Fecha: 07 de marzo de 2023

Propósito: Primer acercamiento a la comunicadora social del proyecto IDU-1653-2020 y al barrio Patio Bonito

Al llegar a la estación de transmilenio Biblioteca Tintal, los investigadores dieron un primer recorrido por los alrededores de la obra en el barrio Patio Bonito, incluso por las vías que quedan detrás de la misma. Este recorrido nos permitió realizar un primer reconocimiento sobre los diferentes elementos info-comunicativos que podríamos encontrarnos con relación al proyecto de infraestructura vial; se evidenció que en el costado occidental, calzada sentido norte-sur, al frente de la estación, está el aviso del tiempo estimado de la obra, en los cuáles se encuentra información del avance en porcentaje, y los días restantes; sumado a la información general, el objeto de la obra y algunos de los encargados; a corte del mismo día de la visita, se presenta, según el letrero, un avance del 40% y días restantes 379 (***aquí cabe hacer una anotación y es que no se específica si se refieren a días hábiles o días calendario, ya que la obra solo tiene funcionamiento de lunes a viernes***). Sin embargo, corroborando la información con el visor de proyectos del IDU, se evidencia una inconsistencia en la información, ya que, a corte del 03 de marzo, tiene un avance ejecutado del 42,76%, lo que significaría un desfase en la información entre el aviso puesto en la obra y el visor.
Aparte de este aspecto info-comunicativo, y para nuestra sorpresa, no se encontraron más elementos que pudieran dar información sobre la obra, únicamente, se observó un pequeño letrero sobre Seguridad y Salud en el Trabajo pero exclusivamente dirigido a las personas que están trabajando en la construcción de la vía.
Por otro lado, es importante destacar que en términos económicos, se encontraron varias tiendas cerradas, locales que estaban en arriendo, (presuntamente por la presencia de la obra en el sector) y, los locales comerciales abiertos, bien sean restaurantes, talleres o bares, estaban completamente vacíos a eso de la 01:00 pm. Se espera, próximamente poder hablar con los y las dueñas de estos locales comerciales para conocer cómo el proyecto de infraestructura vial, ha afectado o favorecido las ventas y permanencia de este tipo de negocios en dichos lugares.

Posterior a este recorrido, los investigadores se dirigen al punto de atención IDU ubicado en la calle 33 sur por la Avenida Ciudad de Cali, en el barrio María Paz, en búsqueda de conocer a la comunicadora social del proyecto, la señora Diana Prieto y obtener una primer conversación en donde, según lo planteado, se conoció a groso modo, cómo era esta construcción y ejecución de la estrategia comunicativa.

Al llegar, Diana Prieto, la comunicadora social, no estaba en el lugar, por lo que se tuvo que esperar alrededor de 40-60 min. Sobre las 2:45 empezó la charla con Diana quien inició brindándonos información sobre la importancia de las comunicaciones actualmente en el IDU y en las obras que este desarrolla, pues según ella, este aspecto lleva alrededor de 3-4 años en ejecución, y nace por la necesidad de comprender y crear las piezas audiovisuales, escritas y gráficas en el ámbito profesional de las comunicaciones, pues éstas eran creadas anteriormente por las trabajadoras sociales o personas que no eran afines y no tenían los conocimientos necesarios para comunicar y divulgar información de manera correcta.

Luego de contextualizar acerca de la creación del área de comunicaciones en los proyectos del IDU, Diana Prieto inició la explicación de cómo se inicia la configuración de la estrategia de comunicación: Esta se presenta al inicio de las obras y tiene que realizarse, primero, con base en el Apéndice H del contrato, el cual explica los objetivos de comunicaciones y diálogo ciudadano que se deben obtener (este documento está pendiente a revisar ya que Diana quedó en enviarlo vía correo electrónico), para después pasar a la edición de las guías y plantillas que se manejan en la página de IDU comunicaciones y que deben acomodarse de acuerdo a la información que la comunicadora social del proyecto crea importante divulgar en la comunidad. Entre los documentos editables a disposición del área de comunicaciones se encuentran: guia de comunicaciones para proyectos de infraestructura vial, formato de los volantes, especificaciones de los videos, cabezotes, entre otros.

