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la comuna 20 de Cali:

Debilidades (Entrevista a funcionarios, Entrevista a comunidad):

1. Falta de diversificación en los canales de comunicación utilizados.
2. Información no clara y precisa sobre los proyectos y obras públicas.
3. Falta de participación ciudadana en el proceso de socialización de las obras.

Fortalezas (Entrevista a funcionarios, Entrevista a comunidad):

1. Uso de medios digitales y redes sociales para difundir información.
2. Contacto directo con líderes comunitarios y juntas de acción comunal.
3. Implementación de programas de educación y sensibilización para fomentar la cultura del deporte y la recreación en la comunidad.

Oportunidades (Entrevista a funcionarios, Entrevista a comunidad):

1. Implementar una estrategia de comunicación más integral y participativa.
2. Utilizar una variedad de canales de comunicación para llegar a todos los sectores de la población.
3. Fomentar la participación ciudadana en el proceso de socialización de las obras públicas.

Amenazas (Entrevista a funcionarios, Entrevista a comunidad):

1. Desconfianza y desinterés de la población debido a la falta de información clara y precisa.
2. Limitación en el alcance de la información a ciertos sectores de la población.
3. Posibles conflictos y tensiones entre la Secretaría y la comunidad debido a la falta de participación ciudadana.

A partir de la combinación de factores, se proponen las siguientes acciones estratégicas:

Acciones estratégicas de fuerzas y debilidades:

1. Mejorar la claridad y precisión de la información proporcionada sobre los proyectos y obras públicas.
2. Fomentar la participación ciudadana en el proceso de socialización de las obras públicas a través de eventos comunitarios, talleres y reuniones informativas.

Acciones estratégicas de debilidades y oportunidades:

1. Diversificar los canales de comunicación utilizados, incluyendo medios tradicionales como periódicos, radio y televisión, así como medios digitales y redes sociales.
2. Implementar una estrategia de comunicación más integral y participativa que involucre a la comunidad en el proceso de socialización de las obras.

Acciones estratégicas de fuerzas y amenazas:

1. Establecer mecanismos de retroalimentación y seguimiento para evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación y la satisfacción de los habitantes con los proyectos y programas desarrollados.
2. Fortalecer la relación con los líderes comunitarios y juntas de acción comunal para mejorar la comunicación y la participación ciudadana en el proceso de socialización de las obras públicas.

Acciones estratégicas de debilidades y amenazas:

1. Abordar la desconfianza y el desinterés de la población mediante la mejora de la comunicación y la transparencia en la gestión de las obras públicas.
2. Implementar programas de educación y sensibilización para fomentar la cultura del deporte y la recreación en la comunidad, así como generar espacios de diálogo y participación ciudadana para fomentar la confianza y el compromiso de la comunidad en los proyectos.

CONCLUSIONES

En el presente documento se presenta el desarrollo de una investigación con el objetivo de analizar la estrategia de comunicación aplicadas en la socialización de obras públicas por la Secretaría de Deporte y Recreación en la comuna 20 de Cali en el año 2023. A partir del análisis de la información obtenida, se han identificado las siguientes conclusiones:

En cuanto a la descripción de la estrategia de comunicación desarrolladas por la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali para la socialización de obras públicas en la comuna 20 en el último año, se ha encontrado que se han utilizado principalmente medios digitales y redes sociales para difundir la información. Sin embargo, se ha observado una falta de diversificación en los canales de comunicación utilizados, lo que podría limitar el alcance de la información a ciertos sectores de la población.

En relación a las perspectivas de los habitantes de la comuna 20 en relación con la socialización de obras públicas de la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali, se ha concluido que existe una falta de información clara y precisa sobre los proyectos y obras públicas en la zona. Además, se ha identificado una falta de participación ciudadana en el proceso de socialización de las obras, lo que podría generar desconfianza y desinterés en la población.

