



**ESTRATEGIA AUDIOVISUAL “ASÍ VA CAREPA VIDEO”, BASADA EN EL  
FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA  
ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE CAREPA**

Yecid Alberto López Beleño  
CC 1040360978

Informe presentado para obtener el título de  
Comunicador Social con la alternativa de trabajo de grado Pasantía

Asesora  
Natalia Edith Fernández Roldán  
Comunicadora Social

Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades

Programa de Comunicación Social

CEAD- Turbo

Mayo de 2015

## **Resumen**

El presente escrito refleja el informe de sustentación de pasantías realizadas en la Oficina de Prensa de la Alcaldía Municipal de Carepa. El cual consistió en la implementación de una nueva herramienta de comunicación externa audiovisual denominada “Así va Carepa Video”. Estrategia comunicacional que le ayudará a la administración municipal, mejorar el posicionamiento y una mayor articulación con los habitantes del municipio de Carepa, Antioquia.

## **Abstract**

The present written reflect the report of argumentation of the internships done in the office press of the municipality mayoral of Carepa. This consisted in the implementation of a new tool of communication external audiovisual named "so goes Carepa". Strategy communicational that will help to the municipal administration, improve the positioning and a higher coordination with the inhabitants of the municipality of Carepa, Antioquia.

Palabras Clave: Comunicación, Audiovisual, Municipio, Estrategia, Habitantes, Alcaldía.

## **DEDICATORIA**

En el presente trabajo quiero dedicárselo a Dios Todo Poderos porque gracias a ÉL tengo la fortuna de tener a mi lado los padres más maravillosos del mundo ellos son Wilberto López Sotelo y Denis Beleño Linares, personas que han sido mi motivación constante para esforzarme día a día en ser una persona de bien. Y por eso en esta nueva etapa que estoy a punto de comenzar, quiero decirles gracias por su formación y por cada una de esas palabras que ayudaron positivamente para que en el día de hoy este a solo un paso de ser un comunicador social.

## **AGRADECIMIENTOS**

Este trabajo no habría sido posible sin la influencia de muchas personas a las que agradezco profundamente por estar presentes en las distintas etapas de su realización, así como en el resto de mi vida.

Agradecimientos a mis padres, hermanos y amigos que con su apoyo y esfuerzo permitieron día a día que pudiera trasladarme hasta la Administración Municipal de Carepa para realizar las actividades propuestas en las pasantías.

Le agradezco también a la comunicadora social Natalia Edith Fernández Roldán por su haberme sido esa excelente guía pedagógica en todo el proceso de pasantías realizadas en la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía Municipal de Carepa.

Igualmente Nelson Romaña Pacheco Comunicador Social acompañante en todo el proceso de Pasantías realizado en la Alcaldía de Carepa.

Agradecimientos sinceros a todo el equipo de la oficina de comunicaciones y a cada uno de los funcionarios de la Administración Municipal de Carepa, que permitieron que desempeñara sin novedad las pasantías en esta organización.

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	6
<b>IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>1. Agencia: .....</b>	<b>9</b>
Administración Municipal de Carepa - oficina de comunicaciones.....	9
<b>2. Municipio de Carepa Antioquia.....</b>	<b>9</b>
<b>Extensión total: 380 Km2.....</b>	<b>9</b>
<b>Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 28.....</b>	<b>9</b>
<b>Temperatura media: Variable entre 20 y los 35 ° C. ....</b>	<b>9</b>
<b>Distancia de referencia: 308 Km de Medellín.....</b>	<b>10</b>
<b>3. Reseña histórica:.....</b>	<b>10</b>
<b>4. Misión.....</b>	<b>12</b>
<b>6. Estructura organizacional.....</b>	<b>13</b>
<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>14</b>
<b>DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>16</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>18</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>19</b>
<b>MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>24</b>
<b>METODOLOGÍA.....</b>	<b>28</b>
<b>Metodología usada para el análisis de percepción de audiencia .....</b>	<b>35</b>
<b>RESULTADOS Y PRODUCTOS .....</b>	<b>36</b>
<b>Resultados Análisis de Percepción de Audiencia.....</b>	<b>53</b>
<b>PRESUPUESTO .....</b>	<b>59</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>60</b>
<b>LISTA DE REFERENCIAS .....</b>	<b>63</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>65</b>

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es un componente clave para el avance y óptimo desempeño de cualquier organización, es un instrumento capaz de construir y tejer comunidad siendo un factor importante que desempeña un papel esencial en el mantenimiento de toda organización.

La Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía Municipal de Carepa, es el órgano delegado para desarrollar medios y mecanismos de información y comunicación, necesarios para el eficiente ejercicio de la administración municipal. Es en ésta donde surgen las ideas para crear nuevos puentes de comunicación hacia la comunidad.

El contenido del presente trabajo, corresponde al informe final del proyecto de grado en la modalidad de Pasantía desarrollada en las instalaciones de la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Carepa, agencia recientemente creada con la cual se busca proponer, diseñar y ejecutar acciones de comunicación que ayuden al fortalecimiento de la administración municipal.

Parte de los productos efectuados en la ejecución de la experiencia profesional, fue el proceso de investigación para crear una herramienta comunicativa que permitiera vehicular la información y contenidos informativos de las gestiones, obras y actividades realizadas desde la administración municipal. Así surgió entonces el microprograma audiovisual “Así va Carepa - Video”, contenido que al momento se encuentra en ejercicio durante la administración del Alcalde Agapito Murillo, haciendo además alusión al lema de la actual administración: “*De la mano con el pueblo*”. Es así como esta nueva herramienta audiovisual pretende mejorar el

posicionamiento y consolidación de la Alcaldía Municipal ante los habitantes del municipio convirtiéndose poco a poco en un medio que también pueda vincular a la comunidad en los programas que la administración municipal realiza.

El microprograma “Así va Carepa Video” se puede visualizar en el canal oficial de videos en YouTube (Carepa Alcaldía), difundido además a través de las diferentes redes sociales como Facebook, Twiter y Pin. Al igual que llega aproximadamente 2050 contactos electrónicos, los cuales incluyen correos personales y medios de comunicación local y nacional.

Este proyecto y estrategia comunicacional se implementó proponiendo para su desarrollo tres momentos por los que pasa toda producción audiovisual:

Preproducción: etapa de noción y estimación del hecho noticioso, la cual finaliza una vez ya comienza el primer día de grabación.

Producción: momento donde comienza a desarrollarse la captación del material informativo y filtro del mismo después de haber concretado la respectiva idea en la cual se trabajará.

Postproducción: fase en la que se realiza el montaje final de edición de toda la información recogida.

Por otra parte del contenido de este informe también hace parte un análisis de audiencia como mecanismo de evaluación para medir el impacto logrado hasta ahora de “Así va Carepa

Video” en la comunidad, a fin de conocer si ya éstos se familiarizan con dicha estrategia, además de indagar en líneas generales sobre el grado de aceptación y expectativas del público usuario y receptor del producto comunicacional que se encuentra recientemente implementado como interacción social y comunitaria.

La creación de este nuevo espacio sirvió no sólo para aprender y evidenciar la experiencia de la pasantía desarrollada, sino ver aplicada la comunicación desde el enfoque social comunitario, favoreciendo a la población al mostrarles los diferentes planes y programas de los que pueden beneficiarse.

## IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

### 1. Agencia:

Administración Municipal de Carepa - oficina de comunicaciones.

### 2. Municipio de Carepa Antioquia

El municipio de Carepa es el municipio más joven de la zona Centro de Urabá, por su avanzado desarrollo es considerado el "Municipio Modelo de Urabá". La economía del municipio la constituye la exportación de banano, actividad que además de ser fortalecida por Augura, Inagru y Banadex, cuenta con el Canal Zungo- Embarcadero. Las fuentes de ingreso también se obtienen por la variedad en maíz, arroz, yuca, coco, cacao y ganadería.

