

PISTAS PARA HACER DEL DESARROLLO NUESTRO PLAN

Guía para la participación e incidencia de periodistas y comunicadores en planes de desarrollo territorial





Consejo de
Redacción



KONRAD
ADENAUER
STIFTUNG

FACULTAD DE
Comunicación
y Lenguaje



PISTAS PARA HACER DEL DESARROLLO NUESTRO PLAN

Guía para la participación e incidencia de
periodistas y comunicadores en planes de
desarrollo territorial

PISTAS PARA HACER DEL DESARROLLO NUESTRO PLAN

Guía para la participación e incidencia de
periodistas y comunicadores en planes de
desarrollo territorial

Autores:

Sebastián Guanumen Parra
Sebastián Calderón Pedraza
David Núñez Amórtegui
Adriana Osorio García
Sandra Osses Rivera
Betty Martínez Fajardo
Yaneth Parra Mosquera

Editor general:

Fernando-Alonso Ramírez Ramírez

Edición de historias:

Patricia Rendón Galván
Alexánder Marín Correa

Coordinación y gestión editorial:

Diana Carolina Ruano Rincón

Diseño, diagramación y versión digital:

Karen Fonseca Saavedra

Comité directivo de Consejo de Redacción:

Dora Montero, Presidenta
Olga Behar, Vicepresidenta
Beatriz Marín
Betty Martínez
Constanza Bruno
Blanca Giraldo
Abelardo Gómez
Kevin García, Fiscal

Consejo de Redacción (CdR), Colombia

Transversal 4 n.º 42 - 00, piso 8
(+57 1) 320 8320 Ext. 4584
Bogotá, Colombia
contacto@consejoderedaccion.org
www.consejoderedaccion.org

2019, Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.,
KAS, Colombia

Representante para Colombia:

Dr. Hubert Gehring

Coordinación del proyecto:

Angélica Torres

Revisión de textos y corrección de estilo:

Bibiana Alarcón Guerrero

Impresión:

Opciones Gráficas Editores Ltda

Fundación Konrad Adenauer, KAS, Colombia

Calle 93b # 18-12 piso 7
(+57 1) 743 09 47
Bogotá, Colombia
angelica.torres@kas.de
www.kas.de/kolumbien

Pistas para hacer del desarrollo nuestro plan. Guía para la participación e incidencia de periodistas y comunicadores en planes de desarrollo territorial / Adriana Osorio García [y otros]; prólogo Fernando-Alonso Ramírez Ramírez. -- Editores Fernando-Alonso Ramírez Ramírez, Patricia Rendón Galván, Alexander Marín Correa. -- Bogotá : Opciones Gráficas Editores, 2019. 164 páginas : ilustraciones ; 23 cm.

ISBN 978-958-56871-9-6

1. Planes de desarrollo - Guías 2. Comunicación en el desarrollo de la comunidad

3. Comunicación y desarrollo 4. Participación social

I. Osorio García, Adriana, 1984-, autora II. Ramírez Ramírez, Fernando Alonso, prologuista

III. Rendón Galván, Patricia, editora IV. Marín Correa, Alexander, editor

338.9861 cd 22 ed.

A1645709

CEP-Banco de la República-Biblioteca Luis Ángel Arango

Pontificia Universidad Javeriana

Vigilada Mineducación.

Reconocimiento como universidad:

Decreto 1270 del 30 de mayo de

1964. Reconocimiento de personería

jurídica: Resolución 73 del 12 de

diciembre de 1933 del Ministerio

de Gobierno.

© 2019, Consejo de Redacción

ISBN: 978-958-56871-9-6

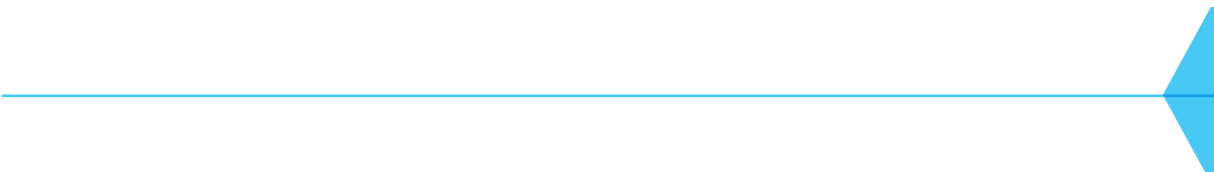
El presente documento es un producto de la cooperación de la KAS con CdR. Los textos que aquí se publican son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no expresan necesariamente el pensamiento ni la posición de la Fundación Konrad Adenauer.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción y la comunicación pública total o parcial, sin la previa autorización escrita de los titulares.

Impreso en Colombia.

**PISTAS PARA
HACER
DEL DESARROLLO
NUESTRO
PLAN**



Guía para la participación e incidencia de
periodistas y comunicadores en planes de
desarrollo territorial

CONTENIDO

P. 13

Presentación Cdr

Transparencia, participación y colaboración.
La tríada de los PDT

P. 17

Presentación KAS

Una herramienta efectiva para comunicar e incidir en el desarrollo territorial de Colombia

P. 21

Prólogo

Su plan, nuestro plan
Por Fernando-Alonso Ramírez

P. 27

Capítulo 1

¿Cuál es tu rollo con el Plan de Desarrollo?

Por Sebastián Camilo Guanumen Parra, David Núñez Amórtegui y José Sebastián Calderón Pedraza

P. 75

Capítulo 2

Gráficos, herramienta del periodista para explicar

Por Adriana Osorio García

Historia P. 101

El Distrito no avanzó en la solución de sus problemas de siempre. Riohacha espera un desarrollo que no llega

Por Betty Martínez Fajardo
Editada por Alexander Marín Correa

P. 113

Capítulo 3

Un plan para el plan. Comunicar, visibilizar, movilizar e incidir

Por Sandra Osses Rivera

Historia P. 141

Incidir: una propuesta de la Red Departamental de Mujeres Chocoanas

Por Yaneth Parra
Editada por Patricia Rendón Galván

P. 151

Glosario

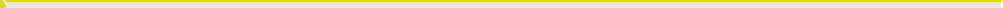
Coautores y editores

P. 157

Bibliografía y cibergrafía

P. 161

PISTAS PARA HACER DEL DESARROLLO NUESTRO PLAN



PRESENTACIÓN CdR

Transparencia, participación y colaboración.

La tríada de los PDT

Dora Montero, Olga Behar, Beatriz Marín, Betty Martínez,
Constanza Bruno, Blanca Giraldo, Abelardo Gómez y Kevin García.

Estamos a pocos meses de una nueva elección de gobernantes municipales y departamentales en Colombia, y ya son casi 30 años desde que se promulgó la última Constitución, sin embargo, a pesar de los esfuerzos por dar a conocer sus alcances en relación con las garantías de participación de la ciudadanía, temas como la posibilidad de construir los planes de desarrollo territorial aún no son aprehendidos por parte de los ciudadanos por su falta de claridad.

Y es que **un plan desarrollo territorial es una tarea de equipo** en el que intervienen muchas personas, Gobierno, asesores y ciudadanos, entre otros, con la idea de delimitar las políticas y estrategias que faciliten de forma equitativa el crecimiento social y económico de una ciudad desde la administración, con una apuesta por su permanencia en el tiempo para poder ser implementado y sostenido, con la intención de que las soluciones propuestas permanezcan por sus propios medios y sobrevivan a los cambios de dirección de los diferentes gobernantes gracias a la autogestión de sus ciudadanos.

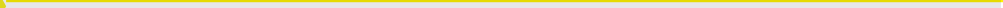
Los periodistas, también actores en este proceso, juegan un papel muy importante en la medida que son los encargados de divulgar propuestas contribuyentes a la construcción y consolidación del Plan de Desarrollo Territorial, por eso esta nueva guía, que presentamos desde Consejo de Redacción con el apoyo de la Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS), cuenta con la visión de algunos colegas periodistas, comunicadores y expertos en planeación territorial que buscan acompañar y promover ideas diferentes que remitan no solo realizar el cubrimiento de los planes de desarrollo como ha sido la tradición, sino que vayan más allá y aclaren y expliquen a la ciudadanía cómo se ejecutan en su territorio y cómo impactan sus comunidades.

La invitación entonces es a revisar los planes de gobierno en todos sus momentos, desde el inicio de las campañas para revisar las propuestas; en el momento de gobierno, para realizar el respectivo seguimiento, y al finalizar el periodo para evaluar los avances, apoyados en principios de transparencia, participación y colaboración.

Este manual, como todos los textos de nuestra biblioteca CdR, espera ser muy utilizado en cada región del país donde exista un periodista o comunicador que contribuye con su ejercicio al fortalecimiento de una comunidad que busca el desarrollo de su territorio de una manera más equitativa y armoniosa a partir de procesos de participación, movilización, incidencia y seguimiento de los planes de desarrollo territorial (PDT).

Comité directivo, CDR

PISTAS PARA HACER DEL DESARROLLO NUESTRO PLAN



PRESENTACIÓN KAS

Una herramienta efectiva para comunicar e incidir en el desarrollo territorial de Colombia

¿Qué tanto están informados y familiarizados los ciudadanos con los planes de desarrollo y ordenamiento territorial?, ¿cómo son presentados estos planes a las comunidades?, ¿cómo es involucrada la ciudadanía en su construcción y ejecución? Si bien existen algunas ventanas de conocimiento sobre el tema, podría decirse que sigue y seguirá siendo un asunto ajeno para la mayoría de los colombianos en tanto estos no sean involucrados en la construcción e implementación de los PDT.

Es necesario pensar los territorios, no desde un plan idealista que ni siquiera tenga en cuenta las necesidades de las comunidades, sino uno que involucre a la ciudadanía u otros actores que pueden ser clave en el desarrollo de un plan aterrizado. Por ejemplo, actores como los medios de comunicación pueden ejercer una influencia movilizadora para transformar la realidad de los territorios.

De otra parte es sorprendente ver que en el momento en el que se concibe un plan de desarrollo territorial (PDT), después de que es presentado, este pareciera ser el único momento en que los medios se preocupan por cubrir el tema, si bien es importante mantener

a la sociedad informada sobre este acontecimiento, es más importante que el sector de la comunicación realice análisis profundos y evaluaciones completas del cumplimiento o no de los planes presentados. Es urgente hacer seguimiento, no solo al comienzo, sino también en el medio y al final de un gobierno.

Es aquí donde los medios de comunicación y el periodismo de investigación pueden jugar un papel fundamental, no solo como principal fuente de información sobre las propuestas de planes de desarrollo, sino como generador de procesos de incidencia y participación.

En este contexto, los comunicadores pueden ser ese vehículo que, por un lado, acerque a las comunidades a la esencia de lo que son y significan para un territorio los planes de desarrollo y, por otro, a través de la investigación ser veedores de su implementación, ejecución de recursos y denunciar los posibles casos de corrupción que se presenten. Por eso, la necesidad de desarrollar una herramienta periodística enfocada a proporcionar a todos los profesionales de la comunicación, y a aquellos que aún

están en formación, insumos clave para hacer un correcto cubrimiento de los PDT.

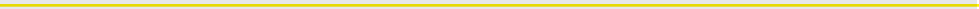
En esta nueva guía para comunicadores, junto con Consejo de Redacción y de la mano de periodistas expertos en el tema, nos propusimos abordar todas las aristas que componen un plan de desarrollo territorial. Por eso, alrededor de tres capítulos y dos casos concretos (Chocó y La Guajira) les contamos ¿qué es un Plan de Desarrollo Territorial?, ¿cómo se construye?, ¿por qué son clave para el país?, ¿cómo y por qué puede incidir la comunicación y el periodismo investigativo? y ¿cómo acercar el tema a las comunidades y audiencias?, entre otros temas relevantes para el ejercicio periodístico.

De manera especial invitamos a los periodistas a leer y compartir esta herramienta que contiene pautas y recomendaciones útiles para desarrollar reporterías e investigaciones sólidas sobre las particularidades de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial.

Por último queremos destacar el trabajo riguroso y el liderazgo del Consejo de Redacción, en particular de su presidenta, Dora Montero, y todo el equipo de periodistas que hicieron posible la materialización de este séptimo manual. Gracias a su esfuerzo y compromiso podemos sumar una herramienta más que promueve el periodismo de calidad en Colombia.

Hubert Gehring
Representante de la KAS en Colombia

PISTAS PARA HACER DEL DESARROLLO NUESTRO PLAN



PRÓLOGO

Su plan, nuestro plan

Por Fernando-Alonso Ramírez

—¿Usted entendió eso que está escrito?

—No, por eso lo escribí como lo dijo la fuente, para que no hubiera pierde.

—Y si no lo entendió usted, ¿cómo espera que lo entienda la gente?

Un diálogo muy parecido a este he tenido en varios momentos con colegas a los que he debido revisarles sus textos. Los temas técnicos, de jerga oscura o de procedimientos complejos son una trampa del periodismo. Yo también he caído en esa oscuridad varias veces.

Escuché alguna vez al periodista Carlos Soria que el periodismo era la capacidad de influir en los influyentes, por esto es que vale la pena ejercer este oficio en la medida en que podemos ayudar a que cambien las cosas cada día, y si esto lo hacemos con imaginación, seguro que la audiencia lo agradecerá.

“El periodismo era la capacidad de influir en los influyentes”.

CARLOS SORIA
PERIODISTA

El ordenamiento territorial en Colombia ha intentado amarrar a las administraciones municipales, departamentales y nacionales con un objetivo, que se piense como Estado y no como Gobierno, como una forma de darles continuidad a las obras, a los propósitos comunes y que se tengan planes concretos y se puedan medir los resultados. De esta manera la idea era acabar con el cementerio de elefantes blancos o con la falta de procesos en políticas públicas que duran apenas lo que está en el poder un mandatario.

Al periodismo le cuesta meterse en estos asuntos. Es normal que se cubran los debates en torno a los planes de desarrollo o de ordenamiento territorial desde las entrevistas a técnicos, a políticos y a la comunidad. Es una forma válida de hacerlo, pero se queda corta.

El periodista cree cumplir con dejar hablar a otros, pero cuando apenas hace esto pierde la oportunidad de asumir el papel que le corresponde de intérprete de la realidad, no de mero difusor de las voces de otros. Lo que busca esta guía, que ustedes tienen hoy en sus manos, es precisamente darles herramientas a los periodistas, a los comunicadores y a la comunidad, para que se apropien de estos importantes documentos que definen el futuro de una ciudad.



De la mano de expertos en planeación territorial, de periodistas y comunicadores, este documento quiere que se vuelva un generador de ideas diferentes para que el periodismo no solo cubra lo relacionado con la planeación del territorio sino que incida, que realmente cumpla su misión de explicar, explicar y explicar.

Para ello, bien vale la pena empezar por prestarles atención a los planes de gobierno de los candidatos a alcaldías y a gobernaciones. Se supone que nuestro país contempló en la Constitución de 1991 el voto programático, esto es que, en teoría, los ciudadanos no votan por candidatos, sino por la idea de gobernar que tiene ese candidato y que propone en ese programa que inscribe en la Registraduría a la hora de firmar su candidatura.

No obstante, sabemos que pocas personas se interesan por ese programa, tanto así que muchas veces el Plan de Desarrollo final no recoge esas ideas programáticas de gobierno, o que en el camino de los foros, los debates y los encuentros con la comunidad se van dando cuenta los postulados de que

para conquistar votos deben sacar ideas como cartas del sombrero de un mago. Así van dejando atrás lo que planearon con el propósito de hacer una mejor ciudad o un mejor departamento, para ceder a las veleidades del electorado.

Se lamenta el pensador y novelista colombiano William Ospina en su libro de ensayos *Es tarde para el hombre* de que «cada vez más, estamos dejando graves asuntos en manos de los oportunistas menos calificados, gracias a que ya no exigimos programas ni ideas ni compromisos, sino imágenes seductoras y sonrisas de éxito».

El periodismo y las comunidades organizadas tenemos mucho por hacer para lograr que el voto no se mueva solo por emociones, sino por realidades. Además de lograr que se entienda que la responsabilidad del ciudadano con su ciudad no termina el día de elecciones, que es necesario incidir y hacer uso de las herramientas que brinda la democracia participativa para hacer cumplir las promesas de campaña, las ideas plasmadas en el programa de gobierno y las propuestas concertadas en el plan de desarrollo.

La realidad en pequeños municipios y en grandes ciudades es la misma, se les rinde culto a las obras que muestran grandes inversiones, pero se desdeña el plan a mediano y a largo plazo. Una historia que se repite, pero en la que el periodismo puede ejercer un papel preponderante para cambiar las cosas. Se le puede hacer notar a la comunidad las inconsistencias entre el programa de gobierno y lo que pretende ser un plan de desarrollo, o de este con el plan de ordenamiento territorial, que abarca tres administraciones.

Encontrarán en este libro una maravillosa definición de la periodista Adriana Osorio sobre lo que son los planes de desarrollo: fichas de rompecabezas. De eso se trata, de

cómo hacer engranar piezas con formas diferentes, que vistas de a una no tienen sentido, pero que al hacer parte de un todo conjugan la idea de un territorio en el que quepan todos quienes lo habitan.

En un ejercicio que realicé en el primer semestre del 2019 con mis alumnos de la cátedra de Periodismo de Investigación en la Universidad de Manizales, chequeamos promesas inscritas en el programa de gobierno del actual alcalde. Veinte realizaron bien el ejercicio. Cada uno tomó una iniciativa radicada en la Registraduría al momento de la inscripción del candidato y debía chequear qué pasó con esa promesa. De esas 20, nueve no llegaron al Plan de Desarrollo y solo dos de este grupo fueron descartadas durante la discusión en el concejo, las demás ni siquiera fueron presentadas.

Esto sin contar con que varias de las 11 aprobadas en el Plan de Desarrollo siguen sin cumplirse.

Al reportear con concejales, actuales funcionarios de la Administración local y otras personas, se pudieron dar cuenta los estudiantes de cómo varios de ellos no le dan importancia al documento que presenta el candidato, lo demeritan, porque creen que lo realmente importante es el Plan de Desarrollo. Encontraremos en este libro que esta interpretación es equivocada, porque allí están plasmadas las ideas que persuadieron a la gente para votar quien resultó ganador en la elección.

Del papel a la realidad hay un largo camino y en temas de planeación de los territorios sí que se nota esto. En todas nuestras ciudades vemos construcciones que se levantan en el espacio del lecho del río; edificios que se construyen sin el cumplimiento de las normas sismorresistentes; planes que se dicen participativos, pero no acatan las ideas de la comunidad,

sino que a esta solo la notifican; enunciados que hablan de cómo se trata de territorios respetuosos del medioambiente, pero no se hace nada por impedir la depredación de los bosques, entre otros problemas.

El periodismo tiene mucho por hacer para ser vigilante de que ese voto programático y la democracia participativa se conviertan en realidad.

Este libro nos trae dos capítulos muy completos sobre los momentos, los escenarios y los temas clave en los que los comunicadores y los periodistas pueden prestar atención para hacer una mejor cobertura e incidir para que se tomen decisiones que jueguen a favor de las mayorías. De manera amena, con gráficos, con ejemplos, se explica este complicado asunto y nos permite acercarnos a él sin prevención.

Además, el modo en que nos brinda ideas sobre cómo cubrir estos asuntos desde el periodismo y desde las organizaciones sociales, como la Red Departamental de Mujeres Chocoanas, nos dan luces para enriquecer la agenda propia y hacer que se tome conciencia de lo relevantes que son estos documentos, que parecen tan ajenos, pero que nos afectan en la vida cotidiana en nuestras comunidades.

Al leer la historia de lo fallidos que han resultado los planes en Riohacha y cómo la sociedad se siente cada vez más defraudada, no queda sino entender que es necesario visibilizar más la importancia de los programas de gobierno y de los planes de desarrollo y ver la forma en que la sociedad se apropia de estos, para que pueda incidir en los resultados.

Después de que un periodista tenga en sus manos esta guía, no tendrá excusa para no abordar con mayor vehemencia estos temas, y asumíroslos sin miedo, sin perderse en la jerga asustadora de los

técnicos para aterrizarla en el lenguaje sencillo de los ciudadanos, esos mismos que pueden movilizarse para cambiar la historia de un territorio.

Agradecemos a la Fundación Konrad Adenauer por el apoyo de esta importante guía, que enriquece la biblioteca de Consejo de Redacción, un importante formador de periodistas en las regiones.



CAPÍTULO 1

¿Cuál es tu rollo con el Plan de Desarrollo?

Por Sebastián Camilo Guanumen Parra, David Núñez Amórtegui y José Sebastián Calderón Pedraza

Este capítulo está pensado para que usted pueda incidir en los planes de desarrollo de su departamento, ciudad o municipio, también quiere sacar el conocimiento de la biblioteca y del anaquel de su hogar o lugar de trabajo. Le traemos conceptos, ejercicios prácticos, herramientas digitales, ejemplos del mundo y metodologías que seguramente activarán en usted el deseo de salir a la calle, ocupar los espacios de toma de decisión, formar parte de los procesos de deliberación de lo público y hacer uso efectivo del conocimiento del periodista o comunicador para transformar la realidad de su contexto social y político.

Para entender la dinámica de este capítulo le traemos un sencillo ejercicio de visualización de datos, para que sea a través de la práctica que se introduzcan los temas relevantes para que usted, periodista o comunicador, pueda incidir en los planes de desarrollo local.

Es momento de ir por un par de colores y empezar a reconocerse en estas preguntas. Para esto se debe responder a las siguientes cuestiones, coloreando el «sí» con un color o el «no» con otro.

¿Usted usa redes sociales?	SÍ	NO
¿Usted expresa sus posiciones políticas en redes sociales?	SÍ	NO
¿Confía en las instituciones del Estado?	SÍ	NO
¿Confía en la democracia?	SÍ	NO
¿Se siente representado por el gobierno local de su región?	SÍ	NO
¿Cree que las mujeres están representadas en la composición actual del Congreso?	SÍ	NO
¿Se siente parte de la toma de decisiones de su departamento, ciudad o municipio?	SÍ	NO
¿Ha hecho veeduría de la implementación del presupuesto de su departamento, ciudad o municipio?	SÍ	NO
¿Ha participado en la construcción de un Plan de Desarrollo Territorial?	SÍ	NO
¿Cree que el Plan de Desarrollo de su región tiene enfoque de género?	SÍ	NO

Seguramente usted respondió «no» a la mayoría de estas preguntas, pues, según el Observatorio de la Democracia (2017):

80% de los colombianos no confía en el Congreso

92% de los jóvenes no hace parte de ninguna organización política

60% de los jóvenes en el mundo cree que los políticos actuales no los representen (TMIR, 2016).

17% de colombianos considera que la democracia es el mejor sistema político en comparación con otros sistemas de gobierno

19.628.564
ciudadanos y ciudadanas
participaron en las últimas elecciones presidenciales

ello demuestra que la abstención disminuyó al pasar

del 52,3% al 46,96%

(El Espectador, 2018)

56% de la población joven reconoce que la corrupción es el principal motivo para alejarse de los asuntos públicos y de la política en general

(RTVE, 2016).

El ejercicio anterior y los datos suministrados permiten entender la complejidad de la participación ciudadana en los asuntos públicos del país. Es importante resaltar que la participación no debe ser medida solo en el ámbito electoral, sino entendida en un sentido mucho más amplio, que

comprenda la participación formal e informal en espacios de toma de decisión y fuera de ellos, pero que puedan influir en ellos, tal como lo son:

Mecanismos formales de participación	Mecanismos no formales de participación
Plebiscito	Redes sociales
Referendo	Periodismo
Cabildo abierto	Veeduría
Tutela	Cabildeo
Espacios de participación en los procesos de construcción de política pública y planes de desarrollo local	Rendición de cuentas
Presupuestos participativos	Foros temáticos
La protesta social	Investigación
Entre otros	

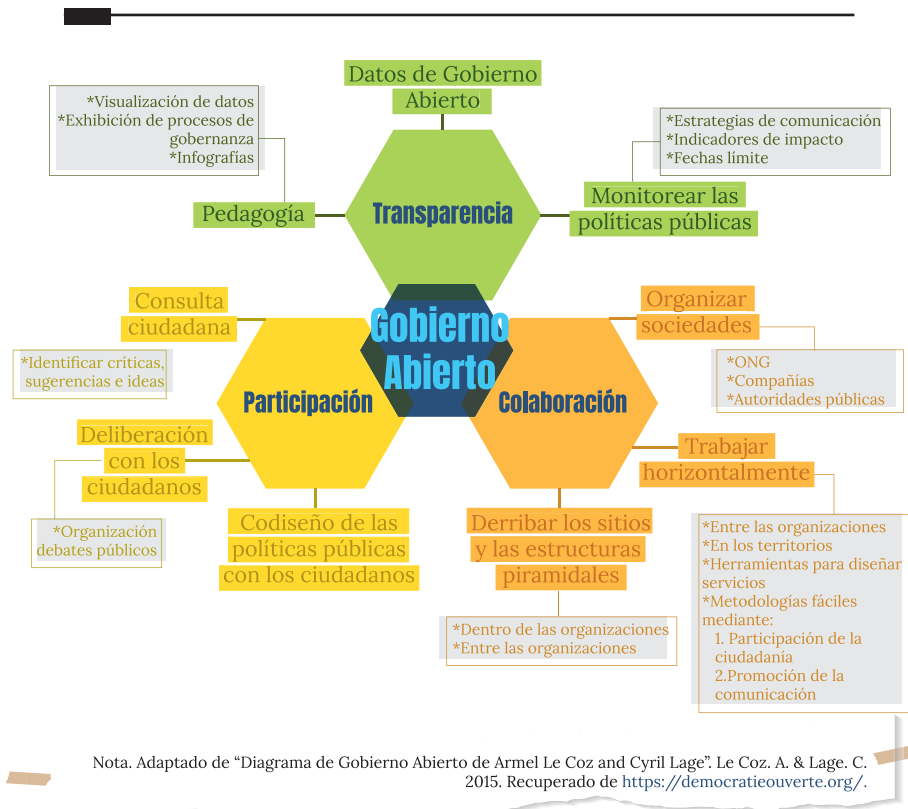
Según el Latinobarómetro (2017), el 70% de los jóvenes del continente considera que su voz no la escuchan los políticos y un alto porcentaje de latinoamericanos piensa que su participación en política no cambiará en nada la realidad de su país. Es decir, una causa importante que

explica la falta de participación en la vida pública del país es la poca incidencia y la imposibilidad de transformar la realidad con dicha participación.

Sin embargo, la participación masiva y estratégica, tanto en mecanismos formales como informales con un alto grado de incidencia, han transformado la realidad de contextos sociales y políticos en el país y en la región.

Es importante entender la participación ciudadana en la vida pública del país como un eje

fundamental de un marco conceptual más amplio que brinda mayores oportunidades para una incidencia más completa y efectiva. El marco conceptual corresponde a un modelo de gestión pública llamado *Gobierno Abierto*, que tiene como pilares fundamentales para cualquier proceso público y político *la transparencia, la participación y la colaboración*.



El Gobierno Abierto (GA) es un modelo de gestión pública, que busca la apertura institucional a la ciudadanía mediante el uso asertivo de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y el fortalecimiento de una cultura de la innovación implementando prácticas y enfoques de transparencia, participación con incidencia y colaboración en el sector público (Arroyo, 2017). El GA fue por primera vez expuesto en el Memorando de Transparencia y Gobierno Abierto de la primera Administración de Barack Obama en el 2009 y cobró relevancia internacional en el 2011, cuando nació la Alianza para el Gobierno Abierto (AGA), la cual apoya el diseño, la implementación y el monitoreo de este gobierno en por lo menos 75 países, entre los cuales se encuentra Colombia.

En términos prácticos, el Gobierno Abierto se traduce en compromisos de las instituciones estatales para que exista mayor acceso a la información pública, se fomente una cultura de rendición de cuentas activa, se generen los mecanismos y las herramientas adecuadas para que la ciudadanía pueda participar en los asuntos públicos, se fortalezcan las instituciones, se implementen nuevas tecnologías y se trabaje articuladamente con el sector privado y actores de la sociedad civil, como los periodistas y comunicadores, para crear valor público y hacer veeduría a la gestión de los gobiernos a nivel nacional, departamental y local. El Gobierno colombiano desde el 2011, año en que ingresó a AGA, ha acordado cumplir cerca de 60 compromisos en **los 3 Planes de Acción Nacional para un Gobierno Abierto.**



1er

Plan de Acción Nacional de
Gobierno Abierto de Colombia
2011-2013



2do

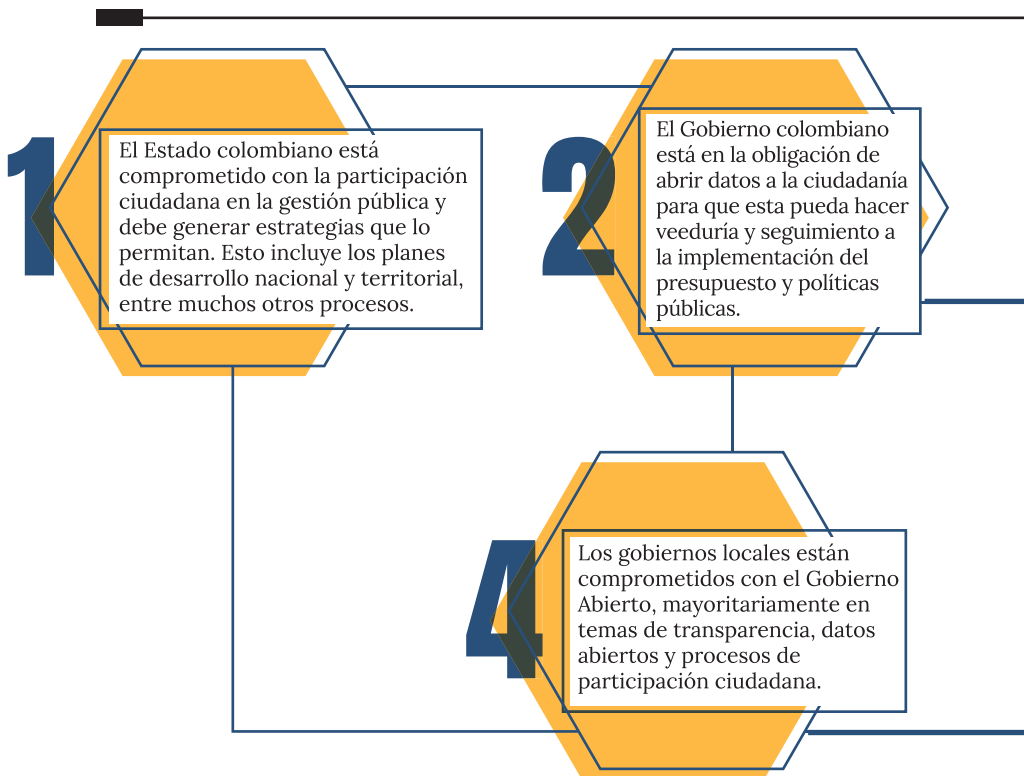
Plan de Acción Nacional de
Gobierno Abierto de Colombia
2015-2017



3er

Plan de Acción Nacional de
Gobierno Abierto de Colombia
2017-2019

En este punto se estará preguntando qué tiene que ver el Gobierno Abierto con la participación y la incidencia de comunicadores y periodistas en los planes de desarrollo territorial, así que le contamos brevemente por qué es importante contar con un marco conceptual que le permita acercarse a las instituciones y a los tomadores de decisión para incidir efectivamente en su rol de periodista y/o comunicador.



El Gobierno Abierto es entonces un marco conceptual que les sirve tanto a periodistas y comunicadores como a miembros de la sociedad civil y a la ciudadanía en general, para entender cómo pueden incidir en los planes de desarrollo territorial con un modelo de gestión incipiente, pero relevante en Colombia, utilizando no solo la narrativa de los tres pilares (transparencia,

3

Entender los tres pilares del Gobierno Abierto permite saber qué exigir, cómo participar y en qué momento hacerlo.

5

Con los datos que liberen las entidades gubernamentales a nivel nacional y local se puede hacer periodismo de datos.

6

La tecnología permite una mayor visibilización de la participación e incidencia en los planes de desarrollo territorial.

participación y colaboración), sino también herramientas tecnológicas y análogas.



“Patear el tablero - Gobierno Abierto, transparencia y política | Esteban Mirofsky | TEDxCordoba”

Planes de desarrollo territorial en Colombia

Los planes de desarrollo territorial (en adelante PDT), por tanto, son una forma de contribuir a la participación que buscan los modelos de Gobierno Abierto. Son la hoja de ruta de la planificación, que orienta las decisiones de las administraciones departamentales y municipales durante su periodo de gobierno. Estos planes de desarrollo territorial buscan hacer más concretas las ideas y programas expuestos en el Plan de Gobierno del mandatario departamental, municipal o local. Asimismo se busca que la ciudadanía logre participar activamente del proceso, ya que será este el espacio de discusión para definir si lo que expone el Plan de Gobierno del mandatario es lo que verdaderamente necesita el territorio. Se busca que estos planes prioricen el cierre de brechas (de género, de clase, de distribución de la riqueza, etc.), se realice una administración con gestión de resultados y se dé continuidad a una estructura territorial, entendiendo las complejidades del territorio en cuestión. Existen PDT a nivel departamental, municipal y local, de acuerdo con la escala del territorio (DNP, 2016).





KITerritorial

Qué es el PDT?



“¿Qué es el PDT?” – Departamento
Nacional de Planeación.



Estos PDT tienen tres componentes: diagnóstico, parte estratégica y plan de inversiones.

1. El diagnóstico

El *diagnóstico* se concentra en identificar los conflictos principales que sufre el territorio y cuáles elementos no les permiten avanzar aun para conseguir un desarrollo productivo. Este diagnóstico se complementa con la identificación de los sectores productivos explotables en el territorio, así como los sectores que están en crecimiento productivo (DNP, 2016). Estos dos análisis se encuentran cuando se establecen las potencialidades de las que goza el territorio y cómo estos sectores pueden contribuir para solucionar sus principales conflictos.

Es importante incluir en este diagnóstico un análisis de cierre de brechas, una lectura sectorial y transversal del territorio, unos ejes temáticos de acuerdo con cada departamento o municipio y, finalmente, un análisis de problemas por resolver. Todos estos elementos llevarán a identificar factores que se abordarán en la parte estratégica del plan y que, posteriormente, se le podrán asignar recursos en el plan de inversiones, con el fin de llevarlos a feliz término. ¡La importancia de tener un buen análisis del territorio llevará a que se puedan priorizar recursos para esos programas!

2. La estrategia

Por su parte, el componente estratégico del PDT se refiere a la priorización de los elementos identificados en el diagnóstico. Según el PND, esta etapa se desglosa en tres pasos principales:

1. La visión de desarrollo territorial.
2. La formulación y priorización de objetivos
3. La estructuración de programas (DNP, 2016).

De esta forma, el componente de *estrategia* busca darles solución a los problemas más urgentes del departamento o del municipio. Este componente también pretende desarrollar los ejes y programas estratégicos para utilizar mejor los recursos de cada territorio. Del éxito de esta priorización de metas que se haga en la parte estratégica, se podrán medir más adelante las capacidades para el diálogo colectivo y la construcción colaborativa del territorio.

3. El plan de inversiones

Finalmente, el componente del *plan de inversiones* define los recursos que se destinarán para cada programa establecido y estructurado en la fase de la estrategia. Este programa anualizado de recursos financiará las inversiones necesarias para llevar a cabo los planes definidos previamente. Para este componente es importante conocer los recursos con los que cuentan las entidades territoriales con el fin de tener una gestión de resultados realizables y alcanzables. Los recursos disponibles para realizar varios proyectos priorizados se pueden consultar en el Sistema General de Regalías, en instancias de cooperación internacional o con aportes de sectores privados (DNP, 2016).

