

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
	Dependencia	Aprobado	Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO	1(1)		

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	JORGE ELI ÉCER LANZZI ANO BLANCO
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	CLAUDIA MARCELA DURÁN CHINCHILLA
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA PERSONERÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL PRESENTE DOCUMENTO DA A CONOCER EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA PERSONERÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.

DICHA ESTRATEGIA BUSCÓ VISIBILIZAR TODAS LAS ACCIONES LLEVADAS A CABO POR LA ENTIDAD MENCIONADA ANTERIORMENTE, A TRAVÉS DE PUBLICACIONES GRÁFICAS, AUDIOVISUALES Y FOTOGRÁFICAS EN LAS REDES SOCIALES DE FACEBOOK E INSTAGRAM DE LA PERSONERÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 87	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 46	CD-ROM: 1
-------------	-----------	-------------------	-----------



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA
PERSONERÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.

JORGE ELIÉCER LANZZIANO BLANCO

Trabajo de grado, modalidad pasantía, para optar al título de Comunicador Social

Directora

PhD. CLAUDIA MARCELA DURÁN CHINCHILLA

Doctora en Educación

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

Octubre de 2019

Dedicatoria

El presente proyecto está dedicado a Dios, gracias a él he logrado concluir mi carrera de manera exitosa.

A mis familiares, en especial a mi madre y mi abuela por ser esa fuente motivacional constante en mi vida y por estar siempre a mi lado brindándome su apoyo y sus consejos para hacer de mí una mejor persona. Para ellas este primer triunfo y todos los que logre de ahora en adelante.

A mis tíos y a mi tía, por sus palabras de apoyo y su constante compañía.

Finalmente, a mi novia por brindarme su amor y acompañarme en este proceso tan importante en mi vida.

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios por permitirme lograr esta meta tan importante. Toda la gracia es para él, quien diariamente me da la voluntad y me permite hacer mis sueños realidad. Asimismo, agradecerle a mi familia, por el apoyo que me brindan en cada sueño que me propongo. A mi madre, por su amor, compañía, y por todos los esfuerzos que diariamente realiza para hacer de mí una mejor persona. A mis tíos y mi tía, por alentarme constantemente en este proceso académico, y a mi novia, por su amor y comprensión.

Gracias, a la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña, por la disponibilidad y su excelente servicio para contribuir con el cumplimiento de unos de los sueños más importantes que me he propuesto en la vida. A cada uno de los profesores de las diferentes asignaturas de la carrera de Comunicación Social, que con su conocimiento, profesionalismo y consejos ayudaron a cosechar en mí el fruto de la sabiduría, hacerme crecer como persona, y ayudarme a forjar mi carácter.

A mis compañeros de profesión, que fueron una vital ayuda para superar cada uno de los peldaños de este difícil proceso. A mis amigos, Cristian Camilo Bayona, Raúl Sebastián Sanjuán, y Deivis Caro Daza, quienes estuvieron de principio a fin apoyándome en todo momento.

Finalmente, gracias a la personera municipal Diana Carolina Martínez y a todos los funcionarios de la Personería Municipal de Ocaña por permitirme desempeñar mi labor de pasante en dicha entidad, y por hacer de ella una experiencia gratificante y enriquecedora en mi vida personal y profesional.

Índice

Introducción	xv
Capítulo 1: Diseño de una Estrategia de Comunicación Externa para la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander	1
1.1. Personería Municipal de Ocaña	1
1.1.1. Misión de la Personería Municipal de Ocaña.....	2
1.1.2. Visión de la Personería Municipal de Ocaña	2
1.1.3. Objetivos estratégicos de la empresa	2
1.1.4. Estructura organizacional.....	3
1.1.5. Descripción de la dependencia	4
1.2. Diagnóstico inicial.....	5
1.2.1. Planteamiento del problema	7
1.3. Objetivos de la pasantía.....	8
1.3.1. General	8
1.3.2. Específicos.....	8
1.4. Descripción de las actividades	9
1.5. Cronograma de actividades.....	10
Capítulo 2: Enfoques referenciales.....	11
2.1. Enfoque conceptual	11
2.1.1. Comunicación externa	11
2.1.2. Estrategia comunicativa	13
2.1.3. Contenido digital	14
2.2. Enfoque legal	15
2.2.1. Nacional	15
2.2.1.1. Proyecto de Ley No. 179 de 2018.....	16
Capítulo 3: Informe de cumplimiento de trabajo	23
3.1. Presentación de resultados	23

3.1.1. Objetivo 1: Realizar un diagnóstico del estado de la comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander	23
3.1.2. Objetivo 2: Establecer las políticas de información de los contenidos que se publiquen en las redes sociales de la Personería Municipal de Ocaña	41
Capítulo 4: Diagnóstico final	63
Capítulo 5: Conclusiones	65
Capítulo 6: Recomendaciones.....	66
Referencias	67
Apéndices.....	68

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz DOFA de la Personería Municipal de Ocaña.....	6
Tabla 2. Actividades a desarrollar durante la pasantía.....	9
Tabla 3. Matriz de comunicación de la estrategia.....	40

Lista de figuras

Figura 1. Organigrama general de la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander	4
Figura 2. Cronograma de actividades.....	10
Figura 3. Elaboración de la encuesta realizada con el objetivo de obtener información necesaria para realizar un diagnóstico de la comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña .	24
Figura 4. Trabajo de campo ejecutando la encuesta para desarrollar un diagnóstico de la comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña	25
Figura 5. Sexo de los encuestados	25
Figura 6. Edad de los encuestados	26
Figura 7. Primera pregunta de la encuesta.....	26
Figura 8. Segunda pregunta de la encuesta	27
Figura 9. Tercera pregunta de la encuesta	28
Figura 10. Cuarta pregunta de la encuesta.....	28
Figura 11. Quinta pregunta de la encuesta	29
Figura 12. Sexta pregunta de la encuesta	30
Figura 13. Séptima pregunta de la encuesta	31
Figura 14. Octava pregunta de la encuesta.....	32
Figura 15. Novena pregunta de la encuesta.....	33
Figura 16. Décima pregunta de la encuesta.....	33
Figura 17. Captura de cuenta Instagram de la entidad	45
Figura 18. Ejemplo de edición del material fotográfico.....	46
Figura 19. Rendición de cuentas de la entidad	47
Figura 20. Participación de la Personera Municipal en el Subcomité Departamental de Restitución de Tierras.....	47
Figura 21. Participación de los funcionarios de la Personería en conmemoración del Día contra las Minas Antipersonas	48
Figura 22. Reunión de la Personera Municipal con representante de Misión de Paz de la OEA	48
Figura 23. Capacitación a madres comunitarias del municipio de Ocaña.....	49
Figura 24. Acompañamiento de la entidad a la comunidad de Otaré	49

Figura 25. Intervención de la Personera Municipal en el Concejo Municipal de Ocaña.....	50
Figura 26. Visita a comunidad de Ciudadela Norte del municipio de Ocaña	50
Figura 27. Primer video realizado durante la pasantía.....	51
Figura 28. Segundo video realizado durante la pasantía	51
Figura 29. Video realizado con las mujeres de la Personería Municipal de Ocaña.....	52
Figura 30. Primer IGTV de la entidad.....	52
Figura 31. Segundo IGTV realizado	53
Figura 32. Sexto video realizado durante la pasantía.....	53
Figura 33. Tercer IGTV realizado	54
Figura 34. Mensaje de felicitación a la comunidad ocañera por el Día de la Madre	54
Figura 35. Video con mayor duración realizado durante la pasantía.....	55
Figura 36. Último video desarrollado durante la pasantía.....	55
Figura 37. Folleto con información esencial de la organización	56
Figura 38. Folleto con información relevante sobre las acciones desarrolladas por la entidad...	57
Figura 39. Poster para invitar a la rendición de cuentas de la Personería	57
Figura 40. Diseño de escarapelas para identificar a los invitados al Primer Encuentro de Personeros Municipales de los Santanderes	58
Figura 41. Diseño de la agenda del primer día del encuentro de personeros municipales.....	58
Figura 42. Diseño de poster con información del encuentro de personeros de los santanderes..	59
Figura 43. Logotipo de la Personería Municipal de Ocaña	60
Figura 44. Grabación de videos para las redes sociales de la Personería Municipal de Ocaña...	61
Figura 45. Cubrimiento de evento con madres comunitarias de Ocaña.....	61
Figura 46. Cubrimiento en el corregimiento de Otaré	62

Lista de apéndices

Apéndice A. Formato de la encuesta aplicada	69
Apéndice B. Acompañamiento a las actividades de la Personería.....	71

Resumen

El siguiente documento de grado en modalidad pasantía, surge con el objetivo de diseñar una estrategia comunicativa externa que permita visibilizar todas las acciones desarrolladas por la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander. En los siguientes capítulos de este trabajo se realiza el diseño de la estrategia comunicativa externa llevado a cabo por el autor del presente trabajo.

Para desarrollar lo mencionado anteriormente se realizó una encuesta con el objetivo de elaborar un diagnóstico, el cual permitió establecer qué tipo de público consumiría con más frecuencia el contenido creado por el autor de este trabajo. Asimismo, se determinaron las características esenciales que debe tener el material creado, y el medio de comunicación más eficiente para compartir información de los acontecimientos y actividades llevados a cabo por la Personería Municipal de Ocaña.

Finalmente se eligieron Facebook e Instagram como medios de comunicación para informar a la ciudadanía de los hechos más relevantes relacionados con la Personería Municipal de Ocaña, debido al alto porcentaje de usuarios de la entidad que utilizan dichas redes sociales como única vía de información. Como consecuencia, se abrió una cuenta en Instagram con el usuario *personería_ocana*, donde a través de videos, la comunidad podía conocer las actividades llevadas a cabo por la Personería Municipal de Ocaña. En Facebook no se creó una nueva cuenta por decisión de la jefe inmediato, Diana Carolina Martínez, quien solicitó continuar publicando en la cuenta Personería Ocaña.

Abstract

The following document of degree in internship modality, arises with the objective of designing an external communicative strategy that makes visible all the actions developed by the Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander. In the following chapters of this work, the design of the external communicative strategy carried out by the author of this work is carried out.

In order to develop the aforementioned, a survey was carried out with the objective of preparing a diagnosis, which allowed establishing what type of audience would consume the content created by the author of this work more frequently. Likewise, the essential characteristics that the material created must have, and the most efficient means of communication to share information on the events and activities carried out by the Personería Municipal de Ocaña were determined.

Finally, Facebook and Instagram were chosen as media to inform citizens of the most relevant events related to the Personería Municipal de Ocaña, due to the high percentage of users of the entity that use these social networks as the only way of information. As a result, an Instagram account was opened with the user *personería_ocana*, where through videos, the community could learn about the activities carried out by the Personería Municipal de Ocaña. A new account was not created on Facebook by decision of the immediate boss, Diana Carolina Martínez, who requested to continue posting on the Personería Municipal de Ocaña account.

Introducción

La tecnología digital y móvil está en constante desarrollo, y cada vez se afianzan más como parte importante de la cotidianidad de las personas, debido a su inmediatez informativa y comunicativa.

En sus inicios, los medios digitales significaron una advertencia para los medios tradicionales, quienes a lo largo del tiempo descubrieron en lo digital una nueva forma de comunicar.

Las redes sociales permiten crear cuentas mediante las cuales se puede compartir información de interés en formatos eficientes por su brevedad y dinámica. Sin embargo, la Personería Municipal de Ocaña no tenía funcionarios encargados de crear contenido multimedia, razón por la que el presente proyecto busca aumentar el contenido y ampliar los medios de información para los usuarios de la Personería Municipal de Ocaña.

Capítulo 1: Diseño de una Estrategia de Comunicación Externa para la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander

1.1. Personería Municipal de Ocaña

Con el fin de buscar mayor eficacia e impacto de control interno en las entidades del Estado, el Departamento Administrativo de la Función Pública, promovió la adopción e implementación de un modelo de control interno, iniciativa que fue acogida por el Consejo Asesor del Gobierno Nacional en materia de control interno, que condujo a la expedición del Derecho 1599 de 2005, “Por el cual se adopta el Modelo Estándar de Control Interno (MECI)”.

A partir de la nueva Carta Política (art. 118), es claro que siendo la Personería parte del Ministerio Público, es un órgano de control, promotor, difusor, y protector de los derechos humanos y como tal goza de total independencia y autonomía respecto de las ramas del poder público.

La Constitución de 1991 estableció los términos jurídico administrativos de las Personerías, ubicándolas clara y precisamente dentro de la esfera del Ministerio Público.

A partir del Siglo XXI eso le impone a la Personería Municipal de Ocaña Norte de Santander, ser distinta, actuar diferente, pensar con ilusión de concebir ideales y concretar propuestas que modifiquen el pasado construyendo el porvenir.

