

**Estrategias de Comunicación Digital en la Fase de Socialización del Proyecto del
Presupuesto Participativo de Dosquebradas 2021**

Erica J. Cardona Tejada y Lina M. Varón Gómez

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Manizales

Estudio de Caso

Aura. Esperanza Giraldo Badillo

10 de junio de 2022

Tabla de contenido

Resumen.....	1
Abstract.....	2
Introducción.....	3
Justificación.....	5
Objetivos.....	6
Pregunta de investigación.....	7
Antecedentes.....	8
Contexto.....	26
Marco teórico.....	27
Marco metodológico.....	31
Hallazgos y discusiones.....	36
Conclusiones.....	51
Bibliografía.....	53
Anexos.....	56

Resumen

La comunicación digital, con las nuevas dinámicas sociales y culturales, ha ido teniendo un gran protagonismo en los procesos comunicacionales de las organizaciones, convirtiéndose en un elemento fundamental para el ejercicio de la comunicación con el entorno y obtener resultados eficaces.

En este sentido, es importante analizar y comprender las dinámicas actuales en relación con las herramientas digitales y el papel que cumplen en el desarrollo de estrategias de comunicación y de difusión. El siguiente documento se propone estudiar las estrategias de comunicación digital, que se emplearon en la fase de socialización del proyecto de presupuesto participativo en el municipio de Dosquebradas durante el año 2021, entendiéndose además que en este caso se trata de una entidad pública, donde las condiciones comunicacionales y de relación con el público externo tiene unas connotaciones e intenciones específicas.

Palabras claves: comunicación digital, comunicación comunitaria, landing page, comunicación bidireccional, participación ciudadana

Abstract

With the new social and cultural dynamics, digital communication has been playing a leading role in the communicative processes of organizations, becoming a fundamental element for the exercise of communication with the environment and to get effective results.

In this sense, it is important to analyze and understand the current dynamics in relation to digital tools and the role they play in communication and strategy development. The following document seeks to study the digital communication strategies, which were used in the socialization phase of the participatory budget project in the municipality of Dosquebradas during the year 2021, also understanding that in this case, it is a public entity where the communicational conditions and relations with the external public have specific connotations and intentions.

Keywords: digital communication, community communication, landing page, two-way communication, citizen participation

Introducción

El presupuesto participativo en el municipio de Dosquebradas, Risaralda, desde el año 2017 se encuentra establecido como una política pública por medio del acuerdo municipal 021, donde la participación activa de los ciudadanos en la construcción de soluciones efectivas y estrategias en pro de la comunidad forman parte de las acciones fundamentales en este municipio.

Durante el año 2020, con el surgimiento de la pandemia, los medios digitales y las redes sociales, tomaron un gran protagonismo en las distintas esferas sociales, convirtiéndose en los canales principales de comunicación y de contacto con el público externo dentro de las diferentes organizaciones tanto públicas como privadas, originando el gran boom de la era digital.

En este sentido, y dada la coyuntura que se fue presentando, la Alcaldía de Dosquebradas, con el objetivo de comunicar de forma oportuna y clara a la ciudadanía en general, intensificó y fortaleció el uso sus canales digitales activos, los cuales se convirtieron en un puente importante de comunicación, difusión y socialización entre la Administración Municipal y el ciudadano.

En el año 2021, se llevó a cabo el proceso de presupuesto participativo, donde la comunicación fue en eje fundamental para llevar a cabo y a buen término esta meta, así mismo las herramientas digitales como las redes sociales y página web de la Alcaldía, las cuales fueron usadas de forma estratégica para la documentación de cada una de las fases que hicieron parte de las elecciones de este presupuesto. Es por esta razón que este trabajo busca analizar, caracterizar e identificar cuáles fueron esas tácticas y estrategias implementadas en lo digital para la socialización efectiva con el público objetivo.

La metodología a implementar dentro del trabajo será mixta, la cual permitirá realizar un análisis tanto cualitativo como cuantitativo de la información y del caso puntual de presupuesto participativo en Dosquebradas, describir sus fases y cómo se fue construyendo a través de la

comunicación digital, caracterizar su público objetivo, conocer la opinión de los ciudadanos y funcionarios para tener un panorama integral sobre el proceso realizado, el desarrollo de esta metodología comprende un periodo de cuatro meses y se trabajará en fases de forma cronológica que irán dando respuesta a cada uno de los objetivos planteados para el desarrollo de este trabajo.

Finalmente, con el análisis de resultados se realizarán una estrategia de comunicación para las entidades públicas que quede como insumo para la institución y que apunta a mejorar e innovar en los procesos comunicacionales, especialmente en el área digital.

Justificación

El presente proyecto de investigación estará enfocado en el análisis de la estrategia de comunicación digital, que se implementó para la socialización del proceso de construcción de la política pública del presupuesto participativo en el municipio de Dosquebradas, Risaralda, con el objetivo de evaluar y establecer los métodos comunicacionales a nivel digital empleados por la institución durante este proceso.

La Alcaldía de Dosquebradas, es una entidad pública, que adelanta diferentes acciones que involucran la participación ciudadana, entre las que se encuentra las elecciones de presupuesto participativo para las diferentes comunas que componen el municipio, es por esta razón que durante el año 2021, se llevó a cabo este proceso, a cargo de la Secretaría de Planeación, donde se emplearon una serie de acciones para la socialización de este proceso con el público objetivo y lograr un resultado satisfactorio.

Dentro de las acciones, se encuentra el desarrollo de una estrategia de comunicación, un elemento fundamental en el desarrollo de dicho proceso, involucrando distintos recursos para su ejecución, siendo uno de sus principales protagonistas el uso de los canales digitales oficiales y no oficiales para la interacción con la comunidad y socialización del proceso.

En ese sentido, este estudio busca analizar y además describir las instancias en que fueron dados los diferentes recursos comunicacionales a la comunidad y establecer además los resultados obtenidos con el uso de la tecnología y la digitalización para llevar en buenos términos la participación de la población civil de la política pública de presupuesto participativo. Así mismo, hay que destacar el papel fundamental que juega hoy en día la comunicación digital para adelantar procesos eficaces.

Objetivo General

Analizar las estrategias de comunicación digital bidireccional en la fase de socialización del proyecto del presupuesto participativo de Dosquebradas durante el 2021.

Objetivos Específicos

- Indagar la estrategia de comunicación empleada para la fase de socialización en el proyecto de presupuesto participativo de la Alcaldía de Dosquebradas.
- Analizar el diseño del esquema de navegación de la landing page destinada para la construcción del presupuesto participativo de Dosquebradas.
- Caracterizar el flujo de la comunicación (intención, tono) digital utilizada para socializar los parámetros de convocatoria para la política pública del presupuesto participativo a los ediles y a la población civil de Dosquebradas.

Pregunta de investigación

¿Cuál fue la estrategia de comunicación digital utilizada en la landing page en su fase de socialización de la política pública de presupuesto participativo de Dosquebradas?

Metas y Propósitos

- Establecer cuáles fueron las metodologías utilizadas para comunicar y socializar el proceso de construcción del presupuesto participativo con la comunidad Dosquebradense.
- Evaluar la efectividad de los formatos y los canales de comunicación digital enfocada a los ediles y a la población civil para incentivar la participación en el proceso de presupuesto participativo.
- Crear un modelo metodológico para la construcción de estrategias de comunicación digital para procesos de construcción de políticas públicas participativas.

Antecedentes

Con el objetivo de realizar un análisis teórico y práctico de la temática a desarrollar en el presente trabajo, se hizo un recorrido bibliográfico en función de los ejes temáticos más representativos, buscando comprender y contextualizar cada uno de los conceptos que se desarrollan y cómo se dieron otras experiencias en contextos y realidades distintas a las de nuestra investigación, logrando encontrar puntos en común y de divergencia.

En este sentido, dentro de los antecedentes se encontraron diversos trabajos sobre procesos que involucran la participación ciudadana y al mismo tiempo de presupuesto participativo, siendo la comunicación un eje fundamental en la ejecución y divulgación de las experiencias que se dieron, así mismo se resalta la importancia que ha tenido el ciudadano en cada de las fases de construcción y la aparición de las nuevas tecnologías dentro del entramado social y la generación de mensajes u opiniones en la sociedad.

Por otro lado, es inherente dentro de este trabajo tener en cuenta y como eje transversal, la comunicación pública, la cual se convierte en una herramienta eficaz en los procesos participativos que se adelantan dentro de las instituciones públicas, manteniendo un canal permanente entre los entes gubernamentales y la ciudadanía. Así mismo se tiene en cuenta dentro de este rastreo bibliográfico las políticas públicas, teniendo como antecedente fundamental el eje temático que acontece a este estudio de caso, donde la implementación del presupuesto participativo responde a una política pública diseñada y ejecutable.