¡Ojo! No hay que confundir Plan de Desarrollo Territorial con Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial y mucho menos con el Plan Nacional de Desarrollo.

Los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial



Están creados en el punto 1 del Acuerdo de Paz del 2016 (Agencia de Renovación del Territorio, 2018).

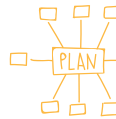


Estos programas priorizan 16 subregiones que agrupan los 170 municipios más afectados por el conflicto armado. Buscan implementar la Reforma Rural Integral prevista en el Acuerdo de Paz.



Esos territorios fueron priorizados debido a sus condiciones de mayores índices de pobreza en el país, débil presencia institucional, mayor afectación por el conflicto armado y mayor afectación por economías ilícitas (Agencia de Renovación del Territorio, 2018).

El Plan Nacional de Desarrollo (PND)



Es el instrumento de planificación y gestión realizado por el Gobierno Nacional.



Este plan establece los objetivos del Gobierno a cuatro años, fijando programas, inversiones y metas durante el periodo de gobierno del mandatario de turno.



Esta hoja de ruta deja «evaluar los resultados y permite la transparencia en el manejo del presupuesto nacional» (DNP, 2019).



El PND debería estar alineado con los diversos PDT que se hacen en el país, en un empalme integral entre las entidades a nivel nacional y las entidades a nivel territorial.



Este plan, además, tiene la misma estructura que el Plan de Desarrollo Territorial, (diagnóstico, estrategia y plan de inversiones) que será explicado más adelante.

Los PDT sirven para:

Para tener en cuenta

- 1 Establecer la (mejor) manera de lograr un objetivo en el territorio.
- 2 Establecer compromisos del mandatario de turno.
- 3 Vigilar la actividad de gobierno.

¿Cómo se hacen los planes de desarrollo?

Los planes de desarrollo son mucho más que un documento, son un proceso democrático de concertación sobre el desarrollo que va a liderar un gobierno dentro de un territorio (departamento o municipio) por un periodo de cuatro años.

La Ley 152 de 1994 establece los términos, plazos y responsables de este proceso, así como los principios que lo rigen.

Consulte los capítulos VII, IX y X de la Ley 152 de 1994
<http://bit.ly/2DDEL1H>



Principios de los planes de desarrollo

Los planes de desarrollo se deben regir por una serie de principios que orientan tanto su proceso como su contenido y buscan garantizar la democracia y la responsabilidad del Estado frente a la ciudadanía y el territorio.

1. — **Autonomía.** Las alcaldías municipales o distritales podrán planear el desarrollo de su municipio o distrito independientemente de los gobiernos departamentales y nacionales. Igualmente, las gobernaciones lo podrán hacer respecto al departamento. Sin embargo, también deberán seguir los principios de desarrollo armónico de las regiones, de ordenación de competencias y de coordinación.

2.—Ordenación de competencias. En el proceso de planeación podrán intervenir diferentes autoridades e instituciones, por lo cual su participación debe ceñirse por la concurrencia (cuando desarrollan actividades conjuntamente), la subsidiariedad (cuando una institución o autoridad de mayor capacidad apoya a una de menor capacidad) y la complementariedad (cuando realizan actividades diferentes que contribuyen al desarrollo de las actividades de la otra).

3.—Desarrollo armónico de las regiones. La planeación del desarrollo de un territorio debe tener en cuenta a los demás de manera que las oportunidades y beneficios se puedan distribuir equitativamente.

4.—Coordinación. El desarrollo de un territorio debe tener en cuenta que las actividades en su interior guarden relación y posibiliten la interacción eficiente con las actividades de otros territorios del orden municipal, departamental y nacional.

5.—Prioridad del gasto público social. La función primordial del Estado es construir y mantener el bienestar de la población, por lo tanto la inversión debe estar destinada prioritariamente a la satisfacción de las necesidades básicas como vivienda, alimentación, salud, educación y progresivamente a otros elementos que contribuyen a la calidad de vida de la población.

6.—Sustentabilidad ambiental. Todas las acciones que se planeen para el desarrollo del territorio deben tener en cuenta los costos y beneficios ambientales para garantizar la vida de las futuras generaciones.

7.—Consistencia. Las actividades que se planeen para el desarrollo del territorio deben ser congruentes con los recursos financieros con los que se cuenta y con los que se proyecta que pueden ingresar.



8. Continuidad. Buscar la eficiencia de los recursos públicos, por lo cual se debe dar, al máximo, continuidad a las acciones desarrolladas en gobiernos anteriores, construir sobre lo construido y aprovechar los recursos ya invertidos.

9. Eficiencia. Utilizar los recursos financieros, humanos y técnicos de manera que siempre generen el mayor beneficio posible respecto al costo que impliquen.

10. Viabilidad. El Plan de Desarrollo no se trata de sueños y promesas, sino de actividades concretas que se puedan implementar con los recursos disponibles en el respectivo periodo de gobierno.

11. Coherencia. Todas las acciones, los programas y proyectos del plan deben tener una relación efectiva con las estrategias y objetivos.

12. Proceso de planeación. La planeación es una actividad continua que más allá de un documento debe tener en cuenta la formulación, aprobación, ejecución, seguimiento y evaluación.



Consulte el artículo 3° de la Ley 152 de 1994:
<http://bit.ly/2DDEL1H>



Los planes de desarrollo son un proceso

1. Campaña. Las candidaturas a las alcaldías y gobernaciones, de quienes se escogerán en las futuras elecciones, deben formular y entregar al momento de su inscripción, entre 4 y 3 meses antes de la elección, su programa de gobierno, que establece lineamientos generales de sus propuestas que se deberán ver reflejadas en el Plan de Desarrollo Territorial.

2. Proyecto de Plan de Desarrollo.

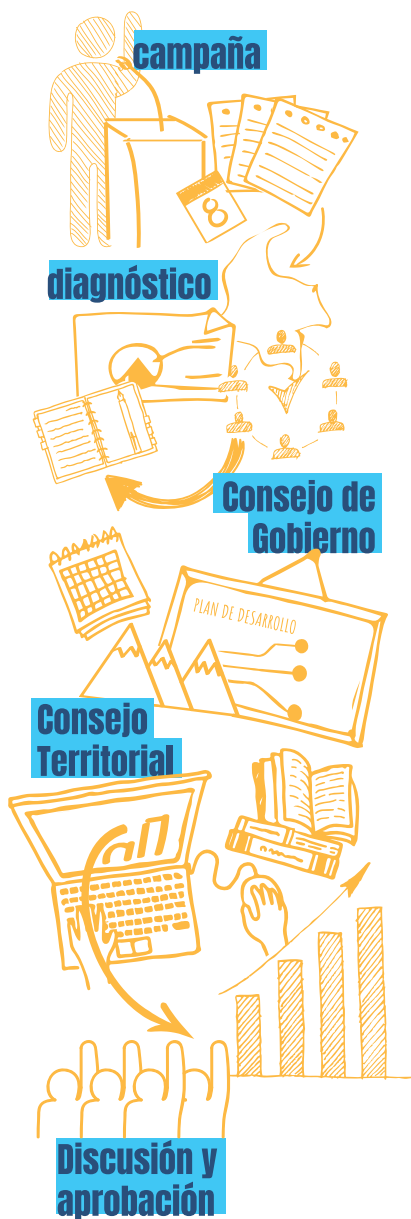
Es la primera propuesta de la alcaldía para el plan de desarrollo, debe basarse en un diagnóstico del territorio y elaborarse de acuerdo con los principios enunciados en la sección anterior.

Durante los dos primeros meses de gobierno las secretarías de Planeación de las alcaldías y gobernaciones deben elaborar el proyecto del plan de desarrollo, que debe incluir todos sus componentes (Diagnóstico, Estrategia y Plan de Inversiones) y reflejar las propuestas de campaña inscritas en el programa de gobierno.

3. Consejo de Gobierno. Durante los mismos dos primeros meses el Consejo de Gobierno, conformado por las diferentes secretarías, oficinas o departamentos de las alcaldías o gobernaciones, debe revisar, complementar y especificar los objetivos, estrategias, programas y proyectos del proyecto de plan de desarrollo.

4. Consejo Territorial de Planeación. Durante los mismos dos primeros meses el proyecto de plan de desarrollo debe presentarse al Consejo Territorial de Planeación, órgano conformado por la alcaldía o gobernación con la participación de los principales actores de la sociedad civil del territorio (instituciones educativas, académica, de salud, corporaciones autónomas regionales, medios de comunicación, gremios, ONG, etc.). Este tendrá un mes adicional para revisar el proyecto y hacer recomendaciones.

5. Discusión y aprobación. Después de revisar y ajustar el proyecto de acuerdo con las recomendaciones del Consejo Territorial de Planeación, la alcaldía o gobernación deben presentar, dentro de los cuatro primeros meses de gobierno, el proyecto final al concejo municipal o la asamblea departamental, respectivamente, que tendrán un mes adicional para discutirlo, modificarlo



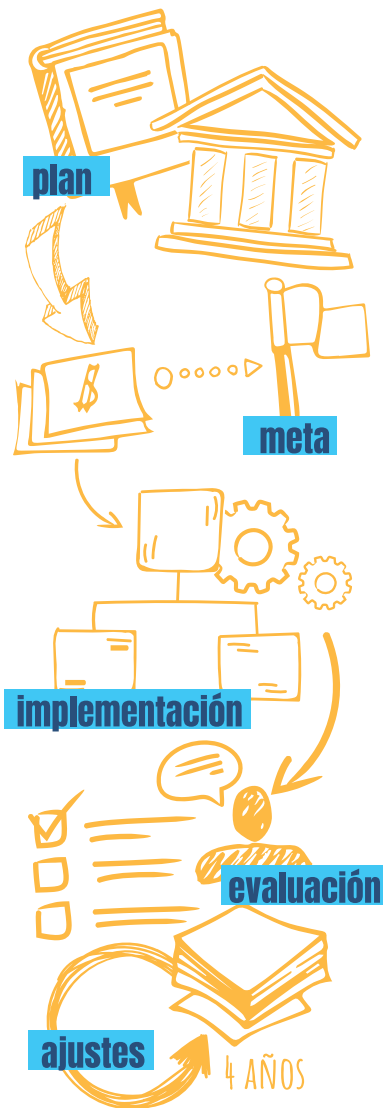
y aprobarlo. Cualquier modificación que implique inversión deberá tener previamente un concepto favorable de viabilidad financiera de la alcaldía o gobernación. Después de transcurrido este mes, si el concejo o asamblea no toman ninguna decisión, la alcaldía o gobernación podrán adoptar el plan mediante un decreto¹.

6. Planes de acción. Después de aprobado el Plan de Desarrollo, las diferentes secretarías, oficinas o departamentos de las alcaldías o gobernaciones, deben llevar los objetivos, estrategias, programas y proyectos a planes de acción que establezcan claramente actividades con metas, indicadores, plazos, recursos y responsables con los que se implementará en el territorio. Los planes de acción tienen una vigencia anual.

7. Implementación. De acuerdo con lo establecido en los planes de acción, durante cada año, la administración municipal o departamental debe implementar los programas y proyectos establecidos en el Plan de Desarrollo, lo puede hacer directamente o contratando otras personas y con la participación y colaboración de la ciudadanía.

8. Evaluación. La Secretaría de Planeación es la encargada de evaluar el avance de todos los planes de acción de la administración y su impacto respecto de los objetivos y las estrategias planteadas en el Plan de Desarrollo. La evaluación se debe hacer de acuerdo con la periodicidad de las metas e indicadores planteados en cada plan de acción.

9. Informe. La alcaldía o la gobernación debe presentar anualmente al concejo o la asamblea,



1. En el caso en que un juez declare nulo o revoque un Plan de Desarrollo, este queda sin ningún efecto y entra en vigencia el Plan de Desarrollo anterior hasta que se surta el nuevo trámite, en los mismos términos, y sea aprobado un nuevo Plan de Desarrollo. En todo caso el juez deberá indicar en su sentencia los efectos de su decisión y el proceso necesario para subsanar las razones por las que el plan fue anulado o revocado.

respectivamente, un informe del avance en la implementación del Plan de Desarrollo. Este informe hace parte del proceso de rendición de cuentas, que debe ser un proceso constante de la administración, bien por iniciativa propia o por solicitud de la ciudadanía en cualquier momento.

10.——Ajuste. El Plan de Desarrollo se podrá ajustar a lo largo de los cuatro años del periodo de gobierno, siguiendo el mismo procedimiento, y solamente atendiendo situaciones extraordinarias como modificaciones en los planes de desarrollo de nivel superior, ajustes fiscales o emergencias.



Consulte los capítulos VII, IX y X de la Ley 152 de 1994:
<http://bit.ly/2DDEL1H>

¿Sobre quiénes inciden los planes de desarrollo?

La incidencia se realiza sobre las instancias y autoridades de planeación de las entidades territoriales. Estos son:

**El alcalde o
gobernador,**

**que será el máximo
orientador de la
planeación en la
respectiva entidad
territorial.**

**El Consejo
de Gobierno
municipal,
departamental
o distrital,**

**o aquellas dependencias
equivalentes dentro
de la estructura
administrativa de las
entidades territoriales
que llegaren a surgir en
aplicación de las normas
constitucionales que
autoricen su creación.**

**La Secretaría,
Departamento
Administrativo
u Oficina de
Planeación,**

**que desarrollará
las orientaciones
de planeación
impartidas por el
alcalde o gobernador.**

**Las demás
secretarías,
departamentos
administrativos
u oficinas
especializadas**

**en su respectivo ámbito
funcional, de acuerdo
con las orientaciones
de las autoridades
precedentes.**

¿Cómo se incide en los planes de desarrollo?

Antes de explorar las diferentes herramientas de incidencia de las que podemos disponer, es necesario entender qué es incidir y por qué es importante ser parte de este proceso.

Incidir quiere decir que nuestra voz es tenida en cuenta en las decisiones que toman las personas que hemos elegido para que nos gobiernen, es decir, que una democracia participativa, como la que se ha establecido en la Constitución Política de Colombia, nuestro derecho a ser parte del Gobierno no se limita al voto para elegir un gobernante, sino que durante todo el periodo de gobierno podemos participar en las decisiones.

Sustituyendo la socialización por la coconstrucción

Tradicionalmente en Colombia se ha entendido y practicado la participación como un trámite necesario para el cumplimiento de unos requisitos en la ejecución de proyectos, en el que juegan un papel fundamental la recolección de firmas en listados de asistencia y eventualmente la distribución de refrigerios a los asistentes, lo cual va acompañado de una socialización o presentación de las propuestas o los resultados de proyectos.

Si entendemos que la democracia en la que debemos vivir es participativa, tenemos que entender que nuestra participación no se limita a asistir pasivamente a un evento a escuchar funcionarios, sino que debe ser parte de las decisiones. Hay que poner

nuestros conocimientos y capacidades en función de ser una parte activa del Gobierno, donde tenemos un lugar para proponer, aportar y construir en el diálogo con las demás personas.

La incidencia comienza desde la campaña

Si bien la participación ciudadana no se limita al voto para elegir a un gobernante es un punto de partida importante y es responsabilidad de toda la ciudadanía elegir bien y participar activamente desde el principio. Si buscamos mayor participación y un Gobierno que tome decisiones acordes con nuestras necesidades, debemos hacer explícitas estas necesidades y posibles soluciones, antes de que sea elegida una persona desconectada de este panorama. Desde la campaña electoral es necesario posicionar los temas de nuestro interés en la agenda pública, hacer que los candidatos se refieran públicamente a estos temas y fijar compromisos, no solo promesas, que permitan mayor participación en caso de salir elegidos y hagan posible hacerle seguimiento a la implementación de aquello que propuso y se comprometió.

Etapas

Para cada etapa del Plan de Desarrollo encontraremos herramientas, estrategias y objetivos específicos del momento puntual. A continuación estableceremos algunos objetivos generales de cada etapa que en el contexto de cada municipio y departamento se debe aterrizar a estrategias puntuales utilizando las herramientas que veremos más adelante.

1.——Campana electoral. Debemos visibilizar los temas de interés para el territorio y comprometer públicamente a las candidaturas con estos temas. Es fundamental que las candidaturas se responsabilicen con la apertura de espacios de participación ciudadana durante todas las etapas de su gobierno. Estos compromisos deben quedar consignados en el programa de gobierno que se entrega en la Registraduría al momento de la inscripción de la candidatura, por lo que es importante entender que hay que incidir, al menos en líneas generales, antes de la inscripción.

2.——Diagnóstico. En los primeros dos meses de gobierno se debe incluir dentro del proyecto de Plan de Desarrollo un diagnóstico de la situación actual del territorio en todos sus aspectos (ambiental, social, económico, cultural, etc.). Es fundamental que este diagnóstico incluya las necesidades y potencialidades de la población, y para conocerlas es necesario que esta pueda participar manifestando de primera mano su condición.

3.——Formulación. Con base en el diagnóstico, durante los mismos dos primeros meses, se debe formular el Plan de Desarrollo. Si bien es responsabilidad de la alcaldía, gobernación y la Secretaría de Planeación, esta formulación debe ser participativa, es decir, que la

población, además de manifestar sus necesidades y potencialidad (situación actual), tiene derecho a participar en la proposición y construcción de soluciones, programas y proyectos que se busca implementar durante el periodo de gobierno. Es necesario presionar para abrir estos espacios de participación, participar de ellos y visibilizarlos para que la ciudadanía pueda incluirse en el Gobierno. Es muy importante que aquello que quede plasmado en este documento esté de acuerdo con las propuestas de campaña y el Plan de Gobierno que se inscribió en la Registraduría.

4.——Revisión del Consejo Territorial de Planeación. El Consejo Territorial de Planeación debe estar compuesto por representantes de los principales sectores de la sociedad. Tienen un plazo de un mes para revisarlo y hacer comentarios y sugerencias que deben ser incluidos en el plan. Es importante visibilizar el proceso de conformación del consejo, invitar a sectores normalmente excluidos a participar y presionar al Gobierno para que las observaciones y sugerencias del consejo sean incluidas en el plan.

5.——Aprobación de corporaciones públicas. Cumplidos los cuatro primeros meses de gobierno, la alcaldía o gobernación debe presentar el proyecto de Plan de Desarrollo al concejo o asamblea, respectivamente. Estos deben debatirlo, podrán modificarlo parcialmente y aprobarlo en el plazo de un mes para que pueda empezar a implementarse. Es importante visibilizar el debate en la respectiva corporación y verificar que las modificaciones que puedan ser introducidas no vayan en contra de los intereses planteados por la ciudadanía desde la campaña.

6.——Planes de acción. Una vez aprobado el Plan de Desarrollo en la respectiva corporación, las distintas

entidades de la alcaldía o gobernación (secretarías, departamentos, oficinas, institutos, etc.) deben formular su plan de acción, que son aquellas acciones específicas, con presupuestos, responsables y metas que deben estar enmarcadas en las líneas estratégicas y apuntar a los objetivos establecidos del Plan de Desarrollo. Es importante hacer seguimiento y visibilizar lo establecido en los planes de acción para que los presupuestos y metas que allí se establezcan aporten efectivamente a los objetivos del Plan de Desarrollo. Así mismo, la formulación de estos planes debe ser participativa e incluir a la ciudadanía.

7. Implementación. Es fundamental hacer seguimiento a la ejecución de los presupuestos de las distintas entidades, bien sea que lo hagan directamente o contratando a otros, verificando que esta ejecución contribuya a los objetivos y metas planteadas y controlando que los objetos contratados se cumplan a cabalidad. De otra parte, es muy importante promover los espacios de colaboración de la ciudadanía en las acciones de gobierno.

8. Evaluación. Cada meta planteada en los planes debe tener una periodicidad de evaluación (mensual, semestral, anual, etc.), la Secretaría de Planeación es la responsable de consolidar esta evaluación. Es importante visibilizar los resultados de esta evaluación, verificar que correspondan a la realidad con base en los distintos seguimientos realizados de manera independiente. A parte de criticar y controlar las acciones de gobierno, la evaluación es una oportunidad de mejorar y corregir para alcanzar las metas y objetivos planteados.



Herramientas



¡Ahora sí! Le presentamos algunas herramientas, metodologías y plataformas digitales que podrá explorar y aplicar al proceso de incidencia en cada etapa de formulación de los planes de desarrollo local. Es muy importante resaltar que lo que aquí le presentamos ha sido exitoso en diferentes contextos; sin embargo, es fundamental adaptar cada herramienta, metodología o plataforma a las especificidades de la realidad de cada territorio, municipio, distrito o departamento y trabajar en sus aristas sociales, políticas, culturales y económicas.

Prediagnóstico



Previo a cualquier ejercicio de incidencia en los planes de desarrollo local del territorio, es esencial entender las necesidades más importantes para la población que buscamos movilizar. Esto con el fin de construir una narrativa y un discurso que conecten con las emociones de la ciudadanía y desde ahí puedan ser convocados a la acción y la participación en las diferentes etapas de desarrollo de un plan.

Para lograr un prediagnóstico efectivo a bajo costo presentamos tres herramientas metodológicas muy útiles:

1. Encuestas en redes sociales.

Las redes sociales han transformado la manera en que la ciudadanía consume información, se comunica, compra bienes y servicios, y se relaciona con el mundo global. Redes sociales como

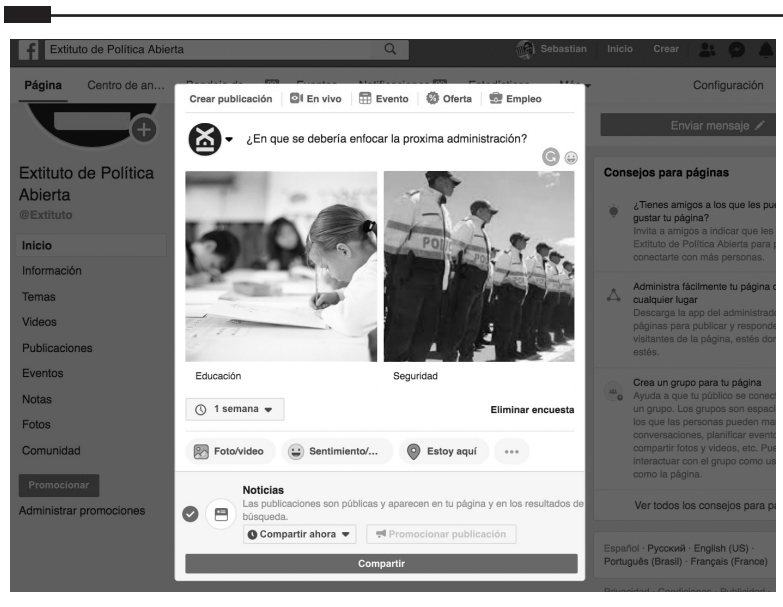
Facebook, Twitter y WhatsApp han sido la clave del éxito de movimientos sociales y políticos como la Primavera Árabe o las marchas del 5 de octubre por la paz en Colombia y el mundo. Para el 2017, en el país existían 23 millones de cuentas de Facebook activas diariamente, 6 millones de Twitter y 9 de Instagram (MinTic, 2017).

Así que estas plataformas digitales, que nos brinda el siglo XXI y que un gran porcentaje de la población colombiana usa diariamente, son la primera herramienta para identificar las necesidades y las prioridades de la sociedad en la cual habitamos.

Seguramente, usted ya tiene una cuenta de Facebook, Instagram o Twitter. Si no, es importante que cree una para poder llevar a cabo este mapeo de necesidades

en el mundo digital. Como el alcance del mapeo en redes sociales depende del número de seguidores, la tarea es aumentar el número de amigos o personas para interactuar con residentes del municipio. Si ya tiene acceso a las redes sociales del medio de comunicación para el que trabaja, se recomienda usarlas, puesto que tienen mayor audiencia, el público responde de manera más sincera y protege de cualquier amenaza personal o matoneo digital.

Desde la página de Facebook de la organización, medio de comunicación o agencia de periodismo en la cual se trabaje busque la opción 'Encuesta' en la página principal y haga la pregunta clave para que la ciudadanía responda y formule las posibles respuestas de selección múltiple. Siempre se debe dejar un espacio de 'otro' para que las personas puedan agregar nuevos temas en los comentarios. Es importante llamar la atención de la ciudadanía mediante imágenes que representen las diferentes opciones de respuesta, como se evidencia en la siguiente imagen:



Desde la cuenta de Twitter la encuesta busca llegarle a un público mucho más politizado, debido a la especificidad de los usuarios de la plataforma, por esto también es importante hacer sondeos no solo de los temas, sino del ambiente político del territorio, tal como se muestra en esta imagen:

Elecciones Colombia 2019 retwitteó

Elecciones Colombia 2019 @eleccionescolom · 12 may.

#ATENCIÓN
#Encuesta

¿Si las elecciones a la alcaldía de Bogotá se realizaran hoy y los candidatos fueran los siguientes por quién votaría?(Siga el hilo para ver todos los candidatos)...

FAVOR DIFUNDIR
@ClaudiaLopez @MiguelUribeT @angelamrobledo @angelagarzonc

28%	Claudia López
11%	Miguel Uribe Turbay
51%	Ángela María Robledo
10%	Ángela Garzón

1,310 votos · Resultados finales

18 110 61

Elecciones Colombia 2019 @eleccionescolom · 12 may.

(Parte 2, si votó en el anterior Twit favor no repetir)

FAVOR DIFUNDIR
@carlosfgalan @lunadavid @HOLLMANMORRIS @LuisErnestoGL

14%	Carlos Fernando Galán
46%	David Luna
28%	Hollman Morris
12%	Luis Ernesto Gómez

570 votos · Resultados finales

2 18 8

Escucha social en redes

Es fundamental **entender el tono y las emociones** que despiertan los temas de interés de la ciudadanía en redes sociales para poder construir una narrativa que les permita a las personas sentirse parte del cambio y participar en los espacios de toma de decisión o incidencia de los planes de desarrollo local.

La escucha social o *social listening* es una herramienta metodológica que sirve para medir el tono de las conversaciones en redes sociales, las palabras más usadas en diferentes temas y la temperatura de los diálogos que se generan en el mundo digital. Si bien una escucha social rigurosa en redes requiere de programas sofisticados como Mention, Metricool, Socialmetrix o Agoraplus, también existen maneras sencillas y gratuitas

de hacer una aproximación al tono y emociones que despiertan estos temas en redes.

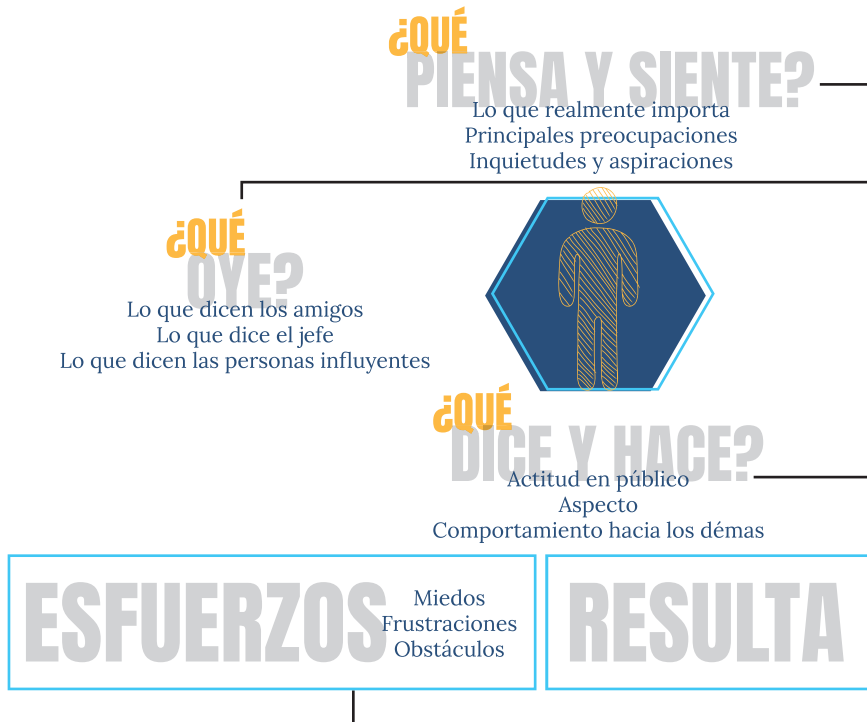
Es importante leer los comentarios y las interacciones de publicaciones en Facebook y Twitter para poder entender qué piensa la gente sobre los temas de coyuntura más importantes para el territorio. La clave está en hacer un análisis de cuáles son las palabras que más se repiten, con qué adjetivos se está describiendo la situación y qué tanta resonancia tiene en los demás usuarios de la red (reflejado en *likes*). Así que para el prediagnóstico de necesidades no es suficiente leer la noticia, sino entender qué opina, siente y piensa la gente que las lee.

Facebook post interface showing a video player with a play button. The video title is "Presiones a la Corte por la JEP: y el gringo ahí". The post is from "El Espectador". The post has 567 likes and 91 comentarios (610 veces compartido). The comment section shows three comments:

- Vivian Saieih JEP. Tribunal escogido por y para impunidad del terror. A eso le agregamos 220 mil has de coca para financiar la lucha armada y política. Gran legado del Nobel. Me gusta · Responder · 1 d
- Gerardo Torres El narcotráfico y la guerra para EEUU siempre a sido y será el mejor negocio del mundo. Para los gringos no existe otro mejor negocio más lucrativos que la guerra, Colombia siempre a sido su mejor pastel y la coca su mejor deleite, tanto así que les gusta más que la comida, se la meten al desayuno almuerzo y cena. Me gusta · Responder · 1 d · Editado
- Jaime Maya "Las sanciones" promovidas principalmente desde EEUU, son la manera como USA demuestra que la soberanía y la autodeterminación de latinoamerica le importa un pito. Me gusta · Responder · 23 h · Editado

Mapa de empatía

Para entender a mayor profundidad cuáles son las necesidades más importantes para la ciudadanía, es esencial salirse del mundo digital y trabajar con las personas de manera análoga en su territorio. Por eso presentamos el mapa de empatía, que permite entender qué piensa, siente, ve, oye, dice y hace la ciudadanía frente a diversos temas. Esta herramienta ha sido muy popular desde el 2010 en el enfoque de *design thinking* que busca crear experiencias, servicios o bienes pensados en el usuario.



El primer paso es salir a la calle o convocar personas que puedan y quieran participar en el ejercicio metodológico. Con unos cuantos posts y marcadores se le pregunta a la ciudadanía sobre:



•Qué piensa y siente para entender lo que realmente le importa, cuáles son sus verdaderas preocupaciones, aspiraciones e inquietudes.

•Qué oye de las personas que están a su alrededor como la familia, los amigos y otras personas influyentes en el territorio y su contexto.

•Qué ve de su entorno, de los políticos, de las personas que lo rodean y de aquellos que toman las decisiones, entre otros.

•Qué dice y hace para entender cuál es su actitud frente a los problemas del territorio, su disposición o reticencia a participar en procesos de construcción, veeduría o seguimiento de un plan de desarrollo local y el grado de compromiso que tiene con los demás en la sociedad.

•Qué esfuerzos tiene que realizar en su cotidianidad, entendidos como la superación de miedos, frustraciones y obstáculos de su vida como individuo y en sociedad.

•Qué resultados espera ver la persona en cuanto a esos deseos expuestos anteriormente.

En el mapa de empatía es necesario sistematizar casi que inmediatamente los resultados para poder trabajar con ellos en la construcción de narrativas, la formulación de propuestas de

intervención, el fortalecimiento de la legitimidad del proceso de incidencia en los planes de gobierno y en los planes de desarrollo del territorio.

Campana electoral

Para lograr que la participación ciudadana sea un eje fundamental de los planes de desarrollo, es esencial incidir en las campañas electorales y en los planes de gobierno de los y las candidatas del territorio impactable.

Para ello se proponen los siguientes pasos:

Construir una narrativa para <enamorar> a los políticos

La primera herramienta que puede tener en la campaña electoral es 'enamorar' a los candidatos y candidatas para que su Plan de Gobierno tenga referencias explícitas a la construcción de un PDT participativo. Con esto puede generar una narrativa que les muestre a los políticos que esta idea participativa sería atractiva inclusive para su propia candidatura.

Conectarse con todas las campañas políticas

Para lograr identificar las distintas campañas, puede ayudarse de un ejercicio de relacionamiento del candidato o candidata. Mapee sus equipos de trabajo y la manera en la que ellos trabajan (si tienen equipos grandes, quiénes hacen parte de su equipo de trabajo, qué temas trabajan, etc.). Esto será fundamental para saber estratégicamente con quién relacionarse para tener incidencia.

Comprometer a personajes públicos a que firmen la carta de la ciudadanía

Podrá hacer uso de videos, redes sociales y etiquetas, firmas, personajes públicos, change.org, entre otros, para que personajes públicos firmen una carta donde se comprometan públicamente a que harán un proceso de PDT participativo e invitando a múltiples sectores de la sociedad. Esta carta servirá para ejercer presión.



www.change.org

Que en el Plan de Gobierno de los candidatos se comprometan a que el PDT sea participativo

Podrá realizar una revisión del documento colaborativo con varias personas. Haga una convocatoria abierta invitando amigos, familiares e interesados para medir el nivel de compromiso del candidato o candidata en su Plan de Gobierno sobre un PDT participativo.

¡A veces estos planes de gobierno son extensos, por lo que necesitará varias manos para revisarlo!

Diagnóstico



Mínimo Común Denominador

Al comunicar los diferentes aspectos de la situación del territorio, necesarios para el diagnóstico, encontrará información muy técnica y diversa. Es necesario hacer el esfuerzo de transformar esta información a un lenguaje común que permita ejemplificar toda esta información en situaciones cotidianas que cualquier persona pueda comprender.

Bases de datos

Para la determinación y posicionamiento en el diagnóstico de las necesidades y potencialidades reales de la población, es importante hacer un trabajo de consulta de diferentes bases de datos que aporten información cierta de la situación del territorio. Puede consultar datos que tengan la alcaldía, gobernación o las secretarías de Planeación, así como las siguientes bases de datos:

The image displays three screenshots of government data portals. The top screenshot is for TerrData, featuring a banner that reads "Descubre en la sección Reportes, información sobre datos publicados por las entidades públicas" and a QR code. The middle screenshot is for DANE Geoport, showing a navigation menu and a featured article titled "ESTADO DE LOS INDICADORES DE LA MEDICIÓN DE DESEMPEÑO MUNICIPAL ANUAL QUE HACE EL DANE" with a QR code. The bottom screenshot is also for DANE Geoport, displaying a "Mapas Interactivos" section with various maps and a QR code. Vertical orange bars on the right side of each screenshot contain the website URLs: www.datos.gov.co, www.terridata.gov.co, and geoport.dane.gov.co.

Visualización de datos

El lenguaje es un elemento fundamental para incentivar o limitar la participación ciudadana, por eso es importante que los trabajos de comunicación basados en datos se puedan presentar en una forma que sea comprensible para la mayor cantidad posible de personas.



datos crudos



datos abiertos

Aquí puede consultar algunos ejemplos muy creativos de visualización de datos:



ciudadanos.com

LOS MÁS +

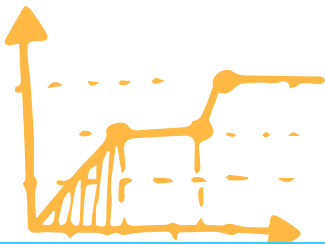
El poder político en Colombia moldea las realidades nacionales: desde la manera en la que se invierte dinero público hasta las normas que se utilizan para medir la manera en la que funciona el país. Lastimosamente, nuestros políticos han dejado de moverse por ideales altruistas y se han dejado comprar por el dinero, el poder y otros intereses. Para que haga un voto informado, le dejamos algunos datos importantes para que conozca antes de darle su confianza a un candidato. Vote como quiera, pero vote bien.