La imagen misional y visional está plasmada con la esperanza de construir ciudadanos ocañeros que tengan sentido de los deberes y claridad de los derechos para ejercerlos sin atropellar los de los demás. Asimismo, que comprendan el compromiso ineludible que tenemos todos de construir reconciliación a partir de los ideales soportados con planificación, seriedad, y sentido de grandeza.

1.1.1. Misión de la Personería Municipal de Ocaña. La Personería Municipal de Ocaña tiene como misión la guarda y divulgación de los Derechos Humanos, la veeduría ciudadana para garantizar la protección del interés público, la vigilancia de la gestión de las instituciones y servidores públicos del orden territorial; la orientación de nuestros esfuerzos en diseñar y ejecutar programas que generen cultura ciudadana; asimismo buscamos satisfacer y garantizar un servicio eficiente, organizado, asequible, justo, democrático, y participativo en nuestra comunidad en general.

1.1.2. Visión de la Personería Municipal de Ocaña. La Personería Municipal de Ocaña, para el 2021 será reconocida como una entidad organizada administrativamente, modelo, confiable, y eficiente, dispuesta a servir y orientar con excelencia del talento humano que hace parte de nuestra entidad. Asimismo, cumplir todos los objetivos propuestos y las demás actividades que se presentan en las labores diarias.

1.1.3. Objetivos estratégicos de la empresa. La Personería Municipal de Ocaña estipula los siguientes objetivos para la organización:

- Vigilar el cumplimiento de la Constitución, las leyes, ordenanzas, decisiones judiciales, y actos administrativos.
- Defender los intereses de la sociedad.
- Vigilar el ejercicio eficiente y diligente de las funciones administrativas municipales.
- Divulgar los derechos humanos, orientar e instruir a los habitantes del municipio en el ejercicio de sus derechos ante las autoridades competentes o entidades de carácter privado.
- Velar por la efectividad del derecho de petición y tutela.
- Interponer la acción popular para el resarcimiento de los daños y perjuicios causados por el hecho punible, cuando se afecten intereses de la comunidad, constituyéndose como parte del proceso penal o ante la jurisdicción civil.

1.1.4. Estructura organizacional. Denominación del empleo: Personero Municipal

Propósito principal: Ejercer el control administrativo en el municipio. Cuenta con autonomía presupuestal y administrativa. Ejerce funciones de Ministerio Público, conferidas en la Constitución y la Ley, así como las que delegue la Procuraduría General de la Nación.

El personero ejercerá en el municipio, bajo la dirección suprema del Procurador General de la Nación, las funciones de Ministerio Público, además de las que determine la Constitución, la Ley, los acuerdos y los objetivos mencionados anteriormente.

Denominación del empleo: Auxiliar administrativo.

Propósito principal: Realizar labores de oficina caracterizadas por el predominio de actividades de apoyo y complementación de las tareas propias del Personero Municipal.

Dentro de sus funciones esenciales, está mantener informado al personero municipal sobre todas y cada una de las actividades realizadas y por realizar, visitas, llamadas telefónicas, mensajes, correspondencia, y comunicaciones que se presenten en el despacho.



Figura 1. Organigrama general de la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander. Autor del proyecto.

1.1.5. Descripción de la dependencia. La Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander, está comprometida con la asistencia en la elaboración de acciones de tutela en defensa de los derechos fundamentales y otros mecanismos que aseguren la protección de estos, tales como proyección de incidentes de desacato, de impugnaciones a fallos de tutela y la vigilancia especial a fallos judiciales.

Asimismo, se ha comprometido a atender de manera personalizada e inmediata a los ciudadanos que requieran orientación y asistencia respecto al derecho de petición.

Además, la Personería Municipal de Ocaña, tiene como función orientar jurídicamente a todos ciudadanos en temas relacionados con diferentes áreas del derecho como familia, civil, comercial, penal, policivo, servicios públicos domiciliarios, seguridad social, entre otros.

(Personería de Bogotá, D.C. , 2018)

1.2. Diagnóstico inicial

La Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander, carece de medios encargados de divulgar las acciones llevadas a cabo por esta entidad. Por lo tanto, la ciudadanía en muchas ocasiones desconoce las labores y las funciones desarrolladas por la Personería en el municipio. Por ende, se hace necesario el fortalecimiento de la comunicación externa para el reconocimiento de dicho órgano de control.

A continuación, se presenta una matriz DOFA en el área de comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander, en donde se ejercerán las funciones para el desarrollo y la ejecución de las pasantías universitarias. Por lo cual, se permite desarrollar e implementar los conocimientos aprendidos durante los diez semestres del programa académico. En la matriz DOFA, se evidencia el diagnóstico de la comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander. Lo mencionado anteriormente, se logró determinar mediante un diálogo con la jefa directa y la observación del pasante.

Tabla 1

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • F1. Reconocimiento social de la Personería Municipal de Ocaña como una entidad confiable y justa. • F2. Disponibilidad de la personera municipal y sus auxiliares administrativos para brindar información. • F3. Trabajo constante realizado conjuntamente con las autoridades legales del municipio. • F4. La Personería Municipal de Ocaña mantiene comunicación continua con la ciudadanía y diversos grupos de interés internos y externos, que por su naturaleza requieren la recepción y entrega oportuna de información. 	<ul style="list-style-type: none"> • D1. Los medios de comunicación no son utilizados para difundir las acciones llevadas a cabo por la entidad. • D2. La Personería Municipal de Ocaña no tiene una estrategia de comunicación externa determinada para la difusión de las actividades realizadas. • D3. No hay claridad respecto a los valores, atributos, y estilo que debe tener la información que será transmitida. • D4. La Personería Municipal de Ocaña no tiene presencia online. Carece de redes sociales, página web, canal de Youtube, entre otros.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • O1. Uso adecuado de los medios de comunicación para informar a la ciudadanía de las actividades realizadas por la Personería Municipal de Ocaña. • O2. A través de los medios de comunicación tradicionales y digitales, brindar un fácil acceso a la información correspondiente a la Personería Municipal de Ocaña. • O3. Mediante información renovada, mantener informada a la opinión pública de los acontecimientos relaciones con la Personería Municipal de Ocaña. 	<ul style="list-style-type: none"> • A1. La Personería Municipal de Ocaña no cuenta con recursos propios. • A2. Los funcionarios no están autorizados para compartir todo tipo de información. • A3. Comunicaciones en contra de las acciones llevadas a cabo por la personera y/o la Personería Municipal de Ocaña.

Matriz DOFA de la Personería Municipal de Ocaña

Nota: La tabla presenta el análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la entidad. Autor del proyecto.

1.2.1. Planteamiento del problema. La labor de comunicación externa está irrumpiendo globalmente con fuerza como instrumento de los nuevos estilos de dirección comercial, hasta tal punto de ser considerada cada vez con más fuerza en el entorno empresarial como herramienta imprescindible en la gestión diaria de todo tipo de organización.

Según (Sánchez, 2005), autora de la información especializada en la gestión de crisis, se entiende la comunicación externa como “un proceso que consiste en vehicular información o contenidos informativos desde la empresa u organización empresarial hacia el conjunto de la opinión pública a través de los medios de comunicación social”. Además, añade que “sea cual sea la tipología que adopte la comunicación externa de la empresa, lo que no debe olvidar es que esta debe incorporar el „estilo de la firma“, lo que la distingue de cualquier otra”.

No obstante, la comunicación externa no solo está dirigida a ofrecer información a las personas, empresas u organizaciones de su interés. sino que debe ser concebida como un proceso bidireccional de envío y búsqueda de datos; en ese sentido, Gary afirma lo siguiente.

Mediante los productos hacia el entorno externo, la organización beneficia a la sociedad con los aportes directos de sus productos o servicios, o indirectos -al posibilitar la solución de problemas sociales con las riquezas que crea y que se distribuyen equitativamente en la sociedad-, al tiempo que retorna aquellos símbolos y valores que tomó de la sociedad y los devuelve enriquecidos y transformados en una relación dialéctica sistemática y continua. (Gary, 1986)

Desde la perspectiva anterior, la Personería Municipal de Ocaña, a pesar de ser un ente reconocido a nivel local y departamental, carece de una comunicación externa que permita a la ciudadanía conocer todas las acciones que dicha entidad ofrece a los sectores vulnerables y a la comunidad en general.

Lo mencionado anteriormente, se produce porque la Personería Municipal de Ocaña no utiliza los medios de comunicación para difundir la información de interés público. Por lo tanto, este órgano de control es considerado en muchas ocasiones como una entidad que no cumple con sus respectivas funciones en cuanto a su comunicación externa.

A causa de dicha carencia, se determina diseñar una estrategia comunicativa externa que permita visibilizar todas las acciones desarrolladas por la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander.

1.3. Objetivos de la pasantía

1.3.1. General. Diseñar una estrategia comunicativa externa que permita visibilizar todas las acciones desarrolladas por la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2. Específicos. Realizar un diagnóstico del estado de la comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander.

Establecer las políticas de información de los contenidos que se publiquen en las redes sociales de la Personería Municipal de Ocaña.

1.4. Descripción de las actividades

Tabla 2

Actividades a desarrollar durante la pasantía

Objetivos Específicos	Actividades
Realizar un diagnóstico del estado de la comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aplicar una encuesta a la ciudadanía, para conocer qué tanto saben de la entidad. ➤ Realizar un análisis del tipo de información que va a ser emitida y hallar la forma y el canal más eficiente para emitirla. ➤ Diseño de una matriz de comunicación para el direccionamiento de la estrategia
Establecer las políticas de información de los contenidos que se publiquen en las redes sociales de la Personería Municipal de Ocaña.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Determinar las políticas para los funcionarios y las políticas de publicación de información. ➤ Creación de material fotográfico y audiovisual para compartir en redes sociales. ➤ Crear piezas publicitarias para informar a la ciudadanía sobre los eventos llevados a cabo por la Personería Municipal de Ocaña. ➤ Realizar cubrimiento a todas las actividades desarrolladas por la Personería Municipal de Ocaña.

Nota: La tabla presenta los objetivos específicos de la propuesta y las actividades que se desarrollarán durante la pasantía para dar cumplimiento al proyecto. Autor del proyecto.

1.5. Cronograma de actividades

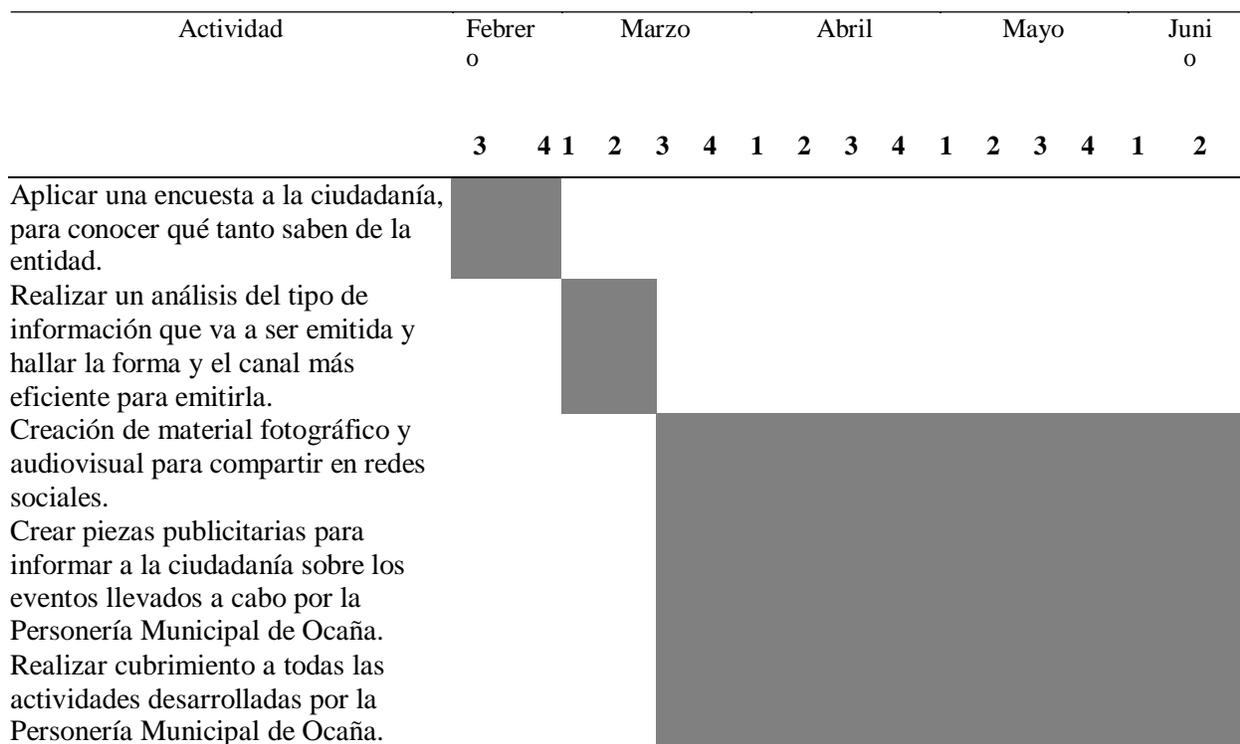


Figura 2. Cronograma de actividades.