El IDU, debe autorizar todos los productos que se realicen dentro de la estrategia, hasta que se cumplan con los estándares que las personas encargadas de la oficina de comunicaciones crean pertinentes; se suelen devolver los productos con retroalimentaciones varias veces, y no pueden ser publicados sin la autorización correspondiente. Este momento de la conversación nos dejó un hallazgo importante y es que, posterior a la aceptación por parte del IDU de las piezas, la comunicadora social únicamente envía las piezas a los miembros del comité IDU quienes en palabras de ella "ellos verán a quién y cómo envían la información, yo sólo la envío y normalmente la subimos a estados de Whatsapp" es decir, ella solo entrega la información pero no está al tanto sobre la divulgación y extensión correcta de la información entregada a la comunidad afectada/beneficiada por la obra.

Diana Prieto centró la explicación en la realización de videos y volantes, más no mencionó algún aspecto de la medición del alcance y otros factores a tener en cuenta dentro de la divulgación de estos productos, más allá de un cierto número que debieron entregar al inicio de la obra (alrededor de 3000). Esto nos da un indicio y es que, la única forma de medición mencionada en este primer acercamiento, es entregar una cantidad determinada de volantes, afiches y demás; es decir que para esta área de comunicaciones, si se entregaron 1500 afiches, de los 1500 ordenados por el IDU, está completada la tarea en términos de difusión. No importa qué hacen los habitantes del sector con ellos, no se tiene en cuenta si la información fue recibida de manera acertada, sólo cumplen con entregar el papel.

Cada mes, se reúnen los cuatro grupos encargados de la Avenida Ciudad de Cali para realizar balances y discutir las ideas que se van a materializar en las próximas semanas, ya que, como explica ella, internamente se manejan cuatro grupos, pero para las personas externas, es decir, las personas afectadas, interesadas y público en común es una sola obra, entonces se debe mantener un mismo estilo en todo lo que se cree y publique.

Al preguntar por alguna guía o manual, Diana menciona que como tal, solo se rige por lo que dice la página, lo que da a entender que los manuales que se han estudiado NO son tenidos en cuenta. Esto se corroboró al momento de buscar los manuales por internet y darse cuenta que existían, ella no sabía del Manual Estratégico para la Comunicaciones en el Distrito Capital, incluso se mostró sorprendida al ver que existía la Guía para la construcción de un Plan de Comunicaciones en los Proyectos de Infraestructura Vial, lo que demostraría una falla en términos comunicativos, pues el Manual y la Guía son de vital

importancia para comprender y crear las estrategias de comunicación en favor de la comunidad

Obj. Específicos	***Preguntas***	***Respuestas concretas***	***Observaciones***
Reconocer el contenido del "*Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital"* 2021 y la "*Guía para la construcción del plan estratégico de comunicaciones proyectos de infraestructura*" realizando un análisis comparativo en el cual se identifiquen los aspectos claves de las comunicaciones dentro de los proyectos de infraestructura vial	PENDIENTE: Realizar entrevista estructurada a Diana Prieto donde se le pueda preguntar de manera explícita sobre algunos temas de interés mencionados en estos documentos.	Al preguntar por alguna guía o manual, Diana menciona que como tal, solo se rige por lo que dice la página, lo que da a entender que los manuales que se han estudiado NO son tenidos en cuenta. Esto se corroboró al momento de buscar los manuales por internet y darse cuenta que existían, ella no sabía del Manual Estratégico para la Comunicaciones en el Distrito Capital, incluso se mostró sorprendida al ver que existía la Guía para la construcción de un Plan de Comunicaciones en los Proyectos de Infraestructura Vial, lo que demostraría una falla en términos comunicativos, pues el Manual y la Guía son de vital importancia para comprender y crear las estrategias de comunicación en favor de la comunidad	Diana Prieto hace mención del Manual y de la Guia, pero NO explícitamente dando argumentos al respecto de la estrategia de comunicación, ya que buscó los documentos en internet, sin tener seguridad de su contenido y sobre qué trataban. En sus palabras: Pueden leer ese documento que aparece en internet