Los más cuestionados

Colombia ha estado en el ojo del huracán en los últimos años por los escándalos de corrupción tan desmedidos en las diferentes regiones del país, que van desde herederos de congresistas y gobernadores acusados por vínculos con grupos



especiales.dataSketch.co



presentación de datos



visualización de datos

The screenshot shows the 'gana' website interface. At the top, there is a navigation bar with the 'gana' logo and menu items: 'INICIO', 'TRANSPARENCIA', 'PARTICIPACIÓN', 'COLABORACIÓN', and 'BLOG'. Social media icons for Twitter, Facebook, and YouTube are also present. Below the navigation bar, there are two article thumbnails. The left one is titled 'ARROZ DE PARDO VAMOS A COMER' and features a circular infographic. The right one is titled 'COLOMBIA TIERRA DE FLORES' and includes a small portrait of a person. To the right of these thumbnails is a vertical orange bar with the text 'gana.xn--nario-rtia.gov.co'. Below the article thumbnails, there is a section for 'PUBLICADAS' with the logo 'LASILLAVACIA'. This section includes a search bar and a 'SEGUIR' button. A horizontal menu lists various regions: 'LA CACHACA', 'LA CARIBE', 'LA PACIFICO', 'LA PAISA', 'LA SANTANDERIANA', 'LA SUR', 'ESPECIALES', 'DETECTOR', 'OAG', 'LA ACADÉMICA', and 'LA LLENA'. Below this menu, the main article is titled 'Llega el Quién es Quién en versión gráfica' by 'SILLA NACIONAL' from 'Diciembre de 2013e'. The article is dated '06 DE JULIO DE 2014'. At the bottom of the article preview, there is a network diagram and the text 'PUBLICACIONES SELECCIONADAS'. To the right of the article preview is another vertical orange bar with the text 'lasillavacio.com' and a QR code.

Formulación



Para incidir en el proceso de formulación de los planes de desarrollo local es necesario hacer un análisis de discurso de las declaraciones públicas referentes al tema, así como remitirse a las promesas y compromisos establecidos en el Plan de Gobierno del actual gobernante y hacer investigación referente a la inversión de recursos contrastada con las necesidades y oportunidades mapeadas en la fase de prediagnóstico. Todo eso con el fin de presionar la apertura del proceso y que diferentes voces puedan participar de ello.

Acá presentamos algunas herramientas que servirán para incidir en el proceso de formulación:

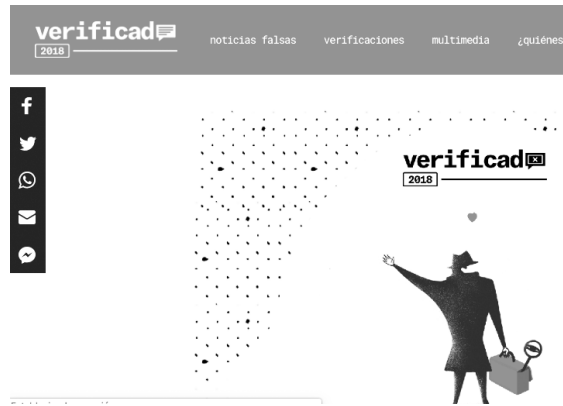
Análisis del discurso

Con esta herramienta metodológica de análisis cualitativo se busca entender cuáles son los postulados, los intereses, las fuerzas económicas, políticas y las normas sociales que rigen el discurso y la narrativa de los gobernantes del territorio. Sin embargo, proponemos que el análisis esté enfocado en la verificación de discurso.

La verificación del discurso consiste en revisar lo que dicen los candidatos y/o actores políticos de la región o el territorio para saber si sus dichos o afirmaciones son verdad o mentira, y así generar un semáforo que le permita a la ciudadanía ver la coherencia de los políticos y cualificar su perspectiva de ellos.

Acá les presentamos la metodología de *El Sabueso*, utilizada por una alianza de

verificación de discurso y de noticias falsas en México durante las elecciones presidenciales en el 2018, un caso exitoso de *fact-checking* en el mundo, debido a que involucró múltiples actores.



La metodología de *El Sabueso* consiste en los siguientes 7 pasos:

1. Se debe seleccionar una afirmación de algún político de la región o del territorio y ponderar su relevancia en cuanto a dos criterios: el tema y el poder o cargo que tiene la persona que lo dice.
2. Solicitar al político o funcionario público la fuente y los datos que sustentan su afirmación.
3. Verificar si la fuente, suministrada por el político, tiene los datos disponibles y coinciden con aquellos mencionados en la afirmación. Si existe concordancia, es igualmente necesario contrastarlo con otras fuentes y datos.

Para mayor información ingrese a este link: <https://verificado.mx/>

¿Los políticos mienten?

El Sabueso

te lo dice



4. Los datos se deben contrastar con cifras o investigaciones de expertos en el tema expuesto por el político.

5. Es necesario darle contexto a la frase y buscar profundidad en cuanto a las fuerzas sociales, políticas y económicas que llevan a hacer esa afirmación.

6. La frase se confirma, se contrapesa con otros datos, o se refuta y se desmiente.

7. La afirmación se califica de acuerdo con 8 categorías y se publica el resultado en los medios de comunicación y redes sociales.

Según la metodología, las categorías para clasificar las noticias son:

Nombre de la categoría	Descripción
Verdadero	Una vez contrastada la afirmación con las fuentes oficiales y/o rigurosas, se sostiene o se refuerza el contenido.
Verdad a medias	Si bien las fuentes consultadas sustentan la afirmación, se omiten datos o contexto determinante y que permite tener matices en la afirmación.
Discutible	La veracidad de la afirmación depende de la metodología utilizada para comprobar la afirmación.
No se puede probar	Cuando los datos oficiales o las investigaciones independientes no son suficientes para determinar si la afirmación es falsa o verdadera.
Engañoso	La afirmación tiene datos que coinciden con algunas fuentes de información, pero ha sido manipulada, intencionalmente o no, para generar un consenso o dar un mensaje en particular.
Casi falso	Los datos suministrados por la afirmación son mayoritariamente falsos.
Falso	Se ha comprobado que la afirmación no coincide con ningún dato, fuente oficial o investigación independiente.
Ridículo	La afirmación no solo es falsa, sino que exagera y se aleja de los datos de sobremana.

En Colombia hay ejemplos como el de **Colombiacheck** (<https://colombiacheck.com/>), un proyecto de Consejo de Redacción que se encarga de verificar noticias falsas mediante una plataforma digital, colaborativa y abierta en la cual se publican artículos desmintiendo o comprobando su veracidad con hechos, datos e investigación. El proyecto también presenta una metodología de verificación de datos, que se puede encontrar en la guía *Pistas para chequear, cómo hacer periodismo de verificación de datos*, en la cual se explican los problemas de la desinformación y se presentan técnicas, prácticas, herramientas y estrategias para abordarlos.

https://consejoderedaccion.org/webs/documentos/PistasParaChequear_web_VF.pdf



Como ejemplo de análisis de discurso la Silla Vacía tiene un ‘Semáforo’ que analiza las afirmaciones de distintos políticos y funcionarios para verificarlas, desmentirlas o reafirmarlas. Le dejamos este enlace <https://lasillavacia.com/silla-pacifico/semaforo-las-promesas-duque-tumaco-70673> que habla sobre la verdad de las afirmaciones que hizo Iván Duque, una vez posesionado como presidente, referente a Tumaco y cómo este iba a ser prioridad para su gobierno.



<https://lasillavacia.com/silla-pacifico/semaforo-las-promesas-duque-tumaco-70673>

Del dicho al hecho

Para incidir en el proceso de formulación del Plan de Desarrollo del municipio es importante remitirse a los compromisos establecidos en el Plan de Gobierno de la administración en la campaña política. Esto permite medir la coherencia de la administración y poder convocar más ciudadanos a la participación.

El ejercicio *del dicho al hecho* que aquí proponemos es una versión adaptada al contexto colombiano de la experiencia en Chile impulsada por la organización Ciudadanía Inteligente, y busca comprobar las promesas de campaña, el Plan de Gobierno y los compromisos adquiridos con la ciudadanía en tiempo electoral, contrastándolo con el proceso de formulación del Plan de Desarrollo Territorial.



<https://deldichoalhecho.cl>

La metodología de *del dicho al hecho* busca:

**Identificar
las promesas**

**realizadas por el alcalde/sa
o gobernador/a en el Plan
de Gobierno de la campaña
y durante su candidatura.**

**Determinar
cuáles son**

**los órganos encargados
del diseño, planeación y
ejecución de la política
pública que responde
a cada promesa. Aquí
también se diferencian los
compromisos que requieren
ser tramitados por los
concejos y asambleas.**

Clasificar los compromisos

por temas y categorías sencillas de comunicar y visibilizar.

Analizar la inclusión

de los temas y las promesas en el plan de desarrollo territorial.

Determinar el grado de cumplimiento

de los compromisos en la formulación del Plan de Desarrollo.

Visibilizar mediante

artículos de prensa, noticieros, radio, redes sociales y otros mecanismos de comunicación.

Investigación sobre presupuesto municipal y departamental

Es fundamental investigar cómo se está llevando a cabo la distribución del presupuesto del municipio, ciudad o departamento, puesto que es allí donde se destinan los recursos para que las promesas y los temas incluidos en el Plan de Desarrollo puedan llevarse a cabo. Es decir, lo que no tenga presupuesto destinado, por más que se mencione en el Plan de Desarrollo local, no podrá ejecutarse y quedará como un discurso y no como una realidad de política pública.

Para ello le contamos sobre la iniciativa que tiene la Gobernación de Nariño, llamada 'Gana Control'.

Esta visualiza los datos de cómo se está distribuyendo y ejecutando el presupuesto de la gobernación anualmente. Aunque esta es una iniciativa de una entidad pública reúne investigación con un buen ejercicio de comunicación. Así que la invitación es a que haga periodismo basado en las investigaciones sobre destinación, priorización y ejecución de presupuesto, siempre relacionándolo con el Plan de Desarrollo Territorial.



<https://ganacontrol.xn--nario-rta.gov.co/>

Visibilización y comunicación asertiva

Es importante que todo lo que se ha investigado con las herramientas y metodologías mencionadas anteriormente sea visibilizado de manera asertiva en medios de comunicación, redes sociales y estrategias de trabajo en calle con la ciudadanía.

Para ello siempre hay que preguntarnos:

Para qué: el sentido, objetivo o la razón por la cual se quiere comunicar lo investigado.

Cómo: el canal de comunicación y la forma de hacerlo. Es decir, el canal puede ser mediante Facebook, YouTube, Twitter, periódico, radio, etc.

Qué: corresponde al tipo de comunicación que se quiere, es decir, si es un mensaje, un comentario, una infografía, un video, un artículo de opinión, un pódcast, una entrevista, etc.



¿Por qué? ¿Haces lo que haces? ¿Cuál es el propósito?	¿Cómo? ¿Cómo haces lo que haces?	¿Qué? ¿Qué haces?
--	--	-----------------------------

Para determinar el contenido de la comunicación es importante trabajar sobre lo siguiente:

Mensaje	Tono	Modo	Manera	Canal
Contenido por comunicar	Informativo Argumental Testimonial Reflexivo Impersonal Coloquial Humorístico Expositivo Relacionado Demostrativo	Verbal Escrito Corporal Audiovisual Gráfico	Meme Chistes Sátira Visualización de datos Video GIF Pódcast	Radio Medio impreso Medio digital Facebook Twitter YouTube

Consejo Territorial de Planeación



—**a.** Los Consejos Territoriales de Planeación son las instancias creadas para garantizar la participación ciudadana en la construcción y seguimiento de las políticas públicas que se ven reflejadas en el PDT.

—**b.** Este Consejo es su última oportunidad para insistir en recomendaciones sobre temas que no se hayan incluido en el PDT. Si identifica un tema prioritario para el territorio, que no haya sido incluido en la primera fase del proceso, ¡insista! Todavía en esta etapa se puede.

—**c.** Una herramienta que puede utilizar aquí es la incidencia a través del cabildeo. Este ejercicio es una forma de «negociar e influir en los centros de toma de decisiones políticas y económicas, con el propósito de (...) generar un apoyo a una causa o a

un proyecto específico» (Carrizosa, 2001). Tenga en cuenta que para que el cabildeo funcione debe tratar de generar la mayor presión posible, por medio de la ciudadanía para que el tema que considera prioritario y de beneficio para la comunidad logre entrar en las prioridades ya establecidas en el PDT. Por definición, el cabildeo es una estrategia conjunta, que debe encaminarse con más personas para lograr el objetivo. Con buena presión ciudadana puede buscar entrevistas o diálogos públicos entre la ciudadanía y el Consejo Territorial para el fin colectivo.

—**d.** Después de obtener el apoyo de sectores de la sociedad que consideren que hay un punto fuera del PDT que es fundamental para el desarrollo de la región, genere un mapa de poder político para determinar con quién hará el cabildeo.



Para mayor información sobre los Consejos Territoriales de Planeación, consultar:



<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Consejo%20Nacional%20de%20Planeacin/Guia%20Consejos%20Territoriales%20web.pdf>

Aprobación

Como los planes de desarrollo local requieren de la aprobación de los concejos y asambleas es necesario incidir en la forma en que se debaten los temas, velar por que las modificaciones y ponencias respondan a las necesidades identificadas en anteriores etapas. De manera muy breve presentamos una serie de herramientas que servirán para incidir en este proceso:

Mapas del poder

Los mapas del poder son una herramienta que de manera gráfica visibiliza las familias que ostentan el poder en los territorios, la relación que tienen políticos y funcionarios públicos con sectores bancarios, medios de comunicación, grupos empresariales y multinacionales, entre otros. En este punto es importante entender cómo funcionan las relaciones de poder en los concejos y asambleas, las lealtades y los compromisos que tienen los representantes con la administración.

Es fundamental entender que hacer un mapa del poder tiene riesgos, sobre todo en un país tan marcado por la violencia y el conflicto como Colombia. Hemos visto que en los últimos años han muerto cientos de líderes sociales y políticos en los diferentes territorios, por lo que recomendamos tener máxima precaución con la información que se revela, las fuentes que se consultan y la forma en que se visibilizan los mapas del poder. Es decir que, si se hace un mapa del poder, es preferible medir los riesgos de publicar y si se evalúa que pueden ser altos, encontrar la forma de revelar la información sin comprometer a los responsables de elaborarla. Para esto es clave trabajar con periodistas y medios de comunicación que entiendan los riesgos de comunicarlo.

Aquí le presentamos una experiencia muy exitosa de un colectivo llamado Actuemos que logró poner a uno de sus miembros en la Cámara de Representantes por Bogotá en el año 2018, evidenciando las relaciones de poder entre diferentes políticos y grupos económicos en Colombia. Como un ejemplo, acá puede encontrar un mapa, en el cual se muestra la relación que existía entre el presidente en ese entonces, Juan Manuel Santos, y los diferentes embajadores, cónsules y cancilleres.

— Transmisión y reportaje en vivo

Es fundamental comunicar activamente las discusiones sobre el Plan de Desarrollo en los concejos municipales o las asambleas departamentales. Para ello es esencial utilizar las herramientas que ya nos brindan las redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter. Plataformas en las que se pueden llevar a cabo transmisiones en vivo.

— Presión con herramientas digitales

Adicionalmente a las coberturas vía *streaming* en redes sociales, es fundamental conocer plataformas de incidencia en órganos representativos, mediante las cuales la ciudadanía puede hacer presión digital a los políticos y servidores públicos. Esto tiene como finalidad que la ciudadanía se involucre en el proceso de construcción de los planes de desarrollo local y canalizar la indignación que puede causar una injusticia o el incumplimiento de los compromisos previamente acordados y llevarla a la acción.

Le presentamos la plataforma *Activá el Congreso*, desarrollada en Argentina con el fin de presionar a los representantes y senadores para que votaran a favor del tema del momento (Aborto Legal Ya) que se discutía en el Legislativo. El tema no es afín a esta publicación, pero lo mencionamos porque permitió evidenciar cómo la ciudadanía mediante una plataforma que la conectaba con las cuentas de Twitter, Facebook, WhatsApp, sus teléfonos y correos, y les generaba mensajes predeterminados listos para enviar, logró movilizar miles de personas e influir en la toma de decisión del Congreso.

<https://activaelcongreso.org/>



— Convocando marchas por redes sociales

Así como la movilización digital es importante para presionar, también lo es el salir a la calle pacíficamente a exigir los compromisos de campaña y de Plan de Gobierno. Esto se puede hacer mediante *hashtags* en Twitter, Facebook e Instagram, para incentivar a la gente a movilizarse. Adicionalmente es importante hacer alianzas con otros líderes, periodistas o influenciadores que puedan ayudar a generar mayor resonancia y a convocar, mediante sus redes sociales, a la acción pacífica en las calles. Finalmente es clave generar una parrilla de mensajes con el *hashtag* para que a todos y todas les sea más fácil convocar y seguir la marcha en vivo.



Planes de acción

Esta etapa permite convertir lo establecido en el Plan de Desarrollo Local en una verdadera política pública de gobierno con objetivos, metas, resultados, encargados, tiempos y presupuesto. Así que es fundamental incidir en ella, entendiendo que los planes de acción son creados por las diferentes secretarías del municipio o del departamento. Para incidir en su formulación se pueden usar herramientas como:

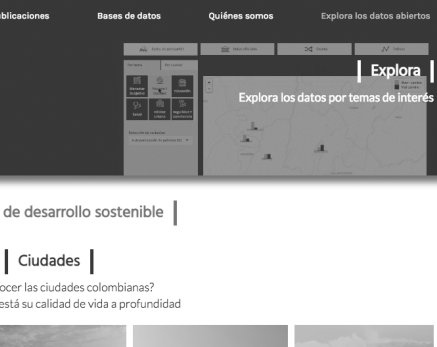
Mapas políticos y de poder de los secretarios

Así como en la etapa anterior, la incidencia pasa por entender las relaciones de poder, las lealtades y los compromisos que tienen los secretarios con el gobernante. Es fundamental revisar sus conexiones, a qué partido político son afines y su relación con las empresas privadas y organizaciones de la sociedad civil. A diferencia de la etapa anterior, estos mapas políticos deben estar enfocados en los secretarios y las secretarías y sus equipos de trabajo, quienes son los que van a determinar la aplicabilidad y prioridades de la acción del Plan de Desarrollo local.

Periodismo de datos

En esta etapa es esencial poder contar historias con datos que permitan incidir en la formulación y ejecución de los planes de acción sectoriales. Es decir, si bien ya se tienen los datos, que se deben pedir a las diferentes entidades gubernamentales, o se pueden ‘levantar’ mediante ejercicios como ‘datatones’ o investigando en los portales de datos abiertos como:





www.ciudadatos.com



www.datos.gov.co



www.dnp.gov.co

Es esencial convertir esos datos en historias para que la ciudadanía entienda qué significa y lo que implican en su vida en el territorio.

Si le interesa hacer periodismo de datos puede usar el siguiente portal de una organización colombiana llamada Datasketch, en la cual se expone una serie de herramientas para visualizar datos y así contar historias relacionadas con diferentes temas. También, en este portal puede encontrar ejemplos de periodismo de datos con excelentes ideas de su visualización digital.

Si quiere conocer un ejemplo de periodismo de datos de alta calidad le recomendamos revisar el proyecto Tierra de Resistentes. Una iniciativa de Consejo de Redacción, realizada con el apoyo de la Deutsche Welle Akademie y la Agencia de Cooperación Alemana, en la cual 30 periodistas, desarrolladores, investigadores y productores de siete países indagaron sobre episodios de violencia contra líderes y lideresas ambientales, ecologistas y sus comunidades. El resultado generó una base de datos con 1365 hechos victimizantes desde 2009 hasta 2018 en Brasil, México, Colombia, Ecuador, Guatemala y Perú; 16 reportajes de campo y una plataforma accesible y entendible para la ciudadanía. Puede conocer el proyecto aquí:



<https://colombiacheck.com/especiales/tierra-resistentes/es-co/>

Evaluación

—**a.** En esta etapa de evaluación es importante señalar que en un territorio que ha estado expuesto abiertamente al conflicto armado, debe haber una alerta de seguridad por el uso y la divulgación de estas herramientas. ¡Ojo con la forma en que utiliza estas herramientas y con quién las comparte!

—**b.** Para la etapa de evaluación, puede apoyarse en la información de la Secretaría de Planeación Departamental. Cada departamento o municipio cuenta con una secretaría que dirige, coordina y supervisa el Sistema de Planeación. Por planeación entendemos priorización de recursos del territorio, promoción del desarrollo económico y social de la región.

—**c.** Puede apoyarse en la página web del Secop (Sistema Estatal de Contratación Pública), que brinda

información acerca de los procesos de contratación estatal en todo el país. Aquí puede informarse sobre quiénes son los proveedores en una obra pública, quiénes son los compradores, qué precios solicitan para ejecutar los contratos con el Estado, y más. Es una excelente herramienta que puede utilizar si desea hacer seguimiento al gasto público de su departamento o municipio. Además, cuenta con conceptos jurídicos para que consulte y entienda cada vez mejor cómo funciona el sistema de contratación estatal.



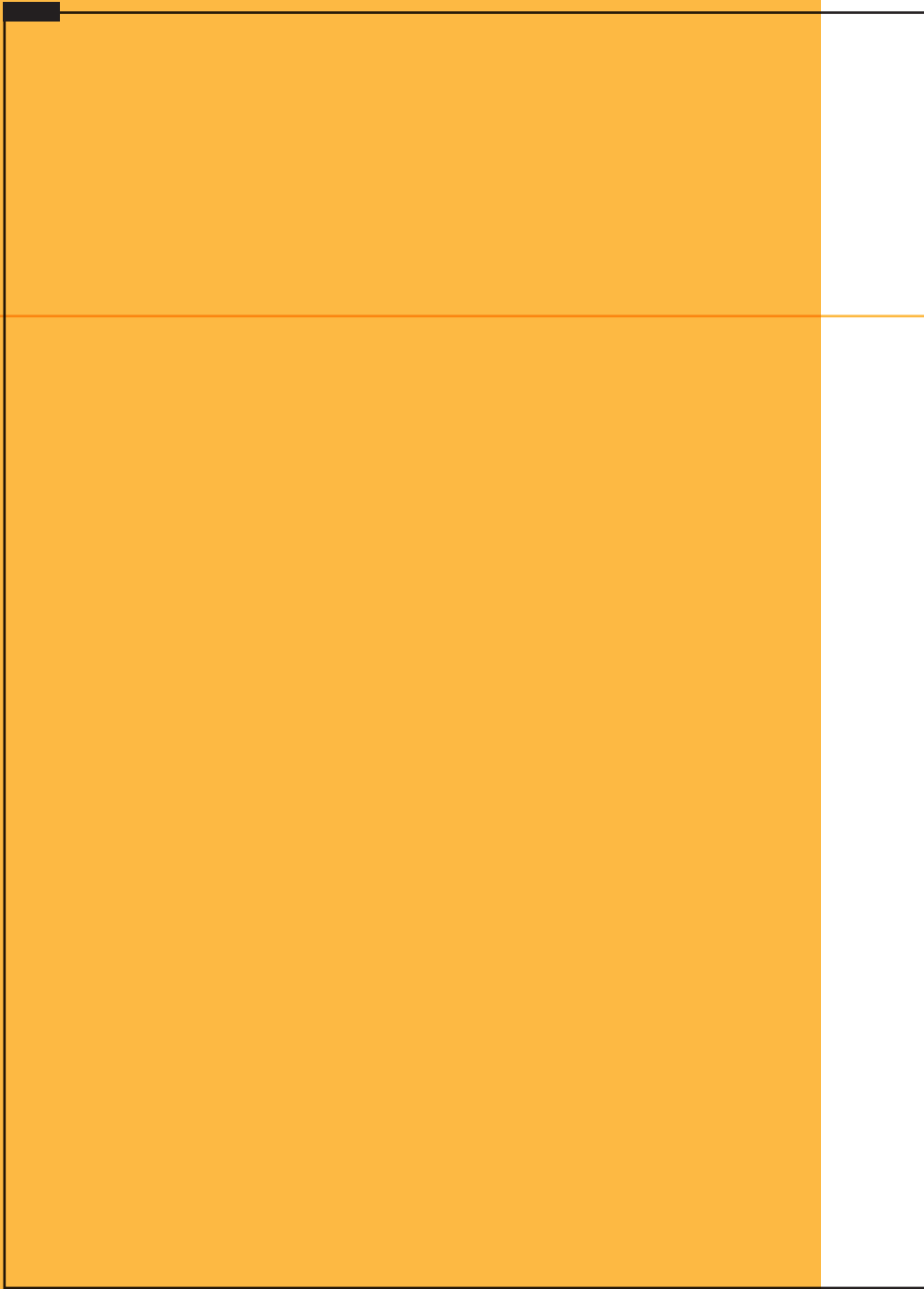
<https://activaelcongreso.org/>

—**d.** Recuerde que también está dentro de sus derechos como ciudadano y ciudadana solicitar rendición de cuentas periódicas (anuales) sobre la forma en la que el territorio está asumiendo los gastos. Con las herramientas descritas anteriormente, puede solicitar acceso a la información de su territorio, saber cómo se está ejecutando el gasto, saber cuáles políticas públicas se están priorizando, saber las razones de esa priorización, etc.

https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-4323_recurso_2.pdf



PISTAS PARA HACER DEL DESARROLLO NUESTRO PLAN



Conclusiones

Este capítulo buscó presentar los planes de desarrollo territorial, cómo se conforman, cómo se formulan y cómo se incide efectivamente en ellos. Los PDT son la hoja de ruta, en términos de planeación, con la que cuentan las entidades territoriales en Colombia. Comprender qué etapas tienen, cómo se construyen y cuáles herramientas se pueden utilizar para incidir en ellos constituye un valor necesario para los periodistas y comunicadores que deseen intervenir en este proceso de planeación administrativa. No hay que olvidar que estos instrumentos de planeación deciden definitivamente sobre los recursos con los que cuenta la entidad territorial (sea local, municipal o departamental). ¡Es clave entender la estructura interna de los PDT para comenzar a decidir sobre las prioridades de las políticas públicas y la destinación del gasto de nuestro territorio!

Por último, se presentaron varias herramientas con las cuáles los periodistas, los comunicadores y, en general, los ciudadanos cuentan para poder incidir en cada etapa de elaboración de los PDT. Las

herramientas son de usabilidad abierta, lo que quiere decir que cualquier ciudadano puede utilizarlas para tener injerencia en las decisiones que se toman a nivel territorial. No dejemos que sigan decidiendo por nosotros, esto es algo que incumbe a todo ciudadano para tener un municipio o un departamento con mayor prosperidad económica, política y social.



CAPÍTULO 2

Gráficos, herramienta del periodista para explicar

Por Adriana Osorio García

— Este capítulo pretende suministrar un panorama de la reportería, la investigación y la elaboración de artículos sobre planes de desarrollo y de ordenamiento territorial. Además enfatiza en el cruce de datos y gráficos como método en la explicación de estas normas.

Hablar de planes de desarrollo y planes de ordenamiento territorial resulta tedioso para la mayoría de los ciudadanos, incluso cuando se es consciente de la importancia que tienen en la vida cotidiana y en el futuro de las ciudades, las regiones y el país.

Sin embargo, los periodistas y los medios están obligados a informar las generalidades y los pormenores de estos planes. El reto es cómo hacer para que las audiencias los entiendan, sobre todo en los medios escritos y digitales, donde las explicaciones suelen convertirse en densos párrafos, llenos de términos técnicos que hacen que el lector opte por abandonar el texto.

También es indispensable entender que la labor no termina en informar cuándo y cómo quedó el Plan de Desarrollo o el Plan de Ordenamiento Territorial, sino que es importante hacer seguimiento

al cumplimiento de esa política pública que consignó el gobernante de turno en un documento.

Lo primero que el periodista debe tener en cuenta es cómo se construye un Plan de Desarrollo y tener muy presente que este se alinea con el programa de gobierno del nuevo mandatario. El diagnóstico de la ciudad, la región y el país es fundamental para priorizar sectores, estrategias y acciones. No en pocas veces al periodista que le corresponde cubrir esta información parte de su ignorancia sobre los temas públicos. Por eso lo primero es enterarse bien de las instituciones y su papel en el plan.

Expertos en planeación territorial, como el secretario de Planeación de Caldas, Juan Felipe Jaramillo, quien también fue asesor de planeación por años, explican que conocer el procedimiento es clave a la hora de hacer seguimiento a los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial. Asegura que la mayoría de municipios y departamentos fallan en este aspecto, sobre todo por desconocimiento de las normas.

La importancia de documentarse



Aunque parece obvio y es un elemento básico de la reportería, en el correo diario de las salas de redacción a veces se olvida la importancia de investigar antes de hacer las entrevistas, con mayor razón cuando se trata de asuntos con un relevante componente técnico.

Para entender los planes desde el principio es muy útil comprender primero conceptos básicos del ordenamiento territorial, los cuales entregan una visión general de lo que se analizará y permiten empezar el desglose de los documentos.

El Departamento Nacional de Planeación (DNP) suministra esta información, que está disponible para cualquier ciudadano en su página web www.dnp.gov.co, cuyos documentos dan una mirada inicial al tema que se trabajará.

También es importante acudir a las oficinas de Planeación departamentales y municipales, pues allí proporcionan los elementos para un entendimiento más cercano de los procesos de ordenamiento territorial.

Por lo general los diálogos con las fuentes se tornan extensos, por lo que ir creando sus propios mapas durante estos espacios facilita luego el trabajo. Aunque parece tedioso, por la experiencia en el diario *La Patria* durante el cubrimiento y la publicación del proceso de debate del POT 2017-2031, resulta útil grabar las entrevistas, lo cual permite volver a escuchar los términos exactos que utilizan las fuentes, para luego despejar dudas, pues surgen varias durante el proceso de escribir y consolidar la información.

Plan de Desarrollo

Aunque la definición del DNP se refiere al Plan Nacional, esta se puede aplicar a los territorios. Un plan de desarrollo es un documento que contiene los propósitos y objetivos territoriales de largo plazo, metas y prioridades a mediano plazo, y las estrategias y líneas generales de política, que orientan las actividades de la Administración y las entidades. Se definen para cada periodo de gobierno.

Son 'la carta de navegación' y el principal instrumento de planeación y gestión del desarrollo integral de las entidades territoriales.

Plan de Ordenamiento Territorial (POT)

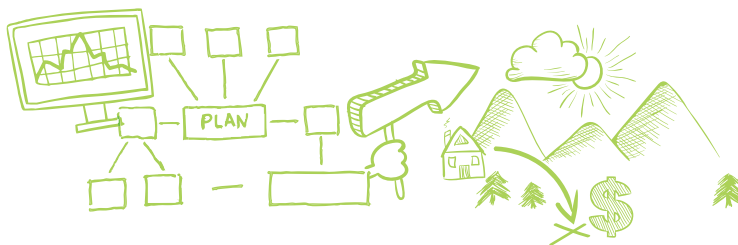
Conjunto de objetivos, directrices, estrategias, metas, programas, actuaciones y normas adaptadas para administrar el desarrollo físico del territorio y la utilización del suelo, elaborados y adoptados por las autoridades de los distritos y municipios con población superior a los 100.000 habitantes.

El POT define cómo debe la ciudad ocupar físicamente el espacio. Es decir, aparecen en él las zonas con posibilidades de intervenciones o con restricciones, la norma con la que se debe desarrollar y los usos de los suelos que se pueden ocupar.

Se diferencia del Plan de Desarrollo en que este detalla la inversión para el mandato de una Administración, mientras el POT habla de temas más generales, no define recursos.

Tiene vigencia para 12 años,
esto es el equivalente a tres
administraciones municipales.

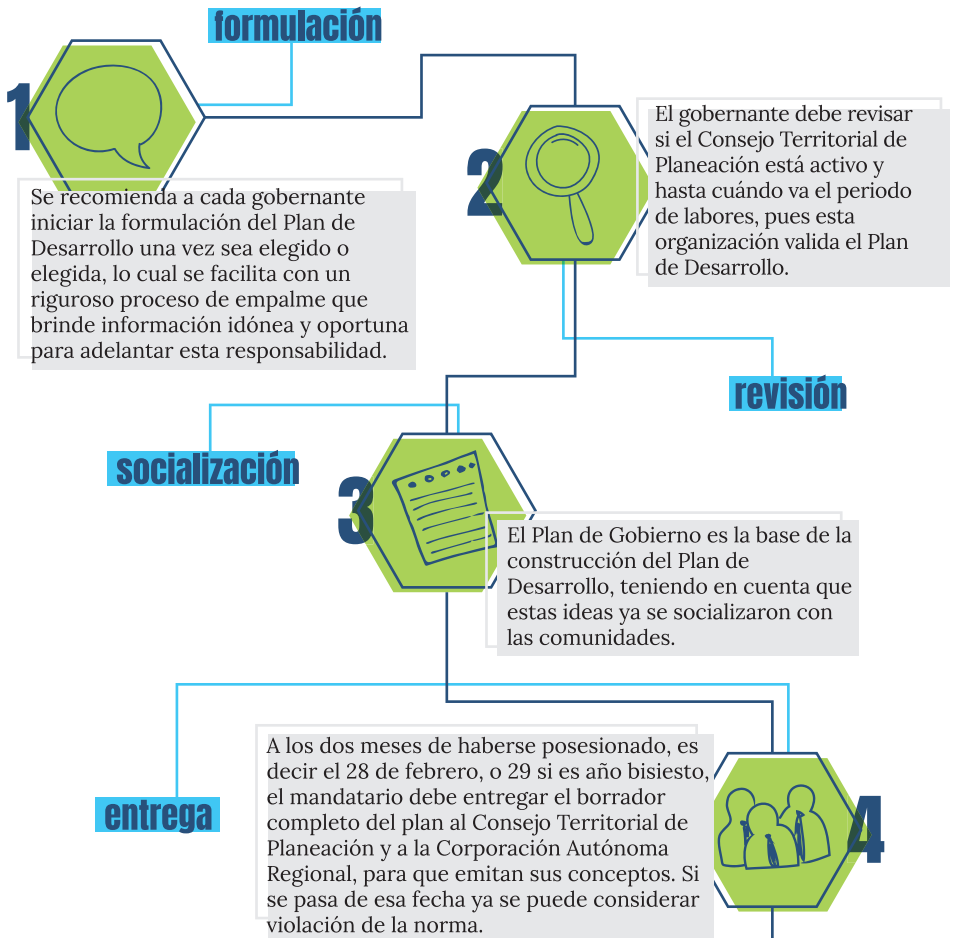
Antes de llegar al concejo, el POT
pasa por el Consejo Territorial de
Planeación (CTP) y por la autoridad
ambiental de la región, que lo
analizan y emiten su concepto.



Procedimiento inicial

Además, el secretario de Planeación de Caldas enfatiza en que cualquier periodista que cubra asuntos de planeación territorial debe conocer los trámites básicos que deben realizar

los gobernantes antes de iniciar la ejecución de su Plan de Desarrollo, y tener presente que estos se deben cumplir a cabalidad, como ocurre en pocas ocasiones.



aprobación



El nuevo gobierno tiene un mes más, hasta el 30 de abril, para entregar el documento ajustado y definitivo a la asamblea departamental o al concejo municipal, para la discusión, modificaciones y aprobación.

discusión
modificaciones

radicación

Además, el gobernante debe radicar el documento en el órgano de control político que corresponda, ya sea concejo o asamblea.