Nota: En el cronograma se establecen las actividades desarrolladas con sus respectivas fechas de ejecución, distribuidas en los cuatro meses que duró la pasantía. Autor del proyecto.

Capítulo 2: Enfoques referenciales

Para la realización de esta pasantía se tuvieron en cuenta varios conceptos esenciales relacionados con la creación de contenido digital. A continuación, se presentan opiniones y argumentos de personas expertas en el tema.

2.1. Enfoque conceptual

2.1.1. Comunicación externa. Actualmente la comunicación externa es una herramienta estratégica dentro de toda institución o entidad cuyo propósito sea estar posicionada y ser reconocida.

En el comienzo, es necesario comprender el concepto básico de comunicación, para luego en forma de hilo conductor, llegar a la comunicación externa. En este sentido reflexiona **Joan Costa** sobre la comunicación, al sostener que:

La comunicación es la acción de transferir, de un individuo –o un organismo-, situado en una época y en un punto dado, mensajes e informaciones a otro individuo –u otro sistema- situado en otra época y en otro lugar, según motivaciones diversas y utilizando los elementos de conocimiento que ambos tienen en común. (Muñoz Corvalán, 2012)

Es común interpretar a la comunicación como un medio masivo de comunicación, pero no

lo es. Los medios son canales que sirven de soporte para la difusión de mensajes. Ese error puede generar grandes conflictos dentro de una entidad.

La empresa, es considerada un ente social y como tal debe actuar, motivo por el cual debe contar con una comunicación externa o “hacia afuera”, efectiva y eficiente. El objetivo se debe basar tanto en la mejora de su imagen como en su conservación, además de dar confiabilidad a los usuarios. Como afirma Joan Costa: “Es necesario contar con una plataforma estratégica que permita a las organizaciones dar respuestas eficientes a su entorno y gestionar sus relaciones y vínculos con todos sus públicos”. (Portillo Ríos, 2012)

En consecuencia, las organizaciones que cuentan con una planificación integral de comunicación, logran una mayor productividad, competitividad y alcanzan sus objetivos corporativos.

Existen varias tipologías que puede adoptar esta comunicación externa, según sostiene en su libro **Bartolí (1992)**. Entre ellas, la comunicación externa operativa, aquella que se realiza para el desenvolvimiento diario de la actividad empresarial. Se efectúa con todos los públicos externos, compuestos por clientes, proveedores, competidores, administración pública, periodistas, ONG, entre otros. (Muñoz Corvalán, 2012)

La segunda tipología hace referencia a la comunicación externa estratégica. Su finalidad consiste en enterarse, dentro de lo posible, de la mayor cantidad de datos de la competencia, de la evolución de las variables económicas, de los cambios en la legislación laboral, entre otros,

que pueden ser relevantes para la posición competitiva de la empresa.

Por último, explica la tipología de la comunicación externa de notoriedad, cuyo objetivo se encuentra en mostrar a la empresa como una institución que informa y comunica sus productos y a la vez, mejorar su imagen, mediante la publicidad, promoción, donaciones, patrocinios, campañas de Sustentabilidad y RSE, entre otras. Una buena comunicación externa necesita de un público interno que tenga un gran sentimiento de pertenencia hacia la organización, ya que cuando las personas se sienten identificadas con la empresa conlleva a mejoras en el clima laboral, en las comunicaciones entre las personas y, al mismo tiempo, transmiten una imagen positiva hacia fuera.

Sanz de la Tajada (1996), hace gran hincapié en la transmisión del mensaje, donde hay que tener en cuenta ciertos elementos. Entre ellos, la fuente de información, la idea del objetivo perseguido, el contenido a transmitir, la línea que sigue dicho mensaje ya preestablecida o de forma espontánea y por último ciertos factores externos como los ruidos que constituyen a las grandes barreras de comunicación.

En conclusión, la comunicación externa es crucial para establecer, fortalecer y fidelizar los lazos con su público externo. (Muñoz Corvalán, 2012)

2.1.2. Estrategia comunicativa. Otro de los conceptos importantes que permite el desarrollo del presente proyecto es la comunicación estratégica. Para **Garrido, (2009)**, esto se entiende como:

Una forma de expresar a la organización para potenciar o generar nuevas capacidades competitivas, renovar o fortalecer la presencia en los actuales negocios, rearmando el quehacer de la organización en pos del futuro, o cambiar las ópticas de la acción que se están realizando para romper con la inercia. (Calero Torres, 2015)

Asimismo, el consultor político español **J.L. Sanchís, (2004)** quien ha combinado a lo largo de su carrera profesional el marketing político con la consultoría estratégica, afirma que:

"Las comunicaciones son todos aquellos procedimientos por medio de los cuáles una mente afecta a otra" y que a través de la comunicación cada información se envuelve en una capa, manta de intencionalidad para que se provoque una reacción en la mente del receptor.

Además, manifiesta que: "La comunicación busca siempre un feedback, una respuesta del receptor desde la cual puede aprender y desarrollarse; así se habla de comunicación perfecta cuando el mensaje ha sido bien recibido y se produce la reacción deseada en el receptor".

(Bruno, s.f.)

2.1.3. Contenido digital. La evolución a pasos agigantados de la tecnología digital y sus contenidos es innegable. Sin embargo, muchos de sus conceptos esenciales son relativamente nuevos y no hay muchas definiciones de expertos al respecto.

La creación de contenido es esencial para cualquier institución, pero no cualquier contenido, este debe ser estupendo, capaz de atraer la atención del público objetivo, y mantenerlo interesado.

Para **J.J. Tum (2004)** La creación del contenido digital correcto “Es el activo más importante de los medios de comunicación de marketing”, esta es la piedra fundamental que “te dará acceso directo a la construcción de una audiencia que luego se convertirán en sus usuarios y/o clientes”. (Gallardo Olmedo, 2015)

2.2. Enfoque legal

2.2.1. Nacional

En la legislación colombiana existen vacíos jurídicos en materia de delitos informáticos y la protección de la privacidad, observándose una falta de regulación por parte del gobierno en las políticas de uso de las redes sociales. Si bien no existen normas que regulen específicamente a las redes sociales, se rigen por aquellas que protegen la información de los datos y preservan la utilización de tecnologías de información y las comunicaciones.

A continuación, se muestran los aspectos legales como los delitos informáticos, la protección de la información y los datos, injuria y calumnia, ciberacoso y derechos de

autor, al utilizar dos de las principales redes sociales en Colombia como lo son Facebook e Instagram.

2.2.1.1. Proyecto de Ley No. 179 de 2018. “Por medio del cual se crean normas de buen uso y funcionamiento de redes sociales y sitios web en Colombia”.

Decreta:

Artículo 1. Objeto. Esta ley tiene como objeto regular las condiciones básicas para garantizar la protección de la honra y el buen nombre de los ciudadanos, en relación a las publicaciones que sobre ellos se hicieren en redes sociales y sitios web, en concordancia con el mandato constitucional.

Artículo 2. Definiciones. Para efectos de la presente ley, se definen los siguientes conceptos:

- **Publicación Abusiva:** Todo relato, mensaje o afirmación difamatoria, deshonrosa, injuriantes y/o calumniosas, que atente contra o restrinja los derechos a la honra, la dignidad humana, el buen nombre y la intimidad de las personas naturales o jurídicas sin que exista consentimiento libre del titular de los derechos o pronunciamiento oficial de autoridad competente que lo soporte y que se divulgue a través de medios masivos de comunicación digital, o servicios y/o herramientas de publicación de contenido en Internet sin distinción del costo de

suscripción o modalidad de difusión, siempre que dicha publicación no persiga un fin constitucionalmente legítimo, ni contribuya a un debate en específico y contenga una intención desproporcionada, difamatoria, calumniosa o injuriente. Sin perjuicio al ejercicio del derecho a la rectificación consagrado en la Constitución, exclúyase de esta definición las publicaciones realizadas por la prensa en ejercicio de la libertad de información y de prensa, que estén orientadas a proteger la libre búsqueda, transmisión y recepción de información cierta e imparcial sobre todo tipo de opiniones, hechos e ideas.

- Servicios y herramientas de publicación de contenido en Internet: Para los efectos de la presente ley y las normas que la reglamenten, esta categoría recoge: Plataformas de Redes Sociales, Periódicos Digitales, Blogs o Bitácoras, aplicaciones y en general cualquier medio que permita la publicación de contenido propio o de terceros en internet.
- Víctimas de Publicaciones Abusivas: Personas naturales o jurídicas que, directa o indirectamente, se vean afectadas moralmente y/o patrimonialmente por causa de un -Publicación Abusiva, estén o no en estado de indefensión.
- Estado de Indefensión: Situación en la que se encuentra una persona víctima de publicación abusiva que no tenga la posibilidad material de defenderse de las amenazas, difamaciones, injurias o calumnias que realicen terceros, ya sea por la

ausencia de medios jurídicos de defensa o porque éstos resultan insuficientes para resistir el agravio particular del que se trata.

- Denuncia o Reporte: Informe en el cual una persona natural o jurídica pone en conocimiento de un proveedor de servicios y herramientas web, la publicación abusiva de la cual es víctima. Las denuncias o reportes podrán presentarse por cualquier medio digital o escrito.

Parágrafo. También serán consideradas publicaciones abusivas los cobros que realicen los acreedores a sus deudores a través de Servicios y Herramientas de Publicación de Contenido en Internet sin el consentimiento expreso del deudor para ello.

Artículo 3. Principios. La protección de los derechos a la intimidad, honra y el buen nombre en medios digitales procurará garantizar el cumplimiento de los siguientes principios bajo los cuales puede divulgarse información de una persona:

1. Libertad, de acuerdo con el cual la difusión de datos personales requiere de consentimiento libre, previo y expreso, o de la existencia de una obligación de revelar dicha información con el fin de cumplir un objetivo constitucionalmente legítimo;

2. Finalidad, según el cual la recopilación y divulgación de datos corresponde a la consecución de un fin constitucionalmente legítimo;
3. Necesidad, de acuerdo al cual la información que sea divulgada debe estar relacionada con la finalidad pretendida mediante su revelación;
4. Veracidad, el cual exige que los datos personales que puedan ser divulgados correspondan a situaciones reales;
5. Integridad, según el cual la información que sea objeto de divulgación debe suministrarse de manera completa, impidiendo que se registre y divulgue datos parciales, incompletos o fraccionados.

Artículo 4. Todo proveedor de servicios y herramientas que permitan la publicación de contenido en internet con operación en Colombia, está obligado a garantizar y respetar los derechos de los usuarios y consumidores de servicios de telecomunicaciones e internet en el país.

Igualmente, los proveedores están obligados a inscribirse en el Registro de Proveedores de Redes y Servicios de Telecomunicaciones a cargo del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, tal como lo establece la Ley 1341 de 2009.

Artículo 5. Los proveedores de los que habla el artículo anterior, deberán recibir las denuncias o reportes que presenten por cualquier medio las víctimas de publicaciones abusivas y tomar expeditas acciones correctivas para interrumpir e

impedir la continua difusión de la publicación denunciada a través de sus plataformas, servicios y herramientas, so pena de considerarse partícipe dentro de los procesos judiciales que se adelanten como resultado de la publicación abusiva.

Parágrafo. Las denuncias o reportes recibidos deberán ser informadas, dentro de las 72 horas siguientes a su recibo, al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones o a la entidad que haga sus veces a través del canal que la entidad designe para este fin, junto con las acciones correctivas tomadas.

Artículo 6. Funciones Administrativas en cabeza del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. En cumplimiento del objeto de la presente ley, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberá:

1. Recibir y dar traslado de las denuncias de publicaciones abusivas a los proveedores involucrados.
2. Ofrecer asesoría y acompañamiento a las víctimas de publicaciones abusivas ante los proveedores de Servicios y Herramientas de Publicación de Contenido en Internet.
3. Diseñar e Imponer sanciones a los proveedores de Servicios y Herramientas de Publicación de Contenido en Internet que incumplan lo ordenado por esta ley y las normas que la reglamenten.

4. Expedir la reglamentación pertinente dentro de los 6 meses siguientes a la expedición de la presente ley.

Artículo 7. En los casos en donde la víctima de publicaciones difamatorias, deshonrosas, injuriantes y/o calumniosas se encuentre en estado de indefensión por la naturaleza anónima de la publicación, ya sea por haberse producido a través de un perfil anónimo o creado con información falsa, el Proveedor de Servicios y Herramientas deberá proceder a interrumpir la publicación del contenido denunciado de manera inmediata.

