

**COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y APROPIACIÓN JUVENIL DE LA
POLÍTICA PÚBLICA: ANÁLISIS COMUNICATIVO DE LA ESTRATEGIA
DISTRITO JOVEN**

**INSTITUTIONAL COMMUNICATION AND YOUTH APPROPRIATION OF
PUBLIC POLICY: A COMMUNICATIVE ANALYSIS OF THE DISTRITO JOVEN
STRATEGY**

CAMILA ANDREA BARRERA SUAREZ

COPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - RECTORIA VIRTUAL

ESPECIALIZACIÓN EN ALTO GOBIERNO

JESUS ANDRES CHICAIZA TARAMUEL

23 de abril de 2026

Bogotá D.C.

RESUMEN

La forma en que la ciudadanía accede a la oferta pública, y sobre todo cómo la entiende y la hace propia, no puede separarse de la comunicación institucional. Puede que no siempre sea evidente, pero ahí se juega buena parte de la relación entre el Estado y la sociedad. Cuando se trata de políticas dirigidas a juventudes, este punto se vuelve aún más delicado. No estamos hablando de un grupo uniforme. Al contrario, está atravesado por diferencias culturales, territoriales y simbólicas que hacen difícil cualquier intento de intervención homogénea.

Por eso, asumir la comunicación como un simple instrumento queda corto. Vale la pena detenerse y preguntarse qué papel cumple realmente en el acceso a la política pública. Esta investigación parte justamente de esa inquietud y busca entender cómo, según sus formas, lenguajes y énfasis, la comunicación institucional puede abrir puertas o, en algunos casos, cerrarlas para la población joven. Para ello, se analizan piezas comunicativas de la estrategia Distrito Joven, una iniciativa de la Subdirección para la Juventud de la Secretaría Distrital de Integración Social del Distrito Capital, orientada a promover la participación, ampliar oportunidades y fortalecer capacidades en jóvenes de Bogotá. Sin embargo, como se irá viendo, esos objetivos no siempre se reflejan de manera clara en la forma en que se comunican.

El estudio se propone identificar patrones discursivos, visuales y narrativos que influyen en la manera en que los jóvenes se apropian de la oferta institucional. También busca reconocer barreras y posibles caminos de mejora. Para esto, se apoya en un marco conceptual que cruza aportes de la comunicación pública, los estudios culturales y los estudios de juventudes, con especial atención a temas como la representación simbólica, la legitimidad institucional y las trayectorias juveniles.

La investigación adopta un enfoque cualitativo y se centra en un análisis comparativo de piezas comunicativas de dos momentos distintos. Ese análisis se organiza en cuatro dimensiones que permiten mirar con más detalle cómo se construye el mensaje, cómo se representa al sujeto juvenil, qué información se prioriza y cómo se presenta el beneficio.

Los resultados muestran avances claros, sobre todo en la estética y en la forma en que se interpela simbólicamente a las juventudes. Hay una mayor cercanía a sus códigos culturales actuales, lo cual no es irrelevante. Aun así, persisten algunos problemas. La oferta aparece fragmentada, los beneficios a veces resultan demasiado abstractos y las trayectorias formativas no siempre logran hacerse visibles dentro de las piezas.

Con esto en mente, resulta difícil seguir pensando la comunicación institucional como un simple canal de transmisión de información. Más bien, empieza a verse como un elemento estratégico en los procesos a través de los cuales los jóvenes acceden, entienden y eventualmente se apropian de la política pública. Esto obliga a repensar su lugar desde el diseño mismo de las intervenciones estatales. No es solo cuestión de qué se dice, sino de cómo se dice, por dónde circula y a quién logra interpelar. Todo eso incide, de forma directa aunque a veces pase desapercibida, en que los jóvenes se reconozcan como sujetos de derecho y puedan identificar las oportunidades disponibles y participar en ellas.

En ese sentido, ampliar la difusión no es suficiente. Lo que se necesita es algo más exigente. Una comunicación que dialogue con los contextos, que incorpore criterios de inclusión y que entienda las particularidades simbólicas de las juventudes. Solo así no solo se amplía el alcance de la política, sino que también se empiezan a desmontar barreras menos visibles, tanto simbólicas como prácticas. Y ahí es donde se juega algo más profundo, el vínculo entre las instituciones y los jóvenes. Un vínculo que no está dado de antemano y que, en realidad, se construye y se disputa constantemente en el terreno de la comunicación.

Palabras clave: Juventudes, participación juvenil, Distrito Joven.

Abstract

The way citizens access public services, and especially how they understand and internalize them, cannot be separated from institutional communication. It may not always be obvious, but a significant part of the relationship between the state and society hinges on this. When it comes to policies aimed at young people, this point becomes even more delicate. We are not talking about a uniform group. On the contrary, it is characterized by cultural, territorial, and symbolic differences that make any attempt at a homogeneous intervention difficult.

Therefore, viewing communication as a mere instrument falls short. It is worth pausing to ask what role it truly plays in accessing public policy. This research stems precisely from this concern and seeks to understand how, through its forms, language, and emphasis, institutional communication can open doors or, in some cases, close them for young people. To this end, communication materials from the Distrito Joven (Youth District) strategy are analyzed. This initiative of the Capital District aims to promote participation, expand opportunities, and strengthen the capacities of young people in Bogotá. However, as will become clear, these objectives are not always clearly reflected in the way they are communicated.

This study aims to identify discursive, visual, and narrative patterns that influence how young people engage with institutional offerings. It also seeks to recognize barriers and potential areas for improvement. To this end, it draws on a conceptual framework that combines contributions from public communication, cultural studies, and youth studies, with particular attention to topics such as symbolic representation, institutional legitimacy, and youth trajectories. The research adopts a qualitative approach and focuses on a comparative analysis of communication materials from two different periods. This analysis is organized into four dimensions that allow for a more detailed examination of how the message is constructed, how young people are represented, what information is prioritized, and how the benefits are presented.

The results show clear progress, especially in aesthetics and in the way young people are symbolically addressed. There is a greater alignment with their current cultural codes, which is significant. Even so, some problems persist. The offerings appear fragmented, the benefits are sometimes too abstract, and the educational pathways are not always clearly defined within the materials. With this in mind, it is difficult to continue thinking of institutional communication as a simple channel for transmitting information. Rather, it is beginning to be seen as a strategic element in the processes through which young people access, understand, and eventually take ownership of public policy. This forces us to rethink its role from the very design of state interventions. It is not just a question of what is said, but how it is said, where it circulates, and whom it manages to reach. All of this directly, though

sometimes unnoticed, influences young people's recognition as subjects of rights and their ability to identify available opportunities and participate in them.

In this sense, simply expanding dissemination is not enough. What is needed is something more demanding: communication that engages with the contexts, incorporates criteria of inclusion, and understands the symbolic particularities of youth. Only in this way can the reach of politics be broadened, and less visible barriers, both symbolic and practical, begin to be dismantled. And this is where something deeper comes into play: the bond between institutions and young people. A bond that is not predetermined and that, in reality, is constantly being built and contested in the arena of communication.

Key words: Youth, youth participation, cultural representation, Distrito Joven.

I. INTRODUCCIÓN

En Bogotá, las juventudes van trazando sus caminos en medio de condiciones que no siempre juegan a su favor. Las desigualdades sociales pesan, el acceso al empleo es incierto, la educación se fragmenta y el territorio marca diferencias profundas, sobre todo para quienes viven en contextos más vulnerables. Frente a ese escenario, el Distrito ha intentado responder con distintas estrategias orientadas a fortalecer los proyectos de vida de los jóvenes. La Secretaría Distrital de Integración Social, por ejemplo, ha consolidado una oferta amplia que incluye formación, bienestar, inclusión, participación y desarrollo integral, y que además se implementa en espacios cercanos como las Casas de Juventud distribuidas en varias localidades.

Aun así, algo no termina de encajar. Esa oferta existe, pero no siempre logra ser apropiada por quienes está dirigida. La participación juvenil suele ser intermitente, a veces baja, y eso abre una pregunta incómoda sobre la relación entre la institucionalidad y los jóvenes. Durante mucho tiempo, el análisis se ha concentrado en factores estructurales como el desempleo, la deserción escolar o las brechas socioeconómicas. Todo eso importa, claro. Pero hay otro elemento que también influye y que suele pasar más desapercibido, la manera en que esa oferta se comunica, se representa y se organiza desde las entidades.

Ahí es donde la comunicación institucional empieza a pesar más de lo que parece. No basta con que existan programas. Si los jóvenes no los entienden, o peor, no los sienten relevantes para sus propias trayectorias, el acceso se queda en el papel. Y lo que suele predominar es una lógica informativa bastante plana, centrada en datos operativos, requisitos, fechas. Información hay, sí, pero no siempre conecta. No dialoga con los lenguajes ni con las experiencias juveniles. Esa desconexión, aunque sutil, termina generando distancia y limita la participación.

A esto se suman otros factores menos visibles, pero igual de determinantes. La forma en que se organiza la información, los canales por los que circula, los requisitos que se exigen. Todo eso puede convertirse, casi sin notarse, en barreras que dificultan tanto el acceso como la permanencia en los programas. Desde la teoría de la acción comunicativa, la legitimidad de la acción pública no depende solo de lo que se hace, sino también de cómo se comunica.

Cuando la lógica se reduce a cumplir metas y reportar resultados, la confianza se resiente y la apropiación ciudadana se debilita.

Además, hay algo de fondo que no se puede perder de vista. Las juventudes no son un bloque uniforme. Son un sujeto diverso, atravesado por códigos culturales, formas de interacción y expectativas propias. Por eso, la manera en que se presenta la oferta institucional no es un detalle menor. De ahí depende, en buena medida, cómo los jóvenes perciben al Estado, si lo sienten cercano o lejano, si les habla o si simplemente les informa.

Así, el problema no se agota en la falta de información. Va más allá. Tiene que ver con barreras comunicativas e institucionales que siguen presentes y que dificultan que los jóvenes se apropien de la oferta pública. También con una cierta distancia entre los niveles de decisión y la ciudadanía joven, un desfase que termina afectando tanto el acceso a oportunidades como la capacidad de las instituciones para posicionar sus propias apuestas.

En este escenario, la comunicación institucional deja de ser un simple canal de difusión y pasa a cumplir un papel bastante más complejo. Funciona, en la práctica, como una mediadora que traduce las directrices del Alto Gobierno en mensajes que, idealmente, deberían ser comprensibles y cercanos. De esa traducción dependen cosas importantes, la confianza, la legitimidad e incluso la participación de los jóvenes. Ahora bien, esos efectos no se dan de forma automática ni homogénea. A veces funcionan, otras veces no tanto.

