

Laboratorio de comunicación participativa y gobierno en San José de Cúcuta-Colombia

Participatory communication and government laboratory in San José de Cúcuta-Colombia

Andrea-Catalina Camargo-Pardo¹
Universidad de Pamplona – Cúcuta, Colombia
catalina.camargo@unipamplona.edu.co

Eliana-Caterine Mojica-Acevedo²
Universidad de Pamplona – Cúcuta, Colombia
elianamojica@unipamplona.edu.co

Luis-Horacio Botero-Montoya³
Universidad Pontificia Bolivariana – Medellín, Colombia
luishoracio.botero@upb.edu.co

Cómo citar/ How to cite: Camargo, A., Mojica, E. & Botero, L. (2025). Laboratorio de comunicación participativa y gobierno en San José de Cúcuta-Colombia. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 20(1), 166 – 184. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2025v20n1.12612>

Resumen

Este artículo tiene como objetivo identificar los espacios de comunicación pública y las estrategias de participación ciudadana en el municipio de San José de Cúcuta. El tipo de investigación es descriptivo, con método deductivo y enfoque mixto. Se aplicó una encuesta a líderes que conforman las diez (10) comunas del municipio, donde fueron seleccionadas 658 personas; y para el cualitativo, se realizó un conversatorio con un grupo focal, donde se indagó por la percepción que tienen sobre los mecanismos de comunicación utilizados por la alcaldía del municipio de San José de Cúcuta y que buscan la participación de los ciuda-

Fecha de recepción: 9 de julio de 2024

Fecha de evaluación: 30 de octubre de 2024

Fecha de aceptación: 7 de diciembre de 2024

Este es un artículo Open Access bajo la licencia BY-NC-SA
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Published by Universidad Libre

1 Magíster en Comunicación, Universidad de Pamplona - Cúcuta, Colombia.

2 Magíster en Educación, Universidad de Pamplona - Cúcuta, Colombia.

3 Phd en Relaciones Internacionales, Universidad Pontificia Bolivariana - Medellín, Colombia.

danos. Entre los hallazgos, se determinó que es necesario trazar una adecuada metodología por parte del gobierno local, para llegar a los ciudadanos, mediante medios masivos tradicionales y digitales, buscando concertación y acuerdos que motiven la participación. Se concluye que es pertinente apelar al Laboratorio de Comunicación, entendido como un espacio directo con la comunidad, para capacitación y participación, a través de los medios institucionales de la entidad, objeto de estudio.

Palabras clave

Comunicación pública; PC; gobierno local; medios de comunicación; redes sociales.

Abstract

This article aims to identify the spaces for public communication and citizen participation strategies in the municipality of San José de Cúcuta. The type of research is descriptive, with a deductive method and a mixed approach. A survey was applied to leaders who make up the ten (10) communes of the municipality, where 658 people were selected; and for the qualitative, a conversation was held with a focus group, where the perception they have about the communication mechanisms used by the mayor's office of the municipality of San José de Cúcuta and that seek the participation of citizens was investigated. Among the findings, it was determined that it is necessary to draw up an adequate methodology by the local government, to reach citizens, through traditional and digital mass media, seeking concertation and agreements that motivate participation. It is concluded that it is pertinent to appeal to the Communication Laboratory, understood as a direct space with the community, for training and participation, through the institutional media of the entity, object of study.

Keywords

Public communication; citizen participation; local government; media; social networks.

Introducción

El proceso investigativo partió de la promoción de espacios de comunicación participativa para líderes y representantes de la comunidad, interesados en el desarrollo de las habilidades comunicativa, que permitió aplicar las herramientas del Laboratorio de Comunicación Participativa (en adelante LCP). Las actividades ejecutadas en los siete (7) encuentros realizados durante un (1) año en las diez (10) comunas en las que se divide el territorio, objeto de estudio, se concentraron en temas como periodismo comunitario, relaciones públicas en asuntos públicos, comunicación en plataformas digitales y comunicación participativa; además de desarrollar competencias en aspectos como la expresión corporal, clave fundamental de la comunicación; la conexión con la ciudadanía; la gestión vista desde la perspectiva de ciudad y la participación de los corresponsales ciudadanos.

Como diagnóstico inicial, se determinó que no existe una relación cercana del gobierno local con la comunidad y ello tiene impactos sobre el desarrollo del territorio. Esta falta de interacción evidenció la poca apropiación de los ciudadanos con las plataformas y/o medios de comunicación institucional, lo que ocasionó una pérdida de usuarios fidelizados que representa desconexión y desconfianza con la institución, dejando que estos migren a otros escenarios comunicativos no institucionales.

Esta falta de cohesión con la ciudadanía ha sido una realidad del territorio a lo largo del tiempo, su condición de frontera y la escasa visibilidad de la participación ciudadana (en adelante PC) en los escenarios comunicativos, generan una barrera que no permite el empoderamiento de la comunidad con las plataformas de medios institucionales.