Artículo 8. Cuando fuere posible, la víctima de publicaciones abusivas podrá ejercer su derecho a solicitar al emisor de la publicación dañosa la rectificación del contenido en condiciones de equidad, de tal forma que sea esa misma persona quien asuma la carga de comunicar que la información divulgada por ella no era veraz y que con dicha actuación vulneró los derechos fundamentales de otra persona.

Quienes ostenten la calidad de acreedores y utilicen este tipo de publicaciones para exigir el pago de las deudas y obligaciones que tengan a su favor, sin autorización previa del deudor, estarán obligados a retractarse de estas publicaciones en los mismos términos del inciso anterior.

Artículo 9. Cuando se ocasionen amenazas o violaciones a derechos fundamentales a través Servicios y herramientas de publicación de contenido en Internet, dicha situación deberá resolverse a la luz de las disposiciones contenidas en esta ley y la Constitución Política y no a partir de la regulación que aquellas establezcan para este tipo de situaciones a través de sus términos y condiciones.

Artículo 10. Las medidas correctivas que las autoridades y los proveedores de Servicios y Herramientas de Publicación de Contenido en Internet decreten en virtud de esta ley, no impedirán al afectado adelantar las actuaciones judiciales y/o constitucionales que considere pertinentes para obtener la reparación, retractación y verificación de la información por parte del emisor, así como las indemnizaciones correspondientes por los daños y perjuicios ocasionados.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, para proteger los derechos fundamentales en la web, tanto el derecho a la libre expresión como los derechos a la intimidad, la honra y el buen nombre, es necesario establecer una regulación que permita eliminar la información calumniosa, engañosa e injuriosa.

En este sentido, es importante establecer una regulación nacional con miras a lograr la protección de los derechos de los usuarios de Internet, especialmente en lo atinente a las publicaciones abusivas, difamatorias, deshonrosas, calumniosas e injuriantes, que atenten contra los derechos fundamentales.

Capítulo 3: Informe de cumplimiento de trabajo

3.1. Presentación de resultados

A continuación, se presentan los resultados de cada una de las actividades realizadas de acuerdo a su objetivo.

3.1.1. Objetivo 1: Realizar un diagnóstico del estado de la comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander.

Actividad 1. Aplicar una encuesta a la ciudadanía, para conocer qué tanto saben de la entidad.

Para desarrollar esta actividad se desarrolló como primer paso establecer de manera clara los objetivos que se buscan alcanzar en función a la razón por la cual se decidió realizar la encuesta. Una vez establecidos los objetivos, se llevó a cabo la determinación de la población a encuestar.

Posteriormente, se identificaron preguntas esenciales, las cuales permitirían obtener la información requerida. Luego, se realizó el diseño del cuestionario y se hizo efectiva la encuesta mediante un trabajo de campo donde el autor de este proyecto encuestó a 36 personas elegidas al azar mientras transitaban por el Parque 29 de Mayo.

Una vez recolectada la información, se efectuó la contabilización y el procesamiento de la información obtenida. Para ello se realizó una representación gráfica. Finalmente, se procedió al análisis de la información para obtener las conclusiones correspondientes. El formato de la encuesta reposa en los apéndices del documento. **(Ver Apéndice A)**

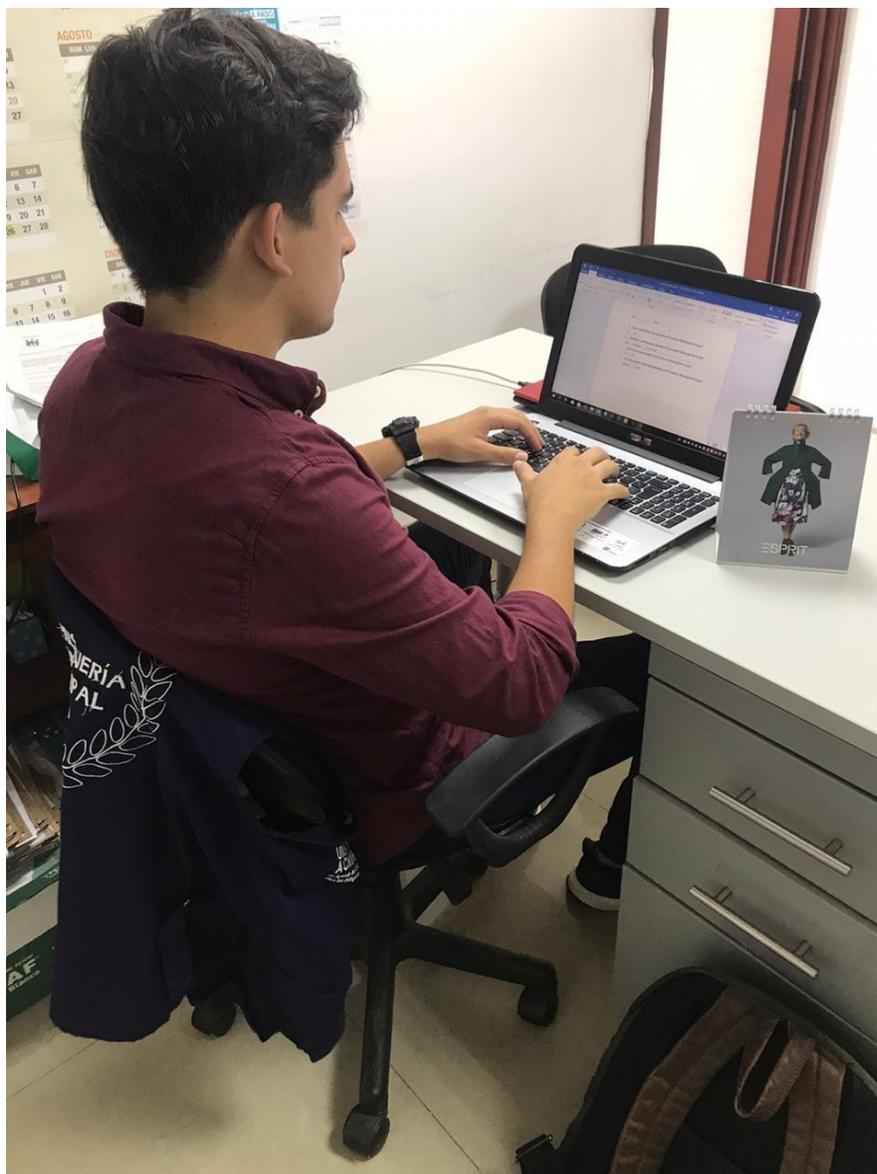


Figura 3. Elaboración de la encuesta realizada con el objetivo de obtener información necesaria para realizar un diagnóstico de la comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña. Autor del proyecto.

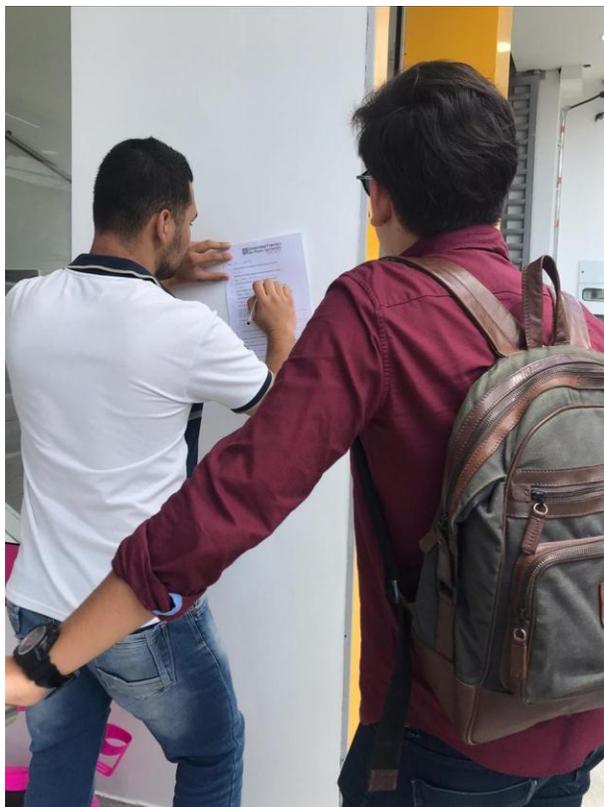


Figura 4. Trabajo de campo ejecutando la encuesta para desarrollar un diagnóstico de la comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña. Autor del proyecto.

Partiendo de la información recolectada por medio de la aplicación del instrumento de recolección de información, se graficaron y analizaron los datos obtenidos plasmados a continuación.

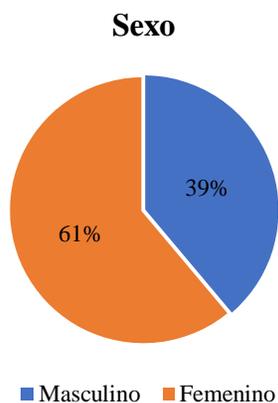


Figura 5. Sexo de los encuestados. Autor del proyecto.

Como se puede observar en la gráfica 1, de las 36 personas encuestadas, el 61 % corresponde al sexo femenino y el 39 % al sexo masculino. Evidentemente, el sexo femenino predomina en la encuesta realizada.

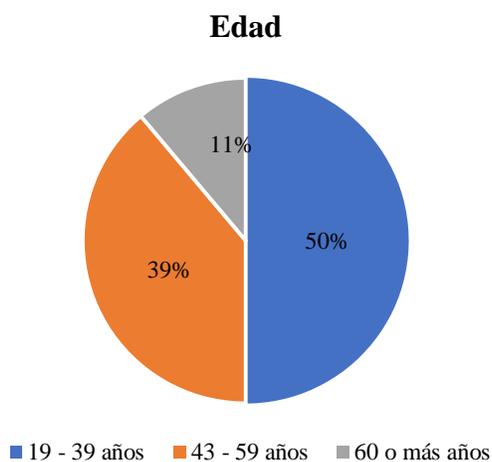


Figura 6. Edad de los encuestados. Autor del proyecto.

La gráfica 2 muestra que el 50 % de las personas encuestadas se encuentra entre los 19 y 30 años, el 39 % en el rango de 43 y 59 años, y el 11 % tiene 60 o más años.

¿Sabe usted dónde está ubicada la Personería Municipal de Ocaña?

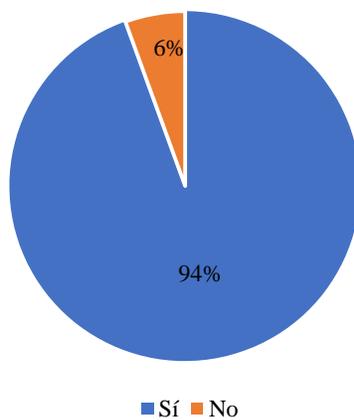


Figura 7. Primera pregunta de la encuesta. Autor del proyecto.

El porcentaje máximo en esta gráfica muestra que el 94 % de las personas encuestadas conoce la ubicación de la Personería Municipal de Ocaña, mientras que el 6 % desconoce la ubicación de dicha entidad.

¿Mediante cuál elemento identifica a la Personería Municipal?

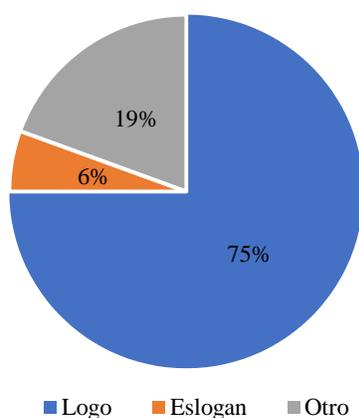


Figura 8. Segunda pregunta de la encuesta. Autor del proyecto.

Como se puede observar en la gráfica 4, el 75 % de las personas encuestadas identifica a la Personería Municipal de Ocaña mediante su logotipo, el 19 % manifestó que identifican la entidad a través de elementos diferentes al logotipo y eslogan, y el 6 % la reconoce por su eslogan.

¿Recurre frecuentemente a la Personería Municipal de Ocaña?

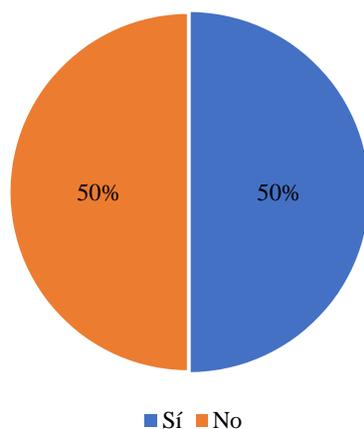


Figura 9. Tercera pregunta de la encuesta. Autor del proyecto.

En la gráfica superior los resultados son iguales para ambas respuestas. El 50 % de las personas encuestadas afirmaron que no acuden con frecuencia a la Personería Municipal de Ocaña, mientras que el otro 50 % sí recurre constantemente a la entidad señalada anteriormente.