Así mismo y dadas las características del tema de investigación de este trabajo, es relevante tomar referencia de otras experiencias realizadas en la implementación del proceso de presupuesto participativo y los esquemas comunicacionales desarrollados, permitiendo realizar un análisis más profundo, teniendo en cuenta los contextos, herramientas vigentes y estrategias

implementadas, así como el rol del ciudadano dentro del proceso de comunicación.

Tabla 1

Participación ciudadana: la relación estado sociedad.

Título	Participación Ciudadana A Través De Los Presupuestos Participativos: Contribuyendo Hacia Una Nueva Relación Estado-Sociedad
Autores /Año	Marco Colina B. - Maria Gabriela Hoffmann R.,2009.
Objetivo General	Exponer en teoría la participación ciudadana e identificar el verdadero aporte que hace la metodología de los presupuestos participativos (PP) en la democratización del estado.
Metodología	El artículo se divide en 3 partes fundamentales donde inicialmente aborda teóricamente la participación ciudadana como un eje fundamental en esa nueva forma de relacionamiento entre la sociedad y el estado ,

	<p>posteriormente expone los procesos de presupuesto participativo en Latinoamérica, como herramienta democratizadora poniendo como ejemplo principalmente a Porto Allegre , Brasil y finalmente se realiza un análisis de los presupuestos participativos (PP) entorno a unas variables generales y específicas.</p>
Conclusión	<p>Es fundamental generar dinámicas de participación ciudadana que permitan cambiar la relación actual entre la sociedad y el estado. Con la democratización del estado se tendrá una administración pública más legítima, transparente , diversa e inclusiva y para ello se determina que la participación ciudadana en la construcción de los presupuestos participativos aporta a la construcción de este nuevo relacionamiento, dado su carácter influyente y decisivo en la asignación de dichos presupuestos para la resolución de las problemáticas de cada comunidad.</p>

Bibliografía	<p>Colina, M., & Hoffmann, M. G. (2009).</p> <p>Participación ciudadana a través de los presupuestos participativos: Contribuyendo hacia una nueva relación Estado-sociedad. Revista Pléyade, (4), 244-274.</p>
--------------	---

Tabla 2

Una experiencia de presupuesto participativo.

Título	La Experiencia De Presupuestos Participativos En La Ciudad De Sevilla.
Autores/ Año	Francisco Sierra Caballero - José Manuel Dominguez. 2004.
Objetivo General	Analizar las bases metodológicas de la
	<p>experiencia Presupuestos Participativos en la ciudad de Sevilla, como un intento para relacionar la comunicación pública con la participación ciudadana concebida más allá de su papel difusor y de los canales de información tradicionalmente instituidos.</p>

<p>Metodología</p>	<p>Desarrolla una metodología de trabajo en red basada en la Investigación Acción Participativa como programación de proyectos barriales descentralizados donde la comunicación se vincula de forma directa al desarrollo local en todas las fases del mismo.</p>
<p>Conclusión</p>	<p>Lo importante como tal en este proyecto no es la formulación del presupuesto como tal sino la participación, la apropiación simbólica y práctica de lo público, el acceso y democracia cultural, la autonomía y el desarrollo de identidades sólidas de autodeterminación reactivando las redes de confianza e implicación ciudadana en el proceso instituyente de nuevas reglas del juego de la representación y la participación democráticas.</p>

	<p>El cometido final del proyecto es la cogestión de una esfera pública no estatal ni mediatizada. Se trata, en fin, de articular una democracia de alta intensidad, productiva y creativa socialmente, como un proceso de aprendizaje y autoeducación popular.</p>
--	---

Bibliografía	<p>Caballero, F. S., & Moreno-Domínguez, J. M. (2004). La experiencia de presupuestos participativos en la ciudad de Sevilla. Metodología de planificación de la comunicación y construcción de ciudadanía. <i>Mediaciones</i>, 2(4), 31-48.</p>
--------------	--

Tabla 3

La comunicación pública y su importancia en los procesos de participación ciudadana con la población joven.

Título	<p>La Comunicación Pública Como Estrategia Orientadora En Los Procesos De Participación Ciudadana De Los Jóvenes.</p>
Autores/ Año	<p>Jonatan Alejandro Cuadros Rodriguez-Sebastian Arias Garcia - Alejandro Valencia Arias.2015.</p>
Objetivo General	<p>Analizar de la relación existente entre comunicación pública y participación ciudadana, como procesos causales y complementarios que entran a jugar en la esfera pública para poner en común los sentidos de las instituciones gubernamentales y grupos de interés.</p>

<p>Metodología</p>	<p>Búsqueda y revisión bibliográfica de fuentes secundarias de información frente a experiencias y estudios alrededor de la comunicación pública, la participación ciudadana, con especial interés en aquellos estudios que se han focalizado en la población juvenil, como punto de referencia para proyectos y nuevas investigaciones en el área de la comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de la población juvenil. También se busca visibilizar experiencias exitosas que permitan orientar procesos de comunicación pública.</p>
<p>Conclusión</p>	<p>La comunicación pública, entendida como un proceso que propicia la articulación entre la institucionalidad y la ciudadanía, en una herramienta más eficaz para la generación de relaciones de convivencia, fortalecimiento de la ciudadanía, para el empoderamiento y la participación ciudadana, reconociendo las necesidades e intereses del público objetivo al que se pretende llegar.</p>
<p>Bibliografía</p>	<p>Cuadros Rodríguez, Jonatan A.; Arias García Sebastián;</p> <p>Valencia Arias Alejandro. (2015) La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de</p>

	<p>participación ciudadana de los jóvenes.</p> <p>Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe, 13 (1), pp. 111-122</p> <p>DOI: http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i1.353</p>
--	--

Tabla 4

La comunicación como fundamento en la gobernanza de los estados.

Título	La Comunicación: Fundamento De Las Políticas Públicas.
Autores/ Año	Jorge Alberto Velásquez Betancur. 2014
Objetivo General	Aborda las políticas públicas en relación con los fenómenos de las TIC Digitales (e- democracia) en el ejercicio de gobernanza
Metodología	La metodología de la investigación es de carácter cualitativo, la cual se divide en tres momentos: 1. Acercamiento de carácter exploratorio, orientado a indagar tanto lo teórico como lo empírico sobre experiencias similares en torno al tema. 2. Acercamiento de carácter descriptivo a través del desarrollo de un trabajo de campo (identificar las características, los

	<p>perfiles, las tendencias de las prácticas comunicativas y los usos de las Tecnologías de Información y Comunicación Digitales en relación con el ejercicio de la ciudadanía en contextos de e-gobierno y de democracia.</p> <p>3. La etapa de producción científica y divulgación de resultados.</p>
Conclusión	<p>Las políticas públicas son la evidencia de una democracia deliberativa en la que participan los ciudadanos y las autoridades competentes, que junto con todo el acumulado histórico de las comunidades y en su ejercicio democrático participativo se generan acciones gubernamentales contextualizadas que aportan a la equidad, la transparencia y a la responsabilidad social.</p> <p>Así mismo la comunicación digital es fundamental a la hora de integrar las estructuras sociales y la política con el objetivo de construir sociedades democráticas.</p>
Bibliografía	<p>Betancur, J. A. V. (2014). La comunicación: fundamento de las políticas públicas. <i>Comunicación</i>, (31), 23-33.</p>

Tabla 5

La importancia del papel de la comunicación para la transformación de las dinámicas

participativas de la ciudadanía en relación con los gobiernos.

Título	El Estudio De La Comunicación Gubernamental: Líneas De Investigación Y Futuros Desafíos.
Autores/ Año	Belén Amadeo.2016.
Objetivo General	Reconocer cómo es la comunicación gubernamental y el papel que juegan las redes sociales en este proceso.
Metodología	Cualitativa
Conclusión	La comunicación ciudadana se va sumando a la comunicación gubernamental tradicional, entendida como aquella comunicación emitida exclusivamente por el Poder Ejecutivo, haciendo que el futuro de la comunicación de gobierno deba pensarse de manera más horizontal, participativa y abierta.
Bibliografía	Amadeo, B. (2016). El estudio de la comunicación gubernamental: Líneas de investigación y futuros desafíos. Austral Comunicación, 5(2), 155-181. https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0502.ama

Tabla 6

Características del nuevo ciudadano digital en un mundo globalizado.