Con esa inquietud de fondo, el análisis se enfoca en entender cómo se configuran esas barreras en la relación entre la Secretaría Distrital de Integración Social y las juventudes. También se pregunta, de manera más directa, si las estrategias comunicativas realmente logran convertir la política pública en mensajes accesibles y culturalmente pertinentes. El punto clave está en ver hasta qué punto esas estrategias influyen en la apropiación de la oferta y en el acceso efectivo a derechos.

A partir de ahí, el estudio se orienta a identificar esas barreras y las condiciones que las mantienen. Para hacerlo, se revisan las piezas comunicativas de la estrategia Distrito Joven, no solo como materiales informativos, sino como una expresión concreta de cómo se comunica institucionalmente. Esto permite ir más allá del contenido y observar patrones

discursivos, formas de representación y, en última instancia, su efecto en la apropiación de la política pública en los territorios.

Aunque el análisis se concentra en un caso específico, la intención es ir un poco más lejos. Lo que se busca es aportar reflexiones más amplias sobre el papel de la comunicación pública en la implementación de políticas dirigidas a juventudes. Porque, al final, la manera en que el Estado comunica lo que hace no es un detalle menor. Incide en la legitimidad institucional, en el acceso a los programas y en la forma en que los jóvenes se relacionan con la institucionalidad, siempre en diálogo con sus propias condiciones sociales.

La investigación adopta un enfoque cualitativo e interpretativo, centrado en comprender las dinámicas discursivas e institucionales que atraviesan la comunicación pública en Bogotá. Se trata de mirar cómo el Distrito representa, organiza y comunica su oferta, y cómo todo eso influye en la forma en que los jóvenes la entienden y la hacen propia. Desde una perspectiva hermenéutica, las comunicaciones institucionales se asumen como expresiones simbólicas. No son neutras. Reflejan formas de pensar, lógicas organizacionales y maneras de relacionarse con la ciudadanía. Por eso, las piezas comunicativas se leen como dispositivos que permiten ver cómo la política pública se traduce en mensajes concretos y en condiciones reales de acceso.

El estudio combina dos niveles. Por un lado, un componente descriptivo que busca caracterizar las prácticas comunicativas y los mensajes más frecuentes. Por otro, un componente analítico que examina esas prácticas a la luz de categorías como comunicación pública, mediaciones culturales y barreras institucionales. Esta doble mirada permite entender cómo la estructura de la información puede facilitar o, en muchos casos, limitar la apropiación de la oferta. Desde ahí, se construye un diagnóstico sobre las prácticas comunicativas y su incidencia en la relación entre política pública y juventudes. Para ello, se recurre a un análisis documental cualitativo que asume los documentos institucionales como producciones sociales. Es decir, como formas de expresar cómo se conciben los problemas públicos y a quiénes se dirigen.

En este marco, las piezas comunicativas se entienden como algo más que soportes informativos. Son dispositivos de implementación de política pública. Presentan programas, convocan a posibles beneficiarios y, de paso, moldean expectativas. Analizarlas permite ver

cómo se configuran, en la práctica, las condiciones de acceso a la oferta. Para el estudio se seleccionaron diez piezas publicadas entre el segundo semestre de 2025 y el primer semestre de 2026. Esa muestra permite identificar distintas formas de representación y ciertos patrones discursivos en la comunicación institucional dirigida a las juventudes.

El análisis documental cualitativo, entonces, abre la posibilidad de ver con más claridad cómo se estructuran los mensajes, qué lenguajes se utilizan para convocar a los jóvenes y qué tipo de representaciones se construyen. También ayuda a detectar recurrencias y, sobre todo, posibles barreras que inciden en la apropiación de la oferta pública. La selección de las piezas respondió a criterios de pertinencia temática, diversidad de formatos, presencia en canales institucionales y vigencia reciente. No se buscó cantidad, sino profundidad. La idea fue permitir una lectura comparativa capaz de revelar patrones discursivos y, detrás de ellos, ciertas lógicas institucionales que no siempre son evidentes a primera vista.

Estas piezas pueden leerse como algo más que simples contenidos informativos. Son, en el fondo, textos sociales donde se entrelazan lo visual, lo narrativo y lo institucional. No solo comunican, también hacen parte activa de la implementación de la política pública. Convocan, explican cómo acceder y, al mismo tiempo, construyen ciertas imágenes sobre lo que significa ser joven. Por eso, su impacto no se queda en lo simbólico. Tiene efectos concretos. Se proyecta sobre el acceso real a derechos, especialmente en temas como empleo, formación, emprendimiento o generación de ingresos. Cuando los mensajes son claros, pertinentes y logran llegar a quienes deben, pueden abrir puertas. Si no, terminan generando el efecto contrario, limitan la vinculación de los jóvenes sin que eso siempre sea evidente. Visto desde el nivel del Alto Gobierno, estas piezas operan como una especie de puente entre lo que se formula y lo que finalmente se implementa. Ahí es donde la política se traduce en mensajes concretos, donde se moldean expectativas y se definen, de manera más o menos explícita, las condiciones de acceso. En ese proceso, no solo se comunica la oferta. También se termina influyendo en algo más de fondo, la posibilidad real de garantizar derechos como el trabajo, la recreación, el bienestar o la cultura.

Por otra parte, resulta importante mencionar que el desarrollo de la investigación se configuró a partir de una ruta metodológica de carácter cualitativo que se orienta hacia el

análisis interpretativo de piezas comunicativas producidas en el marco de la estrategia Distrito Joven, lo que implicó no solo la delimitación de un corpus sino también la construcción de un enfoque que permitiera leer estas piezas más allá de su dimensión superficial, de modo que el proceso se fue estructurando en varias fases que, aunque diferenciables analíticamente, en la práctica se entrelazan, incluyendo la recolección, la sistematización y el análisis de un conjunto de piezas gráficas y digitales examinadas a la luz de las categorías definidas en el marco conceptual, lo que permitió establecer relaciones entre los elementos discursivos identificados y los procesos de apropiación de la oferta institucional por parte de las juventudes.

Al mismo tiempo, la investigación se inscribe en espacios de reflexión y discusión vinculados al Observatorio de Política Pública, en el contexto del Laboratorio de Alto Gobierno, lo que introduce una dimensión colectiva en el proceso analítico que resulta particularmente relevante, en la medida en que estos espacios no solo facilitaron ejercicios de lectura crítica de las piezas sino que también permitieron contrastar hallazgos, poner en tensión interpretaciones y articular el análisis con enfoques más amplios relacionados con la gobernanza y la comunicación pública, lo que contribuye a evitar una lectura aislada o excesivamente cerrada sobre el material empírico.

COMUNICACIÓN Y APROPIACIÓN: ELEMENTOS TEÓRICOS Y CONCEPTUALES PARA LA COMPRESIÓN DE DISTRITO JOVEN

Analizar la comunicación institucional en políticas de juventud implica ir un poco más allá de mirar cómo circulan los mensajes. Lo realmente interesante está en las condiciones que moldean su recepción, cómo se entienden, quién los interpreta y desde dónde. Por eso, el estudio se apoya en tres categorías que se entrelazan, comunicación pública institucional, mediaciones culturales juveniles y barreras comunicativas e institucionales. Juntas permiten observar algo clave, la relación entre cómo el Estado diseña sus políticas y lo que finalmente ocurre con el acceso real a derechos.

Desde ahí, la comunicación pública institucional se entiende como el conjunto de procesos mediante los cuales el Estado organiza y difunde información. Cumple funciones

básicas, orienta, facilita el acceso a servicios, construye legitimidad. Pero también va más allá. Tiene un carácter estratégico. Es el espacio donde las decisiones del Alto Gobierno se traducen en mensajes concretos que terminan configurando tanto las condiciones de acceso como las formas en que se representa a las juventudes (Picazo, et al., 2025).

En los últimos años, además, esta comunicación ha empezado a moverse. Ha dejado atrás, al menos en parte, ese modelo unidireccional más rígido y ha incorporado dinámicas de interacción, diálogo y retroalimentación. No es un cambio completo, todavía hay vacíos, pero responde a transformaciones tecnológicas y a exigencias democráticas cada vez más fuertes, especialmente en torno a la confianza, la claridad y la transparencia institucional (Picazo, et al., 2025). Desde la mirada del Alto Gobierno, la comunicación ya no es solo un acompañamiento de la política pública. Forma parte de su implementación. Traducir lineamientos en mensajes comprensibles no es un detalle operativo, es un factor que incide directamente en cómo se entiende la política, cómo se perciben las instituciones y qué tan efectivas terminan siendo sus acciones (Picazo, et al., 2025).

En ese marco, las piezas comunicativas adquieren otro peso. No se limitan a informar. Funcionan como dispositivos de implementación. Construyen imaginarios, marcan rutas de acceso y, en cierta medida, condicionan el ejercicio de derechos como el trabajo, la cultura o el bienestar. Todo depende de qué tan visibles, claros y comprensibles resulten los mensajes que contienen. Ahora bien, la categoría de mediaciones culturales juveniles introduce un matiz importante. Rompe con la idea de que los mensajes se reciben de forma homogénea. Las juventudes no interpretan igual. Cada grupo, incluso cada joven, resignifica lo que recibe desde sus propias experiencias, sus códigos culturales y sus contextos territoriales. Ahí entran en juego el lenguaje, las identidades, las prácticas digitales y las condiciones socioeconómicas. Todo eso influye, a veces más de lo que se cree, en cómo se apropia o se descarta la comunicación institucional.

ENTRE EL MENSAJE INSTITUCIONAL Y LA APROPIACIÓN JOVEN

Esta sección se orienta a exponer los principales hallazgos que emergen del análisis de las piezas comunicativas vinculadas a la estrategia Distrito Joven, tomando como referencia las categorías de comunicación pública institucional, mediaciones culturales juveniles y barreras comunicativas e institucionales, aunque más que limitarse a una descripción de

contenidos se busca comprender el modo en que dichas piezas operan, en la práctica, como dispositivos de implementación de política pública, lo que implica observar no solo lo que dicen sino cómo lo dicen y bajo qué condiciones logran incidir en los procesos de apropiación juvenil de la oferta institucional, de manera que el análisis se desplaza hacia una lectura que intenta articular lo comunicativo con sus efectos concretos en los territorios.

A. Narrativas institucionales en tensión en Distrito Joven (2025–2026)

El análisis cualitativo del material documental permitió observar con más detalle cómo la estrategia comunicativa de Distrito Joven presenta su oferta para las juventudes entre 2025 y 2026. Las piezas revisadas —convocatorias a actividades deportivas, procesos formativos, espacios culturales y distintos eventos— no solo funcionan como herramientas de difusión. También operan como un canal de relación con la población joven. Miradas desde una perspectiva interpretativa, dejan de ser simples anuncios y empiezan a mostrar cómo la política pública juvenil se traduce en mensajes dirigidos a la ciudadanía. A partir de ahí, es posible reconocer las narrativas institucionales, las formas en que se representa a las juventudes y las estructuras discursivas que se utilizan para invitar a participar.