¿En qué jornada acude habitualmente a la Personería Municipal de Ocaña?

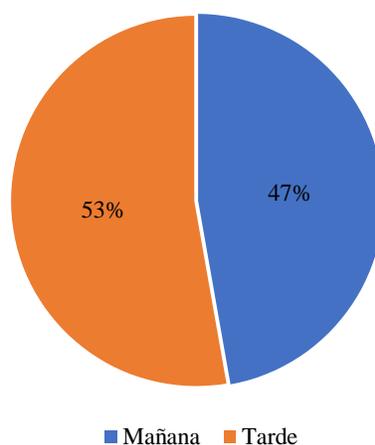


Figura 10. Cuarta pregunta de la encuesta. Autor del proyecto.

Como se puede observar en la gráfica 6, el 53 % de las personas encuestadas cuando acuden a la Personería Municipal de Ocaña lo hacen en horas de la mañana, y el 47 % acostumbra a ir en horas de la tarde.

¿Cómo considera la atención al usuario por parte de los funcionarios de la entidad?

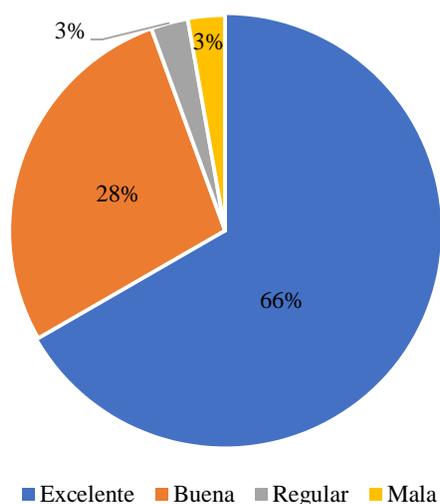


Figura 11. Quinta pregunta de la encuesta. Autor del proyecto.

La mayoría de los usuarios de la Personería Municipal de Ocaña están conformes con la atención recibida, ya que un 66 % manifiesta haber recibido una atención excelente y un 28 % la califica como buena. Sin embargo, un 3 % afirma que la atención es regular, y otro 3 % considera que es mala.

¿Conoce las funciones de la Personería Municipal de Ocaña?

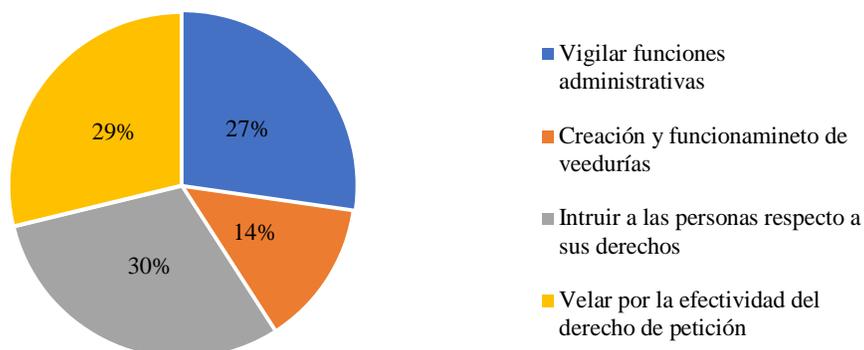


Figura 12. Sexta pregunta de la encuesta. Autor del proyecto.

En la gráfica 8, las personas encuestadas podían señalar varias funciones y agregar otras si así lo deseaban. Como resultado se obtuvo que la función más conocida de la Personería Municipal de Ocaña, con un 30 %, es instruir a los habitantes en el ejercicio de sus derechos ante las autoridades competentes, seguida de velar por la efectividad del derecho de petición, con un resultado del 29 %, mientras que vigilar el ejercicio de las funciones administrativas obtuvo un 27 %, y la creación y el buen funcionamiento de veedurías es la menos conocida con un 14 %. Asimismo, es importante manifestar que ninguna persona agregó una función válida que le corresponda llevar a cabo a la entidad mencionada anteriormente.

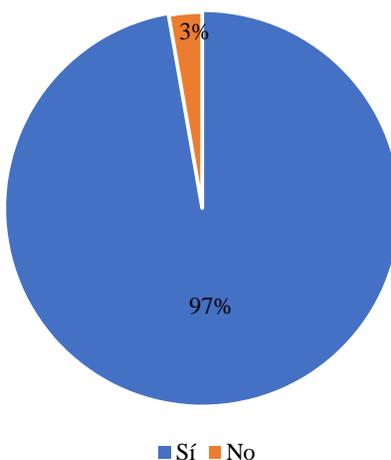
¿Considera que cumple con las funciones establecidas?

Figura 13. Séptima pregunta de la encuesta. Autor del proyecto.

Gran parte de las personas encuestadas coinciden en que la Personería Municipal de Ocaña cumple con las funciones que le conciernen como Ministerio Público. El 97 % afirmó que la entidad sí cumple con sus funciones, entretanto, el 3 % manifestó que no cumple con sus funciones establecidas.

La eficaz resolución de los problemas de los usuarios, la disposición de los funcionarios para trabajar en pro de la comunidad, y los métodos y acciones eficientes para proteger los derechos de las personas, son los argumentos de quienes respondieron sí.

Por otra parte, la persona que contestó no, argumentó que lo hizo porque en la entidad “no hablan con la verdad”.

¿Cuáles funciones ha necesitado en la Personería Municipal de Ocaña?

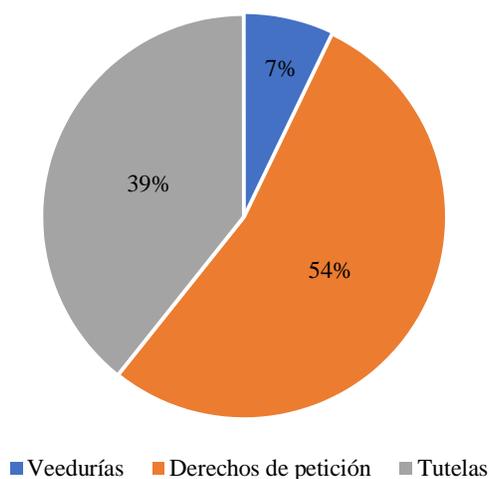


Figura 14. Octava pregunta de la encuesta. Autor del proyecto.

La anterior pregunta fue respondida por 28 personas, los ocho restantes optaron por dejar el espacio en blanco. Por ende, los siguientes porcentajes están basados en 28 respuestas y no en 36.

El 54 % manifestó que el derecho de petición es la función que más utilizado las veces que recurre a la Personería Municipal de Ocaña, el 39 % afirmó que las tutela es la labor que más ha usado, y el 7 % expresó que la veeduría es la función que requieren frecuentemente.

¿Mediante cuál medio de comunicación se informa habitualmente?

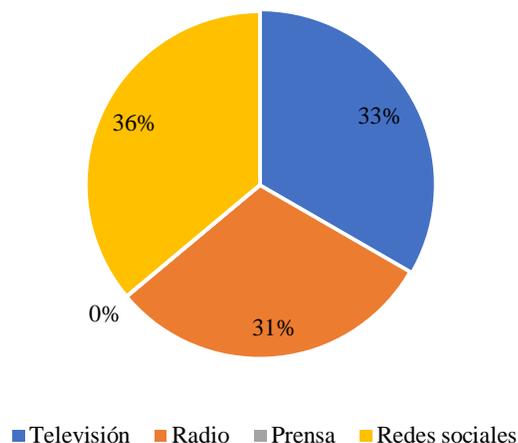


Figura 15. Novena pregunta de la encuesta. Autor del proyecto.

Las redes sociales son el medio de comunicación a través del cual las personas encuestadas se mantienen informadas constantemente. Con un 36 % superan el 33 % de la televisión y el 31 % de la radio. La prensa escrita no es utilizada por los encuestados para estar informados.

¿Mediante cuál medio se entera de los servicios y actividades realizadas por la Personería Municipal de Ocaña?



Figura 16. Décima pregunta de la encuesta. Autor del proyecto.

En lo relacionado con la información de la Personería Municipal de Ocaña, las redes sociales también se imponen frente a los demás medios con un 44 %, seguido con poco margen de diferencia por la radio, que obtuvo un 42%. Por su parte, la televisión alcanzó un 11 %, y, la prensa escrita, es tan solo utilizada por el 1 % de las personas encuestadas.

Análisis general. Los resultados de la encuesta fueron favorables para la Personería Municipal de Ocaña. Gran parte de las personas encuestadas conocen con claridad la ubicación de la entidad y manifiestan que en las ocasiones que han acudido la atención recibida por parte de los funcionarios es de muy buena calidad.

Sin embargo, la imagen corporativa de la entidad carece de elementos que les permitan a los ciudadanos identificar a la Personería Municipal de Ocaña mediante los mismos. A pesar de tener un logotipo el cual la ciudadanía asocia con la entidad, carece de un eslogan conciso que sea de fácil recordación. Además, no tiene un color representativo que le brinde la posibilidad a la ciudadanía de contar con una percepción visual. Esto conlleva también a una falta de identidad de la Personería Municipal de Ocaña.

Por otra parte, la cantidad de personas que recurren a las oficinas de dicha entidad, es un número alto considerando el limitado grupo de funcionarios con el que cuenta la Personería Municipal de Ocaña (ver organigrama, figura 1).

No obstante, cabe resaltar que la mitad de los encuestados manifestaron no acudir de manera frecuente al despacho de la entidad. De lo anterior, se desprenden varias hipótesis:

primeramente, las personas asocian la Personería con la Alcaldía, lo cual es un error porque el personero o personera en curso ejerce en el municipio bajo la dirección suprema del Procurador General de la Nación y no del alcalde o alcaldesa. Igualmente, muchas personas tienen un concepto preestablecido cuya premisa parte del razonamiento de que todas las partes del Ministerio Público son ineficientes y dilatan los procesos llevados a cabo.

También cabe resaltar que, acudan o no a la Personería Municipal de Ocaña, las personas encuestadas tienen conocimiento de las funciones que la entidad tiene que ejercer en el municipio. Sin duda alguna, los derechos de petición y las tutelas son los temas más requeridos por parte de la ciudadanía. Para satisfacción de la Personería Municipal de Ocaña, gran parte de las personas que contestaron la encuesta, manifiestan que la entidad sí cumple con sus funciones como Ministerio Público.

Respecto a los medios de comunicación, los resultados son muestra del importante cambio y evolución que desde hace décadas han tenido las formas de comunicar debido a la gran expansión y posicionamiento de la tecnología digital.

Las redes sociales actualmente son parte de la rutina humana y con el paso del tiempo han logrado captar nuestra atención cada vez más. Es por ello que no sorprende que la mayoría de las personas encuestadas las usen como medio de comunicación para estar enteradas de acontecimientos actuales. Aun así, la televisión y la radio han logrado mantener su esencia y con ello conservar su público. Si bien es cierto que han tenido que adaptarse a esta era donde la

información está al alcance de la mano, no debemos soslayar el hecho de que han preservado su esencia.

Por otra parte, la prensa escrita es un medio que no está en el radar de las personas encuestadas, quienes cuasi de manera unánime coinciden en no consumirla en ningún momento. Lo mencionado anteriormente es lógico debido a la carencia de un periódico local o municipal que cree contenido de interés público de manera constante. Y también porque esta sociedad cada día lee menos. Finalmente, las personas encuestadas han elegido el medio por el cual se informan de las acciones referentes a la Personería Municipal de Ocaña en particular, y los resultados obtenidos no han variado notoriamente respecto a los medios que usan para informarse en general.

Actividad 2. Realizar un análisis del tipo de información que va a ser emitida y hallar la forma y el canal más eficiente para emitirla.

Informar mediante redes sociales es un trabajo que la Personería Municipal de Ocaña recién comienza a desarrollar, por lo cual, aún no tiene definidas unas políticas claras de publicaciones en medios digitales. El diagnóstico y la auditoria, además de permitir conocer el estado de la comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña, fueron de vital importancia para establecer una metodología de trabajo acorde a la entidad y sus usuarios.

Una información basada en la comunicación directa es la forma más eficiente de transmitirle a las personas lo que deseamos. Para ello las redes sociales son la herramienta perfecta por su instantaneidad y su capacidad de lograr captar la atención de cualquier persona, sin importar lugar y hora.

Para una entidad sin presupuesto para su comunicación externa, tener la posibilidad de informar sobre sus acontecimientos utilizando solo un celular o cámara, es oro puro. Debido al resultado negativo que tuvo la prensa escrita en la encuesta elaborada por el autor de este trabajo, se descartó como posible puente conector informativo entre Personería Municipal de Ocaña y ciudadanía.

Igualmente, para conseguir que los mensajes transmitidos fueran eficientes, se llegó a la conclusión que en las publicaciones debía utilizarse poco texto en fotografías y videos.