El Consejo Territorial y la Corporación Autónoma tienen un mes para entregar sus observaciones, es decir hasta el 30 de marzo. Estas son recomendaciones, por lo que no obligan al gobernante a realizar cambios.



recomendaciones

¿Qué se va a analizar?

Como es conocido, los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial son extensos documentos, por lo que fragmentarlos sirve mucho para el análisis y la medición de resultados, que lleven a mostrar avances, logros o incumplimientos, si es el caso.

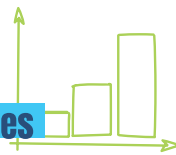
Este seguimiento se debe realizar a cada componente del plan, con el fin de mostrar avances específicos y más completos.

Componentes de un Plan de Desarrollo



Parte programática

Plan de inversiones



Los objetivos sectoriales a mediano y largo plazo por sectores y grupos sociales.

Las metas a mediano y largo plazo y los procedimientos y mecanismos generales para lograrlos.

Las estrategias y políticas en materia económica, social y ambiental que guiarán la acción del Gobierno para alcanzar los objetivos y metas definidos.

La proyección de los recursos financieros disponibles para su ejecución y su armonización con los planes de gasto público.

La descripción de los principales programas y subprogramas, con sus objetivos y metas, y los proyectos prioritarios de inversión.

Los presupuestos plurianuales mediante los cuales se proyectarán en los costos de los programas más importantes de inversión pública contemplados en la parte general.

La especificación sobre cuáles son los mecanismos idóneos para su ejecución.

Nota: en el caso de los POT, los componentes varían según las necesidades del municipio y la construcción que hace cada administración local. Fuente Ley 152 de 1994.

El análisis

Luego de estudiar los términos básicos del ordenamiento territorial, empieza la tarea de revisión del documento en el que se trabajará. Es ideal leerlo completo, pero no en todos los medios de comunicación esto es posible por las dinámicas de trabajo o porque se sabe que mucho de lo que contiene el texto es explicación de la explicación y puede el periodista, a pesar de leerlo, perderse en el remolino de los términos técnicos. Por ello, se recomienda extraer las ideas principales de cada componente o línea junto con las categorías básicas y los sectores que incluye. Esto se logra después del diálogo con algunos expertos que apoyarán la investigación.

El siguiente paso es determinar cuáles son los aspectos primordiales que expone el documento, pues es claro que no podemos consignar todo el plan en el trabajo periodístico. Entre los puntos relevantes está identificar cuáles son los aspectos novedosos que llevarán a cambios sustanciales en la ciudad o en la región y comparar las nuevas normas frente a las que regían antes.

El criterio periodístico permite poner el ojo en los componentes o partes que se destacan en cada línea estratégica, ya sea porque es una promesa cacareada por el actual gobernante, porque preocupa a una comunidad que siente que le genera perjuicio o porque es un pilar fundamental del plan y para el desarrollo del territorio.

Un ejemplo de esta labor se dio en el 2017, cuando en el periódico *La Patria*, de Manizales, se explicó el nuevo POT de la ciudad. Solo el acuerdo es un documento de 98 páginas y se le deben sumar las fichas, anexos y el acuerdo por el cual se adopta la revisión ordinaria de contenidos de largo plazo del POT. La orientación y el apoyo del

editor general fueron determinantes en la construcción de este conjunto de artículos.

Para entender mejor qué significa ese cúmulo de normas y directrices consignadas, lo primero que se hizo fue desglosar el POT propuesto, que estaba en estudio del concejo municipal, y priorizar aspectos de cada capítulo y subcapítulo, los cuales están incluidos en tres grandes componentes: general, urbano y rural. Luego se acudió a expertos en cada aspecto específico: uso de suelo, movilidad, zonas de expansión, infraestructura de transporte y minería, solo por nombrar algunos.

La academia provee la mayoría de personas que estudian con detenimiento los planes de desarrollo y los de ordenamiento territorial, por lo que es la opción más adecuada para una explicación clara. También es relevante entender que en una sola entrega periodística es complicado hacer un seguimiento y mostrar detalles. En *La Patria* se programaron 11 entregas antes de la aprobación del POT, que se publicaban como informe especial de la edición dominical.

La orientación de los mismos académicos permite determinar qué normas se priorizarán. Por lo general serán aquellos aspectos que generarán los cambios más relevantes para la región o la ciudad.

Fuentes para tener en cuenta

Además de la consulta en la academia, es importante conocer la mirada de quienes elaboran los planes y de quienes tienen voz y voto para decidir cómo quedará la nueva política.

En el caso de los planes de Ordenamiento Territorial, el concejo municipal es el encargado de determinar, en varias sesiones y socializaciones, qué aspectos se aprueban y cuáles se deben modificar. Frente a los planes de Desarrollo, el Consejo Territorial de Planeación, las corporaciones autónomas y la asamblea también se deben consultar para contrastar miradas y, sin duda, los representantes de las comunidades. Estas perspectivas son complementarias y se pueden incluir en gráficos explicativos, como alternativa al uso de textos densos.

Aunque los documentos son las fuentes principales para la difusión de las normas y políticas para el ordenamiento territorial, los medios deben dar a conocer las distintas perspectivas sobre la construcción de estas normas. Las socializaciones son espacios que proveen variedad de testimonios, tanto de gobernantes, como de líderes sociales, gremiales y de comunidad en general. Estas opiniones enriquecen la labor periodística y entregan una visión amplia a los lectores. Estas son las fuentes generales para tener en cuenta:



Corporaciones de control político (asambleas departamentales y concejos municipales)



Periodurías ciudadanas



Instituciones sin ánimo de lucro



Expertos académicos



Líderes políticos



Gremios



Asistentes a las sesiones de trabajo o a los debates, según el caso



Gobierno municipal o regional



Comunidad en general

Además, el trabajo periodístico se enriquece con fuentes específicas de cada aspecto que se explica. Por ejemplo, si se analiza cómo cambia el uso del suelo en las distintas zonas de la ciudad, debe haber voces de quienes ganan y quienes pierden con la transformación de los sectores.

La principal pregunta para cada fuente es cómo los diferentes aspectos de la norma cambian o afectan la vida diaria de los ciudadanos. Este cuestionamiento también se lo debe hacer el periodista en el momento de escribir y elaborar la información que se plasmará en el medio de comunicación. **Mejor dicho, pregunte, pregunte y pregunte.**

A la hora de evaluar

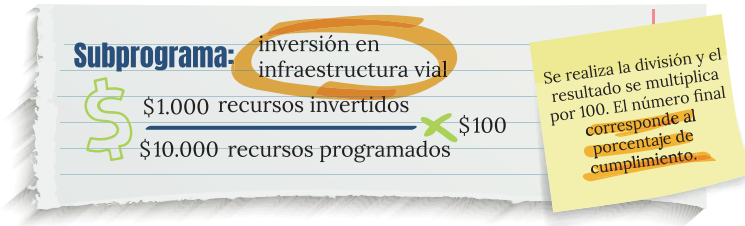
Como se dijo, lo primero es determinar cuáles son los aspectos centrales que se abordan. Los planes de desarrollo tienen líneas de trabajo estratégico, que determinan la administración de turno y que deben estar basados en el diagnóstico de cada territorio. Estas líneas incluyen los sectores educación, salud, vivienda, transparencia, cultura, deporte, entre otros, y estos conllevan objetivos, con sus programas y subprogramas.

Un esquema similar se maneja en los planes de ordenamiento territorial, que en vez de líneas se divide en componentes, los cuales tienen subtemas o categorías que explican cómo se organizará la ciudad o el municipio en los próximos 12 años.

Si queremos hacer un seguimiento riguroso de los planes de desarrollo, lo recomendable, de acuerdo con expertos en planeación, es revisar los resultados de cumplimiento de las metas de los programas y subprogramas, pues son medibles y permiten lograr los objetivos.

Realizar esta evaluación puede convertirse en una tarea muy técnica, sin tener los conocimientos amplios de administración financiera, por solo nombrar un aspecto. Por esto, la recomendación es medir los indicadores mediante la eficacia, que es un cociente. Para esto, en el numerador se pone la cifra que gastó el Gobierno en cada subprograma y en el denominador se escribe la cifra programada. Esta es la manera más básica de medir un Plan de Desarrollo.

La operación se realiza de la siguiente manera:



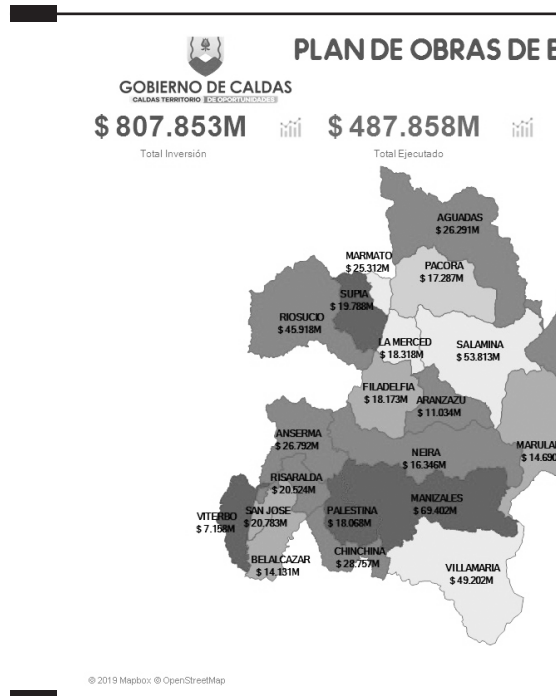
Por lo general estos indicadores detallan los efectos reales del accionar de una entidad, a través de programas, proyectos, entre otros, sobre la sociedad o sus usuarios, asegura el Departamento Administrativo de la Función Pública, en la Guía para la construcción y análisis de indicadores de gestión.

Sin embargo, los porcentajes por sí solos no dicen mucho a la hora de mostrar resultados. La labor del periodista está en traducir esos porcentajes en bienes y servicios: cuántas viviendas se han entregado, cuántos kilómetros se han pavimentado, cuántos desempleados menos hay en la ciudad, entre otros ejemplos. La labor periodística debe mostrar qué significa el porcentaje, a quién beneficia.

Otro aspecto para tener en cuenta en la evaluación es que la ley plantea que una vez sea aprobado y sancionado el Plan de Desarrollo, el gobernante tiene cerca de tres meses para hacer el plan indicativo, que es aterrizar las metas que en la ordenanza quedaron a cuatro años y llevarlas a anualidades.

Por ejemplo, la meta es pavimentar 100 kilómetros. El plan indicativo muestra cómo se programa la ejecución año a año para alcanzar ese objetivo, y no necesariamente debe ser en cantidades iguales porque todos los años de gobierno no son iguales. El tercer año es el pico del gobierno para recoger lo que se siembra en el Plan de Desarrollo.

Otras dos formas de medir los impactos de un Plan de Desarrollo son de acuerdo con los grupos poblacionales y con los territorios, según las fortalezas del plan. Es decir, se puede realizar un mapa del territorio, en el que se muestren las inversiones por municipios, en el caso del departamento, o por comunas y veredas, en el caso de las localidades. Así se puede ilustrar en dónde invirtió más la Administración y por qué, pues el mismo plan debe explicar por qué se priorizan ciertas zonas.



El análisis de los recursos que reciben los distintos grupos poblacionales ofrece una mirada desde otro ángulo y puede aportar avances o retrocesos en los planes de desarrollo territoriales. Además mostrar estos datos puede aportar la consolidación de políticas públicas o proyectos que beneficien a las poblaciones que más apoyo necesitan.

Ahora, si lo que se va a evaluar es un POT, el seguimiento requiere un análisis del cumplimiento de la reglamentación y de la adopción. En este punto, *La Patria* también se le ha jugado con el plan de Manizales, mediante notas breves y trabajos especiales que muestran los pendientes de la decisión que se tomó en noviembre del 2017 con el nuevo Plan de Ordenamiento.

Entonces, las preguntas que se debe hacer el periodista en este caso son:

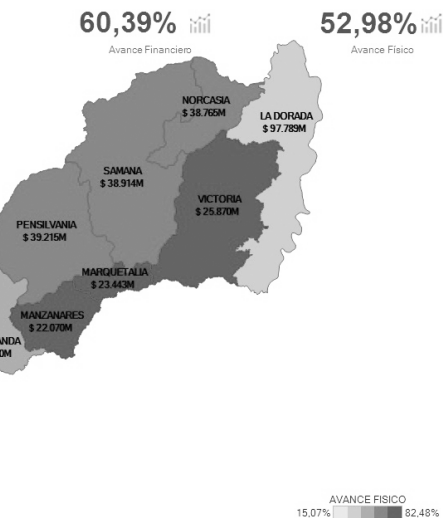
¿Cuáles cambios sí se han llevado a cabo?

¿Qué plazos se tenían para reglamentar las normas?

¿Cuáles son los tiempos de implementación y por qué no se ha llevado a cabo a cabalidad?, si es el caso.

Se debe tener claro que no solo la Administración municipal es la responsable del desarrollo normal del cronograma, pues los concejales y las autoridades municipales de planeación son los encargados de revisar con frecuencia cómo se avanza en el ordenamiento territorial propuesto y aprobado por ellos mismos. Por esto, los consejos territoriales de planeación y las entidades de control político también deben acudir a los llamados para evaluar los avances.

BIENES Y SERVICIOS 2017 - 2019



Este es un ejemplo con los recursos destinados por la Gobernación de Caldas para cada municipio en la actual Administración (2016-2019)

Cómo organizar la información

Cuando ya se cuenta con las entrevistas, los datos exactos de avances del plan y los soportes específicos de cada información, empieza la tarea de organizar datos para elaborar el artículo. Como la idea es analizar e informar mediante gráficas, sirve mucho el ejercicio de rayar en una hoja de papel lo que se quiere construir y en este proceso es clave el apoyo del infografista y del diseñador.

De esta manera se trabaja en una presentación más amigable para los lectores. En el caso expuesto de *La Patria* con el POT de Manizales se realizaron 11 infografías, cada una explicando solo un componente del plan.

SE DEFINIÓ EL HORIZONTE Y LOS

Proyectos e esencia para e

El objetivo de incluirlos en el Plan de Ordenamiento Territorial es que las administraciones municipales articulen sus planes de desarrollo a la nueva planeación. Resumen.

ADRIANA OSORIO

LA PATRIA | MANIZALES

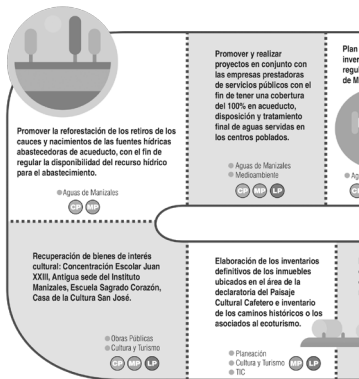
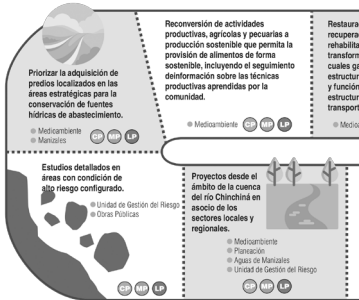
Los proyectos estratégicos incluidos en el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) en esta ocasión no solo están nombrados en el programa de ejecución, sino que tienen un horizonte de ejecución definido y responsables asignados.

Este hace parte de los cambios que se tuvieron en cuenta para tener una medición más juiciosa del cumplimiento del POT.

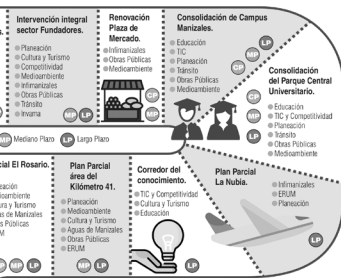
El concejal liberal César Augusto Díaz, coordinador ponente del POT que se aprobó el lunes, resaltó que el programa de ejecución incluido garantizará que todas las administraciones, mínimo hasta el 2031, tendrán en cuenta estos proyectos en sus planes de desarrollo.

«Los POT son una norma superior frente a los planes de desarrollo. Garantizamos que las administraciones vendoras articulen sus planes de desarrollo con el de ordenamiento territorial», expresó Díaz.

Estos son algunos planes consignados en el acuerdo que aprobó el Concejo:



5 frentes, ejecutar el POT



Infografía: Juan Hómez | LA PATRÓN

Juan Carlos Hómez, infografista que elaboró todas las páginas del trabajo, asegura que se debe tener cierta metodología para lograr un gráfico que no excluya información y que conecte cada parte del artículo de una manera lógica y entendible para los ciudadanos. Estos son los pasos que explicó:

—1. Lo primero es leer muy bien la información que entrega el periodista, entenderla. Después de tener claro el tema, lo siguiente es jerarquizar esos datos que se tienen, definir cuáles son los más importantes.

—2. Cuando se tiene el orden más adecuado, el siguiente paso es pensar en elementos visuales que representen esa información, tanto el conjunto completo como cada ítem.

—3. La labor que sigue es integrar todos esos elementos en una sola composición.

—4. Es importante conocer el espacio con el que se cuenta para la publicación para organizar la composición y determinar cuántos y cuáles iconos o ilustraciones se pueden incluir y en qué sitio del artículo. «Así, en algunas de las entregas pude incluir ilustraciones de las fuentes o elementos representativos en la organización urbana, como andenes, parques, entre otros», dijo Hómez.



'Tips' para facilitar el trabajo

Luego de esta experiencia en *La Patria*, el infografista aconseja un real trabajo en equipo con el periodista, pues ambos deben tener clara la información.

El reportero debe enviar los datos detallados y organizados, con especificaciones claras de qué se quiere informar.

Entregar los datos lo más resumidos posibles. Desde el inicio, la labor requiere ser más rigurosos en la capacidad de síntesis, si de verdad se quiere hacer infografías y gráficos. Esto requiere acomodar mejor la información en el diseño y darle la suficiente importancia al aspecto visual.

En el caso de que los planes estén en proceso de presentación es útil mantener a la mano los cronogramas establecidos. Es otra herramienta de seguimiento a las funciones de los gobernantes.

Tener presente que en el caso de las comunidades indígenas, la Ley 0152 de 1994 determina: «Las autoridades de las entidades territoriales de estos pueblos definirán en los alcances y los procedimientos para la elaboración, aprobación, ejecución, evaluación y seguimiento de los planes, de acuerdo con sus usos y costumbres, atendiendo los principios generales de esta ley y haciendo compatibles los tiempos de presentación y la articulación con los procesos presupuestales, de tal manera que se logre la coordinación y concertación de la planeación con las autoridades de las demás entidades territoriales y con la Nación».

La recomendación de Hómez para los diseñadores es utilizar todas las herramientas que se tengan al alcance y ponerse en los zapatos de

los ciudadanos. ¿Cómo quisieran que les contaran que su plan de desarrollo fortalecerá la gestión en uno u otro territorio, en una u otra población?

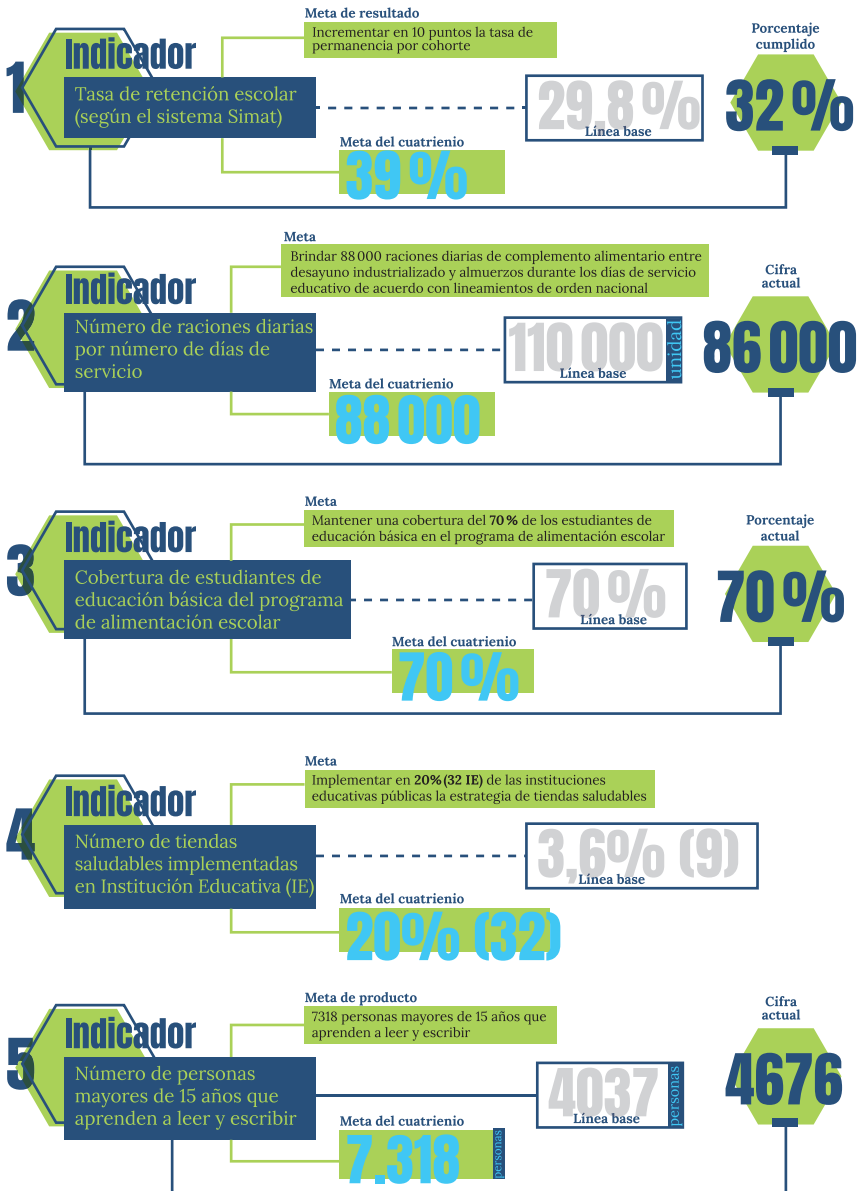
Con esta labor, los asuntos de ordenamiento territorial se vuelven menos pesados para las personas y son más fáciles de entender, por lo que se cumple el cometido de transformar documentos técnicos en una explicación clara para los lectores.

Siempre es bueno insistir en dividir la información por componentes y para esto es bueno realizar mapas conceptuales con la información de cada tema que se analizará, pues permiten entender cómo podemos ilustrar los datos. Esta vez el ejemplo es con el 'Plan de Desarrollo de Caldas 2016-2019'. Se analizarán los principales subprogramas de la línea Educación Transformadora, que pertenece al sector de Educación.

■ Educación Transformadora

El Plan de Desarrollo explica que el objetivo es lograr que el departamento tenga alta acumulación de recurso humano cualificado, garantizando el acceso de la población a los diversos procesos de formación. Así como asegurar el aprendizaje a lo largo de la vida dando acceso a las personas a los diferentes niveles educativos en cada rango de edad y etapa de formación.

Cobertura y permanencia



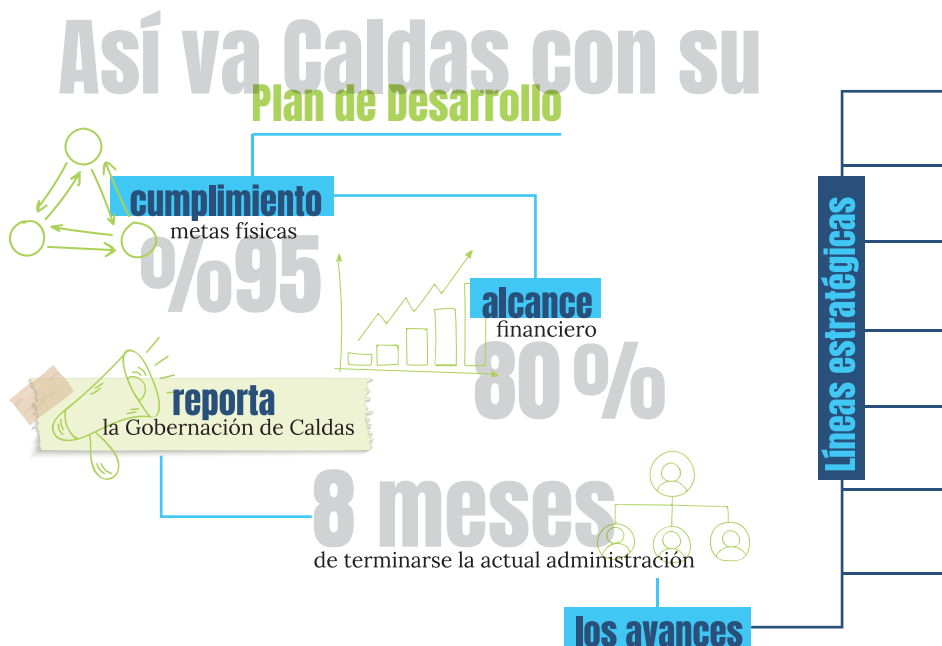
Es claro que antes de armar un gráfico, primero hay que tener muy desglosado cada aspecto del Plan de Desarrollo o Plan de Ordenamiento Territorial. Otra clave en este paso es no dejar de preguntar a las fuentes cada punto en el que nos detenemos, pues por lo general los documentos por sí solos muestran información que no siempre puede ir en el trabajo periodístico, precisamente por ser más técnica, y en ocasiones no aporta a la labor del periodista, que es explicar, explicar y explicar.

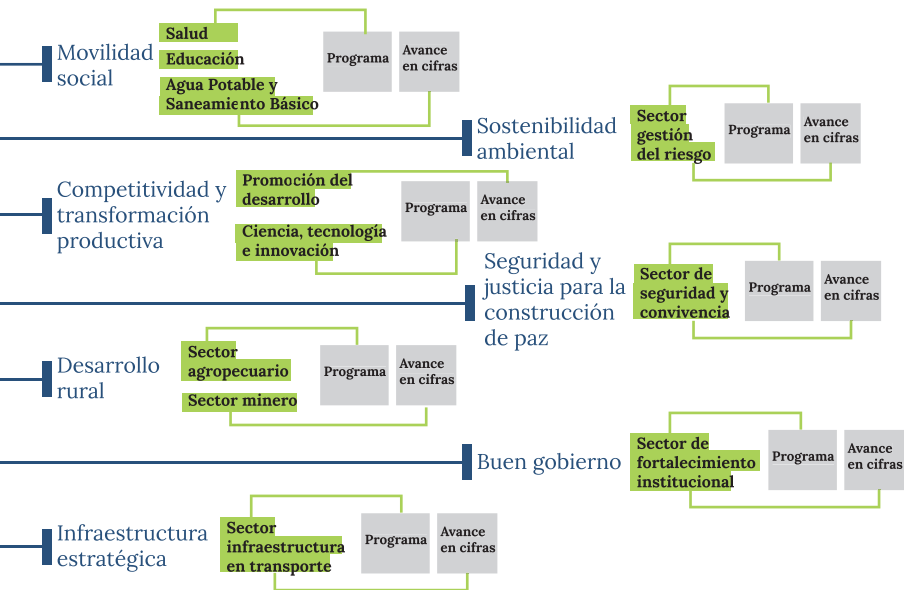
Cómo utilizar las gráficas

Los mapas conceptuales y las decenas de hojas que se rayan para entender el ordenamiento territorial son fundamentales a la hora de armar el gráfico. Sin embargo, la creatividad del infografista es lo más importante, teniendo en cuenta que el diseño

debe ser llamativo, pero, sobre todo, comprensible para cualquier persona.

Una idea ilustrada con el 'Plan de Desarrollo de Caldas 2016-2019' es la siguiente:





Este esquema se puede utilizar si se quiere entregar una mirada en detalle de los resultados por programa, teniendo en cuenta a qué sector y a qué línea estratégica pertenece cada uno.

Aunque los mismos datos contienen la información recolectada durante la reportería, los testimonios de expertos, gobernantes y ciudadanos se pueden incluir con citas textuales en la entrada, pequeñas entrevistas y gráficos más pequeños que complementen la infografía principal y permiten elaborar un análisis, para no quedarse en el simple registro de información.

Con el fin de dar un espacio a cada consultado, se puede optar por utilizar frases con una fotografía o ilustración del entrevistado. Este ejemplo hace parte de un artículo publicado en *La Patria* del trabajo en el que se explicó el Plan de Ordenamiento Territorial de Manizales:

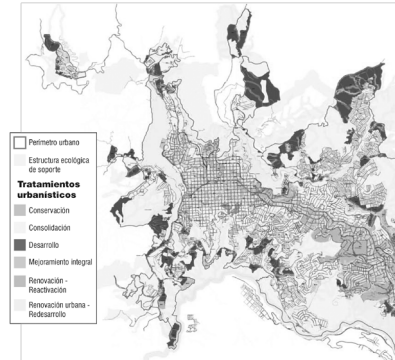
EN MANIZALES, SEGÚN EL P

Así quedarían los tratamientos urbanos

Los tratamientos urbanísticos son los lineamientos que se establecen según las características físicas de cada zona y de las normas urbanísticas de la ciudad. El nuevo Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de Manizales propone aplicar para los siguientes aspectos: Conservación, Renovación Urbana, Consolidación, Desarrollo y Mejoramiento Integral. El documento aclara que el suelo de protección puede superponerse sobre cualquier clase de suelo. Por esto, pese a que se incluya dentro de cualquier tratamiento urbanístico, restringe las posibilidades de urbanización. De esta manera quedarían los tratamientos urbanísticos de la capital caldense.

1. Conservación

Tiene como fin proteger el Patrimonio Cultural del Municipio, que está en las áreas que poseen valores urbanísticos, históricos, arquitectónicos y ambientales, recuperando y poniendo en valor las estructuras representativas de una época del desarrollo de la ciudad. Hacen parte de este tratamiento el Centro Histórico de la ciudad, entre calles 17 y 25 y entre las carreras 19 y 25.



- Perímetro urbano
- Estructura ecológica de soporte
- Tratamientos urbanísticos**
- Conservación
- Consolidación
- Desarrollo
- Mejoramiento integral
- Renovación - Reestructuración
- Renovación urbana - Redesarrollo

3. Consolidación

Predios o sectores de la ciudad que no presentan deterioro físico ni social y que están urbanizados. Se rige por las disposiciones del componente urbano del plan de ordenamiento.

Consolidación urbana: Algunas zonas que en el POT anterior eran objeto del Tratamiento de Conservación tales como Cipepe Nuevo, La Francia y Campobombazo, se propone el cambio a Tratamiento de Consolidación Urbana, como resultado de los lineamientos establecidos en el Modelo de Ocupación Territorial.

Para algunas de las zonas que en el POT anterior eran objeto del Tratamiento de Mejoramiento Integral, se propone el cambio a Tratamiento de Consolidación Urbana, teniendo en cuenta que la mayoría de estas zonas fueron objeto de licencias de urbanización y por lo tanto cuentan con la mayor parte de la infraestructura urbana consolidada.

4. Desarrollo

Regulan la urbanización de predios urbanizables que hoy no están urbanizados, incluyendo suelos urbanos o de expansión.

5. Mejoramiento Integral

Se incluyen nuevas zonas y se mantienen algunas de las que en el POT anterior eran objeto de Tratamiento Urbanístico de Mejoramiento Integral.

EDITORIAL LA PATRIA S.A.
AUTORIZACIÓN PARA EL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

Dando cumplimiento a la ley 1581 de 2012 y al artículo 10 del Decreto 1377 de 2013 y con el fin de garantizar la protección de sus datos personales, Editorial La Patria S.A. NIT 990800234-9 le informa que en caso de que sus datos personales estén incluidos en nuestra base de datos, queremos contar con su autorización expresa para continuar tratándolos, según lo dispuesto en la Política de Tratamiento de Datos Personales de Editorial La Patria, donde encontrará los parámetros para el manejo de sus datos.

Usted, como titular de sus datos personales, tiene derecho al acceso, consulta, rectificación, actualización y supresión de los datos ante Editorial La Patria, para lo cual habilitamos el correo serviciocliente@lapatria.com.

Agradecemos que en el término de tres (3) días a más tardar nos informe si no acepta continuar en nuestras bases de datos a través del correo mencionado. Si no recibimos respuesta, asumiremos que contamos con su autorización.

Puede consultar nuestra Política de Tratamiento de datos personales en el sitio web www.lapatria.com.

Cinco clasificaciones contempla el POT de la capital caldense. Algunos sectores pasaron de ser de conservación a consolidación urbana. Ubicaciones.

2. De renovación urbana

Zonas encaminadas a recuperar o transformar las áreas ya desarrolladas de las ciudades, con el fin de detener los procesos de deterioro físico y ambiental de los centros urbanos. También tienen como objetivo promover el aprovechamiento intensivo de la infraestructura pública existente, impulsar la densificación

racional de áreas para vivienda y otros usos, o garantizar la conservación, rehabilitación de los bienes históricos y culturales. Se incluyen los sectores: San José, Delicias, Colón, Sector Guaitán, Libertad, Agustinos y sector de la antigua fábrica de Única, entre otros.

Modalidad de Redesarrollo
Son las zonas en las que se requiere efectuar la sustitución de las estructuras urbanas y arquitectónicas mediante procesos de reurbanización, que permitan generar nuevos espacios públicos y privados, así como una nueva definición de la normatividad urbanística de esos y aprovechamientos.

Institucional de Seguridad Batallón y Escuela de Carabineros: potencial urbanístico y de generación de espacio público con fines residenciales, comerciales, de servicios, espacio público y equipamiento.

En esta modalidad, el Plan de Ordenamiento Territorial define las directrices generales y mediante los Planes Parciales se desarrollan y complementan las determinantes previstas en el POT.

Modalidad Reactivación
Corresponde a las zonas en las cuales se promueve el cambio de las estructuras construidas al interior de los predios con el fin de promover la redefinición de los sectores en que se ubican, conservando la estructura o trazado de los bienes de uso público y estimulando la generación de nuevos elementos arquitectónicos y materiales de los bienes de propiedad privada tales como antejardines, fachadas, asistencias, rezaceros y demás.

Aeropuerto La Nubia de Manzanales potencial urbanístico, una vez entre en funcionamiento el Aeropuerto del Café en Palestina. Oportunidad de generar un proceso redesarrollo con fines educativos, residenciales, comerciales y de servicios, y como complemento a la denominada Centralidad "Centro Zona Industrial La Nubia, Sena, Tesorito".

Destro de estas zonas se tienen: Versalles, Liras, Estrella, Palogrande, Betán, parte de Campohermoso, San José, Agustinos, Chirre Nueva y Chirre Viejo, Palermo, entre otras.

Igualmente harán parte del Tratamiento de Renovación, modalidad Reactivación, los sectores que se encuentran en el área de influencia del Centro de la Ciudad y sobre algunas vías arterias primarias y secundarias.



Áreas de actividad

Uno de las normas urbanísticas, el POT para cuáles son las áreas de actividad de la ciudad. Son cinco tipos de zonas: mixta, eje estructurante, residencial, institucional e industrial.

El POT debe ser consecuente frente a los usos principales que le asigna a cada zona y saber cómo se controlan los impactos de los usos complementarios donde los usos se transforman por la misma dinámica del mercado. Por ejemplo, en zonas como La Enra, donde ahora hay tanto comercio, el uso se transformó por el mercado. La gente que llega a esos lugares no siempre llega a pie, también en carro y/o estación sobre la vía. El POT tiene que establecer cómo se controla ese impacto en operación de la vía", explicó Echeverry. Estas son las áreas:

Área mixta
Zonas donde las actividades principales tienen que ver con los usos institucionales, comerciales y/o la prestación de servicios.

Actividad mixta - eje estructurante
Son las zonas donde se concentran usos de gran impacto institucional, comercial y de servicios, los cuales se desarrollan a lo largo de ejes viales atractores de grandes flujos vehiculares y peatonales.