Al revisar diez piezas, empiezan a aparecer ciertos patrones que se repiten. No de forma idéntica, pero sí lo suficiente como para agruparlos en tres grandes ejes. El primero gira en torno al bienestar integral. Aquí predominan las actividades deportivas y recreativas, donde el bienestar juvenil se asocia con hábitos saludables y con el uso positivo del tiempo libre, casi siempre en espacios promovidos por la institucionalidad. El segundo eje se relaciona con la expresión juvenil. Se hace visible en convocatorias culturales y artísticas que destacan la creatividad, la diversidad y la participación. En este caso, la estética visual suele acercarse más a códigos propios de las juventudes, lo que marca una diferencia frente a otros tipos de piezas.

El tercer eje apunta al fortalecimiento de capacidades. Agrupa contenidos vinculados a procesos formativos, donde se enfatiza el desarrollo de habilidades y el acceso a oportunidades para construir proyectos de vida. En general, estas piezas apelan a enfoques participativos y a dinámicas de aprendizaje colectivo. Así, estos tres ejes permiten ver cómo la estrategia busca posicionar a las juventudes como actores activos dentro de la política pública. Hay una narrativa que insiste en la creatividad, el bienestar y el desarrollo de capacidades. En

esa línea, la comunicación institucional tiende a construir una imagen positiva de los jóvenes, asociada a la participación, la expresión cultural y el fortalecimiento de habilidades.

Sin embargo, cuando se mira con más cuidado, empiezan a notarse matices. No todas las piezas funcionan de la misma manera. Hay variaciones en cómo se presenta la oferta y también ciertas tensiones entre la intención de promover oportunidades y la forma concreta en que se comunican. Esas diferencias aparecen en detalles que terminan siendo importantes, la claridad de los beneficios, la presencia —o ausencia— de referencias territoriales, la manera en que se muestran las trayectorias juveniles o incluso cómo se estructuran los llamados a la acción.

En los siguientes apartados se profundiza en cada una de las piezas seleccionadas. La idea es desmenuzar con mayor detalle los elementos discursivos, visuales e institucionales que dan forma a la comunicación pública dirigida a juventudes dentro de la estrategia Distrito Joven.

B. Construcción simbólica del bienestar: cuerpo, disciplina y transformación

La pieza “Golpe de Energía: 1er Torneo de Boxeo Inter Casas” constituye un ejemplo particularmente revelador para analizar la forma en que la comunicación institucional construye sentido en torno al bienestar juvenil. A diferencia de otras piezas centradas en talleres culturales o actividades recreativas, esta convocatoria articula deporte, disciplina y reconocimiento institucional bajo una estética de alta intensidad simbólica.

Figura 1

Pieza gráfica “Golpe de Energía: 1er Torneo de Boxeo Inter Casas” (2025)



Nota. Pieza gráfica digital publicada por Distrito Joven en noviembre de 2023 para convocar al “1er Torneo de Boxeo Inter Casas”, realizado en alianza con IDIPRON¹.

En el plano visual, la pieza apuesta por una composición bastante directa. Predomina el color naranja saturado, aparecen los guantes de boxeo en actitud confrontativa y el saco de entrenamiento ocupa un lugar central, casi imponiéndose como eje de toda la escena. La tipografía no se queda atrás, es fuerte, llamativa, y la palabra “Boxeo” domina la jerarquía visual. Todo esto construye, de entrada, una narrativa asociada a la fuerza, la energía y la competencia.

Pero el texto introduce un giro interesante. “Aquí no se gana con fuerza, sino con disciplina, actitud y juego limpio”. De hecho, deja ver una doble operación discursiva. Por un lado, la pieza conecta con códigos culturales ligados a la intensidad y al enfrentamiento, algo que resulta familiar para muchos jóvenes en contextos urbanos donde los deportes de combate tienen un peso simbólico importante. Por otro, el mensaje redefine ese marco. Ya no se trata solo de fuerza física, sino de valores formativos. Hay una intención clara de encauzar esa energía hacia algo más regulado.

¹ Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud.

Si se mira desde la teoría de la representación cultural (Hall, 1997), la pieza no se limita a anunciar un evento. También construye una imagen de juventud. Una juventud disciplinada, con talento, capaz de controlar su propia intensidad. El boxeo deja de aparecer como sinónimo de agresividad y pasa a presentarse como un espacio de regulación emocional y superación personal. En ese sentido, el deporte funciona casi como un dispositivo de transformación. Ahora bien, cuando se analiza desde la perspectiva de las barreras de acceso, empiezan a aparecer algunos matices. La información básica está clara. Fecha, lugar y la alianza institucional con Casas de Juventud e IDIPRON se comunican sin rodeos, lo que reduce obstáculos prácticos para participar. Sin embargo, el énfasis recae en el torneo como evento puntual. No queda del todo claro si hace parte de un proceso más amplio, si hay formación continua, acompañamiento o algún tipo de seguimiento.

Aquí aparece una tensión que se repite, consistente en que la comunicación privilegia el hito, el “1er Torneo”, y deja en segundo plano el proceso que lo sostiene. Esa diferencia no es trivial. Puede influir en cómo los jóvenes interpretan la oferta. Porque, en la práctica, la apropiación no suele depender de eventos aislados, sino de la posibilidad de insertarlos en trayectorias más largas, con continuidad y sentido (Furlong & Cartmel, 2007). Cuando esa conexión no se hace visible, el evento corre el riesgo de percibirse como algo puntual, sin mayor proyección formativa.

A esto se suma el uso de expresiones como “Parche, llegó la hora de ver quién tiene más flow en el ring”. Es evidente el intento por acercarse a códigos culturales juveniles. Palabras como “flow” remiten a universos urbanos que facilitan la identificación y generan cercanía, en línea con lo que plantea la convergencia cultural (Jenkins, 2006). Sin embargo, ese recurso, por sí solo, no garantiza una apropiación más profunda. Funciona como puerta de entrada, sí, pero su efectividad depende de que vaya acompañado de información clara sobre cómo acceder, qué sigue después y qué beneficios concretos ofrece. Y eso, en este caso, queda apenas insinuado.

Ahora bien, este mismo recurso deja ver una tensión visible en el uso de códigos juveniles —como el término *flow*— sí logra acercar la pieza, hacerla más atractiva y generar identificación. Eso funciona. El problema es que ese esfuerzo no siempre viene acompañado de claridad sobre el propósito institucional de la actividad. La pieza engancha, transmite

energía, pero se queda corta al explicar qué gana realmente quien participa, más allá del reconocimiento dentro del torneo. Se mencionan valores como la disciplina o el juego limpio, lo que deja entrever una intención formativa. Sin embargo, esa idea no termina de aterrizar. No se explica con precisión qué habilidades se desarrollan, si hay algún tipo de certificación o si el proceso continúa dentro de la oferta institucional. Todo eso queda en el aire.

Desde la teoría de la acción comunicativa (Habermas, 1984/1987), esto resulta clave. No basta con conectar a nivel simbólico. Para que haya un entendimiento real, también se necesita claridad práctica. El joven no solo debe captar de qué trata el evento, sino entender qué implica para su propio recorrido. Cuando la comunicación se concentra en la intensidad del momento, puede generar entusiasmo, incluso identificación, pero al mismo tiempo debilita la comprensión de fondo.

Y es que el joven no es simplemente un receptor pasivo de estímulos. Interpreta, compara, decide. Para eso necesita información que le permita ubicarse. Aquí es donde se vuelve necesaria una articulación más equilibrada entre dos dimensiones. Por un lado, la expresiva, que conecta y atrae. Por otro, la instrumental, que orienta y permite tomar decisiones. Cuando esta última falla —por ejemplo, al no explicar rutas de acceso, beneficios concretos o posibilidades de continuidad— el mensaje pierde fuerza en términos prácticos. Puede llamar la atención, sí, pero no necesariamente se traduce en acción.

En ese sentido, cuando la comunicación institucional se centra sobre todo en el impacto del evento, en su carga simbólica o en su capacidad de convocatoria, logra activar procesos de identificación que son valiosos. Pero también deja una comprensión incompleta. El evento se percibe como algo puntual, aislado, sin conexión clara con procesos más amplios. Y ahí es donde se debilita la dimensión estratégica de la política pública. Los jóvenes no siempre logran ver cómo esa experiencia encaja en trayectorias más largas, vinculadas a formación, oportunidades o ejercicio progresivo de derechos. La falta de esa claridad práctica no es un detalle menor. Termina afectando la apropiación de la oferta y, en última instancia, el acceso efectivo a derechos, especialmente en ámbitos como el trabajo, donde la continuidad y las rutas claras son determinantes. Cuando la comunicación se queda en lo simbólico, el potencial transformador de la política se reduce. Desde una mirada habermasiana, no basta

con generar reconocimiento. También hay que orientar la acción y facilitar que esas experiencias se integren en la vida de quienes participan.

En términos de acceso, la pieza sí logra algo importante. Reduce barreras simbólicas al evitar una representación infantilizada y apostar por una estética urbana coherente con códigos juveniles. Sin embargo, mantiene una barrera más estructural, la fragmentación del relato. El torneo aparece como un evento competitivo, no como parte de un proceso formativo más amplio. Si se compara con otras piezas más rígidas o caricaturizadas, hay un avance claro en términos de reconocimiento cultural. Aun así, se repite un patrón. Se activa la participación en el corto plazo, pero sigue siendo débil la visibilidad de trayectorias.

Así, el “1er Torneo de Boxeo Inter Casas” construye con fuerza la idea del deporte como espacio de disciplina y transformación. Interpela sin caer en tonos paternalistas, lo cual ya es un logro. Pero todavía queda pendiente algo clave, integrar ese evento dentro de una narrativa de continuidad que lo conecte con un proceso sostenido de desarrollo integral.

B. Expresión juvenil y legitimación cultural

Las piezas de convocatoria cultural analizadas “Jam de improvisación teatral”, “Tu primera plantilla para estampar el muro” y “Escape Room participativo”, permiten examinar cómo la comunicación institucional utiliza la expresión artística y lúdica como mecanismo de activación de la participación juvenil. Estas convocatorias constituyen ejemplos relevantes para comprender las condiciones simbólicas bajo las cuales la política pública logra presentarse como cercana, pertinente y culturalmente reconocible para las juventudes.

Figura 2

Piezas de convocatoria cultural: improvisación teatral, stencil y escape room (2025–2026)



Nota. Composición elaborada a partir de piezas gráficas digitales publicadas por Distrito Joven entre 2025 y 2026 para convocatorias culturales en Casas de Juventud.

