Preguntas	*Justificación*	*Respuesta*	*Hallazgos*
¿Hace cuánto funciona el componente de diálogo ciudadano dentro del IDU y por medio de qué normatividad se regula?	Según lo que se habló con la comunicadora social del proyecto, Diana Prieto, el componente de diálogo social dentro del IDU es muy reciente, no más de cinco años, ya que anteriormente los temas de comunicación los desarrollaba el trabajador social residente de la obra, para lo cual no estaba especializado. El fin de esta pregunta es confirmar la veracidad de esta información.	A través de la Resolución 4940 de 2018, mediante la cual se adoptó el documento de "Política de Gestión Social y Servicio a la Ciudadanía", cuyo objetivo general es gestionar estrategias de diálogo, gobernanza urbana y servicio a la ciudadanía hacia un modelo de innovación social que oriente a los actores involucrados en el desarrollo urbano de Bogotá Ciudad – Región, Por último, esta Política tuvo su actualización bajo la Resolución 7874 de 2021, donde se establecen los lineamientos para la interacción entre la entidad y la ciudadanía En cada uno de ellos, la comunicación es el eje articulador entre la participación incidente, el servicio a la **ciudadanía y la medición de la percepción; se desarrolla colaborativamente con los actores, es contextuada,** con énfasis territorial y empática con el sentir de las comunidades	Como lo comentó Diana Prieto en la primera visita que se realizó al punto de Atención IDU, el componente de diálogo ciudadano funciona hace poco. Con esta respuesta se confirma ya que las resoluciones son de 2018, y su actualización de 2021. Asimismo, es importante señalar que la medición de la percepción es un factor clave dentro de las comunicaciones; esto quiere decir que si bien se reconoce la importante de la medir las actividades, no se llevan a cabo como lo estipulan y reconocen.
¿Cuál es la importancia de contratar un profesional en	De la mano de la anterior pregunta, se vuelve necesario entender, desde la perspectiva del	La contratación del profesional en comunicación asegura la gestión de la información	Nuevamente entra en juego la medición, esta vez en término para el inicio de la construcción de la estrategia de comunicación, es decir,

comunicaciones dentro de los proyectos de infraestructura vial?	IDU, la importancia de contratar un profesional en el área de comunicaciones para el componente de diálogo y ver que cambios y organización se le da a esta área con un profesional trabajando en este cargo.	efectiva, accesible y clara, dirigida a los **stakeholders identificados. Su rol está determinado por el alcance de la etapa en ejecución, va desde medir expectativas hasta el diseño e implementación de estrategias de comunicación que permitan posicionar un proyecto en el territorio.**	reconocen, así como nosotros a partir del concepto utilizado, que la estrategia debe ser vinculante y construirse a partir del conocimiento y apoyo de la comunidad.
¿Con qué periodicidad la OAC (Oficina Asesora de Comunicaciones) se comunica y reúne con los comunicadores sociales de los Proyectos de Infraestructura Vial?	La OAC y los comunicadores sociales de los proyectos deben tener una comunicación con regularidad, ya que este primer actor es el cual aprueba todas las actividades que se desarrollan dentro del componente comunicacional, entonces es menester entender cuál es la periodicidad con la que tienen contacto para determinar si esto afecta o no la publicación de los productos y/o actividades.	La periodicidad de las reuniones puede variar según las necesidades del proyecto, **pero generalmente se realizan reuniones mensuales o bimensuales para asegurar una coordinación continua y abordar cualquier problema de comunicación que pueda surgir.** Además, se realizan comités de comunicaciones de acuerdo con las necesidades del proyecto. Adicional, la OAC ha establecido canales internos con los profesionales encargados de las comunicaciones en los proyectos IDU, con la finalidad de mantener un diálogo constante y en tiempo real que permita llevar información oportuna a la ciudadanía a través del canal volantes@idu.gov.co y el	Esta respuesta corrobora lo dicho por Paula Jaramillo, ya que ella también comenta que las reuniones se hacen mensualmente. Asimismo, es de destacar la variedad de canales de comunicación con los que cuentan los trabajadores del proyecto con la oficina del IDU. Queda la duda de qué tan efectivos sean estos canales y con qué frecuencia se utilizan.