En cuanto a la determinación de las necesidades, oportunidades, problemáticas y soluciones posibles de la estrategia de comunicación aplicada en la socialización de obras públicas por la Secretaría, se ha concluido que es necesario implementar una estrategia de comunicación más integral y participativa, que involucre a la comunidad en el proceso de socialización de las obras y que utilice una variedad de canales de comunicación para llegar a todos los sectores de la población.

Además, se ha identificado la necesidad de mejorar la calidad y claridad de la información proporcionada, así como de establecer mecanismos de retroalimentación y seguimiento para evaluar la efectividad de la estrategia de comunicación.

Es importante que la información proporcionada sea clara, precisa y fácil de entender para la población, de manera que se genere confianza y credibilidad en la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali. Asimismo, es fundamental establecer canales de retroalimentación y seguimiento que permitan evaluar la

efectividad de la estrategia de comunicación y realizar ajustes necesarios para mejorarla.

Otro aspecto importante que se ha identificado es la necesidad de fomentar la participación ciudadana en el proceso de socialización de las obras públicas. Para ello, se pueden implementar programas de educación y sensibilización que fomenten la cultura del deporte y la recreación en la comunidad, así como generar espacios de diálogo y participación ciudadana para fomentar la confianza y el compromiso de la comunidad en los proyectos.

Respecto al análisis Dofa, entre las fortalezas identificadas se destacó que la estrategia de comunicación tuvo un impacto positivo en la participación ciudadana y permitió a la comunidad conocer los proyectos de obras públicas. Además, la estrategia utilizada permitió una mayor transparencia en el proceso de construcción de las obras públicas.

Por otro lado, se identificaron debilidades como la falta de recursos para implementar una estrategia de comunicación más efectiva y la falta de confianza de la comunidad en las autoridades. También se señaló que la estrategia de comunicación no logró involucrar a toda la comunidad y que la falta de información sobre los proyectos de obras públicas puede desmotivar a la comunidad.

Entre las oportunidades identificadas, se destacó que la comunidad está interesada en participar en proyectos de obras públicas y que la participación ciudadana puede mejorar la transparencia y la gestión de los recursos públicos.

Finalmente, se identificaron amenazas como la falta de interés de la comunidad, que puede afectar la participación ciudadana en futuros proyectos, y la falta de participación ciudadana, que puede llevar a una mala gestión de los recursos públicos.

En conclusión, la investigación desarrollada a partir de la confrontación de las dos percepciones (la de los funcionarios de la secretaria y la de la comunidad a través de sus líderes), evidencia la necesidad de implementar una estrategia de comunicación más integral y participativa que involucre a la comunidad en el proceso de socialización de las obras públicas y que utilice una variedad de canales de comunicación para llegar a todos los sectores de la población.

Por lo anterior se plantean las siguientes recomendaciones ajustadas a las necesidades primordiales identificadas:

Recomendaciones:

Diversificación de Canales de Comunicación: Diversificar de los canales de comunicación utilizados por la Secretaría del Deporte y la Recreación de Cali. Además de los medios digitales y las redes sociales, se sugiere explorar opciones como boletines impresos, cartelera en lugares estratégicos, participación en eventos comunitarios, perifoneo y otros medios de difusión propios de la comuna 20.

Mejora en la Calidad y Claridad de la Información: La calidad y claridad de la información proporcionada a la comunidad implica la presentación detallada sobre los proyectos de obras públicas, sus beneficios y avances, utilizando un lenguaje accesible para la población en general.

Establecimiento de Mecanismos de Retroalimentación: Los mecanismos efectivos de retroalimentación permiten a la comunidad expresar sus inquietudes, realizar preguntas y proporcionar comentarios sobre los proyectos. Esto facilitará la evaluación constante de la efectividad de la estrategia de comunicación.

Involucramiento de la Comunidad: Sugerir la creación de programas de educación y sensibilización que fomenten la participación ciudadana y promuevan la cultura del deporte y la recreación en la comunidad. Estos programas pueden incluir talleres, charlas y eventos deportivos que involucren activamente a los residentes de la comuna 20.