Las tres convocatorias comparten una apuesta clara, poner la experiencia en el centro. No se presentan como cursos formales, ni como espacios rígidos de aprendizaje, sino como escenarios de exploración, juego y creación colectiva. La improvisación teatral invita a inventar historias, el stencil a dejar una marca propia y el escape room a resolver retos en equipo alrededor de la Política Pública de Juventud. Todo esto encaja bien con marcos donde la identidad juvenil se construye desde la expresión, lo compartido y lo vivido (Feixa, 1998; Reguillo, 2000). En ese sentido, la comunicación logra algo importante. Se acerca a códigos juveniles y evita ese tono burocrático que suele generar distancia, mostrando la política pública como algo que se experimenta, no solo como algo que se anuncia.

Desde el punto de vista de la implementación, esto tiene efectos positivos. Reduce barreras simbólicas, acerca las instituciones y posiciona a los jóvenes como sujetos creativos, no como receptores pasivos. Eso fortalece el reconocimiento y, en cierta medida, la legitimidad institucional. Pero cuando se mira con más detalle el acceso comunicacional, aparece una tensión relevante. El lenguaje funciona, atrae, genera interés. Sin embargo, no siempre deja claro qué obtiene quien participa. En el caso del escape room, por ejemplo, se menciona que permite aprender sobre la política pública, pero no se explica qué implica realmente ese aprendizaje en términos prácticos. Y ahí es donde la comunicación empieza a perder fuerza. Desde la teoría de la persuasión, la participación no se activa solo con

estímulos emocionales. También necesita claridad sobre los resultados (Petty & Cacioppo, 1986). Aquí la experiencia engancha, pero la falta de precisión limita la percepción de valor.

Este no es solo un problema de forma, sino que tiene consecuencias concretas. Cuando el beneficio no está claro, el interés inicial difícilmente se convierte en participación sostenida. El joven no solo se pregunta si la actividad es atractiva, también evalúa si le sirve, si aporta algo a su trayectoria. Si esa respuesta no es evidente —si no se habla de habilidades, redes, certificaciones o rutas de continuidad— la actividad puede quedarse en algo llamativo en el momento, pero sin mayor impacto en el proyecto de vida. Y eso reduce su potencial como puerta de entrada a procesos más amplios.

El caso del escape room lo muestra bien. La idea de aprender sobre la Política Pública de Juventud suena relevante, pero queda en un nivel bastante abstracto. No es claro qué se puede hacer con ese conocimiento después. ¿Abre puertas a otros programas? ¿Fortalece alguna habilidad específica? ¿Facilita la participación o mejora oportunidades en formación o empleo? Al no responder esas preguntas, la experiencia pierde proyección. Puede ser significativa en el momento, sí, pero difícilmente se traduce en decisiones orientadas a mediano o largo plazo. A esto se suma otra tensión, más estructural. La continuidad narrativa de la oferta. Las piezas presentan actividades puntuales, pero no dejan ver con claridad si forman parte de procesos más amplios. El taller de stencil, por ejemplo, puede leerse como un evento aislado si no se conecta con rutas de liderazgo cultural. Lo mismo ocurre con la improvisación teatral, que puede quedarse en lo recreativo si no se articula con procesos de formación escénica o desarrollo de habilidades comunicativas.

En el fondo, el problema no está en la apuesta experiencial. Esa es, de hecho, una fortaleza. El punto crítico está en lo que falta alrededor. Sin una narrativa que conecte esas experiencias con trayectorias más amplias, la comunicación logra atraer, pero no necesariamente sostener. Y ahí es donde empieza a perder impacto real. Cuando la comunicación institucional no logra hacer visible esa continuidad, la participación tiende a quedarse en lo inmediato. Los jóvenes asisten, se involucran por un momento, pero no necesariamente encuentran un camino para seguir. En muchos casos, no queda claro cómo esa experiencia puntual se conecta con oportunidades futuras ni cuáles serían los siguientes pasos dentro de la oferta institucional. Ahí aparece un vacío de proyección que debilita algo

fundamental, la posibilidad de construir procesos acumulativos. Es decir, experiencias que no se agotan en sí mismas, sino que van sumando en términos de habilidades, redes o capital social con efectos más duraderos.

Esa fragmentación termina configurando una relación intermitente entre juventudes e institucionalidad. Hay interacción, sí, pero es esporádica. No siempre se consolida en vínculos sostenidos. Desde la implementación, esto es problemático. Se invierten esfuerzos en convocatorias y actividades específicas que no necesariamente se traducen en impactos de largo alcance. En ese escenario, la política pública corre el riesgo de diluirse en una suma de eventos aislados, en lugar de operar como un sistema articulado que acompañe trayectorias juveniles de manera consistente.

A esto se añade otra dimensión, y es la organización visual de la información. Las piezas priorizan la estética, lo cual tiene sentido en entornos digitales donde captar la atención es clave (Jenkins, 2006). Sin embargo, desde la teoría multimodal, el diseño no solo atrae, también ordena la lectura y define qué información se percibe como más relevante (Kress & van Leeuwen, 2006). Cuando lo experiencial domina y los datos operativos quedan en segundo plano, puede aparecer una fricción. Quien busca información concreta —duración, modalidad, continuidad— tiene que esforzarse más de lo necesario para encontrarla.

Aun así, hay un avance que vale la pena destacar. Las juventudes no son representadas como beneficiarias pasivas. Se les muestra como actores creativos, capaces de participar, proponer y construir. Esa forma de interpelación fortalece el reconocimiento y, desde la teoría de la acción comunicativa, los ubica como interlocutores válidos, lo que aporta a la legitimidad simbólica de la acción pública (Habermas, 1984/1987). Por ello, las piezas culturales analizadas muestran una comunicación que, en términos generales, resulta pertinente frente a los códigos juveniles contemporáneos. Se nota en el lenguaje, en las estéticas, en las referencias culturales. Hay una intención clara de hablar desde marcos reconocibles para los jóvenes, de acercarse a sus formas de expresión y a sus universos simbólicos. Desde la perspectiva de las mediaciones culturales, esto sugiere que existe una capacidad institucional para leer esos códigos y ajustar sus estrategias, aunque ese ajuste no sea completo ni siempre consistente.

Así, estas convocatorias logran reducir barreras simbólicas asociadas al formalismo y generan mayor identificación con la oferta pública. Sin embargo, cuando se mira el acceso en términos más concretos, aparecen puntos a fortalecer. Falta mayor claridad sobre los beneficios, una mejor visibilización de las trayectorias de continuidad y una organización de la información que facilite la toma de decisiones. En otras palabras, la comunicación logra atraer y despertar interés, pero todavía tiene margen para orientar con mayor precisión procesos de apropiación sostenida de la oferta pública.

C. Formación y liderazgo: institucionalización del potencial juvenil

La pieza gráfica “Potencia Joven – Escuela de Liderazgo” marca un giro claro frente a las convocatorias culturales que se venían analizando. Mientras aquellas —improvisación teatral, stencil o escape room— se apoyaban en la experiencia, el juego y la creatividad como puerta de entrada, esta apuesta se mueve hacia otro terreno. Aquí la participación ya no se presenta como algo espontáneo o exploratorio, sino como un proceso más estructurado, orientado al desarrollo de capacidades de manera intencional.

Desde el punto de vista comunicativo, no es solo un cambio de formato. Hay un desplazamiento más profundo. Se pasa de una lógica de activación —centrada en enganchar, en despertar interés inmediato— a una lógica de proyección. Y eso cambia bastante el sentido de la convocatoria. La participación deja de aparecer como un momento aislado y empieza a sugerir un recorrido más largo, con cierta continuidad y con objetivos más definidos. En ese sentido, la pieza no se limita a invitar a una actividad puntual. De forma más o menos explícita, deja entrever la existencia de una trayectoria formativa. Y eso puede ser clave. Porque abre la posibilidad de que los jóvenes no solo se interesen, sino que empiecen a ubicarse dentro de la oferta institucional de manera más estratégica. Ya no se trata solo de participar, sino de entender hacia dónde puede llevar esa participación.

Figura 3

Pieza gráfica “Potencia Joven – Escuela de Liderazgo” (2025)



Nota. Pieza gráfica digital publicada por Distrito Joven para la convocatoria de la Escuela de Liderazgo en las localidades de Suba y Ciudad Bolívar. Fuente: Secretaría Distrital de Integración Social (2025).

Desde el titular “Llega Potencia Joven. Escuela de Liderazgo”, la pieza ya marca una intención distinta. No suena a evento puntual, sino a oportunidad formativa con mayor alcance. La palabra “Escuela” pesa. Sugiere proceso, acompañamiento, una ruta que se recorre paso a paso. No es lo mismo que una convocatoria aislada. Esa carga ayuda a que la oferta se entienda mejor, que el joven pueda anticipar de qué se trata, cuánto implica y qué tipo de compromiso exige. En términos de acceso, eso es clave. Reduce la incertidumbre y facilita decidir si vale la pena entrar.

La narrativa, además, no se queda en lo individual. Habla de empoderamiento, pero también de transformación territorial. El liderazgo aparece como algo que va más allá del crecimiento personal. Se conecta con la capacidad de incidir, de participar, de generar cambios en el entorno. Y eso le da otro peso. En lo visual, la pieza acompaña bien esa idea. Presenta juventudes diversas, en una estética limpia, luminosa, que transmite oportunidad sin caer en rigidez. Hay un equilibrio interesante entre lo institucional y lo cercano.

Ahora bien, cuando se mira con más detalle, aparece una tensión. La estructura del programa está bien comunicada. Se entiende que hay un proceso formativo organizado. Pero,

aun así, el énfasis sigue puesto en lo inmediato. El cierre —“¡Inscríbete ya y potencia tu liderazgo!”— empuja a la acción rápida, casi como una llamada urgente, y deja en segundo plano algo que podría ser decisivo, los resultados. No se muestran ejemplos concretos. No hay referencias a jóvenes que hayan pasado por la Escuela, a proyectos desarrollados, a impactos en los territorios. Eso limita la capacidad de proyectar el valor de la experiencia más allá del momento de inscripción. Se sabe qué es el programa, pero no queda del todo claro hacia dónde puede llevar.

Desde la teoría de la acción comunicativa (Habermas, 1984/1987), ahí se nota un desequilibrio. Predomina la dimensión orientada a la acción inmediata —inscribirse— sobre la orientada al entendimiento. El mensaje es claro en el “qué hacer”, pero menos en el “para qué sirve” en términos concretos. Falta esa inteligibilidad práctica que ayuda a tomar decisiones con mayor conciencia. Si se mira desde la idea de trayectorias juveniles, el efecto es similar. La ausencia de resultados visibles dificulta que la Escuela se perciba como un proceso acumulativo, algo que se integra en un recorrido más amplio (Furlong & Cartmel, 2007). Sin esa conexión, corre el riesgo de leerse como una experiencia más, valiosa quizá, pero sin una proyección clara en el tiempo.