Título	Nuevas Formas De Ciudadanía Asociadas A Las Redes De Comunicación Globales: El Ciudadano Digital.
Autores/ Año	Miguel Pineda Ortega,2011.
Objetivo General	Indagar acerca de la aparición de la ciudadanía digital, entendida como una nueva forma de ser en el mundo globalizado y conectado mediante las TIC.
Metodología	Se hace una indagación sobre el surgimiento de los que se denomina la ciudadanía digital en tres categorías : el uso de las TIC para comunicarse regularmente, la capacidad de usa internet para participar democráticamente y la influencia del internet en la igualdad de derechos , posteriormente se analizan las redes sociales en medio del “fin de semana islámico”.

<p>Conclusión</p>	<p>Las TIC hacen parte fundamental de lo que llamamos globalización, una globalización basada en la tecnología y la digitalización de los procesos que permea todos los ámbitos de las sociedades en cualquier parte del mundo. Sin embargo, también deja ver las brechas sociales y económicas que estas nuevas formas de comunicación agradan cada vez más. La ciudadanía digital es un hecho.</p> <p>Así, los nuevos Derechos Humanos deberían incluir el derecho inalienable a la comunicación y al acceso a las Tecnologías de la comunicación y la información, en condiciones de libertad de expresión y de garantía de la privacidad para todos los ciudadanos del mundo, hombres y mujeres, niños y ancianos, pastunes o californianos.</p>
<p>Bibliografía</p>	<p>Localización: Historia Actual Online, ISSN-e 1696-2060, N°. 24 (invierno), 2011, págs. 163-183</p>

Tabla 7

La experiencia del departamento de Risaralda en la construcción de ciudadanía en un ejercicio de presupuesto participativo.

Título	El presupuesto participativo. Defendiendo lo público y construyendo ciudadanía. La experiencia del departamento de Risaralda. Colombia
Autores/ Año	Rodriguez Rodriguez Jahir- 2007
Objetivo General	La planeación participativa es una herramienta fundamental que permite a las comunidades y personas conocer desde diferentes puntos de vista su realidad y les permite actuar sobre ella. Se analiza una descripción de los criterios conceptuales mínimos que permiten alcanzar la misión y la dimensión que le son propias a la planeación administrativa.
Metodología	Como proceso abierto y en construcción se trabajó la metodología de <i>diálogo de saberes</i> , donde se promovió el aprendizaje, la construcción de conocimiento y la participación como acción dialógica y participativa; donde los conocimientos o saberes son contruidos de manera colectiva, pero que sobre todo reconoce el carácter político, de los procesos de formación y capacitación.

Conclusión	Construir una cultura y organizaciones democráticas, partiendo de los desafíos sociales, políticos y culturales que conlleva la participación de los ciudadanos.
Bibliografía	Rodríguez Rodríguez, J. (2007). El presupuesto participativo. Defendiendo lo público y construyendo ciudadanía. La experiencia del departamento de Risaralda. Colombia. Recuperado de http://www.eumed.net/libros/2007a/234/20.htm

Tabla 8

Análisis del caso de la Superintendencia Financiera en su estrategia de comunicación digital

Título	Comunicación digital en el sector público para la creación de espacios de participación ciudadana, caso Superintendencia Financiera
Autores/ Año	Barón Granada Laura Isabel- 2020

<p>Objetivo General</p>	<p>Analizar el desarrollo de la comunicación pública en la estrategia de comunicación digital de la Superintendencia Financiera, durante el periodo enero a septiembre de 2020, para la creación de espacios de participación ciudadana.</p>
<p>Metodología</p>	<p>Se hace uso de la metodología cuantitativa y cualitativa</p>
<p>Conclusión</p>	<p>Se observó que la SFC es una entidad pública que ha realizado esfuerzos importantes en la creación de un ecosistema digital completo y con canales desarrollados capaces de responder a las necesidades de la ciudadanía. Después de aplicar los tres instrumentos: entrevistas semiestructuradas, análisis de contenido y encuestas de percepción, se logró revisar a profundidad la estrategia digital de la SFC, desde la mirada de la entidad, de la ciudadanía y del canal. Esta triangulación de actores arrojó información valiosa para diagnosticar la situación actual de la estrategia digital, identificar si los mensajes enviados son congruentes con la estrategia y establecer la importancia del fortalecimiento de los canales digitales.</p>

Bibliografía	Barón, L. (2020, noviembre 18) Comunicación digital en el sector público para la creación de espacios de participación ciudadana, caso Superintendencia Financiera [Tesis de pregrado].Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
--------------	--

Tabla 9

Análisis del caso Twitter en los ayuntamientos españoles

Título	Comunicando Datos Masivos Del Sector Público Local En Redes Sociales. Análisis De Sentimiento Twitter.
Autores/ Año	J. Ignacio Criado y Julián Villodre-2018
Objetivo General	Explorar el tono general con el que se expresan los ayuntamientos españoles en Twitter, y detectar algunos factores que podrían estar influyendo en la elección de uno u otro tono.
Metodología	Hicieron uso de una triangulación de técnicas big data (para el análisis de sentimiento) y técnicas cuantitativas (análisis estadísticos a través del modelo de regresión), considerando diferentes fuentes de datos,

	tanto primarias como secundarias.
Conclusión	Este trabajo abre una línea de investigación en redes sociales para comunicar datos masivos en las administraciones públicas. Por un lado, se inscribe en la línea de estudios destinada a la gestión y comprensión del comportamiento de la ciudadanía en su interacción con las organizaciones públicas a través de tecnologías sociales Por otro lado, y de forma más específica, participa de la línea innovadora de medir los sentimientos expresados a través de las nuevas tecnologías por parte de las organizaciones en sus procesos de comunicación.
Bibliografía	Criado, J. I., & Villodre, J. (2018). Comunicando datos masivos del sector público local en redes sociales. Análisis de sentimiento en Twitter. Profesional De La Información, 27(3), 624–632

Tabla 10

Las nuevas formas de participación ciudadana en la comunicación digital

Título	La Política Transmediática. Nuevas Formas De Participación Ciudadana
Autores/ Año	Facundo Alejandro Re- 2014
Objetivo General	Describir cómo se desarrolla el debate político en la cultura de la convergencia, relevando qué características poseen los usuarios que habitan las redes, qué mecanismos ponen en funcionamiento para difundir sus ideas y cómo funcionan los nuevos textos que surgen en este paradigma.
Metodología	Cualitativa
Conclusión	La red permitió a ciudadanos de todo el mundo ejercer su participación como nunca antes y aspirar a una serie de logros importantes que seguramente seguirán profundizando con el desarrollo de las experiencias digitales.
Bibliografía	Re, F. La política transmediática. Nuevas formas de participación ciudadana La Trama de la Comunicación, vol. 18, enero-diciembre, 2014, pp. 33-51 Universidad Nacional de Rosario, Argentina

Contexto

El siguiente estudio de caso, se enmarca principalmente dentro de la comunicación digital y los procesos comunicacionales que se desarrollan dentro de esta rama, específicamente en los ámbitos públicos, y en este caso en el presupuesto participativo que se llevó a cabo en la alcaldía de Dosquebradas. En este sentido, es importante hacer un recorrido por los diferentes conceptos que componen este trabajo.

Dosquebradas es el segundo municipio, ubicado al sur del departamento de Risaralda, siendo parte además del Área Metropolitana Centro Occidente conformada por Pereira Dosquebradas-La Virginia. Está dentro de un punto estratégico, donde convergen departamentos como el Valle del Cauca, Quindío y Caldas; cuenta con alrededor 206.693 habitantes. Su división político-administrativa se compone en el área urbana de 12 comunas y en la zona rural por 32 veredas en dos corregimientos respectivamente. (Plan de Desarrollo, Alcaldía de Dosquebradas).

Desde el año 2017, en el municipio de Dosquebradas por medio del acuerdo municipal 021, se adoptó la política pública para el diseño e implementación de presupuestos participativos, la cual ha sido responsabilidad de la Secretaría de Planeación Municipal, ya que es un proceso que requiere planificación y organización entre las partes involucradas, siendo la dependencia encargada de liderar y activar las diferentes rutas de comunicación y socialización con la comunidad, esto alineado con que Dosquebradas es un municipio que se ha caracterizado por tener un modelo abierto y de una participación activa por parte de la ciudadanía.

Marco teórico

Con el objetivo de enmarcar y conceptualizar este trabajo, se retomarán algunos conceptos que permitirán un mayor entendimiento de los contextos y el desarrollo metodológico que se hará a lo largo del estudio de caso, en este sentido es importante entender cómo se da la comunicación especialmente desde lo comunitario y en escenarios que atañen a lo público.