De allí, la necesidad de proponer este proyecto que subsanara la falta de participación, los procesos de retroalimentación y la construcción de canales comunicativos efectivos.

En la “Cúcuta 2050, Estrategia de Todos”, como fue llamado el Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023 de San José de Cúcuta (Acuerdo 05, 2020), se formularon acciones, tales como: la construcción de iniciativas entre la ciudadanía y la administración en comunicación participativa y la realización de acciones informativas y servicio de asistencia técnica en comunicación; estas actividades acercaron a la ciudad con la administración, tanto así que el trabajo con las diez (10) comunas del

municipio le dio la posibilidad a líderes comunales y de la comunidad a convertirse en comunicadores populares que reconocieran lo importante de la información oficial y, sobre todo, de la comunicación como acción responsable, para el fomento del diálogo y la lectura de los territorios.

Es así que la comunicación se reconoce como la actividad principal del ser humano, puesto que se focaliza en trabajar por el crecimiento de la sociedad; su importancia es tal que aporta grandes avances a las relaciones humanas y la transmisión de información que desde este proceso se establece (González & García, 2019).

El desarrollo de una metodología que le apueste a promover la comunicación participativa entre el Estado y los ciudadanos y, con ello, consolidar un proyecto de comunicación pública, hacen parte del propósito de esta investigación.

PC y la comunicación

La PC es la forma de involucrar a diferentes actores con las políticas del gobierno; pro ello, es necesario recurrir a la comunicación pública, dado su aporte no solo a consolidar cultura política, sino a lograr acciones conducentes a que los grupos de interés o stakeholders se movilicen y apropien de los espacios públicos y escenarios dispuestos para la toma de decisiones (Cuaadros et al., 2015).

La PC es propia de la democracia participativa y Colombia es un país que la contempla en su Constitución Política (1991), donde define a Colombia como un estado social de derecho, democrático y participativo al establecer en el artículo primero lo siguiente: “Colombia es un Estado Social de Derecho organizado en forma de República Unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista” (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 1).

Cabe resaltar que al establecer en el artículo segundo, se definen aspectos clave para la PC. “Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan...” (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 2).

Así mismo, la participación del ciudadano en cada una de las actividades del Estado está consagrada en el texto constitucional como un derecho fundamental.

Derecho que es protegido por las denominadas acciones constitucionales como la acción de tutela cuando exista amenaza y/o vulneración.

Teniendo en cuenta lo anterior y con el fin de llegar a la comunidad en general, se hace necesario diseñar estrategias para lograr los objetivos de PC, por lo que se debe recurrir a la comunicación pública, la cual según Demers y Lavigne (2007, como se citó en Bohórquez & García, 2017) abarca la producción, tratamiento, difusión y retroacción de la información, con el propósito de manejar los debates con la ciudadanía. La información se genera a través de los medios masivos de comunicación, liderada por el sector público, privado y la sociedad civil, esta última representados en los actores que acuden a los diferentes espacios de PC que se convocan en el territorio.

De allí que los medios de comunicación son esenciales para la PC; si la información que se produce en las entidades del Estado que son de conocimiento público no llega adecuadamente a los ciudadanos porque los medios de comunicaciones institucionales no son suficientes o carecen de una estructura que permita dar a conocer las decisiones de las administraciones, podría traer consecuencias que afectarían las estrategias que se implementen para hacer participé a la ciudadanía (Peña et al., 2021).

Es por esto que se piensa en el trabajo participativo, basado en el diálogo, con el fin de construir acciones interactivas que permitan la generación de análisis y soluciones a las problemáticas registradas en los territorios. Los estudios de Demarchi-Sánchez (2023) indican que hoy:

La participación de las comunidades se centra en el acercamiento ciudadano desde distintas instituciones del orden nacional, ya que a través de dicho relacionamiento se dan garantías de transparencia, efectividad y eficacia en el manejo de lo público. Esto, sin duda, mejora la interacción de los ciudadanos con el Estado, interviniendo de forma individual o colectiva y, además, sirve de herramienta para vigilar la destinación de los recursos públicos por parte de los entes del Estado y sus administradores públicos. (p. 2)

El sistema de comunicación y PC abarca temas populares, así como lo menciona Cardoso y Muñoz (2015), quien recrea el caso de un ente territorial en Portugal que apela a portales web y se centra en tres tipos de servicios al ciudadano (informa-

ción, comunicación y transacción), los cuales se estudian en tres categorías que son vida cotidiana, administración municipal a distancia y participación política.

En cuanto a servicios de la comunicación en la vida cotidiana se publican los debates sobre temas de la vida diaria previamente mencionados y anuncios laborales o domésticos, en administración a distancia se realiza el contacto por correo electrónico con funcionario y la participación política se refiere a la publicación de debates sobre temas políticos y contacto por correo electrónico.