También hay un tema de persuasión. Sin evidencia concreta —testimonios, casos, cifras— el mensaje pierde fuerza en su dimensión más reflexiva. Puede motivar una respuesta rápida, pero no necesariamente sostener una decisión más pensada (Petty & Cacioppo, 1986). Y eso importa cuando lo que se busca es compromiso, no solo inscripción. Aquí hay una oportunidad evidente, consistente en integrar relatos, mostrar trayectorias, evidenciar impacto. Eso ayudaría a cerrar el círculo. No solo invitar, sino demostrar qué pasa después.

Por tanto, “Potencia Joven – Escuela de Liderazgo” representa un avance claro. Introduce una narrativa más estructurada, más orientada a procesos, con mayor claridad operativa. Pero todavía tiene margen para crecer en algo clave, hacer visible el impacto. Mostrar hacia dónde conduce esa experiencia y cómo se traduce, en la práctica, en transformaciones reales para quienes participan (Habermas, 1984/1987; Furlong & Cartmel, 2007; Petty & Cacioppo, 1986).

D. Territorialización de la política pública

Un elemento que aparece una y otra vez en las piezas es la mención directa de localidades como Suba, Usme, Los Mártires, Barrios Unidos, San Cristóbal o Puente Aranda. A simple vista podría parecer un dato descriptivo, casi logístico. Pero en realidad dice bastante más. Ahí se deja ver una lógica de implementación donde el territorio no es solo un lugar, sino un eje que organiza la forma en que se comunica la política pública. Nombrar estas localidades no es neutro. Refleja una manera de entender la relación entre el Estado y las juventudes, mediada por la cercanía y por una oferta que se distribuye territorialmente.

Desde el punto de vista comunicativo, esta identificación cumple una función clave. Ayuda a bajar la política pública de un plano abstracto a algo concreto. Cuando se dice dónde ocurre, la oferta se vuelve más tangible, más fácil de ubicar, incluso más cercana. Eso puede facilitar su comprensión y, en algunos casos, su apropiación. Pero no se queda en lo operativo. También tiene un efecto simbólico. Construye una idea de presencia estatal en el territorio. El Estado deja de percibirse como algo lejano y aparece, al menos en el discurso, como un actor que interviene en los espacios cotidianos donde los jóvenes viven y se relacionan.

Ahora bien, cuando se mira con más cuidado, aparece un matiz importante. La repetición de ciertas localidades sugiere que hay una focalización territorial. Esto puede responder a criterios de intervención, claro, pero también abre la puerta a una posible segmentación en la comunicación. El territorio no solo organiza la oferta, también termina moldeando cómo se comunica. Y eso puede traducirse en diferencias en el lenguaje, en el enfoque o incluso en el nivel de desarrollo de las piezas. Ahí es donde empiezan a aparecer preguntas sobre equidad.

Desde las mediaciones culturales juveniles, esta dinámica es ambivalente. Por un lado, anclar los mensajes en contextos concretos fortalece su pertinencia. Hace que hablen desde un lugar reconocible. Pero, por otro, también puede simplificar las identidades territoriales o reproducir ciertos supuestos sobre las juventudes que habitan esos espacios. Y eso, inevitablemente, influye tanto en el diseño de la oferta como en la forma en que se comunica. Si se mira desde el nivel del Alto Gobierno, la territorialización tiene ventajas claras. Facilita la descentralización y puede ampliar el acceso. Sin embargo, si no se cuidan ciertos criterios de calidad en la comunicación, el resultado puede ser desigual. No todos reciben la misma

claridad, ni la misma calidad de información. Y eso termina afectando algo de fondo, el acceso efectivo a derechos.

En últimas, la territorialización plantea un reto en buscar adaptar la comunicación a contextos locales sin que eso implique fragmentarla. Lograr cercanía sin perder consistencia. Porque no se trata solo de decir dónde ocurre la política pública, sino de cómo el Estado distribuye su capacidad de comunicar y, con ello, las condiciones reales de acceso a las oportunidades.

Un ejemplo claro de esta dinámica aparece en la convocatoria “Expresión Urbana FEM: Territorializando el cuerpo”, desarrollada en la localidad de San Cristóbal.

Figura 4

Pieza de convocatoria “Expresión urbana FEM: Territorializando el cuerpo”, Distrito Joven (2026)



Nota. Imagen utilizada para la convocatoria del evento “Expresión urbana FEM”, orientado al reconocimiento del cuerpo como territorio de fuerza, memoria y cuidado, en la localidad de San Cristóbal.

La pieza articula de manera muy clara tres dimensiones que no suelen aparecer juntas con tanta fuerza, territorio, identidad y cuerpo. No se queda en convocar, va un paso más allá

y construye sentido sobre lo que significa ser joven en ese contexto. El término “territorializando” no es casual. Sugiere apropiación, sí, pero también deja ver una forma en la que el Estado interviene en cómo ese territorio se vive y se interpreta. Y cuando el cuerpo se presenta como “territorio de expresión, fuerza y memoria”, se establece un puente entre lo individual y lo colectivo que le da profundidad al mensaje.

En escenarios urbanos atravesados por desigualdad, esta resignificación tiene valor. Permite disputar estigmas y reposicionar a las juventudes como agentes de creación, no como sujetos definidos por la carencia. Sin embargo, ahí aparece una primera tensión. Lo simbólico funciona, interpela, pero no necesariamente se traduce en cambios materiales. Y esa distancia importa. La incorporación de la perspectiva de género refuerza esta lógica. El cuerpo femenino se presenta como un espacio político, atravesado por relaciones de poder, pero también por resistencia. El planteamiento es potente, sin duda. El problema es que se queda, en buena medida, en un nivel declarativo. No se hace del todo evidente cómo esa perspectiva se convierte en herramientas concretas de acción para quienes participan.

Aquí es donde se vuelve más visible la tensión de fondo debido a que hay una alta densidad simbólica, pero menor claridad práctica. El mensaje conecta, genera identificación, pero deja preguntas abiertas sobre beneficios concretos, posibles trayectorias o efectos reales de la participación. Desde la teoría de la acción comunicativa, eso señala una debilidad en la orientación al entendimiento (Habermas, 1984/1987). Se dice mucho en términos de sentido, pero menos en términos de qué hacer con eso. A esto se suma otro punto clave. La ausencia de voces. No aparecen testimonios, ni experiencias concretas de mujeres jóvenes que hayan transitado por este tipo de espacios. El discurso habla sobre ellas, pero no necesariamente con ellas. Y eso limita la dimensión dialógica de la pieza. Desde las mediaciones culturales, esto reduce la posibilidad de una identificación más profunda, porque faltan referentes situados que permitan a otras jóvenes verse reflejadas y proyectarse dentro de la experiencia.

También hay un efecto en términos de persuasión. Sin evidencia concreta —historias, resultados, trayectorias— el mensaje pierde fuerza en su dimensión más reflexiva. Puede inspirar, pero no siempre convence. Y eso limita su capacidad para sostener decisiones más comprometidas, por lo que, desde la perspectiva del Alto Gobierno, este hallazgo es especialmente relevante. Lo que aparece es una brecha entre la sofisticación del discurso y su

capacidad de aterrizar en la práctica. La comunicación logra posicionar narrativas avanzadas en términos culturales y de género, pero no siempre garantiza que eso se traduzca en acceso efectivo a oportunidades o en mejoras concretas en las condiciones de vida. El riesgo es claro. Que la política pública sea potente en lo simbólico, pero débil en su operatividad.

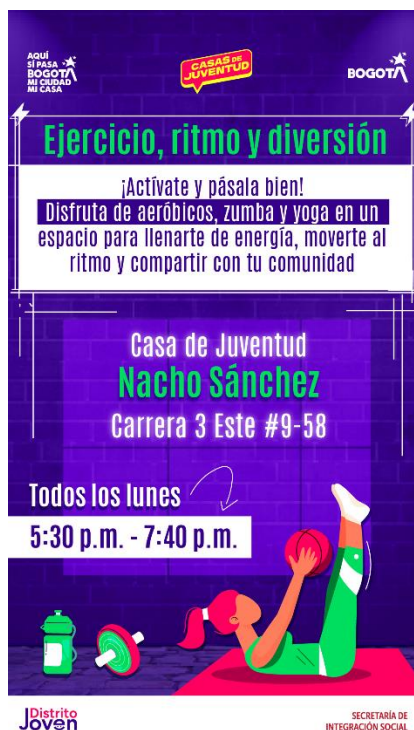
En ese sentido, la territorialización de la comunicación, sumada a enfoques de género y cultura, representa un avance importante en la forma en que el Estado se relaciona con las juventudes. Pero no es suficiente. Para que realmente funcione en términos de acceso y apropiación, hace falta dar un paso más. Incorporar voces juveniles, mostrar trayectorias reales, evidenciar resultados. En otras palabras, cerrar —al menos en parte— la distancia entre lo que se dice y lo que efectivamente ocurre. Ahí es donde la comunicación puede dejar de ser solo potente y empezar a ser verdaderamente transformadora.

E. Activación recreativa y representación gráfica simplificada: análisis de la pieza “Ejercicio, ritmo y diversión”

La pieza gráfica “Ejercicio, ritmo y diversión”, correspondiente a la oferta de la Casa de Juventud Nacho Sánchez, presenta una convocatoria orientada a actividades físicas como aeróbicos, zumba y yoga. A diferencia de otras piezas analizadas en este estudio, centradas en la expresión cultural, el liderazgo o la formación de capacidades, esta convocatoria se inscribe principalmente en una lógica de activación recreativa orientada al bienestar físico y la integración comunitaria.

Figura 5

Pieza gráfica “Ejercicio, ritmo y diversión”, Casa de Juventud Nacho Sánchez (2025)



Nota. Pieza gráfica digital publicada por Distrito Joven para la convocatoria de actividades físicas (aeróbicos, zumba y yoga) en la Casa de Juventud Nacho Sánchez.

Desde el plano textual, el mensaje va directo al punto. “¡Actívate y pásala bien!”. No hay rodeos. La invitación es clara y se apoya en una idea sencilla, moverse, compartir, disfrutar. El bienestar se construye aquí desde lo físico, desde la energía del cuerpo en acción y el encuentro con otros. El cuerpo aparece como un lugar positivo, asociado a salud, vitalidad y comunidad.

Esa simplicidad tiene una ventaja evidente. La propuesta se entiende sin esfuerzo. El beneficio es concreto, casi inmediato, hacer ejercicio en un espacio colectivo. A diferencia de otras piezas que exigen mayor interpretación —como las de liderazgo o participación cultural—, aquí todo funciona bajo una lógica directa. Eso reduce la carga cognitiva y facilita que el mensaje llegue rápido. Sin embargo, cuando se mira un poco más allá, aparecen los límites. La actividad se presenta como una experiencia recreativa puntual. Se menciona que ocurre “todos los lunes”, lo que sugiere cierta continuidad, pero no se desarrolla qué significa eso en términos más amplios. No se conecta con hábitos sostenidos, ni con procesos de bienestar más estructurados, ni con algún tipo de desarrollo personal. Queda como un espacio

recurrente, sí, pero sin una narrativa que lo vincule a trayectorias más largas dentro del proyecto de vida.