Con el surgimiento de la pandemia, causada por el virus covid 19, se identifica que se hizo obligatorio el uso de las TICD (tecnologías de la información y la comunicación digital) para lograr el involucramiento de la población local en una construcción consensuada, democrática y abierta del uso de estos recursos públicos para dar soluciones compartidas a problemáticas que afectan a las comunidades y sus territorios. De esta afirmación surgen dos ramas conceptuales que hacen posible entender un proceso de presupuesto participativo: participación ciudadana y comunicación comunitaria.

Fasano y Roquel (2016) definen la comunicación comunitaria “como un enfoque de la comunicación social que busca fortalecer la dimensión comunitaria de la vida social, es decir, ese lugar de la vida social en el cual la identidad se define por la pertenencia a un nosotros, que quiere decir un “nos-otros”, es decir un sujeto que incluye a otros para poder ser plenamente” (Fasano y Roquel, 2016,p3).

Continuando con el análisis, la democratización de la gestión pública se relaciona directamente con el concepto de participación ciudadana y encierra parámetros para una ciudadanía activa, no sólo para decidir sobre programas y acciones ya planeadas, por medio del mecanismo de participación ciudadana más popular que es el voto, sino además en la construcción consensuada de planes, acciones y presupuestos consolidados plasmados en

proyectos escritos, que posteriormente son presentados ante la administración pública correspondiente por individuos de la sociedad civil.

Merino, (1997) Afirma que la “participación ciudadana es el encuentro entre algunos individuos que libremente deciden formar parte de una acción colectiva y de un entorno que la hace propicia.”(P.79-80). En este sentido y aterrizando este concepto al ejercicio participativo de la alcaldía de Dosquebradas, es por medio de la política pública del presupuesto participativo que se hace posible que la ciudadanía tenga un nivel de participación e incidencia decisorio en la asignación de los recursos del presupuesto municipal para cubrir y solucionar conjuntamente asuntos de interés común. Es imposible decir que todos los individuos participaron en las etapas de formulación del presupuesto participativo pero si es de aclarar que “En realidad, tan imposible es dejar de participar –porque aun renunciando se participa–, como tratar de hacerlo totalmente.”(Merino, M, 1997,P 21).

En este sentido y continuando con el análisis conceptual entramos a entender cómo la comunicación digital interviene y se convierte en el principal canal de información entre la ciudadanía y la administración pública. “En el nuevo sistema económico-tecnológico redefinido por la revolución digital, el conocimiento y la información son las fuentes principales de bienestar y de progreso que contribuirán a la profundización de las instituciones democráticas y a una ampliación de los mecanismos de participación y control por parte de la ciudadanía.” (Naser, A., y Concha, G. , 2014 ,P 12).

Desde febrero de 2020 y raíz de la llegada del virus del Covid -19 a Colombia, muchas organizaciones, públicas y privadas, se vieron obligadas a hacer una transición en sus servicios de lo presencial a lo digital dada la contingencia de la pandemia. Es así como la alcaldía de Dosquebradas decide desarrollar una estrategia de comunicación digital que aloja todas las etapas del presupuesto participativo en un sitio web exclusivo.

La naturaleza de la comunicación que se requería para obtener buenos resultados al final de este proceso democrático dependía en gran medida de la calidad de los procesos comunicacionales que se utilizarían para transmitir a la ciudadanía los objetivos del proyecto del presupuesto participativo, pero además generar unos altos niveles de interacción.

La principal pregunta, es cuáles deben ser las características de los productos comunicativos, para que un sitio web que tiene dos públicos objetivos, que deben entender a cabalidad un ejercicio de participación ciudadana y de gestión pública. Entramos a definir entonces los flujos de comunicación enmarcados en el ámbito público, donde el tono y la intención de ese sistema comunicativo está directamente relacionado con la ciudadanía y está al servicio de la comunidad, convirtiéndose en un canal y flujo constante de mensajes e información de interés público, siendo esta clara y concreta, proyectando un ideal de transparencia hacia el afuera.

El proceso de presupuesto participativo en Dosquebradas de la vigencia 2021, tuvo varias características importantes, entre las que se resaltan una landing page o página de aterrizaje, para alojar cada uno de los recursos de comunicación y socialización que se usaron a lo largo del proceso. Este sitio especial, se encuentra alojado en la página principal de la Alcaldía de Dosquebradas, donde se denomina como “Presupuesto Participativo”, dentro de esta sección se dividen las siguientes pestañas: socialización, formulación de proyectos, preinscripción, votación y resultados.

Así mismo, esta landing page cuenta con una sección especial de prensa y medios, donde se alojan todos los recursos periodísticos, audiovisuales, publicitarios y fotográficos que se usaron para la difusión a la comunidad y la opinión pública sobre este proceso, de igual forma enlaza a las redes sociales de alcaldía, donde se pueden visualizar cada una de las publicaciones relacionadas con esta temática, por lo que es de total accesibilidad a la comunidad en general.

Finalmente, y dadas las condiciones que atañen a este trabajo es importante retomar el concepto de comunicación bidireccional, el cual es definido por Esther Casares como: “esta comunicación en dos direcciones es posible gracias a la retroalimentación, en ella el hablante emite un mensaje y recibe la respuesta del emisor y éste necesita la retroalimentación pues le indica que el mensaje fue recibido correcta o incorrectamente, si fue descodificado adecuadamente, si fue aceptado y empleado. Cuando se produce la comunicación en dos direcciones, ambos interlocutores están satisfechos, se evita la frustración y mejora de modo considerable la precisión en el trabajo”.(Casares, Esther,2007, p6).

En síntesis las categorías de análisis definidas para este proceso investigativo se encuentran determinadas por el abordaje de los conceptos relacionados con la democratización de la gestión pública que a su vez está relacionada directamente con la participación ciudadana, las políticas públicas y las implicaciones sociales colectivas de lo que es un plan de desarrollo.

Transversalmente se encuentran presentes las características de la comunicación pública y comunitaria aplicadas al análisis de los activos digitales del caso de presupuesto participativo de Dosquebradas.

Marco metodológico

Se ha definido una metodología de investigación mixta que combina lo cualitativo y lo cuantitativo, definiendo que un análisis cualitativo, según Fernandez,P. y P,Díaz (2002) “Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas” (P. 1).y cuantitativo, que “ Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.”(Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L., 2014, P .4). Esta metodología se ejecutará a través de diferentes instrumentos metodológicos así:

1) Para obtener detalles de los elementos que constituyen el complejo web de la landing page , en su etapa de socialización , del presupuesto participativo de Dosquebradas, se plantea hacer un proceso de observación y seguidamente un ejercicio de descripción minuciosa y desglosada, a lo que nombraremos para efectos de este trabajo como un análisis descriptivo de la estrategia de comunicación, partiendo de que conceptualmente en este método “Lo fundamental son las características observables y verificables.” (Alban, G., P. G., Arguello, A. E. V., & Molina, N. E. C., 2020,P.166) y en este sentido esta metodología permita entender las metas planeadas, los gráficos utilizados, el concepto general, las características del lenguaje explícito e icónico y la experiencia de usuario planteada por el área de comunicaciones. Una vez obtenida esta información se hará una matriz DOFA que esquematiza la información ampliamente descrita en el paso anterior.

2) En un segundo momento se propone la creación de una batería de indicadores similar a la propuesta en el artículo denominado *Hacia la medición del impacto de las prácticas de apropiación social de la ciencia y la tecnología: propuesta de una batería de indicadores* donde utilizan “ los indicadores de output en donde los resultados se valoran en función de la eficacia

de la ejecución de los recursos materiales y económicos dispuestos para la iniciativa, o de los productos o actividades frente al diseño inicial, es decir, desde la perspectiva de los promotores o financiadores de las actividades”.(Daza-Caicedo, S., Maldonado, O., Arboleda-Castrillón, T., Falla, S., Moreno, P., Tafur-Sequera, M., & Papagayo, D. ,2017, P. 149). Sin embargo para objetivos de este trabajo estos indicadores se aplicaran a una muestra representativa de ciudadanos que estén participando o hayan participado en el proceso de construcción del presupuesto participativo como parte de lo que conforma los resultados y también se hará una aplicación de una segunda batería de indicadores a los integrantes del equipo de comunicaciones del proyecto para obtener información cualitativa que permita hacer un corto diagnóstico en términos de proyección y percepción. Los indicadores a tener en cuenta serán: impacto de la comunicación en la comunidad, alcance de las publicaciones en redes sociales relacionadas a presupuesto participativo, número de proyectos presentados, número de personas que participaron en las elecciones de presupuesto participativo y las consultas recibidas dentro de la landing page destinada a este proceso.

Se ejecutará a través de preguntas abiertas que permitan un ejercicio descriptivo que abarque las categorías utilizadas en el diseño web de la landing page, la experiencia de usuario, el esquema de navegación, la definición de la línea gráfica, la calidad de las imágenes y otros elementos que tienen que ver netamente con el mapa del sitio web.