Identificar la formulación de la estrategia comunicativa del proyecto de infraestructura vial IDU-1653-2020, reconociendo en esta la implementación del Manual y la Guía que acompañan los proyectos viales de alto impacto en la ciudad.	1. ¿Cómo se crea una estrategia de comunicación desde el Instituto de Desarrollo Urbano? 2. ¿Cuál es su guía para poder formular la estrategia de comunicación en la obra?	1. El IDU, debe autorizar todos los productos que se realicen dentro de la estrategia, hasta que se cumplan con los estándares que las personas encargadas de la oficina de comunicaciones crean pertinentes; se suelen devolver los productos con retroalimentaciones varias veces, y no pueden ser publicados sin la autorización correspondiente. 1. Cada mes, se reúnen los cuatro grupos encargados de la Avenida Ciudad de Cali para realizar balances y discutir las ideas que se van a materializar en las próximas semanas 2. Esta se presenta al inicio de las obras y tiene que realizarse, primero, con base en el Apéndice H del contrato, el cual explica los objetivos de comunicaciones y diálogo ciudadano que se deben obtener, para después pasar a la edición de las guías y plantillas que se manejan en la página de IDU comunicaciones y que deben acomodarse de acuerdo a la información que la comunicadora social del proyecto crea importante divulgar en la comunidad.	Dentro de los aspectos info comunicativos que se encuentran en el lugar de la obra, se puede observar un aviso en el costado occidental, calzada sentido norte-sur, al frente de la estación,que habla acerca del tiempo estimado de la ejecución de la obra, en los cuáles se encuentra información del avance en porcentaje, y los días restantes; sumado a la información general, el objeto de la obra y algunos de los encargados; a corte del mismo día de la visita, se presenta, según el letrero, un avance del 40% y días restantes 379. Sin embargo, corroborando la información con el visor de proyectos del IDU, se evidencia una inconsistencia en la información, ya que, a corte del 03 de marzo, tiene un avance ejecutado del 42,76%, lo que significaría un desfase en la información entre el aviso puesto en la obra y el visor.
Determinar los impactos y eficiencia que ha tenido la estrategia comunicativa, analizando/examinando las herramientas e indicadores que se han utilizado para	1. ¿Qué herramientas se utilizan para medir el alcance de la estrategia? 2. ¿Cómo se realiza la distribución de los contenidos creados por el área de comunicaciones?	1. Diana Prieto centró la explicación en la realización de videos y volantes, más no mencionó algún aspecto de la medición del alcance y otros factores a tener en cuenta dentro de la divulgación de estos productos, más allá de un cierto número que debieron entregar al inicio de la obra (alrededor de 3000). Esto nos da un indicio y es que, la única forma de medición	

establecer los alcances de las mismas en el público objetivo.		mencionada en este primer acercamiento, es entregar una cantidad determinada de volantes, afiches y demás; es decir que para esta área de comunicaciones, si se entregaron 1500 afiches, de los 1500 ordenados por el IDU, está completada la tarea en términos de difusión. No importa qué hacen los habitantes del sector con ellos, no se tiene en cuenta si la información fue recibida de manera acertada, sólo cumplen con entregar el papel. 2. La comunicadora social únicamente envía las piezas a los miembros del comité IDU quienes en palabras de ella “ellos verán a quién y cómo envían la información, yo sólo la envío y normalmente la subimos a estados de Whatsapp” es decir, ella solo entrega la información pero no está al tanto sobre la divulgación y extensión correcta de la información entregada a la comunidad afectada/beneficiada por la obra.	