En lo visual, la pieza refuerza esa lógica. La ilustración es simple, con colores saturados y una composición clara que permite ubicar fácilmente la información práctica, lugar, horario, tipo de actividad. Funciona bien para lo inmediato. Pero si se compara con otras piezas de estética más urbana o contemporánea, esta se acerca más a códigos recreativos, incluso escolares, lo que puede afectar la forma en que algunos jóvenes se identifican con ella. También hay algo interesante en la forma en que se representa a los jóvenes. Aquí aparecen más como asistentes que como protagonistas activos. Su papel es participar, disfrutar, estar presentes. A diferencia de otras piezas donde se les muestra como creadores, líderes o agentes de cambio, aquí la agencia es más limitada. Desde la perspectiva de la acción comunicativa, eso reduce su posicionamiento como sujetos transformadores.

Aun así, la pieza cumple con lo que se propone. Activa participación de manera rápida, con poca fricción y con información clara. En ese sentido, “Ejercicio, ritmo y diversión” funciona. El problema no está en su eficacia inmediata, sino en lo que deja por fuera. Como en otros casos, se privilegia la convocatoria puntual sobre la construcción de trayectorias, y en este aspecto aquí vuelve a aparecer un patrón que se repite, y es que la comunicación institucional logra movilizar a los jóvenes hacia eventos específicos, pero le cuesta más mostrar cómo esos eventos se conectan entre sí. El reto, entonces, no es abandonar esa claridad, sino complementarla. Mantener la capacidad de atraer, pero sumarle una narrativa que permita ver el proceso completo, no solo el momento.

Taller “Construye una hoja de vida que la rompa”

Esta pieza comunica la realización de un taller orientado a fortalecer habilidades de empleabilidad juvenil, específicamente en la construcción de la hoja de vida y la preparación del perfil laboral para plataformas de empleo. El mensaje central se expresa mediante un lenguaje cercano al registro juvenil “que la rompa” que busca generar identificación con el público objetivo.

Figura 6

Pieza “Construye una hoja de vida que la rompa”



Nota. Pieza comunicativa: “Construye una hoja de vida que la rompa”. Fuente: Secretaría Distrital de Integración Social – Distrito Joven (2026).

Desde el punto de vista discursivo, la pieza logra algo que no siempre es fácil. Combina un tono cercano, casi conversacional, con una explicación bastante clara de lo que ofrece. Por un lado, busca enganchar. Por otro, baja a lo concreto. Habla de organizar logros, redactar el perfil laboral, usar plataformas de empleo. Esa mezcla funciona. No se queda en lo atractivo ni se pierde en lo técnico. Mantiene un equilibrio que permite entender rápidamente de qué se trata. En lo visual, la metáfora también es directa. La hoja de vida aparece en el centro, sostenida y señalada por manos, como si se estuviera revisando o ajustando. No hay ambigüedad ahí. El mensaje es claro, este es el instrumento clave para entrar al mercado laboral. Esa decisión refuerza la coherencia entre lo que se dice y lo que se muestra. No distrae, apunta a lo esencial.

Otro detalle que suma es la presencia explícita del aliado institucional, Compensar. No es un elemento decorativo. Introduce la idea de articulación, de que esta actividad no ocurre

en aislamiento. Más bien sugiere que hay una red detrás, distintos actores que participan en la generación de oportunidades para jóvenes. Eso, aunque no se desarrolle del todo, le da más peso a la convocatoria. Desde la lógica de política pública, la pieza aterriza bien. No solo invita a asistir a un taller. Deja ver para qué sirve. Apunta al fortalecimiento de habilidades básicas para la inserción laboral, algo que tiene un impacto directo en las posibilidades de acceso al trabajo. En ese sentido, la comunicación no se queda en la convocatoria. Empieza a mostrar la utilidad de la actividad dentro de un proceso más amplio.

Ahora, se evidencia que, en este aspecto, hay más claridad, más conexión con un beneficio concreto. Pero todavía hay margen para ir más allá. Se entiende el “qué” y el “para qué” inmediato, pero no necesariamente el “qué sigue”. Si se lograra mostrar cómo este tipo de talleres se encadenan con otras oportunidades o procesos, el impacto sería mucho mayor.

F. Taller “Formalización del negocio sin enredos”

Esta pieza convoca a un taller orientado a jóvenes emprendedores interesados en formalizar sus iniciativas productivas. El mensaje central enfatiza la posibilidad de comprender el proceso de registro empresarial y obtención del RUT mediante una explicación accesible y simplificada de los pasos necesarios.

Figura 7

Pieza “Formalización del negocio sin enredos”



Nota. Pieza comunicativa: “Todo sobre formalización del negocio sin enredos”.

Fuente: Secretaría Distrital de Integración Social – Distrito Joven (2026).

Taller “IA para el camello: hackea tu búsqueda de empleo”

El discurso de la pieza gira alrededor de una idea bastante concreta, quitarle peso a la formalización empresarial. La expresión “sin enredos” no es casual. Busca desactivar, de entrada, la percepción de que todo ese proceso es complicado, lleno de trámites difíciles. Con eso, el taller se presenta como un espacio de acompañamiento práctico, casi como alguien que te guía paso a paso para que no te pierdas. En lo visual, la apuesta acompaña bien esa intención. Hay una estética más contemporánea, con fondos texturizados, tipografía fuerte y la imagen de un joven que aparece con protagonismo. No es la institución la que ocupa el centro, es el sujeto emprendedor. Esa decisión refuerza la identificación generacional y le da un giro interesante al mensaje. La historia no se cuenta desde la entidad, sino desde quien quiere emprender.

El contenido textual también aporta en esa línea. No se queda en lo general. Menciona elementos concretos como el registro en Cámara de Comercio o la obtención del RUT. Eso le da un tono más pedagógico. No solo invita, también empieza a explicar qué implica dar ese

paso hacia la formalización. Otro punto importante es la presencia de aliados como el SENA y Fondo Emprender. Esto amplía el alcance de la pieza. Sugiere que no se trata de un taller aislado, sino de una puerta de entrada a una red más amplia de apoyo al emprendimiento. En ese sentido, las Casas de Juventud aparecen como puntos de conexión, como nodos desde donde se puede acceder a distintos recursos institucionales.

Ahora, yendo un poco más al fondo, esta pieza hace algo que varias otras no logran del todo. Reduce la incertidumbre. Muestra con mayor claridad qué se va a aprender y para qué sirve. Eso es un acierto. Pero todavía podría dar un paso más. Así como explica los primeros pasos, podría ayudar a visualizar el camino completo. Qué pasa después del taller, cómo se continúa, qué oportunidades se abren. Ahí es donde realmente se consolida el valor estratégico de la oferta. Por tanto, esta pieza convoca a un taller enfocado en el uso de herramientas de inteligencia artificial para mejorar la búsqueda de empleo. El mensaje central propone la incorporación de tecnologías digitales como recursos para fortalecer la preparación de perfiles laborales, entrevistas y postulaciones.

Figura 8

Pieza “IA para el camello: hackea tu búsqueda de empleo”



Nota. Pieza comunicativa: “LA para el camello: hackea tu búsqueda de empleo”. Fuente: Secretaría Distrital de Integración Social – Distrito Joven (2026).

El discurso apuesta por un lenguaje que suena cercano. Palabras como “camello” y “hackea” no están ahí por casualidad. Funcionan como puentes, acercan el mensaje a códigos urbanos que muchos jóvenes reconocen de inmediato. La idea es clara, mostrar que el uso de herramientas tecnológicas no es algo lejano ni complejo, sino algo que puede incorporarse de manera práctica en la búsqueda de empleo.

En esa línea, la pieza pone en el centro la inteligencia artificial como aliada. No la presenta como un concepto abstracto, sino como una herramienta concreta para mejorar el perfil laboral. Se habla de optimizar el CV, prepararse mejor para entrevistas y ajustar postulaciones según cada oferta. Eso le da un enfoque bastante aplicado. No es solo aprender por aprender, es aprender para competir mejor en el mercado laboral. Desde la perspectiva de política pública, esto marca un avance interesante. La pieza deja ver que hay un reconocimiento institucional de algo que ya es evidente en la práctica, las competencias digitales son cada vez más determinantes para conseguir trabajo. Incluir la inteligencia artificial dentro de estas estrategias no solo actualiza la oferta, también la hace más pertinente frente a las condiciones actuales de inserción laboral.

Por ello, se puede considerar que esta pieza tiene un punto fuerte que vale la pena subrayar y es que logra conectar lo tecnológico con lo cotidiano. No habla de innovación en abstracto, la traduce en algo útil. Pero, como en varios casos, todavía hay espacio para reforzar el impacto. Mostrar ejemplos concretos, resultados o incluso pequeños casos de uso podría ayudar a que ese valor no solo se entienda, sino que se sienta más tangible.

V. Hallazgos estructurales del análisis comunicativo

El análisis cualitativo deja ver ciertos patrones en la forma en que las instituciones se comunican con las juventudes. No se trata solo de lo que dicen, sino de cómo lo construyen entre imágenes, discursos y contexto. De ahí emerge una narrativa bastante clara, centrada en el bienestar integral. Las juventudes aparecen como sujetos activos, creativos, con capacidad de decisión. Y eso no superficial, porque ayuda a alejarlas de miradas que tienden a

infantilizarlas. A la par, se nota un giro estético hacia códigos visuales más cercanos a lo juvenil contemporáneo, lo que facilita esa identificación simbólica (Hall, 1997).

Ahora bien, cuando se mira el componente territorial, aparece una doble intención. Por un lado, hacer más accesible la oferta en términos prácticos. Por otro, reforzar la presencia institucional en el territorio. Desde el nivel del Alto Gobierno, esto termina ubicando la comunicación como algo más que difusión. Se vuelve una herramienta de gobernanza que incide, de manera directa, en la legitimidad y la efectividad de la política pública.

Sin embargo, no todo fluye igual de bien. Hay un patrón que se repite y vale la pena señalar. Predomina la lógica del evento sobre la de proceso. Muchas piezas se concentran en convocatorias puntuales. Funcionan, sí, porque movilizan participación inmediata. Pero al mismo tiempo dejan en segundo plano la idea de trayectorias más amplias, de procesos formativos sostenidos. Eso termina fragmentando la comprensión de la oferta y dificulta verla como un sistema articulado de oportunidades (Furlong & Cartmel, 2007). Algo similar ocurre con la forma en que se comunican los beneficios. Se habla de liderazgo, transformación, participación... conceptos potentes, pero bastante generales. Falta aterrizarlos. Falta mostrar resultados concretos, continuidades, efectos reales en la vida de quienes participan. Y ahí es donde la comunicación se queda un poco corta.