3) Finalmente basados en la siguiente afirmación que indica que la encuesta “recoge la información proporcionada verbalmente o por escrito por un informante mediante un cuestionario estructurado” (Martín, F. A. , 2011 ,P. 35) se cierra la etapa de recolección de datos donde se aplicarán encuestas a una muestra de líderes comunales, específicamente ediles y edilesas ubicados en el municipio de Dosquebradas, que fueron elegidos por voto popular y que se dedican a la gestión de labores sociales dentro sus comunidades, siendo el puente de

comunicación con la Administración Municipal, que permita evaluar y posteriormente transformar a unos resultados cuantitativos el alcance y la efectividad de la comunicación en la etapa de socialización del proyecto del presupuesto participativo en Dosquebradas.

Diagrama de Gantt

ACTIVIDAD	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Aplicación de batería	x			
Análisis de la estrategia de comunicación y aplicación DOFA	x	x		
Recolección y análisis de datos		x	x	
Creación de una propuesta de metodología de estrategias de comunicación				x

para procesos de participación ciudadana en el área pública gubernamental				
---	--	--	--	--

Hallazgos y Discusiones

Con el objetivo de recopilar información sobre la estrategia de comunicación implementada en la fase de socialización del proceso de presupuesto participativo, se realizó una encuesta dirigida a los ediles y edilesas con el objetivo de evaluar la percepción sobre la comunicación desarrollada para este proceso. También se aplicaron dos baterías de indicadores, una dirigida a los comunicadores que participaron en esta estrategia y otra aplicada a ciudadanos del municipio de Dosquebradas. Se esperan que los resultados arrojen conclusiones relacionales entre la proyección, del área de comunicaciones, y la percepción por parte de los ciudadanos.

A continuación, se encontrarán los análisis correspondientes a cada una de las metodologías implementadas.

Resultados encuesta ediles/as

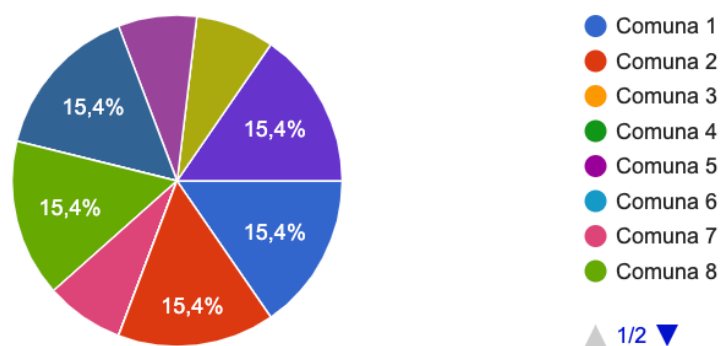


Figura 1: *Comuna a la que pertenece los ediles/as encuestados.*

Los ediles y edilesas encuestados, pertenecen a las diferentes comunas que componen el municipio de Dosquebradas y sus respectivos corregimientos, por lo que se puede evidenciar en los resultados expuestos, la variación de las respuestas provenientes de distintos sectores geográficos.

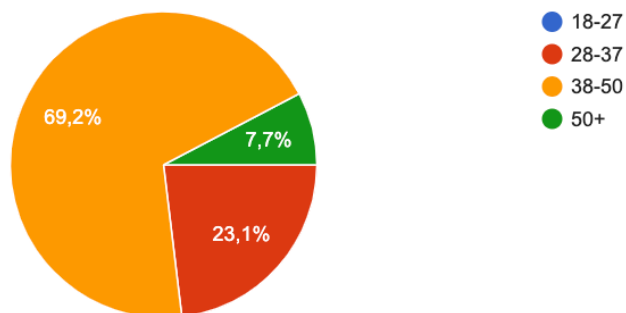


Figura 2: *Edad de los ediles/as encuestados.*

Más de la mitad de la población de ediles y edilesas encuestadas pertenecen al rango de edad entre los 38 y 50 años y en un menor porcentaje dentro del rango de personas en la edad de 28-37, no siendo un dato menor ya que ayuda a entender la forma en cómo perciben la comunicación y el uso y consumo de los diferentes formatos y medios usados para la difusión de este proceso.

Sexo de los encuestados

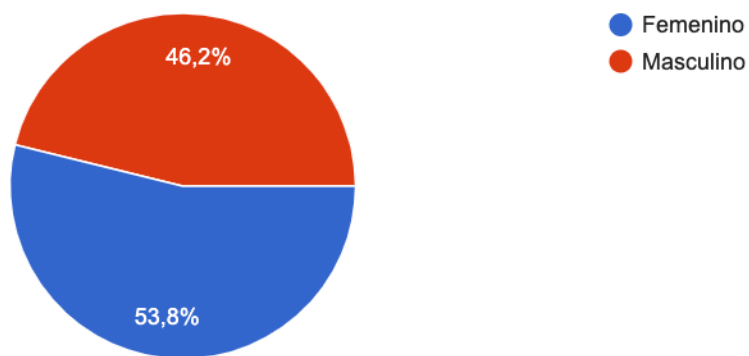


Figura 3: *Cantidad de hombres y mujeres ediles/as encuestados.*

En cuanto al sexo, se puede evidenciar que prevalece el sexo femenino dentro las personas encuestadas lo que dentro de una estrategia de comunicación y difusión marca una pauta en cuanto a los formatos y medios utilizados de acuerdo a la predilección entre hombres y mujeres y sus formas de consumo.

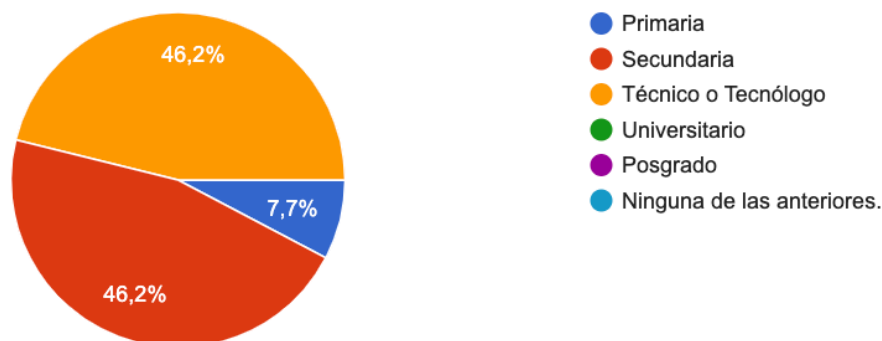


Figura 4: *Niveles académicos de los ediles/as.*

De la población encuestada de ediles y edilesas del municipio de Dosquebradas, la gran mayoría tienen un nivel de formación hasta secundaria o en el campo de técnico o tecnólogo, vislumbrando de forma clara el público objetivo al que estuvo dirigido la comunicación del proceso de presupuesto participativo de la vigencia 2021.

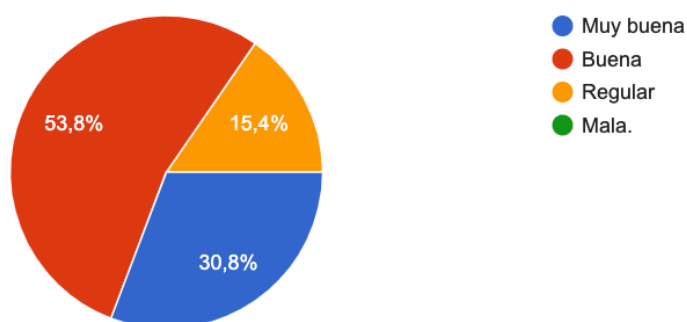


Figura 5: *Calificación de las estrategias de comunicación*

Más del 50% de la población encuestada califica como buena la estrategia de comunicación que se realizó para difusión de este proceso, solo el 30% la califica como muy buena y un 15% como regular, desde este punto de partida se puede evidenciar que dentro de los objetivos planteados de la estrategia, cumplió la expectativas de uno de los públicos a los que iba dirigido.