Actividad residencial
Zona predominantemente residencial, en donde se permiten usos y instalaciones complementarias a la vivienda con niveles de impacto bajos.

Actividad institucional
Está conformada por los equipamientos colectivos y de servicios urbanos básicos de mediano o alto impacto localizados en edificaciones especializadas para albergar el uso. Esta área busca estimular su consolidación o desarrollo y su óptimo funcionamiento.

Actividad industrial
Es una zona especializada calificada de manera precisa para la localización de industrias de mediano y alto impacto y zonas logísticas en las cuales se prohíbe el uso de vivienda.

Texto: Akshara Osorio Integradora; Juan Henmez

"Falta una apuesta clara": Corporación Cívica de Caldas

El gerente de la Corporación Cívica de Caldas, Camilo Vallajo, señaló que el POT se queda corto en tener una movilidad de vanguardia y que no hay un plan para desincentivar el carro particular; ni una apuesta relevante para las bicicletas y los peatones.

Uno entiende que el plan maestro de movilidad se está haciendo a la par pero creo el POT debería dar señales de una apuesta hacia eso, parece más un plan vial que una planeación urbana para la movilidad. Hay paquetes amplios de obras, deprimidos, glorietas, puentes, que incluso van en contravía de la movilidad sostenible, porque siguen incentivando el uso del carro particular y favorece las altas velocidades, enemigas de los peatones. Creo que la administración no fue capaz de estructurar los mecanismos sostenibles.



Reconoció que en el paquete de obras hay de varios tipos, para peatones y bicicletas, pero advirtió que se proponen ciclorrutas en los andenes, cuando la tendencia es que estas sean por las calzadas de los carros.

En bulevares no hay una apuesta fuerte de peatonalización, vale la pena pensarlo, como en la carrera 23 y zonas cercanas a la Universidad de Manzanales.

Agregó que aunque el problema de parqueo en la ciudad es crítico, el POT no lo resuelve y por el contrario, se retra la obligación de tener parqueadero a las nuevas construcciones en el centro histórico.

Integrador: Juan Henmez | LA PRENSA

Ahora bien, aunque sabemos que el Plan de Desarrollo y el Plan de Ordenamiento Territorial se pueden analizar de manera independiente, se debe tener claro que ambos son complementarios, por lo que a la hora de hacer un seguimiento riguroso, es importante consultar si coinciden entre lo que proyecta el gobernante de turno y lo que definió la ciudad o el municipio para ordenar su territorio.

Lo dice la ley

La armonía y complementariedad entre los planes de desarrollo y los planes de ordenamiento territorial se define en el Artículo 21 de la Ley 388 de 1997: «El Plan de Ordenamiento Territorial define a largo y mediano plazo un modelo de ocupación del territorio municipal y distrital, señalando su estructura básica y las acciones territoriales necesarias para su adecuada organización, el cual estará vigente mientras no sea modificado o sustituido. En tal sentido, en la definición de programas y proyectos de los planes de desarrollo de los municipios se tendrán en cuenta las definiciones de largo y mediano plazo de ocupación del territorio».

Rendiciones de cuentas, otro espacio para el seguimiento

Los espacios para que los gobiernos expliquen e informen los avances de su gestión y el cumplimiento del Plan de Desarrollo resultan fundamentales para el seguimiento periodístico.

Es importante que el reportero lleve claras las cifras sobre las metas y el estado anterior de los sectores, para determinar por sí mismo si en realidad el gobierno territorial ha cumplido con lo que consignó en su plan.

También se debe tener un conocimiento amplio de los aspectos en los que el gobierno de turno no va muy bien, pues este es el escenario propicio para cuestionar estos aspectos. Esta preparación permite que el periodista no sea un simple transcriptor de la información oficial, pues es bien sabido que en las rendiciones de cuentas la mayoría de funcionarios exponen solo resultados positivos.

— Así se explica en la norma

La rendición de cuentas es la obligación y una buena práctica de gestión de las entidades públicas para informar y explicar sus acciones a la comunidad, que igualmente tienen el derecho de exigirla, en términos políticos y basados en la organización del Estado.

El proceso se realiza a través de un conjunto de estructuras, prácticas y resultados que permiten a los servidores públicos interactuar con otras instituciones estatales, organismos internacionales, la sociedad civil y los ciudadanos en general (Manual Único de Rendición de Cuentas del Observatorio de Transparencia y Anticorrupción).

En cuanto a los planes de ordenamiento territorial, luego de la aprobación, el seguimiento se realiza mediante la averiguación de cómo se están implementando las decisiones, si hay retrasos o si en realidad se están adecuando las condiciones de la ciudad según lo consignado en el POT.

En Manizales, por ejemplo, luego de publicar parte por parte el POT que se tendrá hasta el 2031, *La Patria* realizó varias notas de seguimiento a la implementación. En marzo de este año, luego de casi 18 meses de la aprobación del plan en el concejo, la alcaldía solicitó extender los plazos ya vencidos de 11 puntos. Este hecho abre de nuevo el debate del POT en la ciudad y el periódico local vuelve a tomar las tablas comparativas y las gráficas como la principal herramienta para comunicar estas novedades:

POT



Tema	Definición	Plazo inicial	Solicitud	Observación	Aprobación
Índice de Construcción Adicional 1	Es un indicador complementario que transfiriere derechos de construcción.	2 de agosto del 2018	1 año	La Alcaldía formula un proyecto de acuerdo para reglamentar la transferencia de derechos de construcción de los bienes de interés cultural.	Proyecto de acuerdo
Plusvalía 2	Impuesto que grava el aumento de valor de un inmueble durante los años de posesión.	2 de agosto del 2018	3 meses	Planeación adelantó entre octubre del 2018 y enero de este año una consultoría para realizar el cálculo y la reglamentación de la plusvalía.	Decreto de reglamentación
Compensación de las áreas de cesión 3	Permite la dotación para equipamientos en licencia de urbanización o parcelación.	2 de agosto del 2018	1 año	Se avanza en la construcción de un instrumento de equivalencia que determina homologar las áreas de cesión por dotación de equipamientos.	Decreto municipal
Reubicación de industrias ubicadas en zonas residenciales 4	Incentivo tributario para las empresas que se muden.	2 de agosto del 2018	1 año	Se está coordinando con Hacienda la definición de cuáles serán los incentivos.	Decreto municipal
Espacio público y equipamientos 5	Acciones y estrategias para consolidar el sistema de espacio público.	2 de febrero del 2019	6 meses	Planeación coordina la estructuración de un proyecto.	Proyecto de acuerdo
Microzonificación sísmica 6	Mapa general que Presenta las zonas, su especificación y diseño de construcción.	2 de agosto del 2018	1 año	Alcaldía y Corpocaldas efectuaron un convenio para la realización de la microzonificación.	Decreto municipal
Norma Geotécnica 7	Reglamentación e inventario de condiciones geológicas.	2 de agosto del 2018	1 año	Se está coordinando con Hacienda la definición de cuáles serán los incentivos.	Decreto municipal
Protección y seguridad contra incendios 8	Medidas para proteger las estructuras y a los ciudadanos contra incendios.	2 de agosto del 2018	1 año	La Alcaldía gestiona recursos a través del presupuesto de la UGR.	Proyecto de acuerdo
Mantenimiento de edificaciones en bahareque 9	Manual para intervenir las estructuras en bahareque.	2 de agosto del 2018	1 año	La Alcaldía gestiona recursos a través del presupuesto de la UGR.	Decreto municipal
Estructura ecológica de soporte (EES) 10	Instrumentos y financiación para protección ambiental.	2 de agosto del 2018	1 año	La Alcaldía celebró un convenio con la U. de Caldas para definir los instrumentos de gestión financiera.	Decreto municipal
Publicidad exterior visual 11	Reglamenta elementos permanentes, temporales, fijos o móviles, usados para llamar la atención.	2 de agosto del 2018	6 meses	La Secretaría de Medio Ambiente ajusta un proyecto de acuerdo para presentarlo al Concejo.	Proyecto de acuerdo



Imagen tomada de <http://www.lapatria.com/manizales/11-puntos-del-pot-de-manizales-se-les-vencio-el-plazo-434267>

■ ¿Por qué son importantes?

Es fundamental que el trabajo periodístico plasme la importancia de los planes de desarrollo y el POT, pues así el medio entrega herramientas pedagógicas para los ciudadanos, quienes deben tener claro que estas políticas definen el tipo de región o ciudad que se quiere para el futuro.

En las manos de los periodistas también está la manera para que la ciudadanía se apropie más de los debates y decisiones relacionadas con el ordenamiento territorial. La falta de conocimiento es en parte la causa de que no exista interés de los habitantes de una región por estos asuntos, pero los medios de comunicación tienen las herramientas necesarias para divulgarlos y utilizar pedagogía en sus publicaciones.

Revelar de dónde provienen los recursos

Los ciudadanos son los que aportan de su bolsillo, mediante los impuestos, gran parte de los recursos para la realización de obras y proyectos en cada ciudad y departamento. Además, las entidades territoriales reciben dineros del Gobierno Nacional y de las regalías, con los cuales ejecutan sus propuestas del Plan de Desarrollo.

Este aspecto es un pilar para el cumplimiento de las metas y se debe revisar para medir si en realidad los recursos públicos se destinan al bienestar y el desarrollo de las comunidades. El dato se puede anexar en cada programa o subprograma del que se habla, de la misma manera que se incluye el número de personas, asociaciones o comunidades beneficiadas.

Las entidades territoriales cuentan con varias fuentes de recursos:

— Recursos propios

Son los que generan las mismas entidades y se clasifican en tributarios y no tributarios. Los primeros son resultado de su gestión tributaria (impuestos). Los segundos, de la prestación de servicios de acuerdo con sus funciones y competencias.

— Créditos

«Los actos o contratos que tienen por objeto dotar a la entidad estatal de recursos, bienes y servicios con plazo para su pago o aquellas mediante las cuales la entidad actúa como deudor solidario o garante de obligaciones de pago».

En la actualidad, los objetivos de la política de endeudamiento territorial privilegian la contratación de deuda interna sobre la externa. En cualquier caso estos recursos deben destinarse al financiamiento de proyectos de inversión prioritarios.

—Regalías

Es la contraprestación económica que recibe una entidad territorial por la explotación de un recurso natural no renovable, sin perjuicio de cualquier otra compensación que se pacte. Con el Acto Legislativo 05 del 2011 se modificaron los artículos 360 y 361 de la Constitución Política de 1991 y se creó el Sistema General de Regalías.

—Cofinanciación

Recursos del Presupuesto General de la Nación orientados a proyectos de interés de la Nación, del departamento, distrito y del municipio que necesariamente deben tener una partida de recursos de la gobernación y/o alcaldía para complementar la inversión.

—Sistema General de Participaciones (SGP)

Recursos que la Nación transfiere a los departamentos, distritos y municipios para la financiación de los servicios a su cargo, en educación, salud, agua potable, deporte, cultura, entre otros. Estos recursos constituyen la principal fuente de financiación de la mayoría de los departamentos, distritos y municipios.

Otras fuentes de financiación son las donaciones y los aportes de organismos internacionales.

Las normas

También es importante tener en cuenta las normas principales que rigen la elaboración de los planes de desarrollo y de los POT, pues permiten entender cómo se construyen y

aportan conceptos básicos. Estas son las principales para estudiar antes de emprender la labor periodística:



http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Constitución Política de 1991

El Artículo 339 precisa el propósito y el contenido del Plan de Desarrollo. El Artículo 340 establece el Sistema Nacional de Planeación (SNP) conformado por los consejos de planeación –nacional y territoriales– como instancias de participación ciudadana en el proceso de elaboración de los planes de desarrollo.



http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0152_1994.html

Ley 152 de 1994 (planes de desarrollo)

Establece los procedimientos y mecanismos para la elaboración, aprobación, ejecución, seguimiento, evaluación y control de los planes de desarrollo, así como la regulación de las demás normas constitucionales que se refieren al plan de desarrollo y la planificación.



http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0388_1997.html

Ley 388 de 1997 (uso del suelo)

Establece los mecanismos que permiten al municipio, en ejercicio de su autonomía, promover el ordenamiento de su territorio,

el uso equitativo y racional del suelo, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural localizado en su ámbito territorial y la prevención de desastres en asentamientos de alto riesgo, así como la ejecución de acciones urbanísticas eficientes.



http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0614_2000.html

Ley 614 del 2000 (planes de ordenamiento territorial)

Establece mecanismos de integración, coordinación y armonización de las diferentes entidades competentes para el ordenamiento del territorio y la implementación de los planes de ordenamiento territorial.



https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1098_2006.htm

Ley 1098 del 2006

El Artículo 204 establece que los gobernadores, gobernadoras, alcaldes y alcaldesas, en los primeros cuatro meses de su periodo de gobierno, deben elaborar un diagnóstico sobre los temas de infancia, niñez y adolescencia teniendo en cuenta el ciclo de vida, el enfoque de garantía y restablecimiento de derechos, con el fin de establecer los problemas prioritarios y las estrategias a corto, mediano y largo plazo que se implementarán en el plan de desarrollo.

Así mismo, determina que el DNP y los ministerios de Salud y Protección Social y Educación Nacional, con la asesoría

técnica del ICBF, deben diseñar lineamientos técnicos mínimos que deberán contener los planes de desarrollo en materia de infancia, niñez y adolescencia.

Podemos decir entonces que los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial son rompecabezas. Están armados para ser guías de los gobiernos departamentales, municipales y el nacional, pero para el periodismo se vale desarmar el conjunto y examinar pieza por pieza. Así, los medios de comunicación se acercan al cumplimiento de su función como entidades de vigilancia de los recursos y políticas públicas, que tienen voz para reclamar el cumplimiento de las normas y de las promesas de los gobernantes.

Ese rompecabezas tiene varias opciones de armarse y darse a conocer, gracias a la alianza entre la reportería y el diseño. Esto enriquece el debate público, ofrece distintas perspectivas y les suministra a los ciudadanos argumentos para opinar o reclamar cuando así lo consideren.

La invitación es a que los periodistas se atrevan a conjugar la investigación con la pedagogía, si así se puede considerar el trabajo expuesto en este capítulo. Los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial son solo dos ejemplos de lo que se puede lograr con los gráficos. Esto sin contar que la multimedia permite realizar trabajos más completos, que complementan la infografía, el texto y las ilustraciones.

El llamado también funciona para recordarles a los medios que cada día las propias audiencias cuestionan la falta de periodismo

investigativo y de profundidad, y el cubrimiento de las noticias diarias aparecen como la excusa perfecta. Sin embargo, se puede hacer más para que las audiencias entiendan y se involucren en temas que tienen que ver con el futuro del lugar en el que habitan. Es cuestión de planeación, apoyo del editor y reportería pura.

PISTAS PARA HACER DEL DESARROLLO NUESTRO PLAN



HISTORIA

El Distrito no avanzó en la solución de sus problemas de siempre

Riohacha espera un desarrollo que no llega

Por Betty Martínez Fajardo

—A pesar de su potencial, los planes de desarrollo propuestos en los últimos años no han sido efectivos. El último, 'Riohacha, incluyente y sostenible', fue calificado como un plan ambicioso, pero pobre en ejecución.



Riohacha, la capital de La Guajira, sigue estancada. La corrupción, que ha derivado en un caos administrativo, le sigue pasando factura. A pesar de su ubicación estratégica en el norte de Colombia y muy cerca de Venezuela, que ha servido para calificarla como promesa del Caribe colombiano, y que las últimas administraciones han presentado planes de desarrollo que apuntan a rescatarla, continúa siendo una de las ciudades con indicadores sociales bajos.

La situación más crítica comenzó el 25 de octubre del 2015, cuando Fabio Velásquez Rivadeneira (Cambio Radical) ganó la Alcaldía de Riohacha con 34.356 votos, la cifra más alta en la historia del municipio desde que hay elección popular. La comunidad se volcó a las urnas, con la esperanza de que un catedrático, administrador de empresas, especialista en economía internacional y magíster en desarrollo social sacara adelante el Distrito Turístico y Cultural. Con este respaldo, se posesionó en enero del 2016 en la comuna 10, reconocido sector popular, acompañado de su esposa, Basilica Epieyu, líder wayuu, de quien se separó a los pocos meses.

Sin embargo, el 31 de enero del 2017 (13 meses de mandato) fue detenido cuando presidía un Consejo de Gobierno. La Fiscalía lo señala de irregularidades en la celebración de un contrato por \$5.700 millones del Programa de Alimentación Escolar (PAE), por el cual ya fue destituido e inhabilitado por la Procuraduría. A partir de ese momento, la ciudad en 40 meses ha tenido ocho gobernantes, entre los que se cuentan siete alcaldes encargados y Juan Carlos Suaza Móvil, quien se posesionó el 7 de diciembre del

2018, tras ganar las elecciones atípicas, para terminar el periodo en diciembre del 2019.

Velásquez Rivadeneira, a pesar del poco tiempo en la alcaldía, logró que el concejo aprobara su Plan de Desarrollo ‘Riohacha, incluyente y sostenible’. La meta era clara para el 2019: hacer de la ciudad «un destino turístico, educado, sostenible, productivo, urbanísticamente ordenado y consolidado social y económicamente, con equidad e inclusión, desde un enfoque de derechos humanos, diferencial y territorial, como actores del desarrollo y en perspectiva de la construcción de paz».

En su momento, el Plan de Desarrollo de Velásquez Rivadeneira fue bien recibido. César Arismendy Morales, economista y exdirector del Centro de Pensamiento Guajira 360°, dijo que se destacaba por incluir varios objetivos que complementaban los relacionados con «el goce efectivo de derechos», propuesto por el departamento de La Guajira, como entidad coordinadora del desarrollo económico y social.

En él se abordaban, por ejemplo, acciones que apuntaban a cerrar las brechas sociales; a promover objetivos de desarrollo sostenible, respetando la diversidad étnica; a disminuir la mortalidad infantil en la población indígena; a fortalecer la institucionalidad, para crear condiciones de convivencia pacífica; a apoyar el desarrollo productivo; a promover procesos de adaptación al cambio climático, y la participación ciudadana y el buen manejo de recursos.

El investigador Eduardo Romero recalcó que el eje de desarrollo socioeconómico planteaba programas dirigidos al mejoramiento de la calidad de vida, con trabajos específicos en educación, salud, tecnologías de la información,

turismo y agro. Todo bajo la creación de empleo formal, aumento de la calidad educativa y fortalecimiento de la confianza empresarial, para incentivar la inversión privada, entre otros.

Tenían razones para el optimismo. Según el Sistema de Información para la Eficacia y la Eficiencia (SIEE), del Departamento Nacional de Planeación (DNP), en el Plan de Desarrollo de Riohacha se incluyeron 17 objetivos, que agrupaban 678 metas para el cuatrienio. Los que integraban el mayor número de items eran: Trabajo decente y crecimiento económico, con 109; Paz, justicia e instituciones sólidas, con 90; Hambre Cero, con 80, y Educación de Calidad, con 74. En estos se concentraron casi la mitad de las tareas.

En el papel, era lo que quería gran parte de la población: sacar a la ciudad del listado de los municipios con los peores indicadores del país. Pero al analizarlo en detalle, según investigadores económicos, gestores culturales, concejales y líderes sociales, este fue un plan ambicioso en visión, pero pobre en ejecución. Si a esto se le suma que ningún alcalde lo impulsó con decisión, se encuentran razones suficientes para decir que la capital de La Guajira siguió perdiendo tiempo para salir de su rezago.

Incumplimientos del plan

Si bien Riohacha es un municipio que maneja en promedio un presupuesto cercano a los \$340.000 millones por año, este Plan de Desarrollo tenía un problema: no se detallaba cómo iba a ser ejecutado cada programa. La visión del plan mencionaba intercambios comerciales a gran escala y promoción de las asociaciones público-privadas (APP). Para completar, si bien el plan abarcaba sectores clave para impulsar la competitividad y la sostenibilidad,

las metas que se pudieron identificar se quedaron cortas o los alcaldes encargados no las cumplieron.

Esto lo evidencian las cifras reportadas en el SIEE del DNP. En el seguimiento que hizo la entidad nacional, se encuentra que, pese a que



Al analizar en detalle la ejecución de los tres primeros años, la salud con \$279.000 millones y la educación con \$194.000 millones fueron los sectores que concentraron el 87% de la inversión. Sin embargo, en este punto hay dos realidades: mientras en el primero, el promedio de cumplimiento de objetivos alcanzó casi el 80%, en el segundo apenas fue del 28%, en el que se demostró poco avance.

Los otros \$70.000 millones se repartieron entre 16 sectores, en los que la eficiencia tampoco fue pareja. Salvo Deporte y Cultura, en los que se cumplieron en

promedio casi el 65% de las metas, en el resto se hicieron millonarias inversiones que se quedaron cortas. Por ejemplo, en agua potable y saneamiento básico se invirtieron entre el 2016 y el 2018 casi \$24.000 millones y al promediar el cumplimiento de objetivos, no supera el 35%. O en transporte, en el que pese a que se invirtieron el año pasado casi \$14.000 millones, el cumplimiento apenas llegó al 13%.

A estos se suman otros casos con inversiones tan pobres como sus resultados. Así lo demuestran los sectores de servicios públicos diferentes a acueducto, en los que se invirtieron \$655 millones; vivienda, con \$150 millones, y el sector agropecuario, al que, según el reporte recibido por el DNP, se destinaron \$96.000. En ninguno de estos el cumplimiento superó el 5%.

Poco impacto

Quizás sean suficientes estos datos para explicar por qué el impacto en lo social fue mínimo. En cuanto a la meta de reducción de la informalidad laboral, si bien en el Plan de Desarrollo señaló que la tasa reportada para enero de 2016 era de 72,04% y su meta en el cuatrienio era disminuirla a 60%, por un lado, la meta era alejada del promedio de las 23 ciudades más importantes del país (47%). Por el otro, al revisar las bases de datos del DANE, la cifra real de informales para el primer trimestre del 2016 era de 65,1%. A la fecha este indicador está en 64,3%.

En reducción de la pobreza fue peor. En el 2015 Riohacha registraba una pobreza monetaria del 41% y una pobreza extrema de 12,7%. El objetivo del Plan de Desarrollo 2016-2019 era disminuir la primera a 39,4% y la segunda a 10,4%. No obstante, según un estudio del Banco de la República, en los últimos años la ciudad estuvo

en contravía de la tendencia nacional. Sus indicadores aumentaron a 47,5% y a 16% respectivamente, con cifras similares a las del 2010.

En agua potable y alcantarillado, otra urgencia de la ciudad, llamó la atención la poca inversión. Pese a que solo hay cobertura del 72%, en los últimos años las principales obras contratadas fueron la recuperación de la antigua línea de conducción, por valor de \$2.700 millones (que sigue en ejecución), y la recuperación del sistema de alcantarillado de los barrios Entre Ríos, José A. Galán y Buenos Aires.

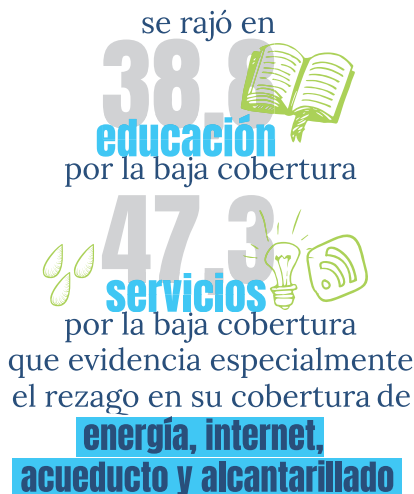
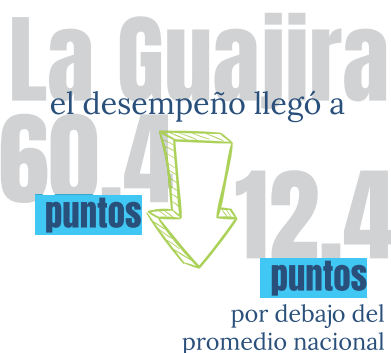
A las víctimas tampoco les cumplieron. Niria Brito, miembro de Víctimas Comunes, denuncia que no se realizó la promoción y difusión de la memoria histórica; no se implementó el plan integral de prevención y protección ni la caracterización de la población. Para colmo, Brito fue declarada enemiga de la Administración, por querer saber en qué se estaban gastando los recursos. Fuera de que no le respondieron, dice, la amenazaron. «Uno de los operadores me dijo que él estaba acostumbrado a enterrar y ver enterrar», relató.

Todo esto sin contar que el año pasado el 49,1% de la población de Riohacha seguía con necesidades básicas insatisfechas y superaba al departamento (44,6%), y muy por encima del promedio nacional (27,7%). El desempleo sigue siendo uno de los más altos de las ciudades capitales (17,1% al cierre del 2018) y, en el escalafón del Índice de Competitividad, en el 2018 la ciudad ocupó el último lugar entre las 23 capitales monitoreadas.

Los casos se repiten en casi todos los programas y sectores, como el de vías y transporte, que fracasó en su idea de promover la movilidad sostenible, o el de gobierno, que pretendía instalar 70 cámaras o plantear políticas para mejorar la seguridad. La lista de iniciativas que siguen en el papel es larga.

Los efectos

El desalentador panorama, producto de los efectos del caos político y administrativo hoy se refleja en dos aspectos puntuales. El primero, en el estancamiento de indicadores como cobertura educativa, vivienda, empleo y servicios públicos. El otro, en los resultados de la Medición de Desempeño Municipal (MDM) del 2017 (la última disponible), elaborada por el Departamento Nacional de Planeación (DNP), que califica la gestión de las administraciones frente a la calidad del gasto.



En cuanto al Desempeño Integral de Municipios, que evalúa el cumplimiento de las metas de sus planes de desarrollo, Riohacha presenta una disminución en su calificación, al pasar de 68 en el 2016 a 61,7 en el 2017. De acuerdo con un informe de la Cámara de Comercio de Riohacha, esto se traduce en un retroceso en la cobertura de servicios, algo que se complica por «la baja capacidad de recaudo de recursos propios, que limita la inversión en proyectos de desarrollo, lo que conlleva a (sic) depender en su mayoría de los recursos del Sistema General de Participación».

Ante este fracaso, los políticos tienen una explicación. Jhon Dilver Maestre, quien fue secretario de Planeación del Distrito y uno de los alcaldes encargados en el periodo de la crisis, explica que la dificultad radicó en que el Plan de Desarrollo 'Riohacha, incluyente y sostenible' planteaba una visión ambiciosa con metas muy altas, «muchas de ellas desproporcionadas, con la acción que plantearon para el cuatrienio».

Agrega, por ejemplo, que los alcaldes que sucedieron después de ese primer año de gobierno, perdieron la oportunidad de plantear ajustes a las

metas ante el concejo, lo que hubiera significado mayores posibilidades para cumplirlas en el tiempo que fija el Departamento Nacional de Planeación. «Tocó amarrarse a esas metas, a sabiendas de que al momento de la evaluación la calificación iba a ser muy por debajo del promedio aceptable».

¿Entonces qué hacer para cambiar el rumbo? Álvaro Romero Guerrero, presidente de la Cámara de Comercio de La Guajira, considera que son los ciudadanos quienes pueden ayudar a que el Distrito de Riohacha pueda salir de la crisis institucional y económica en la que se encuentra. ¿Cómo? Eligiendo en los comicios regionales que se acerca a un buen gerente, que tenga claro que debe trabajar de la mano con el Gobierno Nacional. «Mientras no tomemos conciencia de esto, no vamos a lograr ese desarrollo que tanto anhelamos», dice.

Para Manuel Sierra Deluque, exsecretario de Hacienda y excandidato a la alcaldía, es clave la planificación; trabajar en proyectos prioritarios; hacer un cobro eficiente de los recursos propios, representados en los impuestos de industria y comercio, predial, entre otros de ley, y establecer canales directos de comunicación con el Gobierno Nacional. «Debemos crear unas mejores condiciones. No es fácil, pero si formamos un buen equipo y nos ponemos de acuerdo y no estamos tan distraídos cada uno jalando para un lado, creo que tenemos con qué sacar a Riohacha adelante», concluye.

Pasados tres años y medio de la elección de Fabio Velásquez Rivadeneira, para los habitantes de Riohacha es claro que su hoja de ruta de poco sirvió, pues siguen padeciendo los problemas de siempre: los peores indicadores de pobreza del país, desempleo, dificultades en la prestación de los servicios domiciliarios,

inseguridad, un crecimiento urbanístico desordenado, informalidad laboral y caos en la movilidad.

A pesar de que al frente está un nuevo alcalde, este tendrá que administrar en medio de una nueva contienda electoral, en la que seguramente se volverán a escuchar nuevas propuestas y la promesa de que esta vez sí Riohacha saldrá de su rezago. Será clave revisar cada Plan de Gobierno, pero cambiar el rumbo y elegir de nuevo estará en manos de sus pobladores.

Ejecución e inversión por sector

Sector	Cumplimiento 2016 (%)	Ejecutado 2016
Educación	25,00	\$ 120.564.477
Salud	59,61	\$ 246.019.414
Agua potable y saneamiento básico	0,00	\$ 3.983.690
Deporte y recreación	73,86	\$ 659.000
Cultura	85,71	\$ 1.357.886
Servicios públicos diferentes a acueducto, alcantarillado y aseo	0,00	\$ 132.000
Vivienda	0,00	\$ 0
Agropecuario	0,00	\$ 96.000
Transporte	0,00	\$ 938.000
Ambiental	0,00	\$ 42.000
Centros de reclusión	0,00	\$ 79.000
Prevención y atención de desastres	73,33	\$ 647.200
Promoción del desarrollo	0,00	\$ 96.000
Atención a grupos vulnerables Promoción Social	20,51	\$ 1.356.000
Equipamiento	0,00	\$ 0
Desarrollo comunitario	12,50	\$ 75.000
Fortalecimiento institucional	7,14	\$ 740.476
Justicia y seguridad	80,00	\$ 990.465
TOTAL		\$ 377.776.608

Cumplimiento 2017 (%)	Ejecutado 2017	Cumplimiento 2018 (%)	Ejecutado 2017	Promedio ejecución	Total ejecutado
37,64	\$ 87.409.073.000	22,06	\$ 106.242.147.479	28,23	\$ 193.771.784.956
85,43	\$ 131.905.151.000	94,28	\$ 146.366.694.993	79,77	\$ 278.517.865.407
58,82	\$ 12.027.200.000	47,06	\$ 11.645.900.359	35,29	\$ 23.677.084.049
78,57	\$ 530.530.000	54,58	\$ 9.385.085.161	69,00	\$ 9.916.274.161
74,62	\$ 1.222.080.000	34,48	\$ 1.367.744.585	64,94	\$ 2.591.182.471
0,00	\$ 0	15,79	\$ 644.302.246	5,26	\$ 644.434.246
0,00	\$ 0	10,00	\$ 149.165.000	3,33	\$ 149.165.000
0,00	\$ 0	0,00	\$ 0	0,00	\$ 96.000
0,00	\$ 12.000.000	13,33	\$ 13.955.936.687	4,44	\$ 13.968.874.687
71,43	\$ 508.940.000	6,67	\$ 349.995.000	26,03	\$ 858.977.000
0,00	\$ 0	0,00	\$ 250.000.000	0,00	\$ 250.079.000
80,00	\$ 982.448.000	16,67	\$ 790.000.000	56,67	\$ 1.773.095.200
0,00	\$ 0	72,00	\$ 430.605.006	24,00	\$ 430.701.006
63,01	\$ 4.950.122.000	7,96	\$ 1.991.321.892	30,49	\$ 6.942.799.892
100,00	\$ 136.641.000	75,00	\$ 1.758.696.354	58,33	\$ 1.895.337.354
72,73	\$ 1.136.468.000	16,67	\$ 419.724.001	33,97	\$ 1.556.267.001
6,52	\$ 1.743.372.000	20,00	\$ 1.860.006.099	11,22	\$ 3.604.118.575
46,67	\$ 1.250.862.000	7,14	\$ 200.000.000	44,60	\$ 1.451.852.465
	\$ 243.814.887.000		\$ 297.807.324.862		\$ 541.999.988.470

Inversión por objetivos

Objetivos	Metas	2016	2017
Poner fin a la pobreza	16	\$ 199.727	\$ 400.051.000
Hambre Cero	80	\$ 251.413.108	\$ 131.174.892.000
Buena salud	52	\$ 811.500	\$ 1.158.389.000
Educación de calidad	74	\$ 15.081.378	\$ 76.063.623.000
Igualdad de género	55	\$ 1.628.886	\$ 1.558.528.000
Agua limpia y saneamiento	39	\$ 3.989.690	\$ 12.218.410.000
Energía asequible y sostenible	6	\$ 111.496	\$ 236.344.000
Trabajo decente y crecimiento económico	109	\$ 465.000	\$ 284.879.000
Industria, innovación, infraestructura	25	\$ 1.216.908	\$ 6.301.192.000
Reducir inequidades	31	\$ 245.000	\$ 845.388.000
Ciudades y comunidades sostenibles	69	\$ 1.536.665	\$ 2.022.754.000
Producción y Consumo Responsable	4	\$ 0	\$ 118.172.000
Acción por el clima	3	\$ 12.000	\$ 0
Vida Submarina	0	\$ 0	\$ 0
Vida de Ecosistemas Terrestres	2	\$ 60.000	\$ 0
Paz, justicia e instituciones sólidas	90	\$ 527.500	\$ 3.634.324.000
Alianzas para lograr los objetivos	23	\$ 483.750	\$ 1.797.941.000

2018	Total
\$ 1.094.839.000	\$ 1.495.089.727
\$ 161.932.272.380	\$ 293.358.577.488
\$ 406.944.444	\$ 1.566.144.944
\$ 98.042.266.019	\$ 174.120.970.397
\$ 1.626.980.370	\$ 3.187.137.256
\$ 13.919.148.959	\$ 26.141.548.649
\$ 139.134.017	\$ 375.589.513
\$ 1.099.112.105	\$ 1.384.456.105
\$ 15.268.180.181	\$ 21.570.589.089
\$ 1.137.333.501	\$ 1.982.966.501
\$ 972.600.000	\$ 2.996.890.665
\$ 0	\$ 118.172.000
\$ 0	\$ 12.000
\$ 0	\$ 0
\$ 0	\$ 60.000
\$ 1.234.381.664	\$ 4.869.233.164
\$ 934.132.222	\$ 2.732.556.972

Breve historia de Riohacha

En 1944, el concejo solicitó a la Academia de Historia un informe sobre los orígenes de Riohacha. La entidad comisionó al investigador Moisés de la Rosa para el pronunciamiento oficial, publicado ese mismo año en el Boletín de Historia y Antigüedades de Bogotá. La versión señala que el poblamiento de Riohacha lo hicieron en 1538 los comerciantes de perlas, de la isleta de Cubagua, situada en el grupo insular margariteño, en Venezuela.

Riohacha es la capital de La Guajira, con una población de 295.984 personas, de acuerdo con la proyección del DANE 1985-2020. En el casco urbano hay 252.428 habitantes y en el rural 43.556. Su extensión territorial es de 3.120 km², cuenta con 14 corregimientos, 8 resguardos indígenas (siete de ellos pertenecen a la etnia wayuu) y uno de la Sierra Nevada de Santa Marta, habitado por las etnias kogui, wiwa e ika-arhuaco.

Actualmente, la ciudad alberga a más de 70.000 migrantes, lo que agudiza la crisis de la ciudad, especialmente en el tema de servicios públicos. La capital mueve su economía alrededor de actividades informales, incluyendo la pesca y el turismo, como sectores económicos emergentes. Es una ciudad con historia, con sitios turísticos como sus playas, la catedral Nuestra Señora de los Remedios, el muelle, la ruta de Gabo, el santuario de fauna y flora en el corregimiento de Camarones.