En la actualidad, la participación política se manifiesta en opinión pública y a través de espacios de información como las redes sociales y demás medios que involucren en desarrollo de los territorios, esta es una acción de parte y parte. Así como se demuestra el interés por el ciudadano el Estado debe trabajar desde la gestión de políticas públicas eficientes, para exponer los avances desde objetivos.

Castillo (2017) indica que “los Estados ya no son los únicos sujetos estratégicos, ni siquiera los más importantes en el nuevo orden, sufriendo así profundas transformaciones en sus componentes institucionales esenciales” (p.164). Según Sassen (como se citó en Castillo, 2017), la inclusión de “estos nuevos actores configura una nueva geografía de los procesos económicos mundiales, la cual se produce a partir de sujetos empresariales, de una infraestructura técnica e institucional necesaria (ciudades globales), y que requiere de la actividad del Estado” (p. 164). Por lo anterior, no se debe permitir que las funciones del Estado desaparezcan, sino que se deben trabajar en fortalecerse desde una transformación dirigida a un escenario estratégico en donde el conocimiento se encuentra con la experiencia y tejen gestiones basadas en la gobernanza y legitimidad del mismo.

El diálogo nace de esa capacidad que involucra la participación y el Estado; sin olvidar que el eje consecutivo de ello es la conexión y su permanencia con la academia, el ciudadano y la empresa. Fuerzas que permiten que los actores sociales sean motivados al ejercicio de participación y por tanto a luchar por un resultado que triunfe sobre y para el Estado, es por ello que la decisión en la vida política tomando al ciudadano como agente estratégico se refleja que para este cuatrienio el papel fundamental es la PC como un ejercicio fortalecido de las políticas públicas. El hoy llama a la voz del ciudadano y a la creación de propuestas basadas en realidades concretas y, por tanto, en necesidades verdaderas.

Desde una visión de gobernanza, la PC fluye como un sistema interactivo y analizado desde la gobernabilidad, debido a que el ciudadano tiene un papel directo al desarrollo de las construcciones públicas de un gobierno. Al tener esto claro, la participación desde la gobernabilidad permite el reconocimiento de las necesidades y la creación de oportunidades o apuestas que den planes puntuales de acción en respuesta a las problemáticas planteadas desde las acciones públicas.

Comunicación y lo público

La comunicación es la actividad principal del ser humano, ya que permite el crecimiento en todas las esferas, generando el desarrollo como sociedad; por medio de la comunicación se transmite información de forma verbal o no verbal; dentro de la verbal está la oral y escrita, y en la no verbal se incluyen todas las formas gestuales (González & García, 2019). Es por lo anterior, que aparece en la esfera de lo público el concepto de comunicación pública que tiene como alcance consolidar espacios y procesos de concertación social, mediante la negociación para llegar a un acuerdo común.

Lo público, por su parte, tiene acepciones múltiples y desde distintas miradas. Arendt (1993), señala una apuesta entre lo que es en público y lo público:

(...) significa dos fenómenos estrechamente relacionados, si bien no idénticos por completo. En primer lugar, significa que todo lo que aparece en público puede verlo y oírlo todo el mundo y tiene la más amplia publicidad posible. En segundo lugar, el término público significa el propio mundo, en cuanto es común a todos nosotros y diferenciado de nuestro lugar poseído privadamente en este. (p. 59)

Es así que lo público es aquello que es concerniente o de interés para toda la sociedad; también se refiere a todo aquello accesible y de lo cual tiene derecho el ciudadano para ser informado. La idea de la esfera pública ha sido desarrollada por autores como Arendt y Habermas (Cuervo, 2013).

Entre tanto, es importante entender que “la construcción de lo público es la base necesaria para la convivencia y la resolución del conflicto social, y ello es posible en la medida en que la comunicación ejerza su función de mediación y cree condiciones para los diferentes significados y símbolos” (Mockus et al., 2003, p. 8).

Cabe resaltar que la comunicación pública permite poner en práctica la democracia, para mejorar el desarrollo de las comunidades (Botero, 2006). Para esto se requiere que el gobierno cree los espacios que por derecho tienen todos los ciudadanos en el Estado democrático, ya que como mencionan Hurtado & Hinestroza (2016) por ser parte de la ciudadanía política se hace partícipe del ejercicio político ya sea como miembro con investidura de político o como elector de cada uno de los miembros.

Para Botero & Galvis (2014), la comunicación y lo público se complementan y son, en esencia, inseparables. Toda comunicación es pública, pero la comunicación pública cobra sentido en la medida en que el Estado, en representación del sector público, y el sector privado y la sociedad civil participen y se comprometan con la solución a sus problemas. Para esto, es necesario que exista un elemento que permita la interacción en la búsqueda de una mayor corresponsabilidad de los diferentes actores en la ruta de solucionar los problemas que los afectan.