Así, lo que se ve es un avance claro en términos de reconocimiento, estética y cercanía. Pero también quedan retos importantes. Sobre todo, lograr que las trayectorias se entiendan como tales y que los beneficios no se queden en lo simbólico, sino que se vuelvan visibles y tangibles dentro del propio discurso.

4. Análisis de barreras comunicativas en la oferta juvenil institucional

El análisis cualitativo permite ver con más claridad cómo la comunicación institucional influye en el acceso de las juventudes a la oferta pública. No es solo cuestión de informar. La forma en que se narra, se diseña y se organiza el contenido termina moldeando la relación entre la institución y los jóvenes. En términos generales, hay un esfuerzo evidente por acercarse a códigos culturales juveniles. Se nota en los lenguajes visuales, en las referencias al territorio y en un tono que reconoce a los jóvenes como sujetos activos. Eso marca una diferencia frente a modelos más rígidos y formales, y facilita la identificación

simbólica y la participación (Feixa, 1998; Reguillo, 2000). Aun así, aparecen tensiones más profundas. No tienen que ver con la falta de información básica, que en la mayoría de los casos está bien resuelta, sino con algo más estructural. La manera en que se construyen las trayectorias, la claridad de los beneficios y la jerarquía de la información.

Uno de los patrones más visibles es el peso que tiene la lógica del evento sobre la lógica de proceso. Muchas piezas se concentran en actividades puntuales. Eso funciona para activar la participación inmediata, pero deja en segundo plano la idea de continuidad. Se comunica bien qué va a pasar y cuándo, pero no siempre para qué, al menos no en términos de recorrido. Y ahí se pierde algo importante, porque desde la perspectiva de las trayectorias juveniles, esa continuidad es clave para que la participación se sostenga en el tiempo (Furlong & Cartmel, 2007). Algo parecido ocurre con la forma en que se presentan los beneficios. Se formulan en términos amplios, casi aspiracionales. Liderazgo, transformación, participación. Son conceptos atractivos, sí, pero a veces demasiado abiertos. Eso puede dificultar que los jóvenes visualicen resultados concretos o entiendan cómo su participación encaja en procesos más amplios.

Cuando el beneficio se queda en lo general, exige un esfuerzo adicional de interpretación. Las piezas logran transmitir valor simbólico, pero no siempre dejan claro qué se obtiene en términos de habilidades, experiencias o proyección. La evidencia apunta a que combinar motivación con claridad sobre los resultados mejora la participación (Petty & Cacioppo, 1986; Heath & Heath, 2007). En lo visual, el diseño juega un papel importante. Los formatos dinámicos y atractivos ayudan a reducir distancias simbólicas, pero también orientan la forma en que se interpreta el mensaje (Kress & van Leeuwen, 2006). A veces, sin embargo, lo estético termina opacando información clave, como la duración o la continuidad de los procesos. Ahí aparece un reto evidente. Encontrar un equilibrio entre impacto visual y claridad.

También se percibe cierta fragmentación. Cada pieza funciona casi como una unidad aislada. Eso dificulta entender la oferta como un sistema conectado, con rutas posibles de participación sostenida (Zémor, 2008; Castells, 2009). Por otro lado, aunque la comunicación logra posicionar a los jóvenes como sujetos activos y evita caer en enfoques paternalistas (Checkoway & Gutierrez, 2006), hay un vacío en lo que tiene que ver con la voz juvenil. Falta

incorporar más testimonios, más experiencias directas. Eso podría fortalecer la conexión y hacer la propuesta más cercana. De esta forma, los avances son claros, sobre todo en lo simbólico. Hay mayor cercanía estética y un reconocimiento cultural más afinado. Pero los principales desafíos siguen siendo estructurales. La baja visibilidad de las trayectorias, la abstracción de los beneficios, la forma en que se organiza la información y la falta de integración narrativa siguen marcando el límite de lo que esta comunicación puede lograr hoy.

Función comunicativa predominante: ¿qué está haciendo hoy la comunicación?

El análisis de los apartados anteriores deja una idea bastante clara. En las piezas revisadas, la comunicación institucional dirigida a juventudes no se queda en informar. Cumple, sobre todo, una función de activación y de legitimación dentro de cómo se implementa la política pública juvenil. Lo que se construye ahí va más allá del dato. Es un dispositivo que busca mover a la acción, reforzar la presencia institucional en el territorio y proyectar una imagen positiva de los jóvenes. Se nota, por ejemplo, una apuesta fuerte por activar participación inmediata. Las piezas insisten en el llamado a la acción. Invitan a inscribirse, a asistir, a participar. Eso funciona. Reduce barreras simbólicas, facilita el primer acercamiento y hace más probable que alguien dé el paso inicial (Zémor, 2008). En un entorno digital saturado, donde todo compite por atención, esa rapidez para enganchar no es un detalle menor (Castells, 2009).

Al mismo tiempo, hay una intención clara de anclar la comunicación en el territorio. Las referencias a barrios, localidades o Casas de Juventud no están ahí por casualidad. Le dan cuerpo a la acción institucional, la vuelven más cercana, más tangible. Y con eso se fortalece algo clave. La confianza (Canel & Sanders, 2012). También aparece una dimensión identitaria bastante marcada. Las juventudes no son presentadas como receptoras pasivas. Se les habla como sujetos creativos, como líderes, como agentes de transformación. Ese giro es importante porque se aleja de enfoques asistencialistas y se acerca a perspectivas que reconocen su capacidad de acción (Feixa, 1998; Reguillo, 2000).

Estas tres funciones, la activadora, la legitimadora y la identitaria, forman el núcleo de la comunicación que se ha analizado. Ahora bien, hay un punto donde el equilibrio se rompe un poco. La dimensión informativa ligada a procesos queda en segundo plano. Sí, hay datos operativos. Pero no siempre se conectan las actividades con trayectorias más amplias dentro

de la política pública. Y ahí es donde aparece el problema de fondo. Desde la lógica de implementación, no basta con convocar eventos. La apropiación sostenida depende de que se comuniquen procesos, recorridos, continuidades (Howlett, Ramesh & Perl, 2009). Cuando todo se queda en la activación inmediata, cuesta ver hacia dónde conduce esa participación.

Por tanto, la comunicación logra lo que se propone en varios frentes. Activa, legitima y construye identidad. Pero todavía le falta dar un paso más. Hacer visibles los procesos formativos y las trayectorias de desarrollo juvenil. Lo que se ha encontrado hasta aquí corresponde a esta fase del análisis. Falta ver si esta misma lógica se repite en el resto de las piezas y hasta qué punto define, en conjunto, la estrategia de comunicación dirigida a juventudes.

Oportunidades de mejora orientadas al acceso y apropiación juvenil

En línea con el enfoque del estudio, las oportunidades de mejora no pasan por cambiar la estética ni el tono juvenil. Eso, de hecho, está funcionando. El punto es otro. Se trata de afinar ciertos elementos discursivos para que la oferta se entienda mejor y logre sostener la participación en el tiempo. Uno de los vacíos más evidentes tiene que ver con lo que ocurre después de las actividades. Las convocatorias logran activar participación, eso está claro. Pero rara vez muestran qué sigue. Falta conectar esa primera experiencia con rutas más amplias. Desde la lógica de las trayectorias juveniles, esa continuidad no es un detalle menor. Es lo que permite consolidar capacidades y darle sentido al proceso (Wyn & White, 1997; Furlong & Cartmel, 2007). Hacer visible ese “después” ayudaría a que cada actividad se entienda como un punto de entrada, no como un hecho aislado.

También aparece otra necesidad. Traducir mejor el valor simbólico en algo más concreto. Las piezas hablan de liderazgo, transformación, participación. Funcionan a nivel aspiracional, sí, pero a veces se quedan ahí. Cuando los beneficios se vuelven más claros y aplicables, la participación tiende a fortalecerse (Petty & Cacioppo, 1986; Heath & Heath, 2007; Canel & Sanders, 2012). No se trata de eliminar lo simbólico, sino de aterrizarlo un poco más. Mostrar qué se aprende, qué se gana, qué cambia realmente. En el plano visual, hay margen para ajustar sin perder atractivo. El diseño engancha, pero podría organizar mejor la información. Elementos como la inscripción, la duración o la continuidad no siempre destacan

lo suficiente. Y eso importa, porque el diseño no solo embellece. También guía la forma en que se interpreta el mensaje (Kress & van Leeuwen, 2006; Jewitt, 2014).

Otro punto clave es la voz juvenil. Está presente en la forma en que se representa a los jóvenes, pero no tanto en lo que dicen ellos mismos. Incorporar testimonios o experiencias directas podría fortalecer esa dimensión más dialogante y cercana (Habermas, 1984/1987; Hall, 1980). No implica crear contenido completamente nuevo. Muchas veces basta con hacer más visible lo que ya existe. En el fondo, estas mejoras no cuestionan la capacidad de convocatoria, que es uno de los puntos fuertes de la estrategia. Más bien buscan equilibrarla. Que la comunicación no solo invite, sino que también ayude a comprender y a sostener la participación. Que ese primer paso no se quede en un momento puntual, sino que abra la puerta a trayectorias continuas dentro de la política pública juvenil.

Estética, identidad y percepción de legitimidad juvenil

Uno de los hallazgos más interesantes tiene que ver con el cambio en la estética del mensaje institucional cuando se comparan piezas anteriores con las más recientes. La información operativa, en esencia, sigue siendo la misma. Lo que cambia es la forma de mostrarla. Y ahí es donde se nota una evolución en cómo se representa a las juventudes y en el lugar simbólico que ocupan. Las piezas más antiguas, como “Ejercicio, ritmo y diversión”, apuestan por ilustraciones vectoriales, colores intensos y composiciones bastante limpias. Eso facilita la comprensión, sin duda. Todo se entiende rápido. Pero ese mismo estilo puede sentirse cercano a códigos más infantiles, lo que termina simplificando la imagen del público al que se dirigen.

En las piezas más recientes ocurre algo distinto. “Experiencia graffiti”, por ejemplo, se mueve en un registro más urbano y contemporáneo. Tipografías más fuertes, contrastes más marcados, fondos con textura. No es que se pierda claridad, sino que el lenguaje visual se ajusta mejor a referentes culturales juveniles. Y este cambio no es solo una cuestión de diseño. Tiene un peso simbólico importante. La forma en que se representa a las juventudes influye directamente en cómo se reconocen a sí mismas dentro del mensaje (Hall, 1997). Cuando los códigos visuales conectan con su entorno, la comunicación gana legitimidad. En cambio, cuando esa representación se siente simplificada o lejana, puede generar cierta distancia (Reguillo, 2000; Feixa, 1998). Así, no se trata simplemente de una mejora gráfica. Lo que se

está viendo es una reconfiguración más profunda. Una manera distinta de construir la relación entre la institución y las juventudes, donde el lenguaje visual deja de ser accesorio y pasa a ser parte central de esa conexión.