Riohacha. Foto tomada por Betty Martínez Fajardo.

PISTAS PARA HACER DEL DESARROLLO NUESTRO PLAN



CAPÍTULO 3

Un plan para el plan

Comunicar, visibilizar, movilizar e incidir

Por Sandra Osses Rivera

Es difícil creer y aceptar que un asunto que debería convocarnos a todos como ciudadanía, la forma en que planeamos nuestros territorios, nos parezca tan lejano, tan hostil y tan desconocido, en un país que ha apostado desde la Constitución del 91 a fortalecer la participación y el empoderamiento local. Esto nos dice que la norma no es suficiente y que necesitamos aún mucho trabajo cooperativo, pedagogías, estrategias colectivas y procesos comunicativos que nos permitan comprender la importancia de hacernos cargo de las decisiones que nos afectan directamente.

La propuesta de Consejo de Redacción (CdR), plasmada en el *CdR/Lab Comunicación para el desarrollo*², constituye un camino para avanzar en la consolidación de la comunicación como protagonista en procesos de participación, movilización, incidencia y seguimiento de los planes de desarrollo territorial (PDT). Este espacio surge en un momento muy oportuno, dado que nos encontramos *ad portas* de la elección de autoridades municipales

y departamentales. Con este objetivo se realizaron en marzo del 2019 dos talleres, uno en Quibdó, Chocó, y otro en Riohacha, La Guajira, con periodistas y comunicadores locales, invitados para pensar en este tema crucial. Los resultados fueron muy favorables y los participantes coincidieron en que se trata de un tema en el que no eran conscientes de la importante labor que pueden desempeñar.

¿Qué comunicación, para qué desarrollo?

Al comenzar esta experiencia, convocada con el nombre *Comunicación para el desarrollo*, en mi cabeza rondaba una vieja pregunta que varios autores se han formulado a la hora de pensar en esta relación: ¿Qué comunicación, para qué desarrollo? Se trata de dos nociones complejas que tienen diversas definiciones y formas de ser concretadas, pero como no es nuestro objetivo entrar en discusiones de tipo teórico, nos quedaremos con la idea-fuerza de que en este caso el desarrollo está vinculado a la construcción del territorio y su conformación como espacio posible para la vida. Y la comunicación la comprendemos como un proceso que involucra a la ciudadanía y a los entes que

2. Consejo de Redacción (CdR), con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer (KAS), realizó los talleres CdR/Lab Comunicación para el desarrollo, donde periodistas y comunicadores de Chocó y La Guajira aprendieron cómo participar en la formulación, incidencia y en el seguimiento de los PDT.

administran el territorio en un ejercicio de diálogo tendiente a facilitar que ese espacio sea posible integralmente.

Este capítulo pretende, a partir del reconocimiento de la comunicación como un eje fundamental, proponer una forma de participación, incidencia y seguimiento de los planes de desarrollo territorial basada en el diálogo. Se espera que esta se constituya en una estrategia para que la ciudadanía, las organizaciones de la sociedad civil y los movimientos sociales se apropien de los PDT y reconozcan la comunicación como un camino para lograr su participación efectiva en el proceso.

Antes de entrar en materia es importante describir el enfoque que ilumina la propuesta, de la *Comunicación para el desarrollo y el cambio social*. Se trata de un campo de la comunicación que ingresa con fuerza en América Latina junto con dinámicas globales de desarrollo y que ha sufrido múltiples cambios. Para lo que nos interesa, es clave decir que los actores que viven un mismo espacio bien sea nacional, departamental o local, construyen día a día su territorio a través de múltiples acciones y relaciones entre ellos y con su entorno en busca de lograr que sus vidas sean vividas con plenitud, dignidad, equidad y bienestar.

Aunque no todos piensan igual sobre qué es lo mejor para la comunidad, no tienen las mismas prioridades ni están de acuerdo con una sola forma de gestionar su territorio (es decir lograr que sea vivible, equitativo, seguro, sostenible y cuente con los requerimientos sociales, culturales, económicos y ambientales a que tienen derecho) existen herramientas que hacen posible, en la democracia, que las acciones se organicen, coordinen y ejecuten para lograrlo. Los procesos que buscan un desarrollo sostenible requieren un fuerte ejercicio de

corresponsabilidad entre el Gobierno y la comunidad para lograr una gestión adecuada del territorio. Si analizamos esto con detenimiento, nos damos cuenta de que la comunicación es fundamental porque permite pasar de lo individual a lo colectivo, construir acuerdos que permitan la cooperación y lograr que el desarrollo sea un esfuerzo común. Guillermo Williamson (2009, p.7) refiriéndose al tema describe algunos aportes de una comunicación de este tipo a los procesos de desarrollo del territorio:

Estas formas de comunicación contribuyen al desarrollo local al facilitar los intercambios de información:

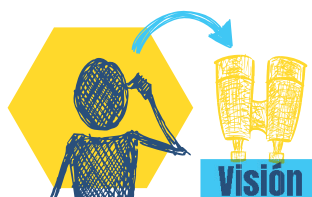
beneficios para la población promovidos por el Estado; información de circulación de capitales, bienes simbólicos o materiales; educación de la población en variadas áreas de su interés (salud, negocios, educación); permite el diálogo intercultural a partir de la presencia de diferentes actores sociales y culturales; (...) facilita el cumplimiento del deber de los gobiernos locales de prestar cuentas y difundir su accionar y promueve el derecho de la ciudadanía vecinal de estar informada de modo masivo y transparente sobre lo que hace el gobierno local, sobre sus derechos y sobre las oportunidades creadas para efectos de empleo o acceso a beneficios o subsidios sociales; se fortalece la organización social al otorgarle visibilidad a sus esfuerzos y actividades.

Teniendo esto como base, presentamos una propuesta de comunicación comprometida con el territorio (no cualquier comunicación) y protagonista en los procesos de desarrollo. Pensamos en una herramienta que abra caminos a la participación, en un plan que esté pensado como un curso de acciones.

Estas no deben ser una mera forma instrumental o eficientista, sino que deben estar articuladas a un sentido de construcción colectivo que permita la praxis. Pensamos la praxis de la mano de Paulo Freire como la sinergia entre la reflexión y la acción.

La reflexión es un proceso tanto individual como colectivo que se mueve a partir de preguntas que nos permiten comprender el sentido de lo que emprendemos, por ello propondremos a lo largo del capítulo cuestionamientos que se formulen para orientar las acciones. Es seguro que para cada pregunta pueden existir diversas respuestas, eso depende de qué actores intervienen, del contexto territorial en que se formulan y de los factores que determinan la acción comunicativa. Esta propuesta está centrada justamente en la acción comunicativa, entendida como la capacidad que tienen los sujetos de la comunicación: periodistas locales, comunicadores populares y comunitarios, organizaciones sociales, instituciones, agentes políticos, etc., de tender puentes entre sí para informar y comunicar, para circular contenidos que amplíen el conocimiento y, sobre todo, que faciliten y promuevan las acciones de la sociedad civil en búsqueda de su bienestar.

Ya dijo el maestro Paulo Freire: «La acción sin reflexión es activismo, pero la reflexión sin acción es retórica», así que a lo largo del texto se incorporan estos dos aspectos en lo que denominamos rutas de reflexión y rutas de acción orientadas a configurar un plan de comunicación en torno a los planes de desarrollo territorial.



Ruta de reflexión

Para comenzar, proponemos un ejercicio colectivo con las personas del medio o la organización para compartir las diferentes miradas que sugieren las siguientes preguntas:

¿Cuál es la visión de desarrollo que tenemos?

¿Cuál es la comprensión del territorio que tengo como periodista/comunicador?

¿Cuál es la relación de un Plan Municipal de Desarrollo con mi vida cotidiana?

¿Qué tipo de comunicación/periodismo es el más pertinente para generar desarrollo?

Plan de comunicación para el PDT



Los puntos de partida

Hemos venido hablando de la importancia de la comunicación en el proceso de apropiación y seguimiento de los planes de desarrollo territorial. Para ponerla en acción, primero podemos *sentar las bases* para poner en marcha un plan de comunicación del PDT.

— La comunicación es un derecho

En los lugares en que trabajamos con periodistas y comunicadores locales percibimos una preocupación por la incapacidad que podrían tener para meterse con los planes. En realidad, si se piensa que dichos PDT son instrumentos que deben ser participativos, ya tenemos una primera respuesta, pero centrándonos en el rol específico de la comunicación contamos con un argumento muy poderoso, la comunicación es un derecho y, por tanto, debe ser facilitada y protegida en todos los procesos que tienen que ver con la democracia y la gestión territorial. No solo hablamos del derecho a informar, sino de un asunto más complejo. Miremos una definición:

El derecho a la comunicación hace referencia al conjunto de derechos que garantizan que las personas y las comunidades puedan ejercer la comunicación para conseguir sus metas en las esferas económica, política, social y cultural. Incorpora, pero no se limita, a la libertad de opinión y expresión y al derecho a la información. (Vargas y Zapata, 2010, p. 28).

— La comunicación es un asunto público

La comunicación por su propia naturaleza no puede ser individual, ni actuar en el aislamiento y tampoco es solo un instrumento para lograr objetivos particulares o de pequeños grupos de interés. La comunicación pública, o como otros la llaman, ciudadana, es una comunicación comprometida con lo público, es decir, con todo aquello que tiene que ver con los asuntos de interés común de quienes conforman la sociedad y, por tanto, el territorio. Bernardo Toro (2001) sugiere una definición sencilla, pero muy profunda, de lo que esto significa: «Lo público es aquello que conviene a todos de la misma manera, para la dignidad de todos».

— La comunicación posibilita la incidencia

Si pensamos en la incidencia como la capacidad para generar transformación social en la perspectiva de los derechos, hablamos de una acción que permanece en el tiempo y puede influir en la discusión pública y generar nuevas discusiones. Para la comunicación es posible incidir porque es responsable de construir lo público.

La incidencia es la forma de implementar los cambios soñados pero también la manera de buscar concreciones en el marco de las políticas públicas y de la vida social y política (Uranga y Thompson 2016, p. 46).

— Los comunicadores/periodistas son mediadores de la acción social

Si pensamos en la comunicación como un derecho integral que no se limita a la mera información, sino que facilita los diálogos ciudadanos en el territorio, hablamos entonces de una comunicación que juega el papel de mediadora, porque facilita y dinamiza el diálogo entre los diversos actores que actúan y viven en el territorio. Construir mediaciones implica reconocer que dichos actores son diversos y tienen opiniones distintas, que la construcción de lo público no es un asunto solo del Estado, sino que la conforma una red de relaciones en las que debe prevalecer lo público. Se trata de actores situados, es decir, que viven, transforman y configuran permanentemente el territorio.

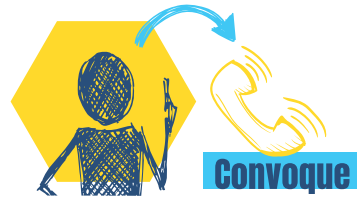
Para Serrano, existe un Sistema Social y dentro de él hay un Sistema de Comunicación Especializado; el primero se encarga de proveer de insumos, emergentes, que son hechos sociales al segundo; este emergente es interpretado por un Mediador Social (comunicador/periodista) que se aproxima y lo convierte en relato, (...) para luego ser distribuido por el Sistema de Comunicación Especializado pasando así de emergente a un acontecer público (García, 2013, p. 8).

Estos principios pueden sonar muy abstractos, idealistas o pueden parecer obvios, difíciles de hacer realidad en la práctica, pero iremos descubriendo de qué manera se ubican en la acción comunicativa.

Tendidas estas bases para la acción, lo que sigue es pensar cómo organizarnos y, sobre todo, con quiénes, es decir *armar equipo*. Este punto es el más sensible de la propuesta, porque

del compromiso de quienes se decidan a poner en marcha el plan de comunicación del PDT depende su capacidad de incidencia. No solo hablamos de un grupo básico que pueda planear, coordinar y realizar las acciones, sino también de otros mediadores (comunicadores locales y periodistas) que tiendan los puentes de comunicación en el territorio y, aunque no hagan parte activa de la propuesta, puedan convertirse en aliados para apalancar y fortalecer el plan de comunicación.

Sabemos de las grandes dificultades que existen en los territorios para que los tiempos, los intereses y los recursos que tienen los mediadores se sincronicen en torno a una única propuesta. Por ello, el plan de comunicaciones no exige acciones uniformes o acuerdos rígidos, sino, por el contrario, construir rutas de reflexión y acción que faciliten la coordinación de ejecutorias desde las propias realidades de cada medio, de cada colectivo, de cada periodista.



Ruta de acción

La primera acción concreta necesaria para construir el plan de comunicaciones, es armar el equipo.

Si usted es un comunicador o periodista local convencido de la importancia de comunicar el PDT, puede dar el primer paso: convoque a una reunión breve a la mayor cantidad posible de mediadores del territorio y presente la idea. En esta guía pueden encontrar las

rutas para establecer el camino, compártala con sus colegas y conforme el equipo base que coordine la propuesta.

Invite a los que no se pueden comprometer con todas las acciones a estar pendientes del plan y permita que todos y todas expresen sus opiniones y sus percepciones sobre la idea. Decidan un nombre para el grupo que les permita fortalecer su compromiso y sus vínculos.

Con los recursos tecnológicos con que contamos hoy es posible coordinar acciones sin disponer de tanto tiempo presencial: grupos de WhatsApp, redes sociales o incluso listas de correos son muy efectivos.

Muchas experiencias se han adelantado en el mundo de forma colaborativa que muestran logros incidentes en procesos de desarrollo. Esta propuesta los invita a tomar la acción en sus manos y a reconocer que, con la coordinación de un plan concreto y aterrizado, es posible incidir en este proceso para la vida del territorio.

Ya contamos con unas bases y la posibilidad de armar equipo, aún es necesario algo más para emprender el camino: construir el sentido de la propuesta. Hacernos preguntas antes de emprender el trabajo permite orientar el sentido del plan de comunicación, con la idea de que no sea un modelo único, ni un simple recetario de acciones, sino una propuesta de comunicación apropiada a cada territorio.

Para ello, proponemos una ruta de reflexión-acción basada en la propuesta de Ana María Miralles sobre los factores que impiden la formación de una opinión pública democrática en su libro *Periodismo, opinión pública y*

agenda ciudadana (2001). Retomamos sintéticamente la propuesta de los diez problemas de la opinión pública:



—*Noticia y poder.* Las noticias solo leen lo que hace el poder. Existe una tendencia a priorizar la información y testimonios provenientes de fuentes que ostentan el poder político, social o económico, lo que genera que los ciudadanos no sean protagonistas de la noticia. Esto se suma a prácticas de información que convierten el poder en espectáculo y derivan en el silenciamiento de las voces de la mayoría de personas que conforman una sociedad. De esta manera, el periodismo construye una ilusión sobre la idea de que la opinión de estos actores del poder representa a la mayoría.

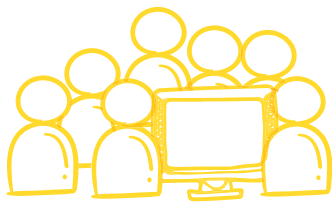


—*El modelo bipolar.* Las informaciones tienen solamente dos caras, una versión (que suele ser más aceptada) y otra que la contradice. Esta mirada dicotómica de la realidad hace que se reduzca la complejidad de la vida social y, además, no da cabida a la gran diversidad de actores que configuran la realidad social. La mayoría de los ciudadanos no

comparten las versiones de los extremos opuestos, pero terminan capturados en lecturas polarizadas de lo que se vive.

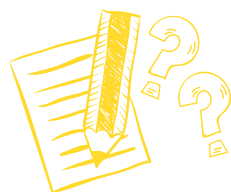


—*La opinión pública abstracta.*
Los medios se legitiman sosteniendo que representan la opinión pública y hablan de ella como si fuera un actor único, homogéneo y hegemónico. Pero esa opinión pública está construida de formas diversas como se vio en un punto anterior. Considerar que lo público es la suma de opiniones individuales que, además se pueden medir y reducir a instrumentos como los sondeos, hace que no se comprenda que pueden existir diferencias de opinión y argumentos disímiles entre los ciudadanos y que estos son hechos demostrables, no solo discursos, asunto que hace que los medios les tengan temor a esas diferencias (que se escapan de lo construido como la única opinión pública). Los sondeos ayudan a conocer las tendencias de opinión, pero no son la misma opinión pública, cuando no se profundizan los análisis y se cree que se pueden generalizar las cifras, se mina la participación y se manipula la libre expresión y elección.



—*El predominio de las audiencias.*
Cuando se piensa en espectadores pasivos o masas sin capacidad

de respuesta ante los mensajes existe un predominio de la idea de audiencias sobre públicos. La construcción de una opinión pública democrática demanda que los periodistas/comunicadores asuman su tarea en la formación de públicos. Ciudadanos que además de consumir la información, cuestionen, opinen, participen, interactúen en la construcción de lo público.



—*Confusiones sobre lo público.*
Históricamente el periodismo ha identificado lo público con tres ideas erróneas, o por lo menos limitadas: que se trata de lo publicable, lo estatal o el lugar físico compartido en la ciudad. Esto limita la posibilidad de construcción de la opinión pública como una conversación plural, que acepta la diversidad y estimula el diálogo y la acción ciudadana en todos los aspectos de la vida social.



—*El objetivismo.* La idea de que la información tiene que ser veraz, creíble y objetiva tiene gran peso en el periodismo y propone la idea de que la información es un 'espejo de la realidad', es decir, la muestra tal cual es. Y el periodista tiene una relación de distancia y asepsia de los hechos que le permite ser neutral. Cuando en realidad

sabemos que la sola manera de nombrar algo ya implica una forma de subjetividad. La objetividad obstaculiza los diálogos y limita la responsabilidad tanto de los periodistas como de los ciudadanos frente a los hechos que construyen su propia realidad.



—*La verdad medieval.* Se mantiene la idea de que los medios poseen 'la verdad' y esa verdad es como un asunto divino o revelado que, además, es fabricado desde los actores del poder y no se puede modificar. Se requiere objetividad en términos de contar los hechos ajustados a lo que acontece, pero no con una mirada absolutista de lo que se informa y ajustada a fuentes particulares de poder.



—*Condiciones adversas.* La autonomía de la opinión pública exige libertad y existen contextos en los que las presiones que se ejercen sobre los periodistas/comunicadores terminan silenciando o impulsando a la autocensura. Son muchos los actores que hacen presión sobre los medios de comunicación como el Estado, los poderes económicos, las estructuras ilegales y los actores armados, entre otros, y en contexto de conflicto esta situación se recrudece porque se incrementa

el miedo y esto limita la libertad de pensamiento, de expresión y de opinión, lesionando la construcción democrática de la opinión pública. Si hay temor, no hay libertad.

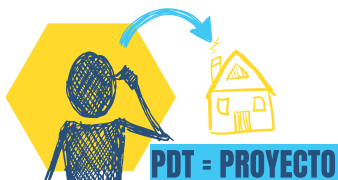


—*No basta con informar.* Aunque la información es materia prima de la opinión pública, no es suficiente para que exista. La generación y promoción de interacciones que tomen forma de debates, intercambio de opiniones, deliberación, construcción de tendencias son fundamentales para que efectivamente se pueda hablar de una opinión pública democrática que facilita las interacciones entre ciudadanos y de estos con los diversos actores que conforman la realidad social.



—*Las agendas.* Los temas y los hechos sobre los cuales la ciudadanía establece diálogos, formula opiniones, genera debates, se encuentran en general ligados a las agendas mediáticas. No siempre son iguales las agendas políticas, que marcan las tendencias a partir del protagonismo de hechos políticos; las agendas mediáticas, definidas por criterios periodísticos como la espectacularidad, la visibilidad, la novedad, etc.; y las agendas públicas, que determinan lo que se argumenta en el espacio público y determina los debates que conciernen a todos. Por ello,

es fundamental que el periodismo público reconozca su participación fundamental en la decisión de aquello que merece ser conversado, discutido, investigado en favor de la construcción de la democracia, de una opinión pública democrática.



Ruta de reflexión para orientar la acción

Se propone un ejercicio en el que de manera individual se piense en una situación concreta relacionada con el PDT que ilustre cada uno de los 10 problemas y luego se pongan en común.

Algunos ejemplos:

Noticia y poder: solo se usa como fuente el candidato o gobernante para hablar sobre el PDT.

El modelo bipolar: un proyecto urbanístico es controversial en el PDT porque amenaza una zona ambiental, se entrevista a los constructores y a los ambientalistas, no se incluyen los habitantes del sector.

La opinión pública abstracta: se divulgan los resultados de un sondeo que respalda una decisión del PDT y se da por sentado que es la opinión de la mayoría acallando voces de ciudadanos disidentes.

En el diálogo final se extraen de los ejemplos algunos acuerdos mínimos que orienten el plan de comunicación cuidando la integridad de una opinión pública democrática.

En las diversas respuestas que se pueden formular a estos problemas que se encuentran en el corazón del periodismo, podremos hallar la orientación de un plan de comunicación comprometido con el sentido de lo público y aportante al desarrollo territorial.

En este punto es necesario que los involucrados en la idea de construir un plan de comunicación del PDT decidan sobre su compromiso y se involucren activamente en el proceso. Aunque parece obvio que los medios de comunicación local y las organizaciones que participan en los procesos de planeación territorial tienen la responsabilidad de participar en la comunicación del PDT, es necesario reconocer lo que implica esta acción, sumar las voluntades, construir las alianzas e identificar las posibilidades y viabilidad para emprender la acción.

Con este horizonte podemos comenzar a diseñar el plan del plan, partiendo de una etapa de aprestamiento.

El aprestamiento

Identificar los actores que pueden ser integrados o interpelados en el plan de comunicación

Diseñar un plan de comunicación implica establecer relaciones con los diferentes agentes que se encuentran en el territorio y que, en este caso particular, se relacionan de manera directa con el proceso de comunicación del PDT, bien porque pueden participar en él o ser identificados como aliados o potenciales oponentes. Identificar estos actores y determinar sus intereses y argumentos respecto al PDT es fundamental para garantizar la labor comunicativa. Asimismo, este ejercicio permite reconocer las posibles alianzas que se pueden

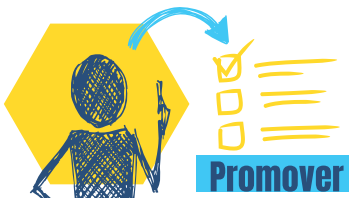
construir para llevar a cabo el plan de comunicación y los objetivos comunes, trabajar en equipo y, mucho más importante, construir una voz pública empoderada e incidente con relación al plan de desarrollo en el territorio. Los actores son tanto individuales como colectivos y es necesario reconocer, como dijimos antes, sus posturas frente al PDT y cómo construyen sus argumentos. Pensando desde el rol de la comunicación, Uranga define:

La construcción de un mapa de actores facilita tanto el abordaje de temas como problemas que puedan resultar de interés para un grupo u organización social. En este caso se propone la construcción de mapas de actores que estén orientados a poner en común saberes y, a la vez, que apunten a generar instancias de intercambio colectivo y la proyección de acciones en el futuro. (Uranga y Thompson, 2016, p.124).

se encuentran en el territorio son diferentes, es seguro que todos reconocen la necesidad y la importancia de comunicar el PDT. Claro que cada medio y organización puede imprimirle su propio sello e intención, pero juntos pueden hacer que la comunicación realmente permita que todos los habitantes del territorio conozcan el plan que determinará su vida en el futuro próximo.

— Analizar capacidades y recursos para el plan de comunicación

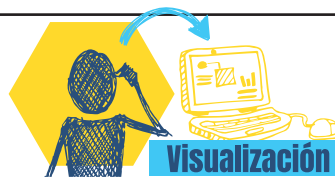
Es necesario que los actores que confluirán en el plan de comunicación del PDT reconozcan los recursos con los que cuentan para emprender el trabajo que implica un seguimiento continuo. También que identifiquen sus capacidades individuales y colectivas para poder construir los objetivos y alcances de un plan de comunicación adecuado, como se dice coloquialmente, 'con los pies puestos en la tierra'.



Ruta de acción

Hacer un listado y promover el encuentro con otros periodistas y comunicadores locales interesados en participar en la comunicación del PDT. Este acercamiento se puede aprovechar para comenzar a construir alianzas con el fin de que el plan de comunicación sea un asunto cada vez más colectivo y, por tanto, más incidente.

Es cierto el refrán “una golondrina no hace verano”, y aunque los intereses, capacidades y enfoques de los diferentes mediadores que



Ruta de reflexión

Sobre los aspectos siguientes se formulan preguntas que deben ser respondidas por el equipo o los actores que pondrán en marcha el plan de comunicación del PDT y deben consignadas en un documento que pueda ser consultado posteriormente (cartelera, presentación de Power Point, algún tipo de visualización).

Límites	¿Qué dificultades se pueden enfrentar para emprender el plan de comunicación?
Oportunidades	¿Con qué oportunidades de acción contamos para el plan? ¿Cuáles factores pueden facilitar la puesta en marcha del plan de comunicación del PDT?
Espacios	¿Cuáles son los escenarios y canales con que se puede contar para el diseño y formulación del plan de comunicación? Espacios físicos y virtuales.
Recursos	¿Con qué se cuenta para la puesta en marcha del plan de comunicación? Recursos humanos, tecnológicos, económicos, organizacionales, etc.
Vínculos / alianzas	¿Cuál es el capital social con que cuentan los diseñadores del plan de comunicación? Vínculos institucionales, apoyo de los directores, líneas editoriales afines al PDT, credibilidad ante la opinión pública, públicos, etc.
Diferencias/ acuerdos	¿Cuáles son los puntos que nos unen frente al plan de comunicación? ¿Cuáles diferencias pueden existir a la hora de comunicar el PDT? ¿Cuáles pueden ser las reglas del juego?

Diseñar los objetivos del plan de comunicación

La comunicación del PDT, su puesta en lo público, es un ejercicio que puede tener muchas aristas. De hecho, en cada etapa del ciclo del PDT, como lo veremos más adelante, las posibilidades de acción desde la comunicación pueden ser múltiples y diversas, pero es necesario enfocar los esfuerzos y contar con un foco que permita coordinar las acciones y potenciar las estrategias comunicativas.

Así, la orientación principal de un plan puede tener diferentes énfasis. A continuación, sugerimos algunos:

- Consolidación de los procesos de información a lo largo del proceso del PDT desde los prediagnósticos hasta la evaluación de su ejecución.
- Empoderamiento de actores colectivos con el fin de fortalecer la movilización social en torno a la exigencia de los derechos en el PDT.
- Promoción de la incidencia a través de la entrega de datos, argumentos y criterios en los momentos de participación de la ciudadanía.

• Seguimiento a la pertinencia y coherencia del PDT con las necesidades expresadas en los espacios de participación ciudadana.

• Facilitación de espacios de diálogo y concertación entre los agentes del gobierno y la ciudadanía.

• Seguimiento a la ejecución del PDT aprobado.



Ruta de acción

Con los insumos de los procesos adelantados hasta el momento, el equipo que trabajará en el plan de comunicación construirá un objetivo general que defina la orientación o propósito principal que tendrán todas las acciones que se realicen como parte del plan.

Recuerden que el objetivo es una frase concreta que responde a las preguntas de qué, quién, cómo, cuándo, dónde y para qué se realizarán las acciones. Por ejemplo:

¿Qué? Fortalecer la participación activa.

¿Quién? De la ciudadanía.

¿Dónde? Del municipio xxx.

¿Cómo? A través de la entrega de información oportuna, la construcción de argumentos y la promoción de la participación.

¿Cuándo? En los momentos

participativos del PDT (diagnóstico, formulación y ajustes).

¿Para qué? Para lograr una incidencia que garantice el bienestar, inclusión de los y las ciudadanos del municipio en condiciones de equidad.

El objetivo quedaría así: fortalecer la participación activa de la ciudadanía del municipio xxx a través de la entrega de información oportuna, la construcción de argumentos y la promoción de la participación en los momentos participativos del PDT (principalmente en el diagnóstico, la formulación y los ajustes) con el fin de lograr una incidencia que garantice el bienestar y la inclusión de los y las ciudadanas del municipio en condiciones de equidad.

Es posible que el equipo del plan decida construir más de un objetivo. En este caso es importante aclarar que los objetivos deben estar bien diferenciados y responder al análisis de capacidades y recursos.

También es posible que el objetivo que se proponga tenga algún tipo de énfasis, por ejemplo, en un eje o factor considerado muy importante para la población, o que ha sido controversial. En este caso, si bien es necesario dar a conocer el PDT en su integralidad y no fragmentado, es posible desde el inicio del plan de comunicación construir una estrategia que tenga foco en una selección de temas específicos sin descuidar su sentido como instrumento de desarrollo integral del territorio.

El diseño del plan de comunicación



Elaborar el mapa de actores vinculados al PDT

De acuerdo con el objetivo del plan de comunicación se identificarán las posturas y argumentos que puedan tener los actores, con el fin de lograr que la información y contenidos que se publiquen cumplan con el objetivo propuesto en el plan.

Es importante contar con un mapa de actores como punto de partida, porque facilita la coordinación de acciones, reduce el tiempo de investigación y mejora la incidencia. Uranga lo define así:

El mapeo de actores constituye un proceso colectivo y creativo que tiende a reflexionar sobre esos otros que están o podrían estar vinculados al tema de interés (con quienes se podrían compartir experiencias, consensuar ideas, articular y/o trabajar colectivamente e intercambiar recursos), con el objetivo de identificarlos, reconocerlos, describirlos y analizar posibles acciones. Un mapa de actores puede ser entendido como una 'representación ideológica', puesto que el diseño de esa cartografía puede ser de relaciones, temática, territorial o una combinación de relacional, temática y territorial.

Proponemos un mapa relacional y temático, que permita identificar a los actores en relación con la comunicación y con los saberes sobre temas relacionados con el PDT. Los actores podrán involucrarse en cualquier momento en el plan de comunicación.

Identificación de actores clave en el plan de comunicación

Actor	Rol	Tipo de relación comunicacional	Temáticas que maneja
Actor 1 Nombres y contactos.	Función que juega en el PDT	Disposición para ser entrevistado, capacidad de participación pública, aceptación, posibles aliados, etc.	El saber que puede tener en relación con el PDT.
Actor 2			
Actor 3			

Ejemplo:

Actor	Rol(es) en el proceso de construcción del PDT	Tipo de relación comunicacional	Temáticas que maneja
Candidato a la alcaldía 1	Propone el PDT y coordina su ejecución.	Le interesa ser visibilizado en la opinión pública. Es amigo de un sector del periodismo local, usuario de redes en campaña, su jefe de prensa administra su agenda pública.	Debería saber todo sobre los contenidos y proceso del PDT.
Consejo Territorial de Planeación.	Conceptúa el PDT formulado. Convoca encuentros para presentar y debatir el plan formulado. Hace ajustes de acuerdo con la opinión ciudadana consultada. Responsable del seguimiento al Plan Operativo Anual de Inversiones (POAI).	Requiere de los medios para hacer divulgación en los momentos de participación de la ciudadanía en el PDT. No es expresivo ni amable con los medios de comunicación comerciales, en general aparece en medios alternativos, no usa redes sociales y es esquivo en entrevistas televisivas.	Conoce el ciclo del PDT y los mecanismos de participación.

En los procesos de comunicación, la capacidad de influencia y la postura de los actores frente al problema o hecho que se abordará debe conocerlos el periodista/comunicador. Recordemos que el PDT al tratar todos los asuntos vinculados al desarrollo del territorio, toca múltiples temas que van desde la infraestructura, pasando por los derechos sociales (educación, salud, trabajo) hasta las dinámicas de inversión, por ello, diversos temas se pueden tratar en el plan de comunicación del PDT.

Reconocer estas relaciones le permitirá identificar fácilmente las posibles fuentes, reconocer aliados a la hora de la publicación de información que pueda ser problemática o controversial y hacer eco en actores que pueden ayudar a circular y multiplicar la información. Así mismo, en los casos en los que se busca establecer diálogos públicos se podrá prever cuáles serán los contenidos y posturas de los actores en el diálogo público, es decir, en la deliberación, como le denomina Habermas (1994).

Cuadro de actores clave y posiciones (argumentos)

Actores/posición en relación al PDT (general o particular)	A favor	Neutral o no involucrado	En oposición	Argumento
Actor 1				
Actor 2				



Tomado y adaptado de Uranga.

Ejemplo:

Actores/posición en relación al PDT (tema: aumento en inversión social)	A favor	Neutral o no involucrado	En oposición	Argumento
Candidato a la alcaldía 3			X	El plan del candidato está orientado a estimular los procesos productivos, la industrialización y las dinámicas extractivistas que garantizan un desarrollo más efectivo.
Presidente del Consejo Territorial de Planeación		X		Proveniente de organizaciones de la sociedad civil. Ha sido un defensor de los derechos de los trabajadores del campo. Considera un desarrollo centrado en lo social.

Recordemos que los propios medios y canales de comunicación son también actores del proceso, no deben quedar excluidos en la identificación.

Definir los públicos a los que se dirige el plan de comunicación del PDT

La comunicación comprometida con la construcción de lo público y el desarrollo territorial reconoce la experiencia, saberes y lenguajes

de la ciudadanía como fuente de información. Además, reconoce que aquellas personas a quienes habla no son todas iguales y viven en contextos también diversos.

Pese a que el plan de comunicación de un PDT les interesa a todas las comunidades que conviven en el territorio, no todas tienen las mismas lecturas y motivaciones frente a su desarrollo. El plan de comunicación puede construirse con un lenguaje incluyente y brindar información de

interés para todos y todas. De acuerdo con el objetivo propuesto puede hacer énfasis en actores determinados. Por ejemplo, si el objetivo se orienta hacia la incidencia sería recomendable que se dirija a los agentes sociales que puedan incentivar la participación y/o participar directamente en los momentos de incidencia del PDT. Pero si se enfoca en la movilización, debe tratar de difundir información que les permita a quienes habitan el territorio comprender que el PDT es también su responsabilidad y se pueden (deben) manifestar.

El mismo reconocimiento del territorio les permitirá a los mediadores reconocer aquellos grupos o actores que pueden apoyar la movilización, la incidencia, el seguimiento y también identificar algunos públicos que son de su interés, por ejemplo, con fines de formación. Así, los niños, niñas y jóvenes pueden ser identificados como público prioritario, si el objetivo del plan de comunicación es hacer pedagogía de los PDT con una proyección de largo plazo.

Como saben los comunicadores, la definición de los públicos determina los lenguajes y formas de interacción que se ponen en juego en la comunicación y no existe una forma de interacción. Estos actores priorizados

serán vinculados como fuente de la información, a ellos se dirigirán los contenidos y serán sus protagonistas al vincularse a su construcción. De nuevo, esto depende del objetivo que se propuso para el plan de comunicación.



Ruta de acción/reflexión

De acuerdo con el/los objetivo/s que plantearon para el plan de comunicación:

¿Cuáles serían los públicos a los que queremos llegar?

¿Cuáles serían las personas/ los grupos determinantes para cumplir el objetivo del plan de comunicación?

¿Qué esperamos de nuestros públicos?

Identificar y construir la información y/o contenidos

El contenido es el corazón de los procesos comunicativos. En un plan de comunicación, que pretende involucrar a los periodistas locales y a los comunicadores que trabajan en la

sociedad desde otros lugares, debemos pensar más allá de la noticia. Si bien la noticia es el centro de la lógica periodística, podemos ampliar la mirada hacia otro tipo de comunicaciones,

por ejemplo, narraciones, campañas, diálogos públicos que permitan que el PDT lo conozca, debata y apropie la mayoría de personas que vive en el territorio. Por ello no existe una sola ruta para construir los contenidos, sino que sugeriremos pistas para que los mensajes puedan sincronizarse con lo que propone el plan de comunicación del PDT.