		chat correspondiente, para brindar asesoría para cada proyecto, resolver todas las inquietudes que tengan frente a las propuestas y acciones que quieran realizar, correspondientes al Plan de Diálogo Ciudadano y comunicaciones estratégicas.	
Dentro de los parámetros para la construcción de la estrategia de comunicaciones, ¿Se tiene en cuenta el Manual de Comunicaciones del Distrito?	El Manual de Comunicaciones del Distrito nos habla de que todas las instituciones públicas de Bogotá se deben regir con base en este manual, entonces, si se sigue el conducto regular, deben estar planificadas a partir de ese documento.	Sí, la construcción de la estrategia de comunicaciones del IDU se alinea con el Manual de Comunicaciones del Distrito, que establece las directrices y mejores prácticas para la comunicación pública en Bogotá. La OAC participa de un trabajo articulado y en sinergia liderado por la **Consejería de Comunicaciones de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor**, que permite **aumentar la difusión** de la información generada desde la entidad y trabajar de forma organizada en la producción comunicativa en los espacios necesarios. Así mismo, dentro del IDU **existe un plan de comunicaciones que debe ser cumplido** en cada vigencia, y **un manual de crisis** que fija los parámetros en caso de la ocasión de una contingencia que tenga potenciales	Es un hallazgo positivo, comprender que sí se tiene en cuenta el Manual de Comunicaciones a la hora de formular la estrategia de comunicación, pues esto beneficia a la ciudadanía en tanto se le logra comprender como lo más importante tal como lo plantea este manual, además, que no era de conocimiento nuestro, que la **Consejería de Comunicaciones de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor,** realiza la difusión de estos documentos para organizar la producción comunicativa en las entidades distritales.

		impactos comunicacionales negativos.	
¿La OAC capacita o direcciona a los comunicadores sociales de los proyectos para poder crear una estrategia de comunicación eficiente y a favor de la ciudadanía? ¿Cómo lo hace?	Son distintos pasos los que se deben tener en cuenta para crear el plan estratégico de comunicaciones para los proyectos de infraestructura vial, para los cuales, no en todos los casos los comunicadores sociales están informados, entonces con base en esta pregunta se quiere saber si el conocimiento de la creaciones de las estrategias se realiza solo a partir de los documentos que se envían o realizan capacitaciones para el entendimiento de los mismos.	La OAC **realiza sesiones de capacitación de acuerdo con las necesidades definidas en la estrategia** en temas específicos como fotografía o video, entre otras. Además, ofrece apoyo continuo a través de consultas y asesoría personalizada. Así mismo, en articulación con el equipo de comunicaciones de la Oficina de Relacionamiento y Servicio al Ciudadano se dan los lineamientos, criterios y objetivos esperados para estos planes de Diálogo Ciudadano y comunicaciones estratégicas. En conjunto con este equipo de la ORSC s**e creó la guía para orientar a cada uno de los proyectos en la formulación de estos planes**, la cual contiene los objetivos y criterios generales para que puedan formular dichos planes y estrategias según el tipo de proyecto y comunidad.	El objetivo de esta pregunta fue alcanzado de manera satisfactoria, pues, se aclaró el uso de la guía para la creación de las estrategias comunicativas en los proyectos, además, de obtener información adicional sobre los momentos en los que se capacitan a los y las comunicadoras sociales de los proyectos.
¿Qué elementos se les recomienda que utilicen los comunicadores sociales para la construcción de la estrategia comunicativa?		Conocer el territorio, las audiencias y las dinámicas de las diferentes localidades. Los elementos recomendados incluyen un análisis de los stakeholders, identificación de canales de comunicación adecuados, desarrollo de mensajes clave y la implementación de herramientas de retroalimentación, así como	En este punto es necesario recalcar que aunque la OAC hace énfasis en el conocimiento de las audiencias y territorios, se queda en corto en tanto no se segmente la población entendiendo que no todas las personas pueden recibir la información de la misma manera y que por ende, la segmentación funciona como una herramienta que facilite la creación de

		la apropiación y utilización de medios digitales y tradicionales, y de nuevos formatos, para alcanzar a la **audiencia objetivo.**	contenidos de fácil difusión y que todas las personas puedan recibir sin importar su estrato económico, posición social o condiciones de vida.
¿Hasta dónde llega la autonomía de la comunicadora social en la planeación y ejecución de la estrategia?		Está autonomía **está definida por los lineamientos establecidos por la OAC con el acompañamiento del equipo de comunicación territorial de la ORSC y el manual de imagen** de la entidad. Aunque tienen libertad para adaptar las estrategias que son presentadas para aprobación de la entidad, **las necesidades específicas del proyecto, deben alinearse con las políticas generales de comunicación y coordinación con la OAC para asegurar coherencia y efectividad.**	Esto confirma lo dicho por la comunicadora Paula Jaramillo, pues, es claro que gracias a los lineamientos, se hace más complejo tener libertad creativa. Pero, se entiende que es gracias a un tema meramente institucional y de imagen corporativa que hay unos lineamientos ya establecidos.