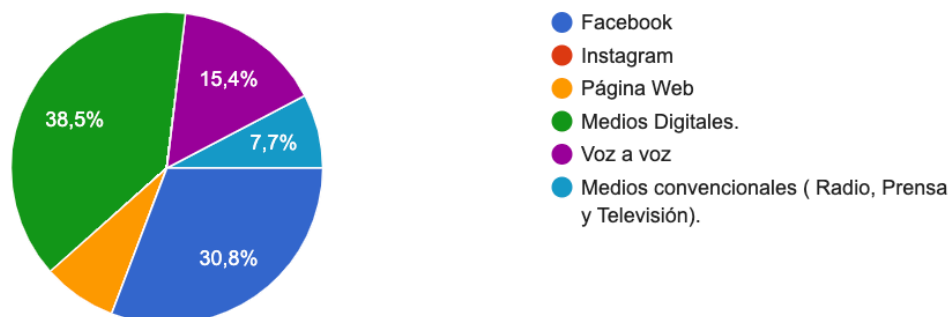


Figura 6: *Canales de comunicación más usados por ediles y edilesas.*

Las personas encuestadas, manifestaron que el canal más utilizado para informarse de este proceso fueron los medios digitales, seguido de la red social Facebook y la voz a voz, evidenciando la fuerza que tiene lo digital dentro de los procesos comunicacionales y de difusión en este proceso.

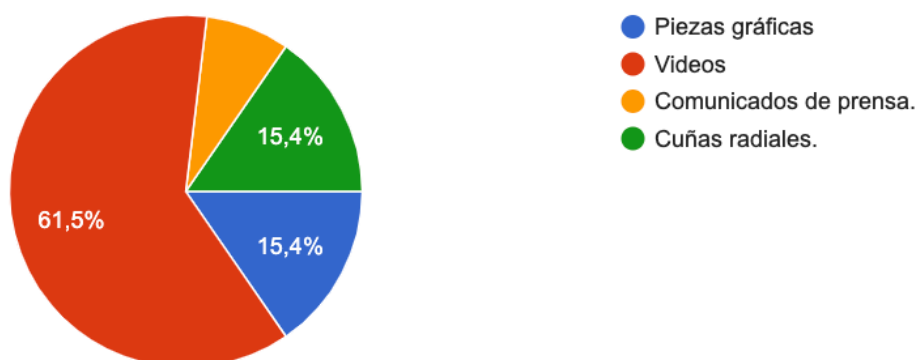


Figura 7: *El formato más adecuado para comunicar el proceso de presupuesto participativo.*

El público encuestado, considera que el mejor formato para comunicar el proceso de presupuesto participativo son los videos y en menor medida las piezas gráficas o cuñas radiales. En este sentido el formato de los videos son una opción mucho más dinámica y representa una mejor forma de transmitir este tipo de información para la comunidad que se desea impactar con la comunicación.

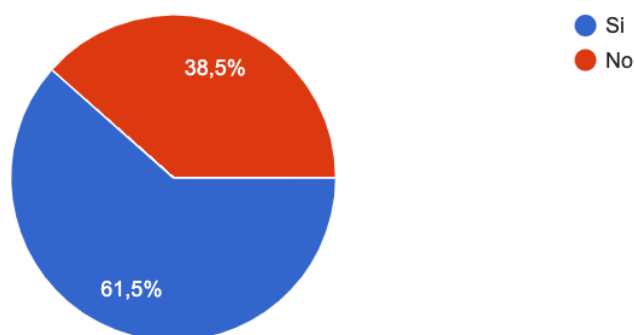


Figura 8: Acceso al sitio web del presupuesto participativo.

Más de la mitad de los encuestados tuvo acceso al sitio web que se creó para presupuesto participativo, lo que demuestra que tuvo un buen impacto la creación de este recurso, donde se concentraron todas las etapas del proceso, siendo de utilidad para la comunidad y convirtiéndose en un canal de comunicación acertado.

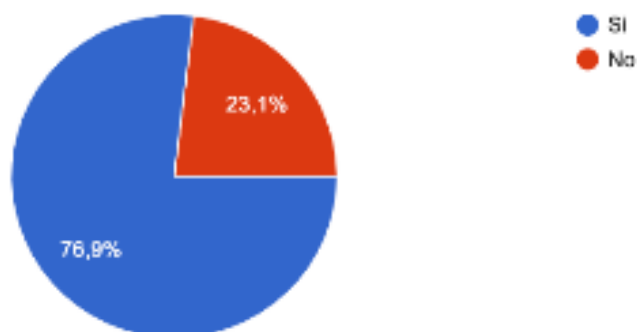


Figura 9: Evaluación sobre la claridad del proceso comunicativo.

El 77% de los ediles encuestados considera que el proceso de comunicación fue claro, donde se evidencia además que los procesos comunicacionales empleados desde la entidad llegaron a su público objetivo, logrando que fuera entendible y claro para las personas que participaron, en especial los ediles y edilesas como líderes dentro de sus comunidades.

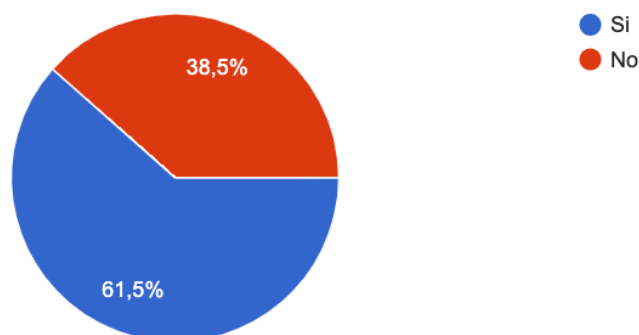


Figura 10: *El proceso comunicativo fue acertado con la comunidad.*

Por otro lado, dentro de la aplicación de esta encuesta, se pudo evidenciar que la totalidad de la población impactada con esta metodología respondió de forma positiva en cuanto al conocimiento pleno del concepto de presupuesto participativo, la forma en cómo se realizó durante la vigencia 2021 y los beneficios que trae para las comunidades del municipio de Dosquebradas.

En este sentido, los encuestados tuvieron además la oportunidad de expresar la importancia de tener una mejor socialización del proceso con las comunidades y un mayor acercamiento al territorio puesto que es la clave para un mejor entendimiento del proceso y maximizar la experiencia para futuros procesos.

Análisis de la batería de indicadores aplicada a los ciudadanos

Evalúa la estrategia de comunicación del presupuesto participativo

Esta serie de preguntas abiertas tiene como objetivo conocer su opinión como ciudadano acerca del manejo de las comunicaciones en el proceso del presupuesto participativo de Dosquebradas. Esto sólo con fines académicos.

¿Cómo se enteró de la apertura del proceso de presupuesto participativo de Dosquebradas? *

Texto de respuesta corta

Cuando usted ingresó a la página web del presupuesto participativo, ¿fue fácil o difícil? *
¿Cuáles fueron las secciones que visitó? Explique por qué.

Texto de respuesta larga

El lenguaje utilizado en la página web fue claro para usted? si o no y por qué? *

Texto de respuesta larga

Describa cuál fue el canal por medio del cual conoció los resultados del presupuesto participativo. ¿Qué fue lo que más llamó su atención? En su opinión, ¿Qué le propondría a la alcaldía para mejorar esta etapa de socialización? *

Texto de respuesta larga

¿Qué opina de la imagen gráfica de la página del presupuesto participativo? Reflexione sobre las imágenes, los colores, el tamaño de letra, los videos, el texto, el menú de la página entre otros elementos que considere relevantes. *

Texto de respuesta larga

Cuántas personas aproximadamente cree que participaron en el presupuesto participativo. *

Texto de respuesta corta

¿Cuántas personas de su comuna participaron y cómo le pareció esta experiencia? *

Texto de respuesta corta

Imagine que tiene la oportunidad de hablar con el equipo de comunicaciones del presupuesto participativo, ¿Qué cambios le sugeriría a ese equipo y por qué? *

Texto de respuesta larga

¿Usted sigue en redes sociales a la alcaldía de Dosquebradas, si o no? Si su respuesta fue si *
¿Con qué objetivo sigue las redes sociales? si su respuesta fue no ¿por qué? *

Texto de respuesta larga

¿Alguna vez ha interactuado con un me gusta o un comentario? si o no y por qué? *

Texto de respuesta larga

Figura 11: *Batería aplicada a los ciudadanos*

Conocer la percepción de una muestra del público objetivo permite encontrar las fortalezas y debilidades de la estrategia de comunicación utilizada en el presupuesto participativo del municipio de Dosquebradas, además de validar las metas, los alcances y el impacto señalados por

el equipo estratégico de comunicaciones.

El 75% de los ciudadanos encuestados manifiestan que las redes sociales fueron el principal canal por el cual se enteraron de la apertura del proceso de convocatoria para el presupuesto participativo.

La navegación por la landing page fue categorizada en términos de lo fácil o difícil que fue la experiencia dentro del esquema de la página. Se evidenció que más del 60% de los encuestados describió como fácil dicho proceso. Ahora bien, en cuanto a las secciones más visitadas se encuentra la sección de proyectos y la página principal. El 25% de la muestra nunca ingresó a la página web, y acá se pone en consideración que su medio de información sobre los avances del proceso de presupuesto participativo fue solo a través de redes sociales, incluso surge el cuestionamiento sobre este fenómeno en el sentido de la carencia de cobertura de la señal de internet o de acceso a herramientas tecnológicas que soporten este tipo de plataformas.