Pista 1: la construcción de contenidos es un proceso.

En el periodismo tradicional se cuenta con unas formas de hacer, que de hecho llamamos formatos, para facilitar el trabajo. La noticia es seguramente el más usado por los periodistas; sin embargo, proponemos que se exploren otros formatos, sin dejar la noticia de lado, pero buscando nuevas maneras del mensaje. Proponemos que la construcción de contenidos responda a un proceso de creación (preferiblemente colectivo), marcado por el plan de comunicación, con el fin de que no se trate de la publicación de noticias sueltas y esporádicas sobre el PDT (que usualmente responden a los hechos que les interesa publicar a los gobernantes), sino que tenga una estructura organizada en torno a un plan de comunicación que contemple el ciclo del PDT en cuanto a sus tiempos, actores y espacios de participación. Todo esto, obviamente, orientado por el objetivo propuesto.

Pista 2: la investigación es la garantía del plan

En la medida en que los periodistas/ comunicadores locales se apropien del PDT podrán convertirse en los guías de la ciudadanía para participar directamente en los destinos de su territorio. Para lograrlo es fundamental que se trascienda de la pura traducción

de la información oficial a noticias y que se logren procesos de investigación que permitan solidez, credibilidad e incidencia. Cuando decimos incidencia, nos referimos a la capacidad de influir en los procesos de toma de decisiones con respecto al PDT.

Pista 3: la narración es múltiple y poderosa

No existe una sola forma de presentar la información, de poner a circular un mensaje, de compartir un contenido. Las formas que podemos usar los mediadores para construir opinión pública y generar diálogos son muchas y diversas. Las nuevas formas de la comunicación que han introducido a nuestra vida las redes sociales, los celulares y los mil caminos que abre internet nos desafían todo el tiempo, porque nos muestran que el poder comunicativo va en crecimiento y nos obliga a pensar en maneras creativas de comunicar.

Con estas pistas nos preguntamos ¿cuáles serían los momentos del proceso? Ya desde la etapa de aprestamiento lo venimos desarrollando. Desde el momento en que se decide comunicar los PDT comienza el proceso de construcción de contenidos (aunque no nos demos cuenta). Pero ya en la propuesta de elaboración concreta de contenidos podemos sintetizar tres momentos:

_____a. Investigar

Ya es cuento viejo este que se les dice todo el tiempo a los periodistas que tienen que investigar y frecuentemente se escucha que es muy difícil, que se necesita mucho tiempo, que el periodismo no es ciencia, que el que mucho busca mucho encuentra, que es arriesgado.

No hablamos de hacer una tesis de posgrado cada vez que se encara un mensaje, sino de reconocer los elementos básicos del contenido que se va a construir, de la información que se quiere circular y contar con los datos (evidencias) que nos permitan construir los argumentos para defender la postura que se propone y contextualizar los hechos.

Mucho de lo que se puede hacer en términos de investigación actualmente se relaciona con las bases de datos y la cantidad de información que se encuentra en internet. Siempre, el mediador debe conocer el origen de la información y realizar los ejercicios de verificación y correcta referenciación. Hoy, frente a fenómenos como las falsas noticias, es no solo necesario, sino obligatorio para el periodismo y la comunicación.



Ruta de reflexión:

El proceso de investigación debe responder a la pregunta: ¿Qué vamos a comunicar? Y para lograrlo habrá otras cuestiones clave:

¿Qué necesitamos saber? ¿Qué sabemos, pero debemos profundizar y/o sustentar?

¿Cuáles pueden ser las fuentes?
¿Qué acceso tenemos a ellas? ¿Son confiables?

¿Cuáles son los datos clave? ¿Dónde están los datos?

¿Existen varias opiniones o

versiones? ¿Cómo damos cuenta de ellas?

¿Cuál es el contexto en que se encuentra la realidad que queremos comunicar?

— b. Formular

Con la investigación realizada será necesario, antes de producir el contenido, hacer una formulación. Es decir, tomar decisiones sobre lo que se quiere decir y el sentido de ello, el para qué decirlo. Aunque parezca un asunto menor, este momento es crucial porque es cuando el mediador da forma y vida a los insumos con que cuenta, incluida su propia experiencia y opinión. Existen múltiples maneras de decir algo, de enunciar un mensaje y cada palabra que se usa tiene significación. Por ejemplo, no es lo mismo decir 'el supuesto concejal', que decir 'el honorable concejal' o 'nuestro concejal'. Son tres formas de decir lo mismo, pero no es igual. Las palabras son el espíritu de la comunicación y, por ello, es muy importante pensar cómo las ensamblamos en el mensaje y esto depende no de un asunto mecánico o solo gramatical, sino del sentido que queremos darle a lo que comunicamos. Entonces, no es lo mismo redacción que formulación. En la formulación se define el sentido, la orientación, el resultado que quiero obtener con el mensaje.

La formulación es una pregunta con dos ventanas: ¿qué vamos a comunicar? y ¿para qué? Sugerimos que se construya una frase que defina el sentido del contenido que se va a construir y sobre esta se produzca (redacción, graficación, grabación, edición, animación, etc.) el contenido.

Existen, como ya se dijo, múltiples maneras de construir el mensaje.

Miremos un ejemplo hipotético de formulación sobre el tema de violencia contra las mujeres, asumiendo que no se incluye en el PDT y suponiendo que ya se ha realizado un proceso de investigación:

-Los datos muestran que la violencia hacia las mujeres ha aumentado y, sin embargo, en el PDT no figura un proyecto encaminado a disminuirla.

-Las mujeres exigen que en el PDT se incluyan recursos para disminuir la violencia que las afecta.

-En el diagnóstico se reveló la necesidad de trabajar para disminuir la violencia contra las mujeres, pero no se concretó en el PDT que se discute.

-Si fulanito afirmó en entrevista que el tema de las mujeres no es asunto de un PDT, mostramos ejemplos de otros lugares en los que se ha incluido.

-En los últimos dos meses se han publicado 6 noticias de violencia contra las mujeres, pero estos casos no son un tema que se visibilice en el PDT.

Como se puede observar, las diferentes formulaciones cuentan con insumos diferentes (datos, fuentes, versiones, entrevistas, etc.) y le proponen a la opinión pública distintos contenidos que pueden incentivar, a su vez, diversas formas de acción o participación. Si bien se podrían combinar varias de estas premisas en el mensaje, es fundamental que la orientación que se propone desde el plan de comunicaciones sea clara para la opinión pública, porque es desde allí que se puede 'poner en acción' en pos de un PDT adecuado y favorable para el territorio.

Este momento también nos ayuda a pensar que es posible que el plan de comunicaciones se enfoque en temas cruciales del PDT y no en todos, esto, como se vio antes, es una decisión que se toma desde que se determina el objetivo del plan de comunicación. Por ejemplo, si se sabe que un tema álgido para el municipio es el control ambiental y se prevé que no está suficientemente tenido en cuenta, se puede enfatizar en los proyectos que en el PDT se orientan a este problema.

_____c. Concretar el contenido (narrar)
Con la formulación definida, el momento siguiente es el de producir o concretar dicha formulación en un contenido que puede ser textual, sonoro, audiovisual, multimedial o transmedial.

La pregunta en este momento es ¿cómo vamos a comunicar? e involucrar los lenguajes y medios técnicos de que se dispone en la puesta en marcha del plan. En este punto se pone en juego la experticia y creatividad de los periodistas/ comunicadores en el manejo de los medios. Imagínese la cantidad de formas creativas en que se pueden comunicar algunas formulaciones que se ejemplificaron en el momento anterior. Imaginemos:

-Mostrar una infografía que ubique los datos de la violencia contra las mujeres en un periodo de tiempo en el municipio y los contraste con la inversión realizada para ese tema en ese mismo periodo.

-Realizar una crónica en la que mujeres del territorio víctimas de violencia cuenten sus historias y le formulen preguntas al PDT.

-Hacer una noticia en la que se retomen datos visibilizados en el diagnóstico y se contrasten con fuentes que desestiman dichos datos.

-Construir una tendencia en Twitter en torno a una frase que invite a la necesidad de incluir el tema en el PDT para habilitar la discusión pública.

-En un programa de radio de opinión invitar a expertos, mujeres víctimas y responsables gubernamentales para realizar un debate.

-Promover una maratón tuitera o una fotomaratón que retome casos de víctimas para sensibilizar sobre el tema.

Las posibilidades solo tienen como límite la creatividad de los mediadores y su capacidad para potenciar sus recursos individuales y colectivos.

CdR ha generado en los últimos años un conjunto de guías y materiales didácticos de gran riqueza para pensar en las formas de narrar y construir los contenidos. Por ejemplo, en la guía *Pistas para narrar la paz*, particularmente en el capítulo 3 denominado 'Periodismo de datos: un método para construir nuevas historias'. Así mismo, en la *Guía periodística agenda verde* en su capítulo 4: 'Construir una buena historia ambiental' (2015) también se encuentran propuestas y recomendaciones muy valiosas. Si bien estos productos están diseñados para temas muy específicos, brindan elementos estratégicos para el proceso de narración que pueden ser adaptados al caso de los PDT en particular.

El plan de comunicación

Todo este trabajo previo corresponde al propio proceso de diseño del plan de comunicación del PDT, pero es necesario aterrizarlo en una herramienta que facilite la coordinación de acciones y el seguimiento del proceso.

Ubicar lo que se ha previsto en el ciclo mismo del PDT constituye la manera más efectiva de visibilizar el plan de comunicaciones. Es importante reforzar la idea que hemos trabajado a lo largo de este capítulo respecto a que cuando se habla de un plan de comunicación se habla de un proceso en el que los desarrollos se realizan de forma paralela y no necesariamente secuencial. Es decir, puede ser que este sea para algunos grupos el arranque del trabajo, el punto de partida o que se decida no cumplir con todos los momentos

propuestos en esta dinámica. Lo importante es lograr el objetivo y consolidar el trabajo colectivo.



Ruta de reflexión para la acción:

En la ruta siguiente se proponen preguntas clave para orientar el plan, teniendo presente el ciclo del PDT, sus tiempos y actores.

ETAPAS DEL CICLO DEL PDT

MOMENTOS Y ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN

ACCIONES COMUNICATIVAS

Preguntas para la comunicación



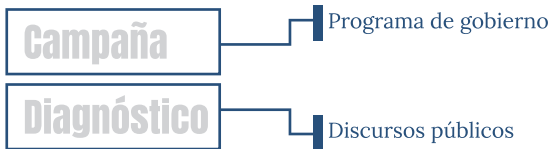
Reconocer/ ¿Las acciones han respondido a las necesidades del territorio? ¿Qué le quedó al territorio? ¿Qué proyectos exigen seguimiento?

Identificar/ ¿Existen diagnósticos del territorio para alimentar los programas?

Comparar/ ¿Las propuestas responden a las necesidades planteadas?

Contrastar/ ¿Existen contradicciones? ¿Cuáles son las diferencias entre los programas de los candidatos? ¿Corresponden a los prediagnósticos?

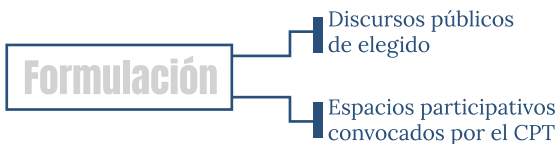
Monitorear/ ¿Los recursos son apropiados y responden a necesidades?



Reconocer actores/ ¿A qué intereses públicos o privadas responden?

Observar alianzas/ ¿Qué actores se involucrarán en el PDT? ¿Cómo se garantizará la participación ciudadana?

Situar la realidad/ ¿Los datos y cifras usados son verificables? ¿Existe algún planteamiento de continuidad? ¿Se da cuenta del territorio?



Verificar la participación/ ¿Se facilitan espacios de participación? ¿Se registra la participación? ¿Se convoca a los actores estratégicos?

Orientar empoderamiento/ ¿Qué actores participan? ¿Las voces participantes se tienen en cuenta en el concepto? ¿Se cuenta con datos?

Visibilizar el espacio/ ¿Se conocen los actores del CPT y las convocatorias? ¿Las voces participantes se tienen en cuenta en el concepto?

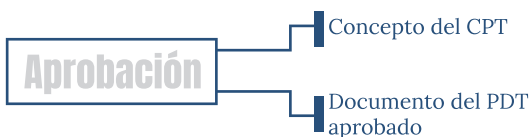
Incidir/ ¿Se moviliza la ciudadanía para hacer incidencia? ¿Se difunden los debates y argumentos del CPT?

ETAPAS DEL CICLO DEL PDT

MOMENTOS Y ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN

ACCIONES COMUNICATIVAS

Preguntas para la comunicación



Vigilar coherencia/ ¿Se cumplen las promesas de campaña? ¿Se incorpora el concepto ciudadano? ¿Se aprueba lo concertado con la ciudadanía? ¿Se operativiza con coherencia y factibilidad el plan en inversiones?

Seguir el cumplimiento/ ¿Se incorpora el concepto 'ciudadanos'? ¿Las voces participantes se tienen en cuenta en el concepto?



Disfundir el PDT/ ¿La ciudadanía conoce el PDT? ¿Se conocen los planes de inversión?

Registrar logros y obstáculos/ ¿Se mantiene al tanto la ciudadanía de la implementación del PDT? ¿Se divulgan las acciones y productos?



Reconocer impactos/ ¿Cuáles son los resultados cualitativos y cuantitativos de las ejecuciones? ¿Se mantiene informada la ciudadanía?

Cualificar la información/ ¿Se reconocen logros y retrocesos? ¿Las voces participantes se incorporan en ajustes? ¿Se visibiliza la corrupción?

Nos dice Adalid Contreras que los planes de comunicación «se refieren al proceso de programación operativa de las acciones de comunicación, de los mensajes y de los soportes materiales del discurso» (2017, p.136) y que estos deben responder a los lineamientos estratégicos, en nuestro caso, a los objetivos. Es fundamental rescatar de esta autora la idea de que la planeación de la comunicación debe promover «la constitución de los sujetos históricos y sus prácticas sociales; en las organizaciones dialogantes, comunicadoras y transparentes guiadas por el derecho a la comunicación». Ese es el propósito que ha de tener el plan

de comunicación que se diseñe para lograr que la ciudadanía conozca, se apropie, incida, se movilice y participe en todo el proceso de un PDT, en tanto se trata de un instrumento que define las formas de ser, hacer, relacionarse y convivir en un territorio.

Para concretar dicho plan de comunicación proponemos un sencillo esquema que permite recoger lo trabajado y proyectar lo esperado en función del objetivo general que se ha propuesto para comunicar el PDT.

Etapa del ciclo PDT	Objetivo	Estrategia	Acciones	Responsables	Indicadores
Prediagnóstico					
Campaña					
Diagnóstico					
Formulación					
Aprobación					
Planes de acción					
Evaluación y seguimiento					

A continuación, una descripción breve de los campos de la tabla:

— **Objetivo.** Se trata del objetivo específico que se propone para cada etapa, este debe conservar armonía y contribuir con el objetivo general propuesto para el plan de comunicación.

— **Estrategia.** En una definición genérica, la estrategia es un conjunto de acciones que siguen un curso guiado por un objetivo. En nuestro caso, queremos identificarla como la idea orientadora que permite concretar el objetivo desde la comunicación. En este caso la creatividad del grupo puede optar por nombrar dicho conjunto de acciones de maneras cercanas a la comunidad o que reflejen el territorio. Por ejemplo, es posible que la estrategia que se implemente en la etapa de la campaña tenga el objetivo de lograr que la población en general conozca los programas de los candidatos y pueda hacer una lectura crítica de ellos y la estrategia se denomine ‘El que no sabe es como el que no ve’.

— **Acciones.** La estrategia está conformada por acciones concretas. En el ejemplo anterior podrían planearse tres acciones:

1) Debate radial con los candidatos

sobre el tema eje que se ha seleccionado.

2) Publicación de una serie de entregas especiales en prensa donde se visibilicen las propuestas de los candidatos.

3) Circulación en redes sociales de una infografía que compare las diferencias y similitudes de las propuestas de los candidatos en el eje que se enfatiza, o en todas las áreas. Se sugiere que las acciones sean pocas, pero potentes, y que se tenga en cuenta el análisis de capacidades y recursos que se hayan realizado en la fase de aprestamiento.

— **Responsables.** Como hemos insistido en la potencia que tendría lograr acuerdos entre diferentes periodistas y comunicadores locales para construir un plan de comunicación del PDT, en este punto se determina cuál o cuáles actores serían los responsables de la ejecución de las acciones. Por ejemplo: La acción 1 la realizarán los periodistas de las emisoras comerciales Tal y Pascual, y los radialistas de las 3 emisoras comunitarias involucradas en el proceso.

— **Indicadores.** Aunque nuestro interés principal es construir un proceso participativo, es primordial que se puedan medir los logros obtenidos en el plan de comunicación. Los indicadores son las formas en las que podemos saber qué se logró ejecutar de lo planeado y cómo funcionó. Los indicadores pueden ser cuantitativos y cualitativos. Sobre el mismo ejemplo que estamos ilustrando, indicadores cuantitativos pueden ser: número de debates transmitidos y tiempo que duraron. Un indicador cualitativo: opiniones y reacciones que se generaron en los días posteriores a las emisiones en los medios masivos o entre actores influyentes sobre los debates. Existe un gran misterio sobre el uso de indicadores, pero en realidad si se hacen la pregunta ¿cómo sabemos si se logró el objetivo? serán muchas las ideas que surjan para dar respuesta. Con un indicador que permita evaluar la acción es suficiente. Una recomendación importante es que los indicadores se diseñen sobre las acciones y no sobre la estrategia, ya que esta suele ser más compleja y difícil de cuantificar o cualificar.

Todas las etapas del PDT son importantes, sin embargo, como lo hemos dicho antes, es posible que se piense que el plan actúe en algunos momentos puntuales de acuerdo con el objetivo propuesto. Pero es crucial pensar en el seguimiento como una etapa fundamental. Si comprendemos el ciclo de la planeación, nos podemos dar cuenta de que es casi una práctica interminable y que lo ideal sería que en nuestra formación como ciudadanos activos tuviéramos la capacidad de mantener el hilo de lo que va pasando con la planeación de nuestro territorio con una mirada de largo plazo. Los gobernantes van y vienen, pero somos los habitantes del territorio los que podemos dar verdadera cuenta de los procesos de desarrollo. Por eso es fundamental que los mediadores tengan prendidas las alertas frente a los procesos de rendición de cuentas y seguimiento a los proyectos de desarrollo que trascienden los gobiernos y son estructurales o estratégicos en el territorio.

Sistematizar la experiencia

Recoger, reflexionar y generar conocimiento

En los procesos sociales y comunitarios, especialmente en los educativos, se ha establecido sistematizar las experiencias casi como un requisito. Aunque su nombre parece muy técnico o computacional, este proceso se refiere

a la recopilación de lo hecho y su lectura colectiva con el fin de aprender de la propia experiencia.

En el mismo tenor del resto de la guía, proponemos una manera práctica de

realizar la sistematización, es decir, recoger la experiencia del plan de comunicación del PDT y reflexionar sobre ella con el objetivo de que sea un ejercicio agradable, sencillo y enriquecedor para todos los participantes.

La mejor manera de sistematizar es con el diálogo entre los protagonistas de la experiencia, pero si no se pudiera hacer porque los tiempos son difíciles de manejar para los participantes, podríamos emprender el ejercicio de forma individual, pero eso sí, tratar de poner en común el trabajo de alguna manera.

Para echar a andar este último momento del plan de comunicación proponemos la siguiente ruta.



Ruta de acción

Propongamos un encuentro entre quienes participaron de una u otra manera en la puesta en marcha del plan de comunicación del PDT y realicemos el ejercicio de forma colectiva pero consignando primero las propias reflexiones en fichas que luego puedan ser puestas en diálogo. La idea es registrar el diálogo que se vaya realizando para llegar a las conclusiones y sugerencias. Proponemos una dinámica organizada por rondas guiadas por preguntas. (Recuerden que si es imposible lograr de forma colectiva, se pueden usar herramientas como un formulario de encuesta virtual o el WhatsApp para compartir las respuestas y luego establecer un foro virtual o un

escrito construido por todos usando herramientas como el Google Drive).

Ronda 1: ¿Cuáles fueron los tres momentos más importantes del plan de comunicación del PDT? ¿Por qué?

Ronda 2: ¿Cuáles fueron los principales aciertos y desaciertos? ¿A qué factores se debió el logro o el obstáculo?

Ronda 3: ¿Cuáles fueron las emociones que en cada participante despertó el proceso? (consignar dos que considere positivas y dos que considere negativas).

Ronda 4: ¿Aprendí algo nuevo? ¿Qué? ¿Afiñcá alguna fortaleza? ¿Cuál?

Ronda 5: ¿Cómo podría escribir en tres frases los principales resultados del proceso?

Ronda 6: ¿Cuáles serían los cinco aprendizajes (derivados de los obstáculos) que extraemos del proceso de puesta en marcha del plan de comunicación del PDT?

Ronda 7: ¿Cuáles serían las cinco recomendaciones que podríamos formular a manera de frases a otros que quisieran construir una experiencia similar?

Del ejercicio resulta la generación de nuevo conocimiento y colectivo, por ello es clave ponerlo a circular. En este punto podrían pensar en realizar una crónica del proceso, construir un decálogo o un documento de recomendaciones, o hacer una breve pieza audiovisual o sonora que permita captar el conocimiento producido.

Es importante sistematizar el plan de comunicación del PDT por muchas razones: porque tenemos que hacerlo mejor la próxima vez, porque vale la pena mirarnos como equipo, porque podemos estrechar lazos en los procesos de comunicación del territorio, porque sería ideal que otros repliquen lo exitoso de nuestra experiencia o puedan extraer aprendizajes de nuestros desaciertos, porque es un aporte significativo al desarrollo de nuestro territorio.

Poner en marcha este proceso implica poner en acción eso que en el mundo contemporáneo se denomina inteligencia territorial y que sostiene los procesos de desarrollo y el bienestar de los territorios, así como contribuye a la convivencia y a la disminución de factores como la acción de la violencia o la corrupción que nos obstaculizan como país.

Esperamos que este proceso sea posible y productivo. Los PDT son herramientas con las que el país cuenta desde hace décadas, pero se trata de un tema novedoso para la comunicación y es nuestra responsabilidad lograr que sea implementado cada vez con mayor conciencia y participación.

PISTAS PARA HACER DEL DESARROLLO NUESTRO PLAN

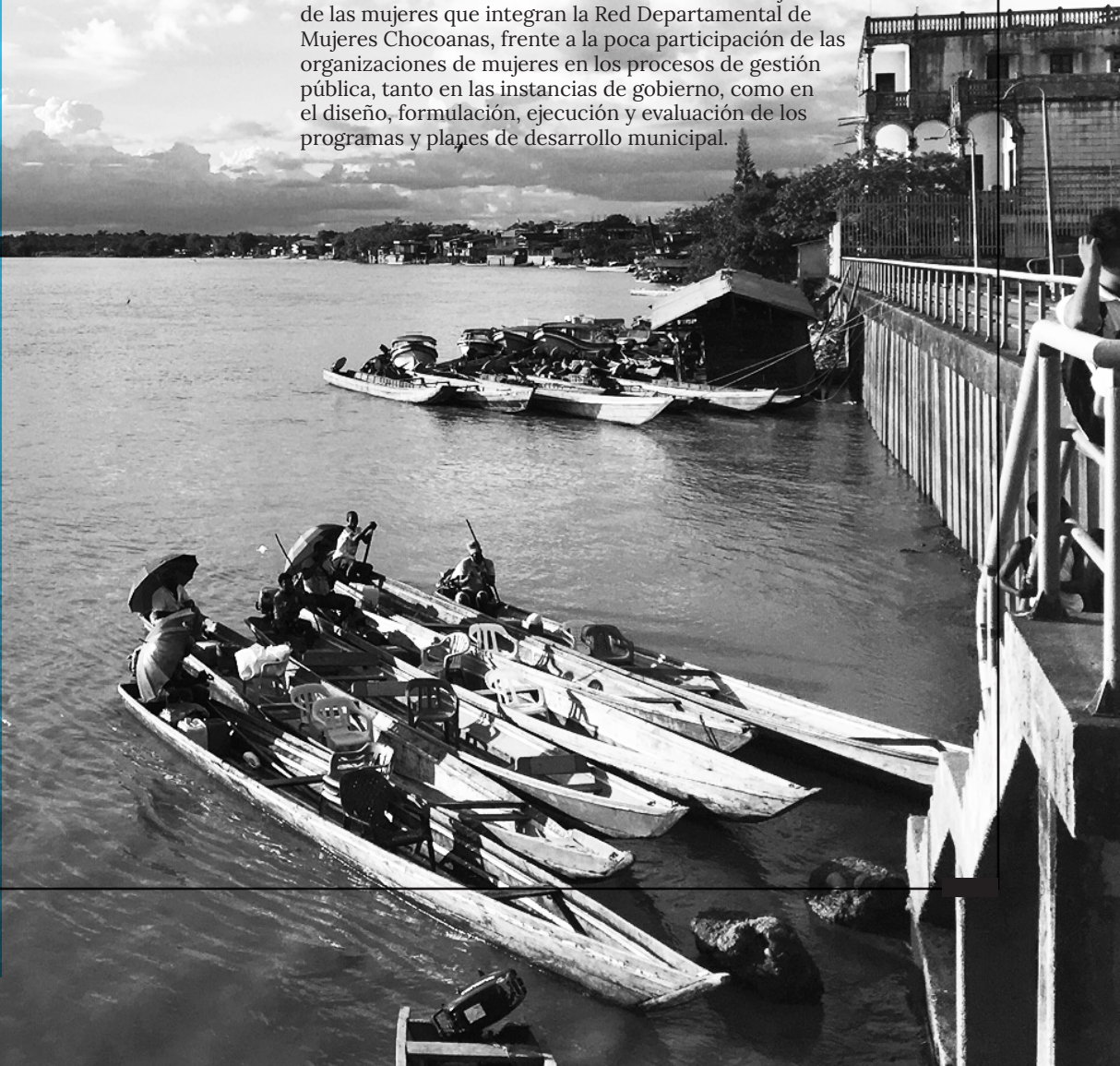


HISTORIA

Incidir: una propuesta de la Red Departamental de Mujeres Chocoanas

Por Yaneth Parra Mosquera

—Este artículo es resultado de la reflexión conjunta de las mujeres que integran la Red Departamental de Mujeres Chocoanas, frente a la poca participación de las organizaciones de mujeres en los procesos de gestión pública, tanto en las instancias de gobierno, como en el diseño, formulación, ejecución y evaluación de los programas y planes de desarrollo municipal.



los espacios de toma de decisiones y la participación en el debate de la gestión pública, partiendo de las realidades de las comunidades.

Pretendemos contribuir desde una mirada propia y pensada a partir de la comunicación y el trabajo de la Red al direccionamiento de una estrategia de incidencia que posibilite abrir espacios de reconocimiento, inclusión y activación de la participación de las mujeres en la toma de decisiones orientadas a propiciar la transformación y el desarrollo en la región. Se trata de una mirada de comunicación desde las comunidades, de cómo los grupos de interés pueden buscar una mayor participación en los planes de desarrollo de los territorios, a partir del ejemplo de la Red Departamental de Mujeres Chocoanas.

Abordaremos en el documento los siguientes puntos:

1. Contexto de la realidad de las mujeres chocoanas a partir de datos y análisis realizados por entidades en el territorio y consignados en el 'Plan de Desarrollo Municipal 2016 - 2019 Ruta Q, seguiremos avanzando hacia la paz' y la Agenda de Política Pública de Equidad de Género para las Mujeres Chocoanas (2015).

2. Reflexión sobre la participación política de las mujeres chocoanas desde el ejercicio de las organizaciones sociales locales de mujeres, tomando como punto de partida el Plan de Desarrollo de Quibdó, así como el trabajo que realiza la Red Departamental de Mujeres Chocoanas.

3. Propuesta de incidencia en futuros planes de desarrollo desde el escenario de la comunicación y desde la perspectiva de las mujeres, que posibilite fortalecer

Mujeres chocoanas en el contexto municipal

Quibdó, capital del departamento de Chocó, ubicado en la subregión del Atrato, ocupa el 6,6% del área total del departamento con una extensión de 3.075 km². El área urbana la conforman 146 barrios distribuidos en seis comunas, que ocupan solo un 0,4% del territorio del municipio, mientras que el área rural está distribuida en 27 corregimientos y 14 resguardos indígenas, ocupa el 99,6%.

De acuerdo con el DANE, en el 2019 la población del municipio asciende a los 116.256 habitantes. De este total, 57.708 son mujeres. Este grupo poblacional equivale al 49,6% de la población de la capital chocoana.

En materia de ocupación laboral **el panorama** de las mujeres chocoanas **no es favorable** Según la Agenda de Política Pública



para las Mujeres Chocoanas (2015)

solo en Quibdó se registró una tasa de desempleo

del 15,1%,
la segunda más alta del país.

La tasa global de participación

52%

La tasa de ocupación

44,2%

La tasa de subempleo objetivo

3,6%

Cuando se desagrega la información por sexo, se obtiene que la tasa de desempleo en el sector poblacional de mujeres es seis puntos mayor que en la de los hombres.

Según la tasa de desempleo calculada por el DANE con información de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) del último trimestre del 2018, se puede evidenciar que la brecha de desempleo entre hombres y mujeres es más alta en Quibdó que en las otras ciudades encuestadas. En este departamento la tasa de desempleo de los hombres es de 12%, mientras que la de las mujeres es de 21,8%, lo que evidencia una brecha de 9,9%.

Pero ¿cómo estamos las mujeres chocoanas en materia de organización y participación?

La situación de las organizaciones sociales de mujeres de Quibdó ha sido históricamente marcada por desigualdades y crisis generadas por la violencia social y política. El contexto de violencias en el que vive la población chocoana ha afectado significativamente la dinámica social, en especial de las familias. Tradicionalmente los trabajos remunerados eran asignados a hombres, la mujer chocoana permanecía en la casa asumiendo las labores de cuidado y economía del hogar y poco participaba en la toma de decisiones dada su situación de

dependencia del marido. La situación de pobreza ha obligado a las mujeres a través del tiempo a realizar actividades generadoras de ingresos para sostener el núcleo familiar, paralelo a toda la responsabilidad que acarrea la vida cotidiana de una familia, especialmente en contextos de violencia por el conflicto armado interno, que aumenta cada vez más las cifras de mujeres cabeza de hogar.

Si bien el panorama en términos de participación de la mujer ha cambiado en el tiempo, dado que esta se ha abierto a espacios que la ubican en un lugar de participación más visible en los ámbitos cotidianos de la vida social, la realidad sigue mostrando las desventajas a las que se enfrenta la mujer chocoana en la actualidad. Un ejemplo de esto es su poca participación y, por ende, visibilidad en los espacios políticos y de toma de decisiones.

Isabel Chaverra Palacios, del equipo coordinador de la Red Departamental de Mujeres y representante de la Instancia Especial de Género en el Acuerdo de Paz en representación de las mujeres negras, raizales y palenqueras, opina que en materia de participación en cargos públicos y de elección popular, esta es «muy reducida, pese a que existe una norma³ que ordena que en cargos de elección de dirección y mando, las mujeres tengamos el 30% de participación. En la realidad esto no se da en muchos entes territoriales e instituciones [...] en parte porque quienes están ahí en esos puestos de poder no quieren darles ese reconocimiento a las mujeres».

3. Por ejemplo, la Ley 581 del 2000, que garantiza la adecuada y efectiva participación de la mujer en los niveles decisorios del poder público; la Ley de Cuotas y la Ley 823 que garantiza la igualdad de oportunidades para la mujer.

Para Isabel, las mujeres chocoanas están preparadas para asumir cargos de representatividad, dirección y mando: «A las mujeres no nos hace falta nada para asumir esos espacios. Estamos formadas, tenemos conocimientos para desempeñar cualquier cargo de la institucionalidad, pero como nos han tenido relegadas en relación con los hombres, nos toca seguir avanzando en el ejercicio de incidir ante quienes toman decisiones para que seamos tenidas en cuenta. Esta capacidad la hemos demostrado a través del desempeño de las mujeres que ya ocupan cargos de dirección en el sector público en Chocó».

La participación de las mujeres en el diseño y ejecución del Plan de Desarrollo del municipio de Quibdó fue claramente reducida. Las razones pueden ser varias, pero una sin duda influyó para que el sector poblacional de mujeres no tuviera mayor representatividad y voz en el diseño del plan: la poca difusión de información y la convocatoria a corto plazo. La información no llegó a tiempo a las organizaciones de mujeres, lo que redujo considerablemente la participación activa e invisibilizó las demandas, propuestas y voces de las mujeres en términos generales en el Plan de Desarrollo Municipal aún vigente.

En la ejecución del Plan de Desarrollo del municipio de Quibdó persisten en la actualidad las situaciones señaladas. Por ejemplo, la participación de la mujer en la gestión pública es casi nula, las mujeres se ven afectadas por la desatención del gobierno municipal, por el incumplimiento de compromisos y acuerdos adquiridos con las comunidades, aumenta el desempleo de mujeres (25 % frente a 18 % de desempleo masculino), los derechos básicos como el acceso a una vivienda, en especial en el área rural,

no se cumplen y la salud en el sector rural es casi inexistente. Un panorama que cuestiona el término desarrollo, en tanto la letra de los planes no se traduce o no es coherente con la realidad.

Asunción Ludivina Córdoba Copete, de la Asociación de Mujeres Empresarias de Quibdó, opina que el mayor problema en materia de participación y acceso de las mujeres está en que apenas desde hace poco a las mujeres se les permite abrirse espacios en la sociedad y reconocerse capaces de liderar y sacar adelante procesos que antes eran solamente pensados para hombres. «Las mujeres se ven a sí mismas muy limitadas para acceder a estos espacios y cargos, pese a que se demuestra siempre la capacidad de liderazgo, la capacidad administrativa y los resultados de la mayoría de las mujeres que ocupan cargos en el sector público o privado».

Red Departamental de Mujeres Chocoanas: empoderamiento y participación



La Red Departamental de Mujeres Chocoanas se conformó en 1992 con el fin de compartir experiencias organizativas entre lideresas vinculadas a instituciones, organizaciones étnico-territoriales y sociales, afrodescendientes e indígenas del departamento para promover la participación ciudadana de las mujeres.

En la actualidad unas 54 organizaciones sociales de 18 municipios de Chocó conforman la Red, cuyos objetivos están orientados a promover el desarrollo integral de las mujeres y la población chocoana en general desde una visión de equidad de género.

En sus 27 años de existencia la Red ha propiciado espacios de investigación, capacitación, participación e incidencia con la institucionalidad local y regional. Algunos ejemplos son las alianzas estratégicas para promover, prevenir y proteger los derechos humanos con la Ruta Pacífica del Chocó, la Universidad Tecnológica del Chocó, diferentes ONG, la Procuraduría, Acnur, entre otras. De igual forma ha trabajado como coequipera con el Foro Interétnico Solidaridad Chocó, el Comité Cívico por la dignidad del Chocó que lidera la movilización social pacífica para el fortalecimiento de actividades que lleven a un bien colectivo de mujeres y hombres, la promoción de la mujer, la resolución de problemas y satisfacción de necesidades básicas.

Pese a los avances y alianzas, hay que seguir trabajando con ahínco y estratégicamente para fortalecer la interlocución de las mujeres en los espacios de inclusión, como lo son los planes de desarrollo municipales. En este sentido, la Red Departamental de Mujeres Chocoanas desde el año 2004 creó la escuela de formación política Mujeres Chocoanas al Poder, como herramienta de trabajo conceptual y metodológico en su quehacer político y de incidencia en la toma de decisiones de mujeres y hombres de Chocó para garantizar sus derechos.