De otro lado, y citando a McQuail (1998), el concepto de comunicación pública abarca dimensiones particulares si este se identifica con reivindicar al otro y a los otros:

El concepto de comunicación pública actualiza la lucha de los sujetos por intervenir en la vida colectiva y en el devenir de los procesos políticos concernientes a la convivencia con “el otro” y por participar en la esfera pública, concebida ésta como el lugar de convergencia de las distintas voces presentadas en la sociedad (p. 112).

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic) es el ente encargado de coordinar todo el proceso de medios de comunicación en el territorio nacional, reglamentado cada uno de los medios con el debido permiso de ejercicio y de comunicar a los habitantes (Resolución 2614 , 2022). Teniendo en cuenta lo anterior, las formas de comunicación han evolucionado debido a la conectividad digital, siendo ahora los procesos de comunicación e información más dinámicos y multidireccionales. Por ende, las entidades deben aceptar que desde las TICs y adoptando un eficiente modelo estratégico de comunicación, son las estrategias a las que se deben acoger y publicar la información. Hoy día no es suficiente que los gobernantes mantengan contacto solo por informes televisivos o radiales, por lo que deben recurrir a medios electrónicos (Bohórquez & García, 2017).

Metodología

Para esta investigación se desarrolló un enfoque mixto que propone acciones para mejorar la comunicación entre los ciudadanos y el gobierno municipal. Para el enfoque cualitativo, se realizó un encuentro con un grupo focal, con el fin de caracterizar el contexto en el que actúan los líderes de las diez (10) comunas del municipio, objeto de estudio, identificando problemáticas referenciadas en las necesidades de mejorar las comunicaciones entre la comunidad y el gobierno local. Para el enfoque es cualitativo, se realizó una entrevista semiestructurada a un grupo focal, integrado por ciudadanos de diferentes grupos sociales, a quienes se les indagó por los procesos de comunicación y la PC.

Entre tanto, para el enfoque cuantitativo, se hizo una encuesta, mediante la cual se hizo una muestra aleatoria, simple, teniendo en cuenta el interés de líderes que conforman las diez (10) comunas del municipio, donde fueron seleccionadas 658 personas.

La encuesta contenía ítems que fueron aplicados a los líderes, teniendo en cuenta las siguientes categorías:

Tabla 1.

Categoría de análisis

Procesos de comunicación	Medios de comunicación	PC
Asistencias técnicas en comunicación	Medios de comunicación digital	Liderazgo
Competencias lecto-escritora	Medios de comunicación alternativos	Comunicación pública
Redes de comunicación	Redes sociales	Diálogo participativo

Fuente: Elaboración propia (2023).

Los encuestados registraron un nivel educativo de estudios de secundaria en un 38.8%, técnico con un 17.5%, profesional el 15.3% y el 8,4% posgrados, 8% nivel técnico 12% estudios de primaria o no tienen estudios. Los encuestados se encuentran en un rango de edades, a partir de los 15 años hasta los 93 años.

Resultados y discusión

Las asistencias técnicas en comunicación permitieron convocar a la ciudadanía interesada a hablar por primera vez sobre habilidades comunicativas en el territo-

rio, además del desarrollo de competencias en temáticas como: comunicación digital, comunicación popular y formulación de proyectos. Conocer las herramientas a la mano, se convirtió en un propósito de la ciudadanía; esto registró una participación permanente de la comuna 4 y 8 en donde se produjeron videos que mostraban las necesidades de los barrios y estos fueron enviados como apoyo a la gestión del presidente de la Junta de Acción Comunal (JAC) a la dependencia correspondiente de la administración a cargo.

En un primer momento, el propósito fue crear en la ciudadanía conceptos claves y básicos de comunicación; por ello, se registraron 680 participantes que se certificaron durante 40 horas en las tres temáticas del área. En un segundo momento, se logró caracterizar a la población de las diez (10) comunas, donde se identificaron 480 líderes en comunicación popular que fueron capacitados en la creación de contenidos escritos, audiovisuales y fotográficos, para narrar las realidades del territorio desde una óptica comunal. Y en un tercer momento, se desarrollaron competencias lectoescritoras que aportaron a la gestión de las habilidades comunicativas entre la ciudadanía y el gobierno local, esto permitió la PC, a través del diálogo con el Estado y construyó iniciativas entre la ciudadanía y la administración en comunicación participativa, generando mayores acciones de información en pro de la comunidad.

El LCP hace parte de la línea de acción “Gobierno transparente, ético y moral” en concordancia con el componente comunicación y acción, permitió gestionar, a través de la Secretaría de Prensa y Comunicación en alianza con la Secretaría de Desarrollo, un espacio que consolidó la información generada por la comunidad; Cúcuta al Día (www.cucutaaldia.com) es una herramienta de comunicación de doble vía, que trabaja desde la comunicación popular con sus corresponsales y líderes comunales.

En el escenario de medios de comunicación se abrió la puerta a los digitales y alternativos para participación en la gestión de la información; el LCP conectó a este grupo de interés como uno de los principales aliados desde la estrategia de comunicación y circulación diseñada por la Secretaría de Prensa y Comunicaciones, esto con el propósito de ampliar los canales y redes de información dispuestos para la comunidad.