El lenguaje utilizado en la página web fue claro, tal y como se proyectó desde la estrategia de comunicación. En un menor porcentaje de los encuestados, no ingresaron nunca al sitio web que se destinó para este proceso.

Más del 50% de los encuestados señala que se enteró de los resultados del proceso por medio de las redes sociales, el resto de la muestra señalan a los medios de comunicación oficiales de la alcaldía como el sitio web y los grupos oficiales de whatsapp , también aparecen los medios de comunicación regionales tradicionales como la prensa.

En cuanto a la imagen, los recursos gráficos y comunicacionales proyectados en el sitio web de presupuesto participativo, se denota que los encuestados tuvieron una buena experiencia, destacando especialmente la estética del sitio, las buenas imágenes utilizadas y relacionadas a la temática desarrollada. Así mismo destacando la claridad y legibilidad de la información

proyectada.

Por otro lado, los ciudadanos encuestados manifestaron que el proceso de presupuesto participativo fue una buena experiencia, destacando la importancia de la participación ciudadana y el aprendizaje que se puede tener de este tipo de ejercicios en el municipio de Dosquebradas. En cuanto al aspecto comunicacional y las tácticas implementadas para la difusión de este proceso, es importante resaltar que las personas hicieron énfasis en la importante de incluir más productos audiovisuales explicando el proceso de votación y cómo acceder a éste, así mismo socializar los proyectos que se postularon y los que ganaron, y de esta forma tener un mayor entendimiento del proceso final.

Finalmente, de los ciudadanos encuestados, el 100% afirmó seguir las redes sociales de la alcaldía y hacer uso de ellas para estar informado sobre las acciones y actividades que se desarrollan desde la entidad, por otro lado hacen uso continuo de éstas y generan interacción y conversación con estos medios digitales que desde la administración municipal se disponen para los ciudadanos.

Análisis de la batería de indicadores aplicada a los comunicadores.

Evaluación: Estrategia de comunicación del presupuesto participativo de Dosquebradas

Esta batería de indicadores tiene como objetivo conocer mas a detalle la proyección estratégica del área de comunicaciones para el proceso de presupuesto participativo de Dosquebradas. Esto sólo con fines académicos.

Mencione los medios de comunicación y describa brevemente el impacto de la estrategia de comunicación sobre presupuesto participativo. *

Texto de respuesta larga

Si pudiera agregar o quitar algún elemento a la estrategia implementada para la difusión y comunicación del proceso de presupuesto participativo ¿Cuál sería? *

Texto de respuesta larga

Describe en sus propias palabras el tono de comunicación utilizado en la divulgación de presupuesto participativo *

Texto de respuesta larga

¿Considera que el despliegue en medios de comunicación fue el adecuado? ¿Cómo lo mejoraría? *

Texto de respuesta corta

¿Cómo evalúa la periodicidad y cantidad de productos comunicacionales publicados? *

Texto de respuesta corta

¿Considera que la percepción de la ciudadanía fue positiva? ¿Cómo cree que puede mejorarla? *

Texto de respuesta larga

Desde su rol como comunicador ¿Cómo evalúa la comunicación desarrollada en el sitio web del presupuesto participativo? ¿Cómo se podría acercar más al ciudadano? *

Texto de respuesta larga

...

Describe cómo fue la conversación y percepción en las redes sociales sobre presupuesto participativo. *

Texto de respuesta larga

¿Mencione cuáles fueron los contenidos más visitados y compartidos sobre presupuesto participativo? *

Texto de respuesta larga

Figura 12: *Batería aplicada a los comunicadores*

A continuación, presentamos los resultados obtenidos a partir de la creación y aplicación de una batería de indicadores a 7 miembros del equipo de comunicaciones, quienes participaron en la estrategia comunicativa del presupuesto participativo de Dosquebradas. Se proyecta que los resultados evidencian la percepción que tenía el equipo en temas de alcance, impacto e interacción de la comunidad.

Al indagar sobre los medios de comunicación utilizados se halló que en total se mencionaron 4 categorías amplias de los medios de comunicación entre los cuales se menciona redes sociales, medios de comunicación comunitaria , página web y diálogo directo con la comunidad. De forma unánime el equipo estratégico coincide en que las redes sociales fueron uno de los canales principales de comunicación con la comunidad. La conversación e interacción de los usuarios en redes sociales fue calificada en su totalidad como buena y positiva. Se presenta una mención sobre comentarios que expresaban lo contrario, pero se destaca que predominó la buena acogida de los contenidos y una buena percepción de los ciudadanos en las redes sociales oficiales.

En segunda instancia están presentes las articulaciones que se hicieron con medios de comunicación locales tradicionales y digitales para difundir el proceso, convocar y avanzar en el desarrollo del proceso ciudadano. Sólo el 40% de los encuestados mencionaron el sitio web como un medio de comunicación por lo que se puede evidenciar una tendencia que tienen las redes sociales respecto a los sitios web oficiales en materia de procesos comunicativos comunitarios.

En términos de impacto se destaca una respuesta positiva que describe una buena intención comunicativa la cual cumplió con el objetivo de socializar el proceso con un mensaje efectivo, claro y directo para el público objetivo del presupuesto participativo.

Ahora bien, con el objetivo de puntualizar aspectos a mejorar se indaga sobre elementos que

agregarían o suprimiría de la estrategia de comunicación. Se destacan sólo elementos agregar entre los que se encuentran incrementar los espacios de interacción con la comunidad no sólo en términos de difundir información específica del paso a paso para participar, sino que, además una vez culminados los procesos de formulación, presentación, evaluación y elección de los proyectos, estos tengan un proceso intensivo en la etapa de socialización de resultados con la comunidad de Dosquebradas. Se sugiere un espacio regular con la comunidad para retroalimentar la estrategia comunicativa y que esté totalmente ajustada a las necesidades y realidades del público objetivo. Se menciona la necesidad de crear más productos explicativos del proceso. Por otro lado y a pesar de que la estrategia estuvo siempre enmarcada en lo digital, se menciona un elemento que acoja a esa parte de la comunidad que no hace uso constante de lo digital, el voz a voz.

En un proceso de presupuesto participativo el objetivo comunicativo siempre va estar direccionado a que el público objetivo, que está directamente relacionado con la comunidad en este caso, comprenda el mensaje. Entendiendo esto, la estrategia de comunicaciones estuvo direccionada a manejar un tono comunicativo con las siguientes características, señaladas por los comunicadores como un lenguaje sin tecnicismos, sencillo, claro , cercano , amigable y concreto para este proceso público participativo.

El 90% de los encuestados considera que el despliegue en medios de comunicación fue adecuado porque fue una estrategia construida a detalle, se logró trabajar el plan de medios y llegar a medios regionales que facilitaron la etapa de difusión. Entre algunas sugerencias para mejorar la estrategia se destaca la necesidad de acercarse más a la comunidad para indagar sobre cuáles son los medios más utilizados y así crear una estrategia más acertada, enfocada en el público objetivo.

Se realizó un cuestionamiento frente a cómo se evalúa desde el trabajo interno comunicativo,

la cantidad de productos elaborados y la periodicidad de estos. A lo anterior el 100% de los encuestados coinciden que fue acertado, bueno y adecuado, sin embargo en las respuestas se puede evidenciar que no se creó una estrategia comunicativa medible cuantitativamente, ya que esta estrategia se fue creando en la marcha, resolviendo problemas, creando según las necesidades. Entonces, encontramos resultados que categorizan como adecuado el plan de comunicaciones acuñando a la buena cantidad de productos producidos según la necesidad a comunicar. El principal hallazgo es que la estrategia se clasifica como buena sólo en términos de una alta cantidad de publicaciones realizadas en los diferentes medios.

Siguiendo esta línea de la percepción cualitativa, el equipo de comunicaciones manifiesta que la percepción que tuvo la ciudadanía sobre el proceso comunicativo fue en su gran mayoría buena y positiva, sin embargo no dejan de lado mencionar que existieron algunas inconformidades y confusiones por parte de la ciudadanía, lo que se puede calificar como normal en el sentido de que es un proceso público democrático no tan común en las administraciones públicas.

Salta a la vista y a la luz de las respuestas, una necesidad de propiciar espacios de construcción colectiva y diálogo entre la administración municipal y los ciudadanos para generar discursos, mensajes y piezas comunicativas que estén correctamente diseñados para el público objetivo y así faciliten las etapas de postulación y votación de los ciudadanos.