La escuela ha capacitado a un número considerable de personas que aspiran a cargos de elección popular, asimismo participa en espacios de formación nacionales e internacionales con lo cual ha logrado poco a poco reconocimiento en distintos escenarios.

Tratando de acercarse a las administraciones municipales y departamentales, la Red ha propiciado espacios de diálogo con entes gubernamentales y organizaciones sociales de todo orden, aportando de esta manera al análisis de las dificultades y las alternativas de cambio con enfoque de derechos. Un ejemplo de esta estrategia de acercamiento y concertación: en el 2015 la Red, a través de la Escuela de Formación Política, aportó en la elaboración de la Agenda de Paz de

las Mujeres Chocoanas, junto a otras organizaciones sociales locales.

La Red Departamental de Mujeres Chocoanas procura hacer partícipes a sus propios protagonistas con acciones prácticas, dando lugar a oportunidades de cambio o transformaciones de las mujeres en políticas públicas para incidir en las futuras deliberaciones de gestión municipal, en la formulación y puesta en marcha de los nuevos planes de desarrollo del ámbito territorial.

Sin embargo, en los escenarios de construcción de democracia aún falta abrir más espacios de participación para las mujeres chocoanas. Por consiguiente, cabe destacar que la estrategia de incidencia desde todos los espacios de organización de las mujeres es el fin transformador de la lucha para el fortalecimiento de las organizaciones sociales y sus líderes y lideresas, teniendo en cuenta los procesos de exigibilidad legal de equidad en materia de derechos.

En este contexto, la puesta en marcha de una propuesta de incidencia es urgente e indispensable. La incidencia hace referencia a:

Esfuerzos de las ciudadanías organizadas para influir en la formulación e implementación de las políticas y programas públicos por medio de la persuasión y la presión ante autoridades estatales, organismos financieros internacionales y otras instituciones de poder. Consistente en un cúmulo de actividades dirigidas a ganar acceso y generar influencias sobre personas que tienen poder de decisión en asuntos de importancia para un grupo en particular o para la sociedad en general. (WOLA, 2002, p. 6).

En el caso de las mujeres de Quibdó, la incidencia debe servir para que las organizaciones de mujeres trasciendan en el largo plazo y generen impacto en la toma de decisiones públicas, pero también para crear referentes positivos que motiven a otras mujeres a empoderarse de los espacios políticos y públicos normalizados como masculinos. Esto significa que las mujeres deben ser tenidas en cuenta en la formulación, ejecución y evaluación de los planes de desarrollo municipal y departamental, de manera que el enfoque de equidad de género sea parte de la concepción de dichos planes.

Si bien sabemos que la participación se expresa de múltiples formas, aún pocas mujeres aspiran a cargos de elección popular, a pesar de estar preparadas para liderar cambios y transformación ciudadana (Valencia, 2016, p. 53).

Como manera de aportar a la construcción y fortalecimiento de estas estrategias de inclusión y visibilidad, desde la Red hemos pensado en clave de comunicación propuestas que pueden aportar a incidir en los escenarios decisivos para fortalecer la participación de las mujeres en el desarrollo local y en conexión con el territorio.

Incidencia, desarrollo y mujeres en clave de comunicación

Sin duda cada vez más los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información y comunicación juegan un rol fundamental en el fortalecimiento de los escenarios de democracia y participación. Pero un medio sin conexión con la realidad local en términos de los contextos sociopolíticos no aportará por sí solo a la promoción de la igualdad en clave de derechos. La fuerza de la comunicación

está en la incidencia para propiciar transformaciones políticas, que fortalezcan la democracia. Cuanto más se refuercen y promuevan las ideas de participación desde la diversidad y los derechos, entre más se generen espacios de diálogo y de entendimiento, de información a tiempo y de calidad, las oportunidades de expresión serán múltiples.

Nos preguntamos entonces, ¿cómo propiciar la incidencia desde una estrategia de comunicación en clave de mujeres?

La respuesta no es sencilla de encontrar, sin embargo, nos arriesgamos a tomar como punto de partida una característica cultural e identitaria de los chocoanos y chocoanas: la capacidad de entenderse hablando.

Nuestros relatos del pasado están llenos de formas propias de comunicación que no desaparecen pese a que los tiempos de violencia por el conflicto armado interno nos han silenciado de muchas maneras. La comunicación a través de gestos (hablarnos con la mirada, con señas, etc.), que solo desciframos entre

Diplomado Género-Desarrollo y Construcción de paz. Foto cortesía de la Red Departamental de Mujeres Chocoanas.



quienes habitamos este territorio, es parte de nuestra identidad y forma de entendimiento. Nuestra música es una manera de hablarnos, de llorar y de reír. A través de nuestros ritmos nos comunicamos. Como el Atrato, llevamos nuestros mensajes con esa cadencia y fuerza de la manera de hablar chocoana y del Pacífico.

Desde la Red vemos la comunicación como un asunto que va más allá de los medios masivos, del instrumento técnico, aunque reconocemos que sin los medios la tarea de la información y la difusión es más compleja. Creemos, sin embargo, en esa otra comunicación cercana, la que se propicia en la calle, en los espacios de encuentro de las organizaciones locales, la de la cultura propia que encuentra lugar aún en el teatro de las escuelas, en la radio comunitaria, en la tienda del barrio, en la canoa que cruza el Atrato de una orilla a la otra. Esos mensajes que llegan de esas maneras son sin intermediarios, sin filtros y son claros en cuanto están dirigidos a las personas que se quiere llegar (quiénes) y para qué se quiere llegar.

Hemos identificado en los párrafos anteriores que un problema urgente de resolver es el de la participación de las mujeres chocoanas en los espacios de decisión política y públicos. Eso nos permite identificar en primera instancia el *para qué* de la comunicación como estrategia para la incidencia: animar a la participación de las mujeres, informar sobre los escenarios existentes a los que tenemos derecho para expresarnos con voz y voto, resaltar la importancia de que las mujeres sean parte de las decisiones y del diseño de los planes de desarrollo territorial.

El *a quiénes se dirige la estrategia* pasa por las mismas mujeres del municipio, pero también está dirigida a los funcionarios y representantes de entidades gubernamentales con capacidad de decisión e incidencia en los procesos de transformación política.

Desde la Red hemos encontrado, por ejemplo, que es necesario tener un diagnóstico que dé cuenta de las condiciones de vida de las mujeres del municipio. No solo para obtener datos o cifras que se queden consignados en un papel como referente de consulta, sino para que nos permita tener una lectura más real del estado de las condiciones de vida de las mujeres y a partir de ahí diseñar y proponer alternativas que vayan orientadas a políticas públicas que garanticen el buen vivir de las mujeres quibdoseñas.

Con estos insumos que posibilitan leer la situación de las mujeres se puede avanzar en el diseño de acciones públicas de incidencia desde las comunidades, con la participación activa de las organizaciones y otros actores decisivos en los futuros planes de desarrollo.

Luego se ve la necesidad de desarrollar estrategias de incidencia por etapas secuenciales que posibiliten el reconocimiento de las organizaciones locales de mujeres con opinión visible en el escenario de los medios de comunicación, pero también escenarios que ofrezcan esa relación del diálogo directo del que hablábamos en párrafos precedentes. Algunos de esos escenarios son los consejos comunitarios y cabildos, los cuales se erigen como escenarios de comunicación políticos y naturales, que permiten repensarnos formas de participación real de las mujeres en los escenarios locales, desde donde se hace viable que nuestras voces sean escuchadas y nuestras propuestas incluidas.

De esta manera proponemos una serie de acciones que propicien las condiciones para generar incidencia y posicionar temas relacionados con las necesidades de las mujeres en Quibdó:

- Visitar periódicamente a medios locales, especialmente emisoras radiales con sede en Quibdó, con temas e informaciones de las organizaciones sociales locales de mujeres. Dentro de las emisoras identificamos: Ecos del Atrato, Radio Universidad, Emisora de la Policía, Domingo Sabio Estéreo y emisora comunitaria Cocomacia.

- Apropiarse de espacios culturales locales en los cuales se hagan visibles las propuestas de las mujeres en clave de desarrollo. Uno de estos escenarios son las fiestas patronales de Quibdó, realizadas desde el 20 de septiembre hasta el 3 de octubre, en las comparsas barriales. Tradicionalmente la Red Departamental de Mujeres participa de estas fiestas con obras de teatro que llevan mensajes de prevención de la violencia e incitan a las mujeres a la participación en los espacios de concertación comunitaria. Distribuimos volantes con informaciones sobre la Red y la manera como se puede ser parte, etc.

- Promover una agenda informativa con temas relacionados con las realidades de las mujeres en el departamento y en el municipio de Quibdó.

- Promover espacios de formación del uso de herramientas de tecnologías de información y comunicación para cualificar nuestras maneras de producir mensajes y contenidos.

- Propiciar espacios de encuentro como foros, acciones de movilización social y formación, que conduzcan a la discusión y la reflexión entre las organizaciones, entidades e instituciones relacionadas con los temas de mujeres y género.

- Analizar las dinámicas de los partidos políticos, los programas de gobierno de los candidatos y candidatas con el fin de identificar hacia dónde van las propuestas que estos diseñan y, en el marco de lo posible, complementar o contraproponer en aras de un bien común.

- Hacer difusión de las actividades que realizan las organizaciones de mujeres y de los temas relacionados con la realidad local de las mujeres quibdoseñas y del departamento en su sitio web o en sus redes sociales. Esto permite visibilizar el trabajo de organizaciones como la Red de Mujeres y acercar sus acciones a un público más amplio.

- Fomentar las historias de vida de las mujeres, narradas por ellas mismas desde las organizaciones, a través de concursos de narrativa y estímulos para la publicación de las historias en formatos diversos.

A partir de la compleja realidad que viven las mujeres en sus territorios, es necesario fortalecer y apoyar el trabajo de las organizaciones sociales hacia la reivindicación de sus derechos. Por ello, el debate constructivo que anima la participación, la reflexión colectiva frente a las realidades de las mujeres en los territorios son no solo necesarios sino que se traducen en la base de toda estrategia de incidencia, para que esté más allá de las acciones y actividades que le dan forma, de resultados reales. De ahí la importancia de la comunicación como eje transversal.



Glosario



Amoblamiento

urbano: la definición la ofrece el Plan de Ordenamiento Territorial de Barranquilla 2012 -2032. «Es el conjunto de elementos que hacen parte del espacio público, como bancas, postes de alumbrado, señalizaciones, teléfonos públicos, buzones, canecas y fuentes».

Áreas de actividad especializada:

donde se desarrollan usos que por su actividad y características requieren de una localización específica o de la segregación de otros usos.

Áreas de actividad industrial:

destinadas para el uso predominante de industrias con diferentes intensidades.

Áreas mixtas: destinadas a áreas de empleo en diferentes intensidades y que por su localización estratégica dentro de la ciudad tienen tendencia a tener mezcla de usos urbanos.

Consejeros Territoriales de Planeación:

ciudadanos que han sido postulados por la propia comunidad para que representen sus intereses y vigilen que las gobernaciones y alcaldías presten un servicio con continuidad, calidad y

cobertura en cada aspecto del Plan de Desarrollo. Un consejero puede ser el comerciante, el maestro, la enfermera, el transportador, la madre comunitaria, el director de la banda municipal, el agricultor, la ingeniera, el promotor de la campaña medioambiental en la cuenca del río, etc.

Consejos Territoriales de Planeación:

según el Departamento Nacional de Planeación, son instancias territoriales de planeación, creadas por disposición constitucional para garantizar la participación ciudadana en la construcción y seguimiento de políticas públicas a nivel territorial, en virtud del principio de la planeación participativa. Son un actor clave en el proceso de desarrollo territorial, con una función consultiva de gran importancia y carácter permanente. Representan a la sociedad civil en la planeación del desarrollo.

Dinámica ambiental:

incluye el reconocimiento de las características de los ecosistemas con los cuales interactúa la población, de los cambios en el ambiente natural y de su transformación en ambiente construido.



Eficacia: es el grado y el plazo en que se logran los efectos y los resultados previstos.

Eficiencia: es la relación entre los insumos o recursos empleados y los resultados o productos alcanzados.



Estrategias: combinación de acciones y recursos para lograr los objetivos y las metas estratégicas de los planes de desarrollo, con la perspectiva de la visión compartida. Conjunto de tácticas que corresponden a las decisiones que hay que tomar según las características, ventajas comparativas y potencialidades de las entidades territoriales, en articulación con los contextos regionales, nacional y global.

Equipamiento: conjunto de servicios e instalaciones físicas necesarias para el buen funcionamiento de una actividad y que representa bienestar para la comunidad.



Evaluación: corresponde a los organismos departamentales de planeación efectuar la evaluación de gestión y resultados de los planes y programas de desarrollo e inversión tanto del respectivo departamento como de los municipios de su jurisdicción.

Franja: porción longitudinal de la sección de un andén o de una calzada destinada a un uso específico.

Indicadores de desempeño: son razones o proporciones, porcentajes u otros valores cuantitativos que permiten a una institución comparar

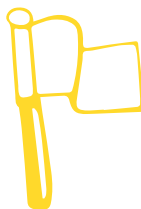
su posición en áreas estratégicas clave; según criterios de especialistas propios o externos, desempeño pasado, sus metas institucionales establecidas. Los indicadores permiten, a los tomadores de decisiones, evaluar la posición estratégica de la institución y realizar análisis comparativos posteriores.

Ejemplos de indicadores de desempeño son tasa de ingreso de alumnos, tasa de egreso de alumnos, eficiencia terminal, costo promedio por alumno, etcétera.

Indicador de producto: es el punto de referencia que permite observar y medir el avance en el logro de una meta de producto, porque cuantifica los bienes y servicios producidos y/o aprovisionados en determinada intervención.

Indicador de resultado: mide los efectos, inmediatos o a corto plazo, generados por los productos del Plan de Desarrollo sobre la población objetivo de la intervención. Es el punto de referencia que permite observar y medir el avance de las metas de resultado.

Línea base: indicadores estratégicos seleccionados que permiten hacer seguimiento, evaluación y rendición de cuentas a políticas públicas, planes, programas y proyectos. Permite comparar los logros o avances que se hayan hecho respecto a un año de referencia.



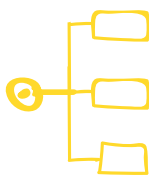
Metas: son la cuantificación de los objetivos. Son estratégicas en la medida en que concretan los objetivos estratégicos, definen los impactos y la focalización de esfuerzos y recursos de las administraciones públicas municipales, distritales y departamentales.



Objetivos: propósitos que se quieren alcanzar mediante la ejecución del Plan de Desarrollo. Son estratégicos en la medida que establecen la contribución del plan para avanzar en el logro de la visión compartida. Son propósitos orientados a solucionar los grandes problemas y retos del desarrollo integral de la entidad territorial.

Planes de acción en entidades territoriales: basados en los planes generales departamentales o municipales aprobados por el concejo o la asamblea, cada secretaría y departamento administrativo preparará, con la coordinación de la oficina de Planeación, su correspondiente plan de acción y lo someterá a la aprobación del respectivo Consejo de Gobierno departamental, distrital o municipal.

Plan de desarrollo territorial: es el instrumento de planificación que orienta las acciones de las administraciones departamentales, distritales y municipales durante un periodo de gobierno. En este se determina la visión, los programas, proyectos y metas de desarrollo asociados a los recursos públicos que ejecutarán durante los próximos 4 años.



Planeación: constituye el punto de partida del proceso de gestión pública, dado que allí se establecen las directrices estratégicas para guiar la gestión del desarrollo integral.

Políticas: son las bases, fundamentos o directrices que permiten orientar el proceso de desarrollo hacia el logro de los objetivos y metas estratégicas.



Programa: conjunto de acciones dirigidas al logro de los propósitos establecidos en los objetivos estratégicos.

Programa de gobierno: pacto colectivo entre candidatos y ciudadanía para mejorar la calidad de vida, cualificar y facilitar la participación ciudadana, y promover los derechos humanos. Son un pilar fundamental para la formulación del Plan de Desarrollo de la entidad territorial. Son el instrumento político y técnico a través del cual los candidatos y las candidatas presentan sus propuestas de gobierno a la ciudadanía. Una vez elegidos, su cumplimiento es obligatorio durante los próximos cuatro años, so pena de la revocatoria del mandato.

Subprograma: unidad lógica de acciones en la que se descomponen los programas estratégicos. De acuerdo con el alcance de los programas se generan uno o más subprogramas. Estos a su vez se despliegan en proyectos y acciones de uno o más sectores de competencia.

Suelo de expansión urbana: es la porción del territorio que se habilitará para el uso urbano durante la vigencia del Plan de Ordenamiento Territorial, según lo determinen los programas de ejecución. Este territorio solo se puede incorporar al perímetro urbano mediante planes parciales.

Suelo de protección: zonas y áreas de terrenos que tienen restringida la posibilidad de urbanizarse, debido a sus características geográficas, paisajísticas o ambientales, o por formar parte de las zonas de utilidad pública para la ubicación

de infraestructuras de servicios públicos domiciliarios o de las áreas de amenazas y riesgos no mitigables.

Veedurías ciudadanas: mecanismo democrático de representación que les permite a los ciudadanos o a las organizaciones comunitarias ejercer vigilancia sobre la gestión pública, respecto a las autoridades, administrativas, políticas, judiciales, electorales, legislativas y órganos de control. También se aplica para las entidades públicas o privadas, organizaciones no gubernamentales de carácter nacional o internacional que operen en el territorio y que estén encargadas de la ejecución de un programa, proyecto, contrato o de la prestación de un servicio público.



Coautores y editores

Editor general

Fernando-Alonso Ramírez

Desde 1992 está vinculado al periódico *La Patria* de Manizales, donde actualmente se desempeña como editor general. Es profesor de Periodismo de Investigación de la Universidad de Manizales. Socio fundador de la Asociación Consejo de Redacción (CdR). Ha sido corresponsal voluntario de la Red de Corresponsales de la Fundación para Libertad de Prensa (FLIP) desde hace más de 18 años y ahora es presidente de esta organización. Coautor de los libros *Entre el silencio y el coraje* y *Periodismo y paz. Periodismo que reconstruye verdades*. Ganador del Reconocimiento Clemente Manuel Zabala al editor ejemplar en los Premios Gabriel García Márquez 2017.

Editores de historias

Patricia Rendón Galván

Comunicadora social, periodista y radialista comunitaria, con experiencia en gestión y diseño de proyectos de comunicación, especialmente dirigidos a medios comunitarios y/o ciudadanos. Actualmente es editora del sitio web *vokaribe.net* y coordinadora de la franja informativa de *Vokaribe Radio*. Trabaja permanentemente con procesos de comunicación comunitaria que le han permitido explorar formas diversas de comprender y narrar las realidades locales, los contextos complejos, las diversas miradas que desde lo comunitario emergen.

Alexánder Marín Correa

Periodista desde el año 2000, con experiencia en prensa y en cubrimiento de temas judiciales, orden público, tribunales, derechos humanos, política, corrupción e investigación. Actualmente es editor de la sección Bogotá del diario

El Espectador. Ha ganado varios premios de periodismo, como el Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar, en la categoría mejor cubrimiento de una noticia (2002); Premio Nacional de Periodismo Colprensa, en entrevista (2005); Premio Nacional de Periodismo Ciudad de Manizales en prensa profesional (2004, 2006 y 2008), y periodista amigo de los Derechos de la Niñez (2008).

Autores de capítulos

Sandra Osses Rivera

Comunicadora social, maestra en Ciencias Sociales de la Flacso y doctora en Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente es profesora asociada del Departamento de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Central de Colombia. Miembro del grupo Comunicación-Educación del Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos- Iesco. Experiencia como investigadora en temas como comunicación comunitaria y cambio social; comunicación e infancia; género; medios y políticas públicas, y metodologías cualitativas de investigación.

Adriana Osorio García

Desde el 2005 hasta el 2017 estuvo vinculada con el periódico *La Patria*, de Manizales, donde trabajó como corresponsal en Chinchiná, periodista de las secciones Regional, Judicial y Economía, y se desempeñó como Editora Nocturna. Cuando realizó su labor como periodista de Economía, cubrió el debate y aprobación del Plan de Ordenamiento Territorial de Manizales para el periodo

2031-2017. Este trabajo, en el que también participó el infografista Juan Carlos Hómezc, logró el premio de periodismo Ciudad de Manizales Orlando Sierra Hernández. En la actualidad se encuentra vinculada con la Gobernación de Caldas, en la Unidad de Comunicaciones, donde ha tenido la oportunidad de conocer de cerca el Plan de Desarrollo departamental 2016-2019.

Sebastián Camilo Guanumen Parra

Politólogo de la Universidad Rusa de la Amistad de los pueblos y magíster en Planeación Educacional, Economía y Desarrollo Internacional del University College London (UCL). Es cofundador y director de Innovación Política del Extituto de Política Abierta. Miembro de la Red de Innovación Política de América Latina. Ha sido profesor asistente de introducción a la teoría política, teoría del Estado y psicología política; investigador en temas de construcción de paz, educación, desarrollo y política internacional; consultor en innovación e incidencia política.

David Núñez Amorátegui

Politólogo y magíster en Medioambiente y Desarrollo de la Universidad Nacional de Colombia. Es cofundador y director de Proyectos del Extituto de Política Abierta, donde ha liderado proyectos de innovación e incidencia política para la participación ciudadana. Se ha desempeñado como docente de historia política de Colombia; investigador en temas de derecho constitucional, derecho y política ambiental, y consultor en formulación y ejecución de políticas públicas y proyectos sociales.

José Sebastián Calderón Pedraza

Tiene estudios en Derecho e Historia de la Universidad de los Andes. Tiene experiencia en movimientos sociales y en la construcción y ejecución de proyectos para el desarrollo territorial. Es cofundador del Exstituto de Política Abierta, una organización política que concentra su atención en la formación, coconstrucción e incidencia en el panorama político, allí es coordinador de proyectos de litigio estratégico.

■ Autores de historias

Yaneth Parra Mosquera

Es facilitadora de la Red Departamental de Mujeres Chocoanas, una organización social, sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo la promoción de la mujer chocoana y sus organizaciones. El trabajo de la Red se basa en la formación de líderes para promover relaciones de equidad entre hombres y mujeres que contribuye al desarrollo social sostenible, logrando la transformación individual y colectiva, a través de mecanismos de formación y capacitación.

Betty Martínez Fajardo

Es periodista regional, ha trabajado en varios medios de comunicación, como Caracol Televisión, Blu Radio, periódico *Wayuunaiki*, el noticiero de La Guajira, *El Herald*o y *El Diario del Norte*, donde trabaja en la actualidad como directora de noticias. Además creó un medio de comunicación, el periódico virtual *Tüü Pütchika*, un emprendimiento periodístico local.



Bibliografía y cibergrafía

—— **Agencia de Renovación del Territorio.** (2018). *Planeación participativa PDET.* [Diapositivas de PowerPoint].

—— **Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación.** (2016). *Comunicación para el desarrollo. Una guía práctica.* Recuperado de https://www.eda.admin.ch/dam/deza/es/documents/publikationen/Diverses/Communication-for-development-Manual_ES.pdf

—— **Alcaldía de Barranquilla.** (2012). *Plan de Ordenamiento Territorial (Ley 388 de 1997). Anexo 3: Glosario de términos.* Recuperado de <https://www.uninorte.edu.co/documents/73923/11941478/Anexo+No3+Glosario+de+t%C3%A9rminos.pdf/9e1d10f5-1c71-4561-865c-617390f431e2?version=1.0>

—— **Alcaldía de Manizales.** (2017). *Plan de Ordenamiento Territorial de Manizales 2017-2031.* Recuperado de <https://drive.google.com/drive/folders/0B6lnuUKu3ht6NDhsWjBabEtoDW8>

—— **Alcaldía Municipal de Quibdó.** (2016). *Plan de desarrollo del municipio de Quibdó 2016-2019.* “Ruta Q... Seguiremos avanzando hacia la paz”. Recuperado de <https://colectivoarquitectoslocales.files.wordpress.com/2016/05/pd-version-final.pdf>

—— **Alguero, M.** (2019, 27 de mayo). A 11 puntos del POT de Manizales se les venció el plazo. *La Patria.* Recuperado de <http://www.lapatria.com/manizales/11-puntos-del-pot-de-manizales-se-les-vencio-el-plazo-434267>

—— **Arroyo, J.** (2017). Innovación abierta como pilar del gobierno abierto. *Revista Enfoques*, Vol. XV, N° 27, pp. 13-41.

—— **Centro de Información y Recursos para el Desarrollo y Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional.** (2001). *El cabildeo, una estrategia para incidir en las políticas públicas.* Recuperado de https://www.cird.org.py/institucional/documentos/manual_incidencia.pdf

____**Congreso de la República.** (1994a). Ley 136 Artículo 1 y 4 de 1994: *Por la cual se dictan normas tendientes a modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios.* Diario Oficial, 2 de junio de 1994, n.º 41.377. Bogotá, D. C.: Imprenta Nacional.

____**Congreso de la República.** (1994b). Ley 152 de 1994: *Por la cual se establece la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo.* Diario Oficial, 19 de julio de 1994, n.º 41.450. Bogotá, D.C.: Imprenta Nacional de Colombia.

____**Contreras, A.** (2017) Planificar la comunicación desde las mediaciones. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 2(5), 127-137. Recuperado de <http://www.usc.es/revistas/index.php/ricd/article/view/3703/4108>

____**Departamento Administrativo de la Función Pública.** (2015). *Guía para la construcción y análisis de indicadores de gestión.* Recuperado de https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506911/Guía_ConstruccionyAnalisisIndicadoresGestionV3_Noviembre2015/dd2a4557-5ca1-48e3-aa49-3e688aeafb2

____**Departamento Nacional de Planeación.** (2010). *Importancia de los Consejos Territoriales de Planeación en la gestión pública.* Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Consejo%20Nacional%20de%20Planeacion/Importancia%20CTP%20Gestion%20P%C3%B9blica.pdf>

____**Departamento Nacional de Planeación.** (2018). *Guía para la planeación y seguimiento de la planeación institucional.* Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/DNP/PI-G01%20Gu%C3%ADa%20Planeaci%C3%B3n%20Institucional.Pu.pdf>

____**Departamento Nacional de Planeación.** (2019). *Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022.* Recuperado de <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>.

____**Departamento Nacional de Planeación. (s.f.a).** *Consejos Territoriales de Planeación CTP.* Recuperado de <https://www.dnp.gov.co/CNP/Paginas/Consejos-Territoriales-de-Planeacion-CTP.aspx>

____**Departamento Nacional de Planeación. (s.f.b).** *Planeación para el desarrollo integral en las entidades territoriales. El plan de desarrollo 2012-2015.* Recuperado de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Territorial/planesdesarrollo_DNP_web.pdf

____**Departamento Nacional de Planeación, Oficina del Alto Comisionado para la Paz y Despacho del Ministro Consejero para el Posconflicto, Derechos Humanos y Seguridad.** (2016). *Los planes de desarrollo territoriales como un instrumento de construcción de paz.* Recuperado de http://viva.org.co/PDT_para_la_Construccion_de_Paz/Los%20PDT%20como%20instrumento%20de%20construccion%20de%20paz.pdf

____**Departamento Administrativo Nacional de Estadística.** (2019a). Boletín técnico *Gran encuesta integrada de hogares (GEIH). Mercado laboral por sexo. Trimestre octubre-diciembre 2018.* Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_genero/bol_eje_sexo_oct18_dic18.pdf

____**Departamento Administrativo Nacional de Estadística.** (2019b).

Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral - Históricos. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo/geih-historicos>

____ **España Caicedo, M. L.** (2004). *Escuela de formación política Mujeres chocoanas al poder. Gestión y administración pública. Módulo de formación y capacitación.* Red Departamental de Mujeres Chocoanas. Fondo para la igualdad de género. Quibdó, Chocó.

____ **García, E.** (2013). **Del Modelo de Comunicación Macointencional al Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para las entidades del Estado, MCPOI.** Textos y Sentidos, 8, 212-240. Recuperado de <http://biblioteca.ucp.edu.co/ojs/index.php/textosysentidos/article/view/826/786>

____ **García, M., Pantoja, S., Plata, J. y Urbina, M.** (2016). *Barómetro de las Américas Colombia 2016. Democracia e Instituciones.* Recuperado de https://obsdemocracia.org/uploads/related_file/Informe_Democracia_e_instituciones.pdf

____ **Gobernación de Caldas.** (2016). *Plan departamental de desarrollo 2016-2019.* Recuperado de https://caldas.gov.co/media/transparencia_new/6.7%20Plan%20de%20desarrollo/PLAN%20DEPARTAMENTAL%20DE%20DESARROLLO%202016%202019.pdf

____ **Gobernación del Chocó.** (s.f.). *Política pública de equidad de género para las mujeres chocoanas.* Recuperado de http://choco.micolombiadigital.gov.co/sites/choco/content/files/000154/7675_politica-publica-de-equidad-de-genero-para-las-mujeres-chocoanas-correc-20191.pdf

____ **Habermas, J.** (1994). *Historia y crítica de la opinión pública.* México, D.F.: Gustavo Gili Editores.

____ **Le Coz, A. & Lage, C.** (2015) *Diagrama de Gobierno Abierto de Arnel Le Coz and Cyril Lage.* Recuperado de <https://democratieuverte.org>.

____ **Miralles, A. M.** (2002). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana.* Bogotá, D. C.: Editorial Norma.

____ **Observatorio de Transparencia y Anticorrupción de Colombia.** (2014). *Manual único de rendición de cuentas.* Recuperado de <http://www.anticorruptcion.gov.co/Documents/Publicaciones/ManualRendicionCuentas.pdf>

____ **Ochoa, T., Valencia, M., Valencia, R., Chaverra, A., Luna, G., Celia, M., y otros.** (2015). *Agenda de paz de las mujeres chocoanas.* Quibdó, Chocó.

____ **Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos.** (2002). *Manual básico para la incidencia política.* Recuperado de www.wola.org/sites/default/files/downloadable/Advocacy%20Training/past/atp_manualbasico.pdf

____ **Open Government Partnership.** (2016). *Manual de procedimientos del MRI.* Recuperado de <https://www.opengovpartnership.org/?s=Manual+de+procedimientos#documents>

____ **Osorio, A.** (2017, 3 de julio). 8 grupos de obras, la propuesta para vías urbanas. *La Patria.* Recuperado de <http://www.lapatria.com/economia/8-grupos-de-obras-la-propuesta-para-vias-urbanas-372893>

____**Osorio, A.** (2017, 6 de agosto). Proyectos en 5 frentes, esencia para ejecutar el POT. *La Patria*. Recuperado de <http://www.lapatria.com/economia/proyectos-en-5-frentes-esencia-para-ejecutar-el-pot-379076>

____**Radio Televisión Española.** (2016). *Generation What?* Recuperado de <http://generation-what.rtve.es/>

____**Red Departamental de Mujeres Chocoanas.** (1992). Estatutos Red Departamental de Mujeres Chocoanas. Quibdó, Chocó.

____**Redacción Política (2018, 27 de mayo).** *Por fin, con el 53 %, los votos le ganaron a la abstención.* *El Espectador*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/politica/por-fin-con-el-53-los-votos-le-ganaron-la-abstencion-articulo-791085>

____**República de Colombia.** (1991). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá, D. C.: Imprenta Nacional.

____**Ruta Pacífica de las Mujeres.** (2015). *Agenda de paz de las mujeres del Chocó. Construyendo territorio con color de mujer*. Recuperado de <http://rutapacifica.org.co/documentos/AgendadepazdelasmujeresdelChoco.pdf>

____**The Millennial Impact Report.** (2016). *The 2016 Millennial Impact Report. Cause Engagement during a U.S. Presidential Election Year*. Recuperado de http://www.themillennialimpact.com/sites/default/files/reports/FinalReport_MIR2016_031717-WEB.pdf

____**Toro, J. B.** (2001). La construcción de lo público desde la sociedad civil. En B. González.

(Ed.), *Lo público, una pregunta desde la sociedad civil. Memorias, V Encuentro Iberoamericano del Tercer Sector* (pp. 175-191). Bogotá, D. C.: Quebecor Impreandes.

____**Universidad Autónoma de México. (s.f.).** *Glosario de términos utilizados en planeación y evaluación*. Recuperado de http://www.ingenieria.unam.mx/planeacion/documentos/docsconsulta07_11/glosario.pdf

____**Uranga, W. y Thompson, H. (coord.) (2016).** *La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía. Una propuesta para trabajar desde la comunicación. Recorridos de trabajo para comunicadores, animadores y dirigentes sociales.* Buenos Aires: Editora Patria Grande. Recuperado de http://taoppcomunicacion.weebly.com/uploads/6/9/3/8/6938815/uranga_la_incidencia_33-54.pdf

____**Valencia, R. (coord.).** (2006). *Agenda Mujer del dicho al hecho. Aportes para la adopción e implementación de una política pública de equidad de género en el municipio de Quibdó, Chocó.*

____**Valencia, M. C.** (2015). *Guía periodística agenda verde: una mirada a la problemática del medio ambiente y el cambio climático en las regiones de Colombia*. Bogotá, D. C.: Opciones Gráficas Editores. Recuperado de https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=00558137-ac5f-80e5-efc5-f282b163375b&groupId=287914

____**Vargas, T. y Zapata, N.** (2010). *Enredando prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales*. Buenos Aires: Ediciones San Pablo.

—Williamson, G. (2009).
Territorio local, comunicación y
educación comunitaria. *Revista
Razón y Palabra*, 14(67). Recuperado
de [http://www.razonypalabra.org.
mx/N/N67/varia/gwilliamson.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N67/varia/gwilliamson.pdf)



PISTAS PARA HACER DEL DESARROLLO NUESTRO PLAN

Pistas para hacer del desarrollo nuestro plan se terminó de imprimir en el mes de septiembre de 2019, en la ciudad de Bogotá, D.C., en los talleres de Opciones Gráficas Editores Ltda.
Somos una empresa responsable con el ambiente.

En la guía *Pistas para hacer del desarrollo nuestro plan*, periodistas y comunicadores colombianos encontrarán conceptos, herramientas y consejos para hacerles seguimientos a los planes de desarrollo territoriales e incidir en estos.

En los tres capítulos de este libro, los lectores descubrirán qué es y para qué sirve el Plan de Desarrollo Territorial (PDT) y sus diferencias con el Plan Nacional de Desarrollo (PND), los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET) y el Plan de Ordenamiento Territorial (POT). Conocerán las etapas de estos planes y las distintas herramientas que se pueden usar para incidir y participar en cada una de estas fases. Hallarán consejos para visibilizar, con un

lenguaje sencillo y didáctico, los pormenores de estos planes y cómo hacerle seguimiento periodístico al cumplimiento de las metas trazadas. Sabrán cuáles son los temas clave para elaborar un plan de comunicaciones, que les permitirá a las organizaciones de ciudadanos movilizarse en torno a los PDT.

Además encontrarán dos historias que ejemplifican, por un lado, la labor de los periodistas para investigar que lo planeado se cumpla, y, por el otro, las acciones que llevan a cabo los colectivos de ciudadanos para que en los planes de desarrollo se vean reflejadas sus necesidades.

El propósito de Consejo de Redacción (CdR) con la publicación de esta guía, que hoy es una realidad gracias al apoyo de la Fundación Konrad Adenauer, es entregarles herramientas a los periodistas y comunicadores, especialmente en las regiones del país, para que sean generadores de cambios sociales y puedan llevar la información que la ciudadanía necesita para participar activamente en la toma de decisiones de su territorio.