Generación de Espacios de Diálogo: La creación de espacios de diálogo y participación ciudadana, como mesas de trabajo y foros, para fomentar la confianza y el compromiso de la comunidad en los proyectos. Estos espacios permitirán la expresión de opiniones, preguntas y sugerencias directamente a la entidad.

Fortalecimiento de los Recursos: La búsqueda de recursos adicionales para fortalecer la estrategia de comunicación. Esto podría incluir la exploración de alianzas con organizaciones locales y/o privadas, el aprovechamiento de voluntariado comunitario y la solicitud de recursos adicionales a la administración central.

Acciones de transparencia: Implementar acciones transparentes, como sesiones informativas abiertas, para demostrar el compromiso de la Secretaría con la transparencia y la rendición de cuentas.

Seguimiento a Resultados: El establecimiento de un sistema de seguimiento de resultados que permita evaluar la efectividad de las recomendaciones implementadas y realizar ajustes continuos según sea necesario.

Estas recomendaciones capitalizar las fortalezas existentes y aprovechar las oportunidades para fortalecer la estrategia de comunicación y participación ciudadana en la socialización de obras públicas.

REFERENCIAS

Acosta, D. (2021). Evaluación y comunicación en el sistema estatal costarricense: Un análisis de las prácticas en las unidades de comunicación. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, (22), 119-136.

Ladrón de Guevara, L (2023). La Comunicación Pública como Herramienta Estratégica para el Desarrollo Social, *Revista Iberoamericana de Gobierno Local*. No. 23, 1-22.

Toala Mendoza R. Dolores, García Vera José L., Cox Figueroa Enrry J. (2019). Participación ciudadana y su influencia en la gestión administrativa de los gobiernos descentralizados de Manabí. *Revista Científica, Dominio de las Ciencias. Dom. Cien.*, ISSN: 2477-8818, Vol. 5, núm. 2, Especial diciembre 2019, pp. 714-735.

Alcaldía de Cali. (2022). Acuerdo 0560 de 2022. Recuperado de <https://www.cali.gov.co/deportes/loader.php?idFile=49929>[4].

Alcaldía de Cali. (2023). Decreto 0128 de 2023. Recuperado de <https://www.concejodecali.gov.co/descargar.php?idFile=16041>[3].

Alcaldía de Santiago de Cali. (2018). Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG. Recuperado de <https://www.cali.gov.co/publicaciones/143605/modelo-integrado-de-planeacion-y-gestion-mipg/>[1].

Alcaldía de Santiago de Cali. (2022). Plan de Comunicación Organizacional e Informativa - PCOI. Recuperado de <https://www.cali.gov.co/documentos/59/comunicacion-organizacional>

Alcaldía de Santiago de Cali. (2023). ODRAF. Presentación del observatorio del Deporte, la Recreación y la Actividad Física de Santiago de Cali. <https://www.cali.gov.co/deportes/publicaciones/130338/ODRAF/>

Armas, S. (2015). *Comunicación Estratégica y Gestión Pública*.

Armas, S. (2015). *Comunicación estratégica y gestión pública*. Canalé, (6), 17-20.

Bohórquez G, y García, C. (2020). Comunicación pública, aliada estratégica de la gobernabilidad en una administración local. Pautas clave para lograrlo desde lo digital. En J. Pereira (Ed) *Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas*

colaborativas en red - Cátedra Unesco de comunicación (pp. 75-98). Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Caicedo, G. (2004). *Gobernar es comunicar*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Canal, M. (2018). *La comunicación de la administración pública. Para gobernar con la sociedad*. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/38814181.pdf>[5].

Canel, M. (2006). *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. 23. España: Tecnos.

Cervi, et al. (2022). *La comunicación de los ayuntamientos en las redes sociales: participación ciudadana, información de servicio público y campaña permanente*. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº23. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 275-299.