Para la Personería Municipal de Ocaña, la forma más eficiente y útil de comunicar son las redes sociales. Sus usuarios y las personas en general están conectadas gran parte del tiempo a ellas, lo que aumenta notablemente las posibilidades de que la información emitida por la entidad sea recibida con éxito.

Por otra parte, el no contar con funcionarios encargados de manejar la comunicación externa de la entidad, limita la creación de contenido de excelente calidad. Producir un programa radial o televisivo es imposible, y crear boletines o informes de prensa es inútil.

El análisis no puede soslayar la importancia del presupuesto al momento de generar contenido informativo constantemente. Todos los caminos conducen a posicionar la entidad en el municipio mediante las redes sociales.

Infortunadamente en Ocaña, Norte de Santander, no hay ningún estudio que brinde cifras claras sobre qué tan eficientes son las redes sociales y cuáles son los impactos informativos que generan en dicha ciudad. Sin embargo, los datos que se muestran a continuación sirven como punto de referencia para conocer cuáles son las redes sociales más usadas en Norte de Santander.

Según un reporte con corte a 2017, realizado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC), en la región oriental del país, compuesta por Boyacá, Meta, Norte de Santander y Santander, las redes sociales que más se usan son: Facebook (86.4%), WhatsApp (86.3%) y YouTube (50.2%). Seguidas de Instagram (32.5%) y Twitter (22.2%).

De lo anterior, actualmente podemos concluir lo siguiente: Facebook sigue siendo líder aun con sus escándalos por filtración de datos a terceros, Whatsapp está mal incluido en la lista porque no es red social sino aplicación de mensajería instantánea, Youtube a pesar de ser el segundo sitio más visitado (solo superado por Google, su dueño) requiere de contenido más elaborado, de mayor duración, y un arduo trabajo de postproducción. Luego está Instagram, una aplicación que ha mejorado notablemente la forma de compartir fotografías y videos, implementando herramientas como IGTV. Por último, Twitter, que está diseñada para opiniones personales. Finalmente, por las razones anteriormente mencionadas, se estableció que la

información que será emitida se hará de manera directa y clara mediante fotografías y videos publicados en las redes sociales Facebook e Instagram.

Actividad 3. Diseño de una matriz de comunicación para el direccionamiento de la estrategia.

Con la finalidad de direccionar las diferentes actividades y propuestas de la estrategia de comunicación, se consideró necesario el diseño de una matriz de comunicación que permitiese establecer los ítems que ayudarán a encaminar las actividades y objetivos de la estrategia. La matriz queda plasmada a continuación.

Tabla 3

Matriz de comunicación de la estrategia

De la mano con la Personería						
Objetivo general: Visibilizar las acciones realizadas por la Personería Municipal de Ocaña						
Objetivos específicos	Actividad	Objetivo	Costo	Responsable	Indicador	Observación
Capacitar y acompañar los procesos de la entidad	Educar a la comunidad ocañera en materia de Derechos Humanos	Capacitar mensualmente a los sectores vulnerables del municipio en relación a los Derechos Humanos	Transporte: \$80.000 Refrigerios: \$100.000	- Autor del proyecto	- Fotografías - Videos	
	Acompañar a la población rural en procesos de interés	Realizar seguimiento a los conversatorios dirigidos a la población rural en defensa de sus derechos	Transporte: \$200.000 Alquiler de equipos de sonido: \$100.000	- Defensoría de Ocaña	- Audios	
Cubrir y difundir las actividades desarrolladas por la Personería	Desarrollar cubrimiento periodístico de las acciones de la entidad	Realizar cubrimiento del evento en general y de las declaraciones de los funcionarios de la Personería	Transporte: \$100.000		-Publicaciones en redes sociales	
	Producir material gráfico para actualizar a la comunidad ocañera sobre eventos a realizar	Realizar invitaciones y posters para informar a la ciudadanía sobre los diferentes eventos y capacitaciones a realizar	Impresiones: \$100.000	- Autor del proyecto	- Invitaciones - Pósters - Fotografías - Videos	
	Publicación de contenidos en las plataformas digitales	Actualizar constantemente las páginas de Facebook e Instagram de la entidad con contenido audiovisual				
	Difusión radial de eventos a la población rural	Emitir por medio de emisoras radiales las acciones ejecutadas con la población rural del municipio	Pautas radiales mensuales: \$80.000	- Autor del proyecto - Defensoría de Ocaña	- Audios	

Nota: La tabla refleja las actividades y objetivos que direccionan la estrategia de comunicación. Autor del proyecto.

3.1.2. Objetivo 2: Establecer las políticas de información de los contenidos que se publiquen en las redes sociales de la Personería Municipal de Ocaña.

Actividad 1. Determinar las políticas para los funcionarios y las políticas de publicación de información.

Políticas para los funcionarios

- Los funcionarios de la entidad no deben expresar opiniones partidistas, promover opiniones políticas, respaldar candidatos políticos, hacer comentarios ofensivos o cualquier otra acción que socave el nombre de la Personería Municipal de Ocaña.
- El personal que trabajen en la entidad deben ser conscientes que, aunque sus redes sociales puedan parecerles independientes a su papel como funcionarios públicos, todo aquello que publican en línea puede ser asociado con la Personería Municipal de Ocaña.
- La Personería Municipal de Ocaña desaconseja a sus funcionarios realizar quejas de servicio al cliente en redes sociales, ya que, si bien pueden ser legítimas, es muy probable que tengan una consideración especial debido al renombre que poseen por ser funcionarios públicos.
- Si un usuario cuestiona o critica el trabajo realizado por la personera municipal y su equipo de trabajo, antes de responder se debe ser reflexivo. Si la crítica es agresiva es mejor abstenerse de responder.

- Antes de eliminar una publicación inapropiada o errónea, se debe reconocer el error y luego eliminar la publicación. En este caso es muy importante ser un funcionario transparente.
- Debe consultarse con la personera municipal si el material informativo puede publicarse en redes sociales. Esto debido a que muchos de los temas tratados son de índole judicial y son manejados de manera interna por las autoridades correspondientes.

Políticas de publicación

- **Periodicidad**

La frecuencia con la que debe publicarse material audiovisual no debe ser muy frecuente, ya que esto puede generar en el público confusión en cuanto al mensaje emitido por la Personería Municipal de Ocaña. Uno o dos videos semanales sería lo adecuado.

Por otra parte, el material fotográfico sí debe ser compartido de manera constante. Sin embargo, no se puede soslayar que las publicaciones de imágenes dependen de la frecuencia con la que la personera y su equipo de trabajo realicen actividades.

Finalmente, los elementos gráficos deben ser lo menos utilizados debido a la apatía social que existe con el texto. Estos deben realizarse y compartirse únicamente en días previos a la actividad o evento que harán alusión.

- **Horario**

- 5:00 p.m. hasta 8:00 p.m. es el horario que se estableció para realizar publicaciones en las redes sociales de la Personería Municipal de Ocaña. Esto debido a que la jornada laboral en el municipio de Ocaña generalmente termina a las cinco de la tarde, lo cual permite que las personas revisen con más frecuencia sus dispositivos tecnológicos y presten más atención a las publicaciones.

- Los elementos gráficos siempre deben ser publicados como mínimo 48 horas antes de la actividad o evento al cual hacen mención. Informar a la ciudadanía con anterioridad permite que las personas puedan organizarse mejor y así poder asistir al acontecimiento desarrollado por la Personería Municipal de Ocaña.

Mensaje de comunicación

Los mensajes emitidos mediante redes sociales son un factor determinante al momento de querer captar la atención de quien se encuentra detrás de una pantalla. Es por ello que se estableció seguir los siguientes lineamientos al momento de compartir información en las redes sociales de la Personería Municipal de Ocaña.

- Mensajes claros, concisos y directos.
- Usar lenguaje adecuado al público objetivo.
- Gramatical y ortográficamente perfecto.
- Tono de voz adecuado (energético, servicial, optimista y educativo).

- Acorde a las necesidades e intereses de la audiencia.

Canales de comunicación

La manera más eficiente de llegar al público correcto es utilizar el medio de comunicación adecuado. Los medios virtuales son más eficaces en personas jóvenes, mientras que en personas mayores son los medios tradicionales.

Partiendo de la anterior premisa, lo ideal sería utilizar los medios digitales junto con los medios tradicionales y así abarcar un mayor número de personas. Sin embargo, debido a la carencia de presupuesto en el área de comunicación externa por parte de la Personería Municipal de Ocaña, es imposible generar contenido para medios tradicionales como la televisión y la radio.

Por ende, las redes sociales son el medio de comunicación que se adaptan a la realidad de dicha entidad, lo que conlleva a utilizarlas como única fuente de comunicación de la Personería Municipal de Ocaña.

- **Medios de comunicación**

Como se ha mencionado a lo largo del documento, debido a la carencia de presupuesto de la Personería Municipal de Ocaña para la comunicación externa, se establecieron las redes sociales de Facebook e Instagram como medios para mantener informada a la ciudadanía de todo lo que acontece con la entidad mencionada anteriormente.

Asimismo, debido que la mayoría de los usuarios de la Personería Municipal de Ocaña son personas que residen en la zona rural del municipio, es importante utilizar la radio como medio de comunicación para mantener informados a dicho público objetivo de todo lo relacionado con la entidad mencionada anteriormente.

○ Formatos para publicar contenido en redes sociales

Los videos compartidos en las cuentas de la Personería Municipal de Ocaña deben ser publicados de manera vertical en ambas redes sociales. Asimismo, para explotar al máximo las pantallas de los móviles, se recomienda utilizar en Instagram la opción IGTV (aplicación de video vertical creada por Instagram).

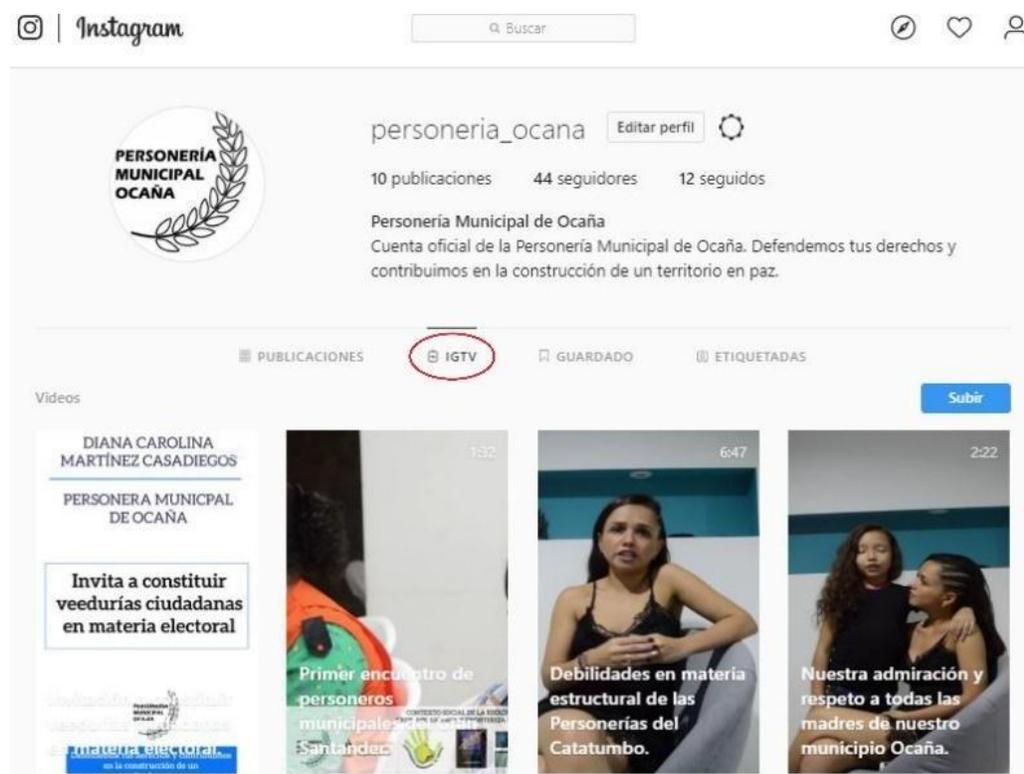


Figura 17. Captura de cuenta Instagram de la entidad. Autor del proyecto.

El material fotográfico que se realice debe tener un banner en la parte inferior de la imagen acompañado de texto que describa de manera breve la acción llevada a cabo. Además, debe tener en la parte inferior derecha de la imagen el logotipo de la Personería Municipal de Ocaña.



Figura 18. Ejemplo de edición del material fotográfico. Autor del proyecto.

Actividad 2. Creación de material fotográfico y audiovisual para compartir en redes sociales.