Hablar de redes sociales en acción al ejercicio de una información transparente, clara, eficiente y oportuna por medio de narrativas creativas e innovadoras, pro-

Figura 1.
Cúcuta al Día, 2023.

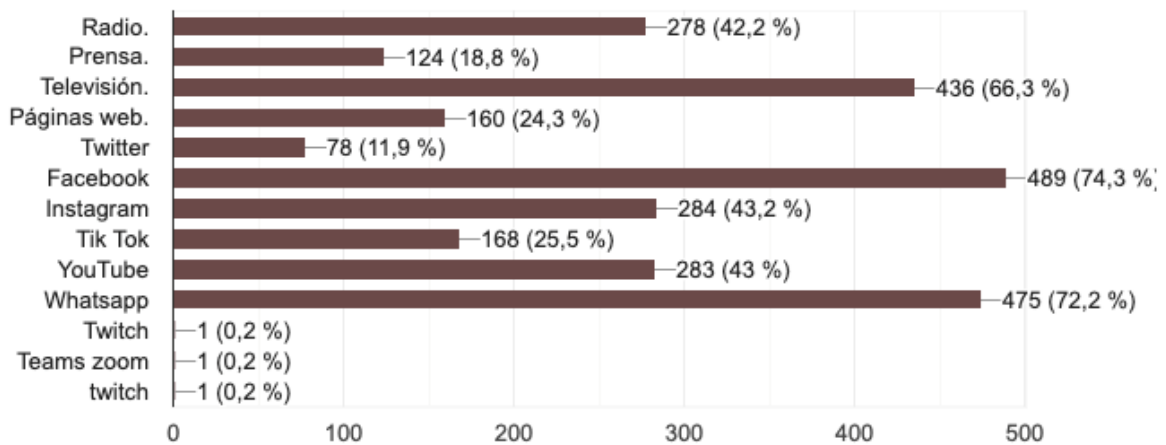


yectó la gestión de contenidos, para varios tipos de públicos. Plataformas como Instagram, Facebook, Youtube y Tiktok acercó a la ciudadanía, a través de estos contenidos se proyectaron temáticas como: cultura ciudadana, historia, desarrollo sostenible y avances de los programas del plan de desarrollo; además de fortalecer la confianza por medio de la muestra y circulación de testimonios que la ciudadanía pedía fueran grabados. Los dispositivos digitales lograron en este caso que se gestionará la información de manera más rápida en una extraordinaria capacidad como medio para contar desde lo político, social y cultural, permitiendo que plataformas como Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube y Tik Tok fueran consultadas por los ciudadanos con mayor frecuencia (ver Gráfica 1).

Las acciones de PC se gestionaron desde la conexión con las 10 juntas de acción comunal, la implementación del LCP que se enfocó desde la colaboración basada en las comunidades de aprendizaje y prácticas convocando a los profesionales con los potenciales comunicadores populares. La comunicación se convierte no solo en herramienta, sino en estrategia para el desarrollo que ubica a las comunidades en el centro de la intervención y las perfila como protagonistas y dinamizadoras del cambio social. Concibe a los sujetos como interlocutores válidos y reconoce los aportes de “los otros” recuperando sus voces en un ejercicio de doble vía.

Gráfica 1.

Mayores consultas en plataformas



Fuente: Convenio Interadministrativo 2653, 2021.

Desde este punto se habla del liderazgo que para la comunicación participativa es clave, ya que promueve la generación de capacidades para el diálogo social y empoderamiento comunitario desde una lógica de apertura, para determinar decisiones que afectan a las comunidades y reconociendo el potencial de la comunicación para impulsar políticas de desarrollo. Su implementación requiere el establecimiento de relaciones de confianza y una escucha activa con los stakeholders o grupos de interés que coexisten en el territorio.

La escucha activa y el desarrollo de habilidades blandas, fueron uno de los puntos que se llevaron a cabo durante los talleres, estas experiencia vivas, estimulantes, apasionantes, a veces conflictiva, pero nunca indiferente se convierte en estímulos energéticos que dan respuestas inmediatas. El liderazgo, es lograr que la ciudadanía trabaje en conjunto por un objetivo y que este apasione a todo el equipo.

Durante estos ejercicios se concentró la energía en el liderazgo y la motivación, ya que gracias a ellos los ciudadanos lograban trabajar con más unión y con propósitos planeados, capaces de estructurarse y gestionarse con una óptima comunicación. El desarrollo de ideas, su plan de acción, ejecución y evaluación es el escenario perfecto para establecer y fortalecer los lazos de confianza con la comunidad.