La landing page de la estrategia de comunicación del presupuesto participativo es uno de los pilares más importantes de la estrategia, ya que funcionó como una bitácora de consulta y acceso a la información de forma permanente para cualquier persona. Los comunicadores clasifican la comunicación del sitio web de forma positiva resaltando características propias del sitio como la facilidad para navegar por el esquema sencillo de navegación diseñado y pensado para el público objetivo, el alojamiento de toda la información relacionada con el proceso del presupuesto participativo, etapa por etapa, con la posibilidad de que los ciudadanos consultaran

permanentemente los avances.

El 70 % de los encuestados coinciden en que los contenidos más visitados y compartidos son los videos pedagógicos, por ejemplo, el que indica cómo votar. El otro 30% señala que fue la Landing page la más visitada. También se menciona las piezas gráficas informativas.

Al analizar de forma global los resultados de las baterías de indicadores aplicadas al grupo de comunicaciones y a la ciudadanía se pueden identificar aspectos en los que la percepción de que ambos sectores conversan y se encuentran. 1) Ambos nichos concuerdan en la necesidad de establecer una conversación más cercana con la comunidad para afinar la estrategia comunicativa, ya que esta permitirá identificar tácticas, canales y medios de comunicación que están directamente enfocados en el público objetivo. 2) El lenguaje de la estrategia fue claro, sin embargo el aspecto pedagógico requiere de más fuerza , dado que el proceso de presupuesto participativo es de largo aliento y con una serie de instrucciones tanto técnicas como conceptuales que la ciudadanía debe quedarle muy claro. En este sentido los contenidos comunicativos son los directamente responsables de dicha comprensión. 3) El proceso de socialización fue la etapa con mayor cantidad de menciones a lo largo de los resultados, puesto que a los comunicadores les permite obtener, medir resultados y a los ciudadanos conocer los resultados del proceso. La difusión de los proyectos ganadores del proceso democrático público debe ser un pilar tan grande como la etapa de convocatoria, de lo contrario el proceso comunicativo no se concluye, poniendo en riesgo la efectividad de la estrategia en términos de percepción del público objetivo. 4) La landing page es una plataforma idónea para condensar y actualizar la información del proceso participativo, con la ventaja de que el acceso a esto es de carácter ilimitado para la ciudadanía, lo que genera una sensación de transparencia y credibilidad en el proceso y en la alcaldía municipal.



Figura 13: *DOFA del análisis de la estrategia comunicativa del presupuesto participativo de Dosquebradas, 2021.*

Conclusiones

- De acuerdo a la indagación de la estrategia de comunicativa para el proceso participativo de Dosquebradas se identifica que los medios digitales fueron un pilar fundamental dentro de la estrategia de comunicación implementada para la etapa de difusión, sin embargo, se hace necesario realizar un soporte en los medios tradicionales que permita una llegada de los mensajes y la información, más acertada y puntual, para garantizar una comunicación transversal a todos los grupos de interés.
- La landing page que se destinó para la sistematización de todo el proceso fue un elemento protagonista que permitió ser un puente entre el ciudadano y la institución, por lo que es importante ahondar en el diseño del sitio web, pensando en la experiencia de usuario según la caracterización del público objetivo.
- En cuanto a las características de la comunicación implementada para la difusión y socialización del proceso de presupuesto participativo, se pudo evidenciar que éste estuvo marcado por la simplicidad y la claridad, siendo un tono muy cercano al público objetivo y de fácil entendimiento por parte de las personas.
- Si bien las estrategias de comunicación dentro de su desarrollo contemplan diferentes formatos para comunicar una temática, es muy importante tener en cuenta cuáles son los más relevantes, con mejor alcance y claros para la población a la que se quiere llegar, en este caso puntual cobró protagonismo lo audiovisual por sus características dinámicas e interactivas, permitiendo tener un mayor acceso y entendimiento del proceso por parte de la comunidad en general que busca informarse sobre presupuesto participativo.
- Las redes sociales se convirtieron en el canal confiable, fuente de información para la ciudadanía en el proceso de presupuesto participativo de Dosquebradas. Lo anterior

pone sobre la mesa la necesidad de crear redes sociales específicas para dicho proceso de participación democrática pública, ya que en esta ocasión se utilizaron las redes sociales oficiales de la alcaldía donde hay variedad de publicaciones y temas.

- Es fundamental hacer una planificación de la estrategia de comunicación entorno a la formulación de objetivos medibles, creación de un cronograma de trabajo y una herramienta de monitoreo constante de los objetivos.
- La comunicación bidireccional como un puente comunicacional entre la comunidad y la estrategia digital, permitiendo una mejor proyección de los objetivos a alcanzar y una comunicación efectiva.

Bibliografía

Alban, G. P. G., Arguello, A. E. V., & Molina, N. E. C. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación acción).

RECIMUNDO, 4(3), 163-173.

Alcaldía de Dosquebradas (2020). Plan de Desarrollo Dosquebradas Empresa De Todos 2020-2023: Empresa de Todos. Colombia: Dosquebradas, Risaralda.

Amadeo, B. (2016). El estudio de la comunicación gubernamental: Líneas de investigación y futuros desafíos. *Austral Comunicación*, 5(2), 155-181.

<https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0502.ama>

Barón, L. (2020, noviembre 18) Comunicación digital en el sector público para la creación de espacios de participación ciudadana, caso Superintendencia Financiera [Tesis de pregrado]. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

Betancur, J. A. V. (2014). La comunicación: fundamento de las políticas públicas. *Comunicación*, (31), 23-33.

Caballero, F. S., & Moreno-Domínguez, J. M. (2004). La experiencia de presupuestos participativos en la ciudad de Sevilla. Metodología de planificación de la comunicación y construcción de ciudadanía. *Mediaciones*, 2(4), 31-48.

Casares, Esther La Comunicación en la Organización; la Retroalimentación como Fuente de Satisfacción Razón y Palabra, núm. 56, abril-mayo, 2007 Universidad de los Hemisferios Quito, Ecuador

Colina, M., & Hoffmann, M. G. (2009). Participación ciudadana a través de los presupuestos participativos: Contribuyendo hacia una nueva relación Estado-sociedad. *Revista Pléyade*, (4), 244-274.

Criado, J. I., & Villodre, J. (2018). Comunicando datos masivos del sector público local en redes sociales. Análisis de sentimiento en Twitter. *Profesional De La Información*, 27(3), 624–63

Cuadros Rodríguez, Jonatan A.; Arias García Sebastián; Valencia Arias Alejandro. (2015) La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadanade los jóvenes. *Revista Encuentros*, Universidad Autónoma del Caribe, 13 (1), pp. 111-122 DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i1.353>

Daza-Caicedo, S., Maldonado, O., Arboleda-Castrillón, T., Falla, S., Moreno, P., Tafur Sequera, M., & Papagayo, D. (2017). Hacia la medición del impacto de las prácticas de apropiación social de la ciencia y la tecnología: propuesta de una batería de indicadores. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, 24, 145-164.

Fasano, P., & Roquel, I. (2016). Comunicación comunitaria: un proyecto en busca de definiciones. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 2(1).

Re, F. La política transmediática. Nuevas formas de participación ciudadana La Trama de la Comunicación, vol. 18, enero-diciembre, 2014, pp. 33-51 Universidad Nacional de Rosario Rosario, Argentina.

Rodríguez Rodríguez, J. (2007). El presupuesto participativo. Defendiendo lo público y construyendo ciudadanía. La experiencia del departamento de Risaralda. Colombia. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros/2007a/234/20.htm>

Localización: Historia Actual Online, ISSN-e 1696-2060, N°. 24 (Invierno), 2011, págs. 163-183

Gavilanes, R. V. (2009). Hacia una nueva definición del concepto “política pública”. *Desafíos*, 20, 149-187.

- Merino,(1997) Afirma que la “participación ciudadana es el encuentro entre algunos

individuos que libremente deciden formar parte de una acción colectiva y de un entorno que la hace propicia.”(P.79-80).

Merino, M. (1997). *La participación ciudadana en la democracia* (Vol. 4). México: Instituto Federal Electoral.

Merino, M. (1997). *La participación ciudadana en la democracia* (Vol. 4). México: Instituto Federal Electoral.

Naser, A., & Concha, G. (2014). Rol de las TIC en la gestión pública y en la planificación para un desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe.

Orozco Ríos, H. A. Propuesta de una arquitectura empresarial soportada con la aplicación de tecnologías de la información para el proceso de gestión y seguimiento del plan de desarrollo en la alcaldía del municipio de Dosquebradas–Risaralda.

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *RH Sampieri, Metodología de la Investigación*.

1. Anexo

Manual de Comunicación para Procesos de Participación Ciudadana en el Área Pública Gubernamental.