Las fotografías y captura de pantalla de videos (los cuales podrán reproducir en la cuenta de Instagram @personeria_ocana o en el perfil Personería Ocaña, en Facebook) que se muestran a continuación son producto del cubrimiento de acciones llevadas a cabo por la personera municipal y su equipo de trabajo. Además, en la parte inferior de cada captura de pantalla estará el link de los videos. Cabe resaltar que, debido al gran número de fotografías tomadas, en este trabajo solo podrán observarse algunas de ellas. En la cuenta de Facebook de la Personería Ocaña podrán apreciarse más ejemplos.



Figura 19. Rendición de cuentas de la entidad. Autor del proyecto.



Figura 20. Participación de la Personera Municipal en el Subcomité Departamental de Restitución de Tierras. Autor del proyecto.



Figura 21. Participación de los funcionarios de la Personería en conmemoración del Día contra las Minas Antipersonas. Autor del proyecto.



Figura 22. Reunión de la Personera Municipal con representante de Misión de Paz de la OEA. Autor del proyecto.



Figura 23. Capacitación a madres comunitarias del municipio de Ocaña. Autor del proyecto.



Figura 24. Acompañamiento de la entidad a la comunidad de Otaré. Autor del proyecto.



Figura 25. Intervención de la Personera Municipal en el Concejo Municipal de Ocaña. Autor del proyecto.



Figura 26. Visita a comunidad de Ciudadela Norte del municipio de Ocaña. Autor del proyecto.

Capturas de pantalla. A continuación, se observan capturas de pantalla de la cuenta de la Personería Municipal de Ocaña en Instagram. Igualmente, es importante mencionar que los videos también han sido publicados en Facebook, donde el número de reproducciones es notablemente superior.



Figura 27. Primer video realizado durante la pasantía. Tomado de <https://www.instagram.com/p/BvPyPYIHw42/>



Figura 28. Segundo video realizado durante la pasantía. Tomado de https://www.instagram.com/p/Bvhryddnja_/

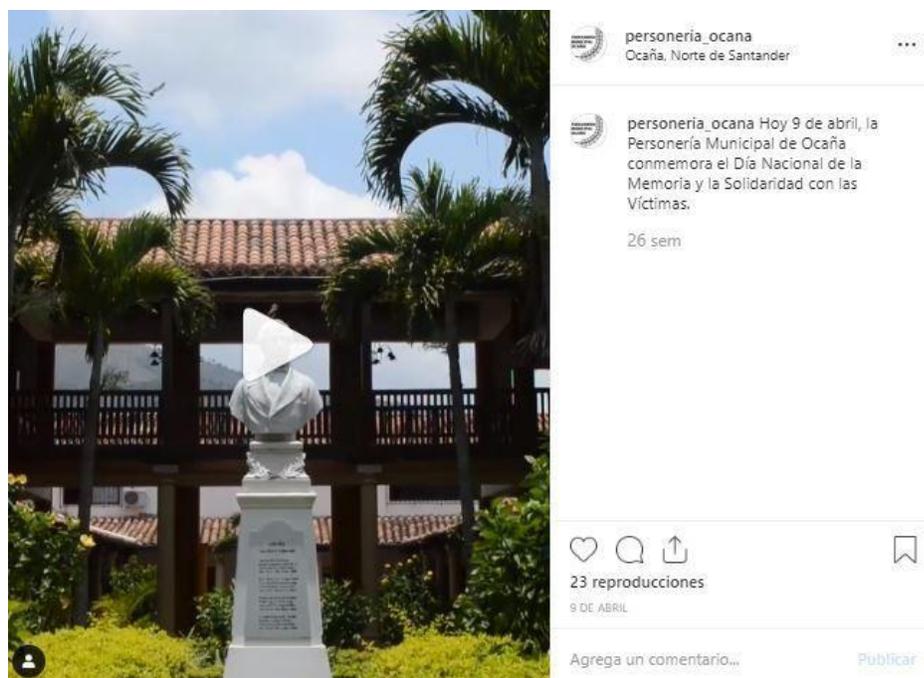


Figura 29. Video realizado con las mujeres de la Personería Municipal de Ocaña. Tomado de https://www.instagram.com/p/BwDGu_Qn6g4/

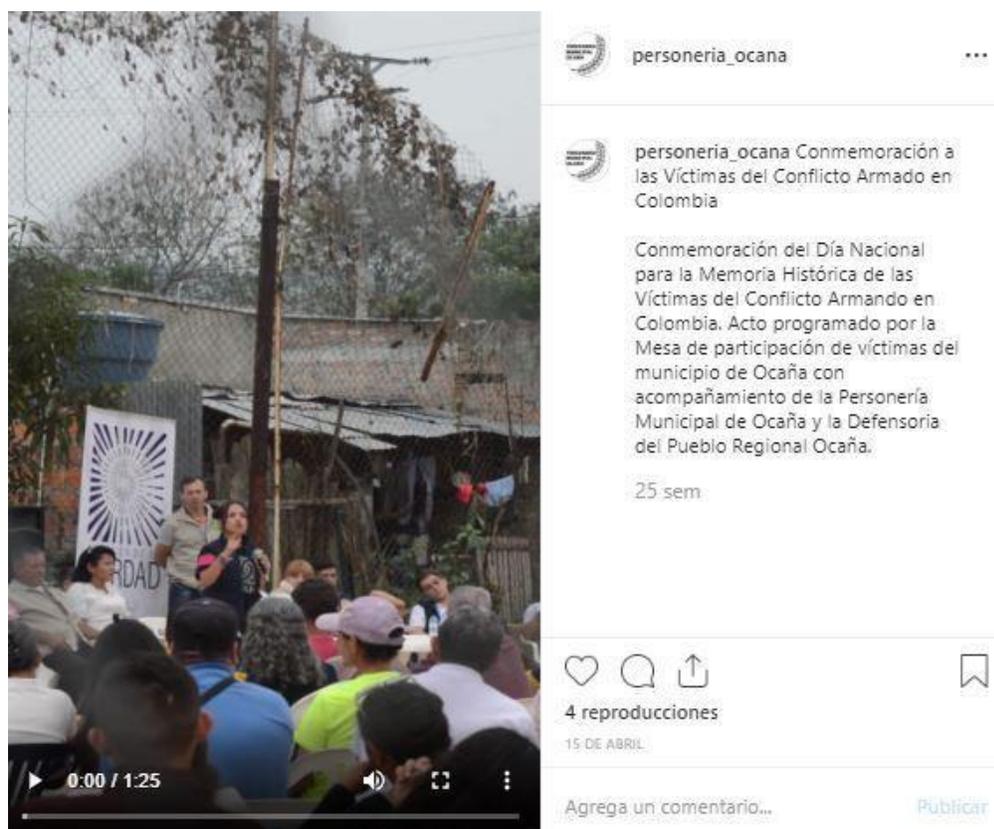


Figura 30. Primer IGTV de la entidad. Tomado de <https://www.instagram.com/p/BwSdG5dnu8D/>



Figura 31. Segundo IGTV realizado. Tomado de <https://www.instagram.com/p/BwUzTuQHjAF/>



Figura 32. Sexto video realizado durante la pasantía. Tomado de <https://www.instagram.com/p/BxtfFEIhso2/>



Figura 33. Tercer IGTV realizado. Tomado de <https://www.instagram.com/p/BxxT8OEB1D6/>



Figura 34. Mensaje de felicitación a la comunidad ocañera por el Día de la Madre. Tomado de <https://www.instagram.com/p/ByBPoPDIN2u/>



Figura 35. Video con mayor duración realizado durante la pasantía. Tomado de <https://www.instagram.com/p/ByDNIOgBB2N/>



Figura 36. Último video desarrollado durante la pasantía. Tomado de <https://www.instagram.com/p/BytGJUmFBBX/>

Actividad 3. Crear piezas publicitarias para informar a la ciudadanía sobre los eventos llevados a cabo por la Personería Municipal de Ocaña.

En el transcurso del proyecto se ha hecho hincapié en los elementos con una cantidad significativa de texto como forma ineficiente de comunicar en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Sin embargo, a continuación podrán observar elementos realizados donde el texto es protagonista. Lo señalado anteriormente con el propósito de fortalecer la comunicación externa de la Personería Municipal de Ocaña.

Principios Éticos

El servidor público de la Personería Municipal de Ocaña, se rige por los siguientes principios éticos:

MORALIDAD: Las actividades deben regirse por la ley y la ética propia del ejercicio de las funciones públicas.

RESPONSABILIDAD: Las actuaciones por el cumplimiento de las funciones y atribuciones son de competencia propia, y no podrán conducir a la desviación ni al abuso de poder. Las acciones antijurídicas de sus actos darán lugar a indemnizar los daños causados y a repetir contra los funcionarios responsables.

EFICIENCIA: Es la optimización de los recursos financieros, humanos, y técnicos, definidos por una organización administrativa racional que permita cumplir adecuadamente las funciones y servicios a su cargo, crear sistemas adecuados de información, evaluación, y control de resultados.

EFICACIA: Lo determina la calidad de la misión, propósitos, objetivos o metas de cada funcionario que lo implica en la excelencia en la prestación de un servicio, establecer rigurosos sistemas de control de resultados y evaluación de programas y proyectos.

Valores Éticos

Los actos de los servidores públicos de la Personería Municipal de Ocaña, obedecen a los siguientes valores éticos:

TRANSPARENCIA: El personero y sus auxiliares administrativos se comprometen a orientar su labor dentro de sus principios de legalidad y equidad, respetando los derechos de los ciudadanos y los demás grupos de interés; así mismo, sus actuaciones se harán conforme a la Ley y demás principios que rigen la función pública.

LEALTAD: Es un valor que debemos desarrollar en nuestro interior que nos permita tener confianza de lo que hacemos y decidimos, sin traidoras la confianza.

HONESTIDAD: Responsabilidad ética en todo orden de vida.

TRABAJO EN EQUIPO: Voluntad de acudir esfuerzos para lograr objetivos comunes.

INICIATIVA: Actitud de emprender acciones para superar las metas establecidas por la Personería Municipal.

CREATIVIDAD: Usar la imaginación para crear nuevas realidades.

COMUNICACIÓN: Saber escuchar y transmitir información clara y precisa.

SUPERACIÓN: Deseo de aprender, aplicación de lo aprendido y progresar.

LIDERAZGO: Capacidad de dirigir y movilizar a un equipo de personas hacia un propósito común.

COMPROMISO: Desempeño y dedicación de la persona con la misión, visión, valores, y objetivos de la Personería Municipal.

CALIDAD: Actitud permanente de superar las necesidades y expectativas de la comunidad.

HUMILDAD: Credibilidad y confianza en los procesos respetando y valorando las diferencias.

DISCRECIÓN: El servidor público de la Personería, debe guardar reserva respecto de hechos informaciones de los que tenga conocimiento con motivo o en ocasión del ejercicio de sus funciones, sin perjuicio de los deberes y responsabilidades que le corresponden en virtud de las normas que regulan el secreto o la reserva administrativa.

PERSONERÍA MUNICIPAL

MINISTERIO PÚBLICO

OCAÑA



PERSONERÍA MUNICIPAL
OCAÑA

Defendemos tus derechos y contribuimos en la construcción de un territorio en paz.

Código de Ética



📍 Calle 10 #11-789 Piso 3
☎ 5622464
Ocaña, Norte de Santander

Presentación

Con el fin de buscar mayor eficacia e impacto de control interno en las entidades del Estado, el Departamento Administrativo de la Función Pública, promovió la adopción e implementación de un modelo de control interno, iniciativa que fue acogida por el Consejo Asesor del Gobierno Nacional en materia de control interno, que condujo a la expedición del Decreto 1999 de 2005, "Por el cual se adopta el Modelo Estándar de Control Interno (MECI)".

A partir de la nueva Carta Política (arr. 116) es claro que siendo la Personería parte del Ministerio Público, es un órgano de control, promotor, difusor, y protector de los derechos humanos y como tal goza de total independencia y autonomía respecto de las ramas del poder público.

La Constitución de 1991 estableció los términos jurídico administrativos de las Personerías, ubicándolas clara y precisamente dentro de la esfera del Ministerio Público.

A partir del del Siglo XXI eso le impone a la Personería Municipal de Ocaña Norte de Santander, ser distinta, actuar diferente, pensar con ilusión de concebir locales y concretar propuestas que actualicen el pasado construyendo el porvenir.

Por ello nuestra imagen misional y visional debe ser con la esperanza de construir realidades que tengan sentido de los deberes, y claridad de los derechos para ejercerlos sin atropellar a los demás. Asimismo, que comprendan el compromiso ineludible que tenemos todos de construir la reconciliación a partir de los ideales separados, no planificación, seriedad, y sentido de grandeza.

Mediante de la resolución interna número 04 del 02 de abril de 2009 se adoptó el modelo estándar de control interno MECI (1000:2005) en la Personería de Ocaña, y en su artículo 5 numeral 1.1.1, dispuso como elemento de control los acuerdos, compromisos y protocolos éticos.