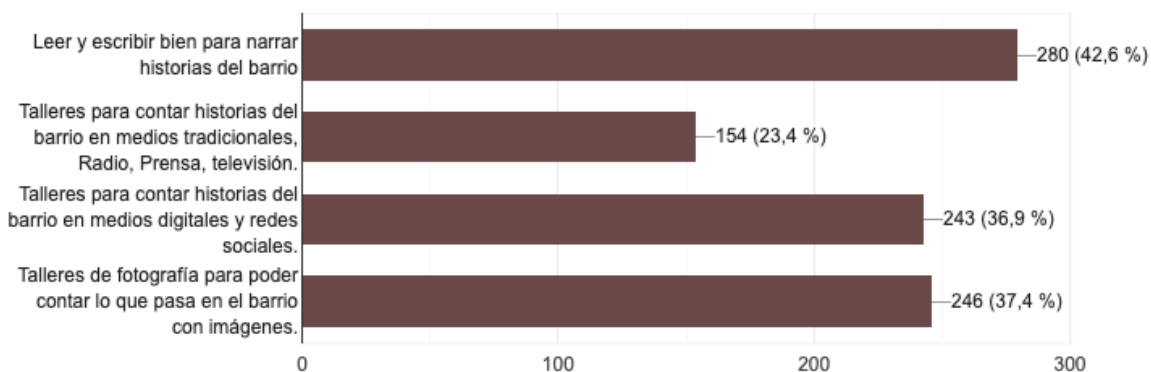
Esa confianza que debe generarse desde la comunicación pública permite la construcción social de temas colectivos que se componen en cuatro grandes aspectos y en los cuales se trabajó desde las estrategias que se implementaron en el LCP, a saber: 1. el periodismo que aborda los temas sociales y que no se centra en la esfera comercial o del entretenimiento; 2. las relaciones públicas que mantienen el debate hacia la conducción de los asuntos públicos; 3. la publicidad respecto a los mensajes relativos a la toma de decisiones sobre asuntos de interés social; y 4. la comunicación en redes que ha tenido un auge debido al internet y la conectividad, lo cual es más efectivo y mejor acceso y así los ciudadanos pueden debatir (Demers & Lavigne, 2007).

El LCP se concentró en la creación de una línea estratégica de comunicaciones que permitiera plantear la opinión pública como un escenario de intervención tanto ciudadana como municipal, por esto durante las aplicaciones de la caja de herramientas se trataron temas de interés de los ciudadanos, fue así como tema de obras, Sisbén, internet, movilidad, empleo, seguridad y apoyo a emprendimientos se potencializan para guiar la estrategia de comunicaciones en respuesta a esas necesidades constantes de información que expresó la ciudadanía.

Lo anterior, permitió que se realizaran capacitaciones a líderes y lideresas de las comunas para potenciar sus habilidades de escritura y de esta manera narraran a través de escritos lo que cotidianamente se daba en su comunidad, manifestando como se evidencia en el gráfico 2 (resultado de la encuesta), los temas para ser abordados en espacios de aprendizajes desde el gobierno local.

Gráfica 2.

Temáticas ofertadas en el contexto de la investigación



Fuente: Convenio Interadministrativo 2653, 2021.

Así la información se logró identificar, a través de un taller de redacción de textos, donde los asistentes escribieron una noticia con la estructura explicada y fue así como se categorizó la información. En este punto, el consumo de la información, se volcó a mostrar los resultados de las acciones de la administración municipal en torno a estas narrativas.

La posibilidad de reconocer los territorios y su relación permanente con la administración municipal permitió establecer que el diálogo participativo se centra en la necesidad constante que hoy registra la comunidad por integrarse con las instituciones públicas, es decir que durante los talleres del LCP se logró identificar que la ciudadanía tenía necesidades enfocadas en: escucha, exposición de ideas, construcciones colectivas de propuestas, necesidad de trabajo en equipo, visibilización de sus territorios, así como conocer formas efectivas y empáticas de comunicación.

Durante el desarrollo de la metodología propuesta en la caja de herramientas, se reconocieron temas claves para el grupo focal seleccionado. Una de las preguntas centrales correspondió a indagar por cuáles son los temas más relevantes para el desarrollo de la información en su barrio, donde manifiestan que esperan mayor información en temas de seguridad, empleo, estado de la malla vial y corrupción.

Así mismo, la metodología implementada permitió recopilar información con el fin de potencializar la PC, por medio de acciones prácticas diversas y multiplicadoras que serán cada vez más innovadoras y fáciles de implementar. Los resultados muestran que:

- Los habitantes de las comunas tienen preferencia por los medios digitales sobre los tradicionales.
- La información preferente de las audiencias son las que tienen que ver con ciudadanía y política.
- Los medios de divulgación de la Alcaldía tienen una baja receptividad por parte de la ciudadanía cucuteña.
- Las audiencias, no identifican las diferentes secretarías de la administración municipal, sus labores y proyectos en favor de la ciudadanía.
- El conocimiento de lo que hace la Alcaldía municipal por parte de los ciudadanos es bajo.
- La ciudadanía percibe que hacen falta canales, medios y estrategias de comunicación.