Cortez, D. (2023). *Reglas y principios para la comunicación empresarial*. Recuperado de <https://www.cesuma.mx/blog/reglas-y-principios-para-la-comunicacion-empresarial.html>

Costa, J. (2000). *Comunicación en el siglo XXI*. Dircom - FPyCS.

Díaz et al. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. *Investigación en Educación Médica* , 2 (7), 162-167.

Fernández , C. (2009). *La comunicación en las Organizaciones* (2ª ed.). Trillas

FLACSO Andes. (2006). *Comunicación estratégica para las organizaciones*. Recuperado de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49488.pdf>.

Gobierno de Colombia. (2023). *Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia, potencia mundial de la vida*. Ley 2294 de 2023. Recuperado de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/news/colombia-aprueba-plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potencia-mundial-de-la-vida>[5].

Hernández, et al. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill Education.

Himmelweit, H. (1983). *La socialización política*. *Revista internacional de ciencias sociales*, XXXV, 2 / 96, p. 237-256.

Matus, J. (2010). Formas de la comunicación en las organizaciones. La 'comunicación estratégica' bajo la mirada de la Teoría de Sistemas Sociales.

Medina, J., Becerra, S., & Castaño, P. (2014). Prospectiva y política pública para el cambio estructural en América Latina y el Caribe. Universidad del Valle. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37057/S2014125_es.pdf.

Meléndez, S. (2011). Públicos, Organizaciones y Comunicación Estratégica. Fundación Universitaria Los Libertadores.

Mineducación. (2022). Micrositio de Participa del Ministerio de Educación Nacional. Participación en la formulación de políticas. Obtenido de <https://www.mineducacion.gov.co/portal/micrositios-institucionales/Modelo-Integrado-de-Planeacion-y-Gestion/377616:Participacion-en-la-formulacion-de-politicas>

Medina, R. (2017). Comunicación en situaciones de crisis: Factores de éxito que favorecen su eficacia. Estudio comparado de casos de comunicación de crisis en el sector público español entre los años 2010-2014. Murcia, España.

Ministerio de Educación Nacional. (2016). Decreto 0516 de 2016. Recuperado de [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=52521\[1\]](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=52521[1]).

Ministerio del Deporte. (2018). Manual de escenarios deportivos. Departamento Administrativo del Deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre COLDEPORTES, Lineamientos de Política Pública en Infraestructura Deportiva

Misión de Observación Electoral (MOE). (2012). Mecanismos de Participación Ciudadana en Colombia - 20 Años de Ilusiones. Recuperado de [https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/FOTOS2020/cartilla_virtual_de_estudio_minext_2021_final-version.pdf\[3\]](https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/FOTOS2020/cartilla_virtual_de_estudio_minext_2021_final-version.pdf[3]).

Preciado, A, y Hoyos, H. (2010). Usos y prácticas de comunicación estratégica en organizaciones públicas y políticas. Centro de investigaciones de la comunicación corporativa y organizacional. 49-73.

Ruiz, J., y Henao, J. (2021). Diseño de un modelo de comunicación estratégica para la gerencia de proyectos en el sector público. Universidad Sur colombiana. Recuperado de <https://repositoriousco.co/handle/123456789/2016>.

Sinisterra, L. (2019). Comunicación Estratégica de un Centro de Gobierno. Universidad Externado de Colombia.

Simkin, H., & Becerra, G. (2013). El proceso de socialización. Apuntes para su exploración en el campo psicosocial. Ciencia, Docencia y Tecnología, XXIV(47), 119-142.

Sayago, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. Cinta de moebio, 1-10.

Sinisterra, L. (2019). Comunicación Estratégica de un Centro de Gobierno. Análisis del caso de la Administración Municipal de Santiago de Cali. Universidad Externado de Colombia. Recuperado de <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/2433>.

Vásquez, et al. (2011). El Análisis Descriptivo como recurso necesario en Ciencias Sociales y Humanas. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.