Objetivo general

La guarda y divulgación de los derechos humanos, la veeduría ciudadana para garantizar la protección del interés público, la vigilancia de la gestión de las instituciones o servicios públicos del orden territorial; la orientación de nuestros esfuerzos en diseñar y ejecutar programas que mejoran la cultura ciudadana.

Asimismo, satisfacer y garantizar un servicio eficiente, organizado, asequible, justo, democrático, y participativo en nuestra comunidad en general.

Imagen Corporal



PERSONERÍA MUNICIPAL
OCAÑA

Defendemos tus derechos y contribuimos en la construcción de un territorio en paz.

Código de Ética

Misión

La Personería Municipal de Ocaña tiene como misión la guarda y divulgación de los Derechos Humanos, la veeduría ciudadana para garantizar la protección del interés público, la vigilancia de la gestión de las instituciones y servicios públicos del orden territorial; la orientación de nuestros esfuerzos en diseñar y ejecutar programas que mejoran la cultura ciudadana; así mismo buscamos satisfacer y garantizar un servicio eficiente, organizado, asequible, justo, democrático, y participativo en nuestra comunidad en general.

Visión

La Personería Municipal de Ocaña, para el 2021 será reconocida como una entidad organizada administrativamente, modelo, confiable, y eficiente, dispuesta a servir y orientar con excelencia del talento humano que hace parte de nuestra entidad. Asimismo, cumple todos los objetivos propuestos y las demás actividades que se presentarán en los laboratorios.

Compromisos

1. Cumplir con el horario establecido por esta entidad.
2. Prestar un servicio con calidad y eficiencia.
3. Cumplir cabalmente con las funciones establecidas en el manual de funciones.
4. Ser una entidad modelo dentro del orden Municipal.
5. Estar dispuestos a brindar soluciones de manera oportuna.
6. Cultura del mejoramiento continuo.

Figura 37. Folleto con información esencial de la organización. Autor del proyecto.



Figura 38. Folleto con información relevante sobre las acciones desarrolladas por la entidad. Autor del proyecto.



Figura 39. Poster para invitar a la rendición de cuentas de la Personería. Autor del proyecto.



Figura 40. Diseño de escarapelas para identificar a los invitados al Primer Encuentro de Personeros Municipales de los Santandereans. Autor del proyecto.



Figura 41. Diseño de la agenda del primer día del encuentro de personeros municipales. Autor del proyecto.

OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

El evento dará inicio con las intervenciones de

Defensor Nacional del Pueblo Procurador General de la Nación





Carlos Alfonso Nogués
Fernando Cuello Ibarra

JOSE MERIK y RAFAEL ZABALA
Representantes del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados en Colombia

JESUALDO ARIZAGA
Director Ejecutivo de la Federación Nacional de Personeros (FENALPER)

ERNESTO SAMPER
Ex Presidente de Colombia

1.ER Encuentro de PERSONEROS de los Santanderes

JUNIO 2019

CONTEXTO SOCIAL DE LA REGIÓN DEL CATATUMBO. CRISIS MIGRATORIA Y FRONTETIZA DE LOS SANTANDERES.

INTERVENCIONES VIERNES 14 DE JUNIO

Inicio jornada 8:00 a.m. Inicio jornada 2:00 p.m.

JULIANA PUNGLUPPIREYVA Directora General del ICBF	CARLOS MEDINA RAMÍREZ Procurador delegado para los derechos humanos
CHRISTIAN KRUGER SARMIENTO Director General de Migración Colombia	MIGUEL CEBALLOS Alto Comisionado para la Paz
JUAN CARLOS GALINDO VÁCHA Registrador Nacional del Estado Civil	CIRO RODRÍGUEZ PINZÓN Representante a la Cámara por el Departamento de Norte de Santander
FELIPE MUÑOZ GÓMEZ Gerente de la Frontera con Venezuela	JUANITA GOEBERTUS Miembro de la Comisión de Paz, y representante a la Cámara por Bogotá
JAIRO RAÚL CLOPATOFSKY GIBSAYS Alto consejero para la discapacidad	ANTONIO SANGUINO PÁEZ Senador de la República
VÍCTOR BAUTISTA OLARTE Cancillería de Colombia. Director de la Dirección. Desarrollo Integración Fronteriza	HARRY GONZÁLEZ Representante a la Cámara por el Departamento de Cauquetá, e integrante de la Comisión de

13 Y 14 DE JUNIO

Figura 42. Diseño de poster con información del encuentro de personeros de los santanderes. Autor del proyecto.

De igual forma, para la producción de las piezas gráficas se tuvo en cuenta el logo de la Personería para apropiar las invitaciones y pósters realizados; la entidad contaba con un eslogan, que por consideración del autor del proyecto, era demasiado extenso y no permitía una recordación del mismo, por lo tanto se le recomendó a la entidad ejecutar una modificación en el mismo, partiendo de lo establecido en la misión y visión de a organización, quedando de la siguiente manera.

Eslogan de la entidad: “Defendemos tus derechos y contribuimos en la construcción de un territorio en paz”.

Propuesta de eslogan: “Participación, Derechos e Igualdad”.



Figura 43. Logotipo de la Personería Municipal de Ocaña. Autor del proyecto.

Actividad 4. Realizar cubrimiento a todas las actividades desarrolladas por la Personería Municipal de Ocaña.

No contar con un equipo de trabajo es un obstáculo para estar presente en todas las acciones llevadas a cabo por la Personería Municipal de Ocaña. Aunque el acompañamiento que realiza la entidad es, en su mayoría, premeditado, existen ocasiones donde surgen imprevistamente, y si esto último sucede, la única manera de poder asistir es no estar realizando una labor cuyo resultado sea necesario a corto plazo o inmediatamente.



Figura 44. Grabación de videos para las redes sociales de la Personería Municipal de Ocaña. Autor del proyecto.



Figura 45. Cubrimiento de evento con madres comunitarias de Ocaña. Autor del proyecto.



Figura 46. Cubrimiento en el corregimiento de Otaré. Autor del proyecto.

Capítulo 4: Diagnóstico final

Fortalecer la comunicación externa de una entidad es un proceso complejo que debe caracterizarse por la constancia y el continuo aprendizaje, sobre todo cuando se trata de implementar nuevas estrategias. Es por ello que este proyecto es el inicio de una nueva forma para la Personería Municipal de Ocaña, de divulgar la información.

La entidad mencionada anteriormente, siempre dependió de otras para poder crear contenido informativo, pero desde que inició el desarrollo del proyecto “Diseño de una estrategia de comunicación externa para la Personería Municipal de Ocaña, Norte de Santander” consiguió independencia para elaborar elementos informativos acorde a sus necesidades.

La creación y publicación constante de fotografías y videos permitieron que la ciudadanía estuviera más informada con temas referentes a la entidad y las acciones llevadas a cabo por la misma. De igual manera, los videos aportaron reconocimiento a la personera municipal de Ocaña, y con ello, obtuvo más empatía y cercanía con los habitantes del municipio. El desarrollo de este proyecto ayudó también a establecer dentro de la Personería Municipal de Ocaña, la importancia de una comunicación externa directa con la comunidad, lo que genera un conocimiento claro sobre las funciones de la entidad como Ministerio Público.

Finalmente, este proceso aumentó el interés de determinados sectores, quienes comenzaron a solicitar a la Personería Municipal de Ocaña ser parte de los procesos de interés de la

ciudadanía, en especial el ejercicio de la veeduría ciudadana y la capacitación en materia de derechos humanos.

Capítulo 5: Conclusiones

El reconocimiento que tiene la Personería Municipal de Ocaña está por debajo de la identificación que poseen las entidades que conforman el Ministerio Público.

Con el desarrollo del trabajo se pudo evidenciar que lo mencionado anteriormente sucede debido a la carencia de una comunicación externa directa y eficiente por parte de la Personería Municipal de Ocaña.

Lo anterior es el resultado de no contar con un equipo de trabajo encargado únicamente de las funciones informativas de la entidad. Igualmente, no tener ninguna herramienta que facilite la creación de elementos informativos entorpece el proceso, afecta la calidad del resultado final, y puede generar un impacto desfavorable en los receptores del mensaje divulgado.

Informar mediante redes sociales es un trabajo que la Personería Municipal de Ocaña recién comienza a desarrollar, por lo cual, aún no tiene definidas unas políticas claras de publicaciones en medios digitales.

Haber establecido las redes sociales Facebook e Instagram como medios para informar a la ciudadanía de todo lo relacionado con la Personería Municipal de Ocaña, tuvo como resultado una entidad más cercana y empática con la comunidad, quienes tuvieron la posibilidad de visualizar frecuentemente las acciones realizadas por la personera municipal.

Capítulo 6: Recomendaciones

Es fundamental fortalecer las redes sociales utilizadas actualmente mediante la creación constante de contenido de excelente calidad. Asimismo, la Personería Municipal de Ocaña debería aumentar la cantidad de plataformas digitales que usa para informar a la ciudadanía.

Crear que un portal web y generar contenido transmedia sería esencial para causar mayor impacto en los receptores de la información, quienes podrán consumirla de diferentes maneras.

Aunque la tecnología evolucione a paso agigantados y gran parte de la sociedad esté sumergida en ella, no se puede dejar de lado los medios tradiciones como la televisión y la radio. Elaborar informes semanas o boletines informativos de manera continua, son algunas herramientas que la entidad puede llevar a cabo para mantener informado al municipio mediante dichos medios.

Sin importar cuál sea la ruta a seguir, los resultados no alcanzarán la excelencia si detrás de ellos no hay un equipo de trabajo liderado por un profesional en comunicación.

Además, es determinante incorporar equipos técnicos como micrófonos, cámaras, herramientas de iluminación, entre otros. Esto facilitaría notablemente la producción y calidad de los contenidos creados. Por último, se recomienda analizar esta primera experiencia para determinar cuáles aspectos mejorar, cuáles mantener, qué temas desarrollar, y, finalmente, establecer unas políticas claras de publicaciones digitales.

Referencias

- Bruno, D. (n.d.). El Diagnóstico de comunicación Diagnóstico y poder. Diagnóstico y participación. . Retrieved from <https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/5565/1/el-diagn3b3stico-comunicacional-daniela-bruno.pdf>
- Calero Torres, M. C. (2015). Plan de comunicación interna y externa para Quifatex. . Retrieved from <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/5065>
- Gallardo Olmedo, F. (2015). LA ERA DE LOS CONTENIDOS DIGITALES DESDE UNA TRIPLE PERSPECTIVA: INDUSTRIA, CULTURA Y COMUNICACIÓN. Retrieved from <http://www.encuentros-multidisciplinares.org/Revistan%C2%BA35/Fernando%20Gallardo%20Olmedo.pdf>
- Gary, L. K. (1986). Organizational Communication: Theory and Practice.
- Muñoz Corvalán, J. L. (2012). Estrategias comunicativas . Retrieved from <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/jlmc.html>
- Personería de Bogotá, D.C. . (2018). Servicios y funciones . Retrieved from <http://www.personeriabogota.gov.co>
- Portillo Ríos, R. G. (2012). La comunicación externa en universidades privadas con estudios a distancia en pregrado. Quito, Ecuador.
- Sánchez. (2005). La información especializada en la gestión de crisis.

Apéndices

Apéndice A. Formato de la encuesta aplicada.

Fuente: Autor del proyecto.

Sexo _____ Edad _____

1. **¿Sabe usted dónde está ubicada la Personería Municipal de Ocaña?**

Sí ___ No ___

2. **¿Mediante cuál elemento identifica la Personería Municipal de Ocaña?**

Logo ___ Eslogan ___ Otro (cuál) _____

3. **¿Recurre frecuentemente a la Personería Municipal de Ocaña?**

Sí ___ No ___

4. **¿En qué jornada ha acudido a la Personería Municipal de Ocaña?**

Mañana ___ Tarde ___

5. **¿Cómo considera la atención al usuario por parte de los funcionarios de la entidad?**

Excelente ___ Buena ___ Regular ___ Mala ___

6. **¿Conoce las funciones de la Personería Municipal de Ocaña?**

- Vigilar el ejercicio eficiente de las funciones administrativas ___
- Promover la creación y funcionamiento de veedurías ___
- Instruir a los habitantes en el ejercicio de sus derechos ante las autoridades competentes o de carácter privado ___
- Velar por la efectividad del derecho de petición _

7. **¿Considera que cumple con las funciones establecidas?**

Sí ___ No ___ ¿Por qué?

8. **¿Cuáles funciones ha necesitado en la Personería Municipal de Ocaña?**

9. ¿Mediante cuál medio de comunicación se informa habitualmente?

Televisión____Radio____Prensa____Redes sociales ____

10. ¿A través de cuál medio se entera de los servicios y actividades realizadas por la Personería Municipal de Ocaña?

Televisión____Radio____Prensa____Redes sociales ____

Apéndice B. Acompañamiento a las actividades de la Personería.
Fuente: Autor del proyecto.