- Los ciudadanos de Cúcuta piensan que el liderazgo ciudadano, se puede fomentar con capacitaciones en comunicación para la participación.

A su vez, la comunidad asegura que los medios de comunicaciones masivos deben informar de manera sectorizada sobre las obras que se adelantan o termina la administración municipal en cada comuna y afirman que esta comunicación debe ser apoyada por los presidentes de las juntas de acción comunal. Por esto, hablan de la importancia de desarrollar un periódico comunitario que sea entregado o divulgado en los barrios y realizado por los comunicadores populares, de esta manera se fortalece la red de corresponsales comunitarios. Por su parte, los presidentes de las JAC solicitan a la Alcaldía diseñar un canal de comunicación directo para estar informado con mayor detalle de los programas y proyectos desarrollados por el Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023 (Acuerdo 05, 2020).

En temas de interés la comunidad manifestó que los pronunciamientos del alcalde relacionados con apoyo educación, seguridad, medios ambiente e infraestructura, deben ser constantes. La información es fundamental para el desarrollo del territorio, por estos los actores sociales, aseguran que la promoción de espacios de comunicación participativa son claves en la conformación de colectivos de comunicadores populares que mantengan informados a los ciudadanos a partir de datos oficiales y verificados que hablen de un acceso a la información, transparente, ética y moral.

La asistencia técnica debe centrarse en competencias lectoescritoras, ya que por medio de esto logran narrar con detalles las gestiones o problemáticas del territorio, también se identifica la necesidad de aprender sobre comunicación digital, fotografía, lenguaje audiovisual para la gestión de contenidos creativos e innovadores implementados por las nuevas plataformas de comunicación.

La comunicación participativa, no se centra solo en el desarrollo de medios; esto tiene que ver más con las relaciones públicas que se realizan con los grupos de interés, es por ello que los actores sociales afirman que los aportes que ellos pueden hacer para fortalecer y promover la relación estado - ciudadanía se da a través de actividades como: mesas de trabajo, compartir información de manera interna con la comunidad, desarrollo de propuestas para el avance del barrio, gestión y convocatoria de gente.

Los actores sociales indicaron que los problemas comunicativos más frecuentes en las comunas del municipio se relacionan a la falta de información que promueva la seguridad ciudadana, la falta de diálogo entre los vecinos y la poca articulación que tiene el Concejo de Cúcuta, las juntas administradoras locales y las de acción comunal con la ciudadanía.

Conclusiones

La comunicación pública debe ser asertiva y en correlación con la PC, a través de sus diferentes líderes y lideresas en las distintas comunidades. Ello, implica que se deben recrear los canales de comunicación tradicional y crear nuevos canales que complementen los medios existentes, para generar mayor cubrimiento de audiencias que tienen alta receptividad con las redes sociales y sitios web institucionales, en los diferentes barrios y comunidades pertenecientes a la ciudad de Cúcuta.

La forma de generar la participación de la comunidad es a través del diálogo asertivo, lo cual requiere actitudes participativas, para que fluya, y se den a conocer las expectativas, inquietudes, iniciativas, historias de los ciudadanos ligadas a los proyectos que desarrolla la alcaldía municipal, articulando planes coherentes que fortalezcan la gobernanza.

De allí que la alianza de los medios de comunicación con la administración municipal permite visibilizar al interior de las comunidades lo que la alcaldía propone para ellos. Esto por medio de las unidades de corresponsalías y espacios donde el protagonismo lo reparten equitativamente la comunidad y las secretarías. La alianza garantiza un seguimiento de los proyectos, el estímulo a los corresponsales y el fomento de reconstrucción del tejido social para construir una cultura del arraigo, lo cual no es otra cosa que ir construyendo y reconstruyendo mancomunadamente la identidad de la ciudad.

En la medida que se evidencia la percepción de fallas en la comunicación, el tejido social político que emerge, a partir de los planes de gobierno en las políticas públicas que se acercan a la comunidad, genera un ciclo incompleto comunicacional, lo cual hace que no se enteran de las iniciativas o programas creados desde la alcaldía o desde fallas en los temas de solución en grupos más pequeños como lo es la localidad. Es por esto que se requiere implementar desde la alcaldía estrategias para llegar a la comunidad a través de los ejes comunicacionales asertivos y que esta se vea beneficiada de las acciones del gobierno local.

Se hace necesario el uso principalmente de las plataformas digitales como redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, páginas web oficiales como la página de la alcaldía municipal y de las diferentes secretarías), además de fortalecer las comunicaciones desde plataformas más tradicionales como prensa, televisión, y radio.

El papel que juega la PC es determinante, ya que al exponer las problemáticas sociales propias de cada comunidad, se mitigan tantos inconvenientes que generan pobreza y desaprovechamiento de los recursos económicos, así como el incremento del hurto y la delincuencia que se suman a la falta de oportunidades laborales y de acciones de intervención por parte de organizaciones nacionales e internacionales que tengan la capacidad de atraer recursos en pro del bien común.