Representación simbólica y reconocimiento de agencia

La discusión estética va más allá de lo visual. En el fondo, tiene que ver con cómo se construye al destinatario dentro del mensaje. Desde la teoría de la acción comunicativa, reconocer al otro como un sujeto capaz no es un detalle menor, es la base de la legitimidad (Habermas, 1984/1987). En la comunicación pública, eso también se juega en lo visual, en cómo se representa a quien recibe el mensaje. Si se comparan las piezas más antiguas con las recientes, el contraste es evidente. Antes, la simplificación gráfica dejaba ver una representación más liviana del joven, casi reducida. Ahora, con el uso de códigos urbanos y menos caricaturizados, hay un reconocimiento más claro de su autonomía y su capacidad de agencia. No es un juicio de valor, es un cambio que se puede observar. Y ese desplazamiento se acerca más a cómo los propios jóvenes se identifican, lo que termina fortaleciendo la legitimidad y la disposición a interactuar (Canel & Sanders, 2012).

En ese sentido, lo que está ocurriendo no es solo un ajuste visual. Es un cambio conceptual. Se pasa de entender la juventud como una categoría de edad a asumirla como una identidad cultural (Feixa, 1998; Reguillo, 2000). Cuando la comunicación logra dialogar con esos códigos sin simplificarlos, la identificación crece. En piezas como “Experiencia graffiti”, esa coherencia entre forma y contenido le da más autenticidad al mensaje. Desde la lógica de la convergencia cultural, este tipo de coherencia influye en cómo se recibe el mensaje desde el primer momento (Jenkins, 2006). Las piezas más recientes encuentran un mejor equilibrio. Mantienen la autoridad institucional, pero sin caer en un tono distante, y al mismo tiempo logran cercanía sin resultar condescendientes. Al final, la legitimidad no depende solo de lo que se dice, sino de cómo se presenta (Suchman, 1995; Castells, 2009).

Eso sí, conviene no exagerar el alcance de estos cambios. Mejoran las condiciones simbólicas de acceso. Facilitan la identificación, refuerzan la autenticidad y hacen más probable la interacción. Pero no garantizan, por sí solos, una apropiación sostenida de la oferta. Lo que se ha observado hasta ahora corresponde a esta fase del análisis. Falta contrastarlo con el resto de las piezas para ver si el patrón se mantiene. Aun así, el contraste

entre 2025 y 2026 ya deja ver una evolución clara, tanto en lo estético como en lo discursivo. No se trata de decir que una es mejor que la otra, sino de entender cómo estos cambios afectan el acceso simbólico.

En 2025 predominan las ilustraciones vectoriales, los colores intensos y las composiciones limpias. Eso ayuda a la comprensión, pero simplifica la representación juvenil. En 2026, en cambio, aparecen tipografías más robustas, texturas y un lenguaje menos caricaturizado. El resultado es una mayor cercanía con la identidad cultural juvenil (Hall, 1997). Ese giro reduce la distancia simbólica y refuerza la legitimidad, sobre todo porque conecta con una sensibilidad juvenil muy atenta a la autenticidad (Reguillo, 2000; Feixa, 1998). También cambia la forma en que se presenta al joven. En las piezas de 2025 aparece más como alguien convocado. En las de 2026, como alguien que actúa. El lenguaje acompaña ese cambio y se mueve hacia una lógica de reconocimiento (Habermas, 1984/1987).

En cuanto a la organización de la información, ambos momentos mantienen claridad en lo operativo. Pero en 2026 se logra algo más. El beneficio y el llamado a la acción ganan visibilidad, lo que facilita la comprensión y la toma de decisiones (Petty & Cacioppo, 1986). De esta forma, lo que se observa es un fortalecimiento de la dimensión simbólica del acceso. Hay menos infantilización, más identificación cultural y un reconocimiento más claro del joven como actor dentro de la experiencia. Eso sí, todavía quedan retos, como la fragmentación narrativa, que no desaparecen con estos ajustes.

CONCLUSIONES

Este estudio se propuso entender cómo la comunicación institucional dirigida a juventudes puede influir en las condiciones de acceso simbólico a la política pública. Para hacerlo, se analizaron piezas de la estrategia Distrito Joven, comparando materiales de 2025 y 2026. A partir de ese ejercicio, empezaron a aparecer patrones bastante claros, no solo en lo que se dice, sino en cómo se dice y se muestra la oferta a los jóvenes. Uno de los hallazgos más consistentes es que la comunicación actual cumple, sobre todo, una función de activación y legitimación. Las piezas logran movilizar participación inmediata con llamados a la acción directos, mientras refuerzan la presencia institucional en el territorio. Al mismo tiempo, construyen una imagen de las juventudes como sujetos creativos, con potencial transformador. Esto encaja con lo que ya han señalado distintos enfoques en comunicación pública y estudios

culturales, donde la representación simbólica y el reconocimiento del interlocutor resultan claves para la legitimidad del discurso.

El análisis comparado también dejó ver un cambio importante en lo estético. Las piezas más recientes se acercan más a códigos urbanos contemporáneos. Ese giro no es superficial. Tiene efectos en la identificación simbólica, porque conecta mejor con los referentes culturales de las juventudes. Y eso, en términos de comunicación, pesa. Ahora bien, no todo es avance. También aparecen tensiones que se repiten. La oferta sigue mostrándose de forma fragmentada, con un fuerte énfasis en eventos puntuales. A eso se suma que los beneficios suelen expresarse de manera bastante abstracta. En la práctica, esto significa que, aunque se logra activar la participación inicial, cuesta más hacer visibles los procesos de fondo. Las trayectorias formativas, las rutas de continuidad, quedan difusas. Y eso limita la comprensión de lo que realmente implica participar a largo plazo. Por eso, una de las claves para fortalecer la comunicación está en conectar mejor esos dos niveles. No basta con convocar. Hace falta mostrar hacia dónde lleva esa participación. Articular la experiencia puntual con procesos más amplios. En esa misma línea, dar más espacio a las voces juveniles, a testimonios y relatos concretos, podría hacer la comunicación más cercana y creíble, además de reforzar esa dimensión dialogante que plantean enfoques como la teoría de la acción comunicativa.

En cuanto al alcance del estudio, se cumplió el objetivo principal. Se lograron identificar patrones que influyen en las condiciones simbólicas de acceso a la política pública juvenil. Pero conviene ser claros con un punto. Este análisis se centró en las piezas comunicativas, no en cómo las audiencias las reciben o interpretan en la práctica. Eso significa que los resultados permiten entender el marco discursivo, pero no establecer relaciones directas con niveles reales de participación. Y es aquí en donde hay una línea interesante para seguir trabajando, por lo que sería útil complementar este tipo de análisis con metodologías que incluyan la voz de los propios jóvenes. Entrevistas, grupos focales, estudios de recepción. Todo lo que permita ver cómo estos mensajes son leídos, apropiados o incluso rechazados. También valdría la pena explorar con más detalle la relación entre comunicación, trayectorias juveniles y participación sostenida en políticas públicas.

Por lo anterior, lo que deja este estudio es una idea bastante contundente. La comunicación pública no es solo un canal para informar. Es una herramienta que construye sentido. Define marcos de reconocimiento, legitima actores y puede acercar o alejar a las juventudes de las oportunidades que ofrece el Estado. Ahí está su peso real. Y también su mayor responsabilidad.

Referencias

- Canel, M. J., & Sanders, K. (2012). *Government communication: Cases and challenges*. Bloomsbury Academic.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Checkoway, B., & Gutierrez, L. (2006). Youth participation and community change. *Journal of Community Practice*, 14(1–2), 1–9.
- Feixa, C. (1998). *De jóvenes, bandas y tribus: Antropología de la juventud*. Ariel.
- Furlong, A., & Cartmel, F. (2007). *Young people and social change: New perspectives* (2nd ed.). Open University Press.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action: Volume 1. Reason and the rationalization of society*. Beacon Press. Habermas, J. (1987). *The theory of communicative action: Volume 2. Lifeworld and system*. Beacon Press.)
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128–138). Hutchinson.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Heath, C., & Heath, D. (2007). *Made to stick: Why some ideas survive and others die*. Random House.
- Howlett, M., Ramesh, M., & Perl, A. (2009). *Studying public policy: Policy cycles and policy subsystems* (3rd ed.). Oxford University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jewitt, C. (2014). *The Routledge handbook of multimodal analysis* (2nd ed.). Routledge.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.

- Moya, D. F. C. (2022). Comunicación en los mundos de vida juveniles: Hacia otras pedagogías del lenguaje y la comunicación. *Horizontes pedagógicos*, 24(1), 9-19.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9050457.pdf>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer.
- Picazo, M. A. M., Ferreiro, E. J., & García, J. F. H. (2025). La comunicación institucional en la administración local: modelos, estrategias y desafíos en el marco del derecho público. *Nuevo Derecho*, 21(37), 1-24. <https://doi.org/10.25057/2500672X.1814>
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles: Estrategias del desencanto*. Norma.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Teira Serrano, C. (2021). Logopedia y derecho a la comunicación. *Revista de Investigación en Logopedia* 11(2), e71350. <https://dx.doi.org/10.5209/rlog.71350>
- Wyn, J., & White, R. (1997). *Rethinking youth*. Allen & Unwin.
- Zémor, P. (2008). *La communication publique*. Presses Universitaires de France.

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de análisis de piezas comunicativas

Categoría de análisis	Aspecto observado	Indicador en la pieza	Evidencia posible en la pieza	Tipo de hallazgo esperado
Comunicación pública institucional	Orientación del mensaje	Predominio de convocatoria informativa o interacción con jóvenes	Llamado a inscripción, invitación a evento o explicación de proceso	Predominio de lógica informativa o apertura al diálogo
Comunicación pública institucional	Claridad del beneficio comunicado	Beneficio concreto o formulado de manera abstracta	Expresiones como “transforma tu futuro”, “vive la experiencia”, sin explicación de resultados	Beneficio poco específico o beneficio claramente explicado
Mediaciones culturales juveniles	Representación juvenil	Tipo de imágenes, ilustraciones o narrativas utilizadas	Ilustraciones vectoriales juveniles, fotografías de jóvenes, lenguaje cercano	Identificación simbólica o representación juvenil simplificada
Mediaciones culturales juveniles	Territorialización de la oferta	Presencia de referencias a localidades, barrios o espacios juveniles	Mención de Casas de Juventud, barrios o localidades	Acercamiento territorial de la política pública

Barreras comunicativas e institucionales	Continuidad del proceso	Presentación de trayectorias o actividades aisladas	Actividad presentada como evento puntual sin ruta posterior	Lógica de evento o lógica de proceso
Barreras comunicativas e institucionales	Acceso a la información	Claridad de requisitos, inscripción o continuidad	Falta de explicación sobre pasos posteriores o requisitos incompletos	Posible barrera de comprensión