El aporte del LCP a la política pública se evidenció como una necesidad que precisa de un mayor alcance a la de un período de gobierno. Además, la caja de herramientas que este proporciona, potencializa los espacios que precisa la comunidad, para su capacitación. De allí, que el LCP se convierte en una estrategia para consolidar las acciones del gobierno local y contribuye al proyecto de comunicación pública.

Referencias

Arendt, H. (1993). *La condición humana*. Paidós Ibérica, S. A.

Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución política de la República de Colombia*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4125>

Bohórquez, G., & García, C. I. (2017). Comunicación pública, aliada estratégica de la gobernabilidad en una administración local. Pautas clave para lograrlo desde lo digital. *Humanidades Digitales, Diálogo de Saberes y Prácticas Colaborativas en red*. https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV_65.html

Botero, L. H. (2006). Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos. *Anagramas: Rumbos y Sentidos de la comunicación*, 5(9), 13-28.

Botero, L. H., & Galvis, C. A. (2014). *Comunicación Pública: una opción para la Democracia*. Sello Editorial Universidad de Medellín.

Cardoso, E., & Muñoz, A. (2015). Los sitios web como servicios de información al ciudadano: un estudio sobre los 308 ayuntamientos de Portugal. *Anales de documentación*, 18(1). <https://doi.org/10.6018/analesdoc.18.1.212681>

- Castillo, M. (2017). El papel de la PC en las políticas públicas, bajo el actual escenario de la gobernanza: reflexiones teóricas. *Revista CS*, (23), 157-180. <https://doi.org/10.18046/recs.i23.2281>
- Congreso de la República de Colombia. (1994, 31 de mayo). *Ley 134 de 1994. Por la cual se dictan normas sobre mecanismos de PC*. Diario Oficial no. 52.625. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0134_1994.html
- Congreso de la República de Colombia. (1995, 06 junio). *Ley 190 de 1995. Por la cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la Administración Pública y se fijan disposiciones con el fin de erradicar la corrupción administrativa*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=321>
- Congreso de la República de Colombia. (2015, 06 de Julio). *Ley Estatutaria 1757 de 2015. Por la cual se dictan disposiciones en materia de promoción y protección del derecho a la participación democrática*. Diario Oficial no. 49565 <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=65335>
- Consejo Municipal San José de Cúcuta. (2020, 27 de julio). *Acuerdo 05 de 2020. Por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023 “Cúcuta 2050, Estrategia de Todos”*. https://www.asocapitales.co/wp-content/uploads/2020/11/Cucuta_Plan-de-Desarrollo-Municipal_2020-2023.pdf
- Cuadros, J. A., Arias, S., & Valencia, A. (2015) La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de PC de los jóvenes. *Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe*, 13(1), pp. 111-122. <http://doi.org/10.15665/re.v13i1.353>
- Cúcuta al Día. (2023). Noticias. *Cúcuta al Día Periódico Comunitario*, www.cucutaaldia.com
- Cuervo, J. I. (2013, 27 de septiembre). El concepto de lo público en la teoría política contemporánea y la crisis de lo público en Colombia. *VII Congreso Latinoamericano de Ciencia Política*. Bogotá. <https://alacip.org/cong13/691-restrepo-7c.pdf>
- Demarchi-Sánchez, G. D. (2023). PC en Colombia. *Entramado. Julio- Diciembre*, 19(2), e-9045: 1-20 <https://orcid.org/0000-0002-6917-6923>
- Demers, F., & Lavigne, A. (2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. *Comunicación y Sociedad*, (8), 65-87.
- González, J. J., & García, J. M. (2019). Trastornos del lenguaje y la comunicación. En Epap (ed.), *Congreso de Actualización Pediatría* (pp. 569-577). Lúa Ediciones 3.0.

- Hurtado, J., & Hinestroza, L. (2016). La participación democrática en Colombia: un derecho en evolución. *Justicia juris*, 12(2), 59-79. <http://doi.org/10.15665/rj.v12i2.1011>
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Amorrortu Editores.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2022, 26 de julio). *Resolución 2614 de 2022. Por la cual se reglamenta el Servicio Público de Radiodifusión Sonora, se deroga la Resolución 415 de 2010 y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial no. 52108. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=127153>
- Mockus, A., Ford, A., Millares, A. M., & Quiroz, M. T. (2003). *Comunicación para construir lo público*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Peña, C. A., Herrera, L., & Salazar, J. (2021). PC a través de los medios de comunicación como legitimación de la democracia participativa en Colombia. *Advocatus*, (26), 145–153. <https://doi.org/10.18041/0124-0102/advocatus.26.942>
- Universidad de Pamplona. (2021). *Convenio Interadministrativo 2653. Informe técnico Laboratorio Comunicación Participativa*. Secretaría de Prensa y Comunicaciones.