Limita al norte con el Municipio de Apartadó, desde el nacimiento del Río Vijagual en el límite oriental, hasta su desembocadura en el Río León. Por el Oriente, siguiendo las cumbres de la Serranía de Abibe, con el Departamento de Córdoba. Por el Occidente: desde las bocas del río Chigorodó, siguiendo el curso del Río León abajo, hasta la desembocadura del Río Vijagual, limita con los municipios de Chigorodó y Turbo. Por el sur: desde las estribaciones de la Serranía de Abibe hasta la desembocadura del Río Chigorodó en el Río León, limita con el municipio de Chigorodó.

**Extensión total:** 380 Km<sup>2</sup>.

**Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar):** 28

**Temperatura media:** Variable entre 20 y los 35 ° C.

**Distancia de referencia:** 308 Km de Medellín.

### **3. Reseña histórica:**

El Municipio de Carepa fue constituido según la ordenanza 7ª (Diciembre 15 de 1983) y segregado del **Municipio de Chigorodó**. Carepa es el nombre que le dieron a esta zona sus primeros habitantes, los indígenas Catíos; su significado es "Loro Pequeño" aunque algunos lo traducen como "Papagayo", refiriéndose a quienes habitaron las orillas del río principal y demás quebradas.

Hacia 1950 y procedente del vecino municipio de Frontino, en calidad de colono, llegó a este lugar el señor Luis Benítez, quien construyó la primera habitación con cercos y techos de caña flecha, hecho este que le dio el privilegio de ser el fundador del Municipio de Carepa.

El poblamiento del municipio inicia con las migraciones desde municipios vecinos como: Dabeiba, Peque, frontino, Caracolí, Cañas gordas, Uramita, San José de Urama y el núcleo poblacional de Saiza, donde don Luís Benítez, aprovechó la oportunidad para la venta de lotes a \$240 y el trueque por víveres y aguardiente a los colonos más pudientes y por trabajo a los más pobres. Es así como la familia de: Jesús Emilio Guisao (Chumilo), José Torres, los hermanos Rincón, Miguel Aguilar, Miguel Mesa, Ronco Jaramillo, Leonel Herrera, Carlos Correa, Francisco Sierra, don Meneses y la familia Rueda, dieron origen al primer caserío denominado: "Playa Veracruz".

El comercio en **Playa Veracruz**, se inicia a mediados de 1955, en donde el Señor Rafael Jaramillo, hermano de Ronco Jaramillo, dueño de algunas plantaciones cercanas al caserío, puso en funcionamiento la primera tienda a orillas del río Carepa cerca al puente en la salida hacia el municipio de Apartadó.

Entre 1970 y 1980 inician las obras significativas en lo que hoy es el municipio, con el cultivo y comercialización del Banano en la región de Urabá. Se presentaron así las primeras migraciones de las comunidades negras, algunos llegaron como profesores y la gran mayoría se dedicaron a labores en las fincas bananeras, dando origen al crecimiento de la población, a la construcción de más vivienda y las primeras obras, entre ellas: aulas de clases, iglesias, acueducto, alcantarillado, la caseta telefónica y la Inspección de Policía, con la participación de la Junta de Acción Comunal, el **municipio de Chigorodó**, el Departamento, el **I.C.C.E (Instituto Colombiano de Construcciones Escolares)** y Corpourabá.

Con el aumento de la población y la construcción de obras importantes, Carepa de paraje pasó a ser **corregimiento de Chigorodó**. Posteriormente en el año de 1983, luego de dos intentos fallidos en años anteriores de los gestores de esta iniciativa, señores: Francisco Sierra, Cristóbal Alcaraz, Octavio Pineda, Beto Borja, Leonel Herrera, José Alfonso, José María Muñoz, Francisco Álvarez, Octavio Soto e Irvin Bernal, entre otros; apoyados por el sector educativo, bananero, Corpourabá, Coca – Cola y aportes económicos hechos por la Junta Pro municipios, lograron radicar el proyecto de acuerdo en el **Consejo Municipal de Chigorodó**, por iniciativa de los concejales del corregimiento de Carepa, el cual fue aprobado en tres (3) debates.

Luego se radicó en la **Asamblea Departamental** y fue aprobado mediante ordenanza N° 007 del 15 de diciembre de 1983, siendo presidente de la Asamblea Departamental el Doctor Armando Estrada Villa y el Gobernador de Antioquia el Señor Nicanor Restrepo Santamaría.

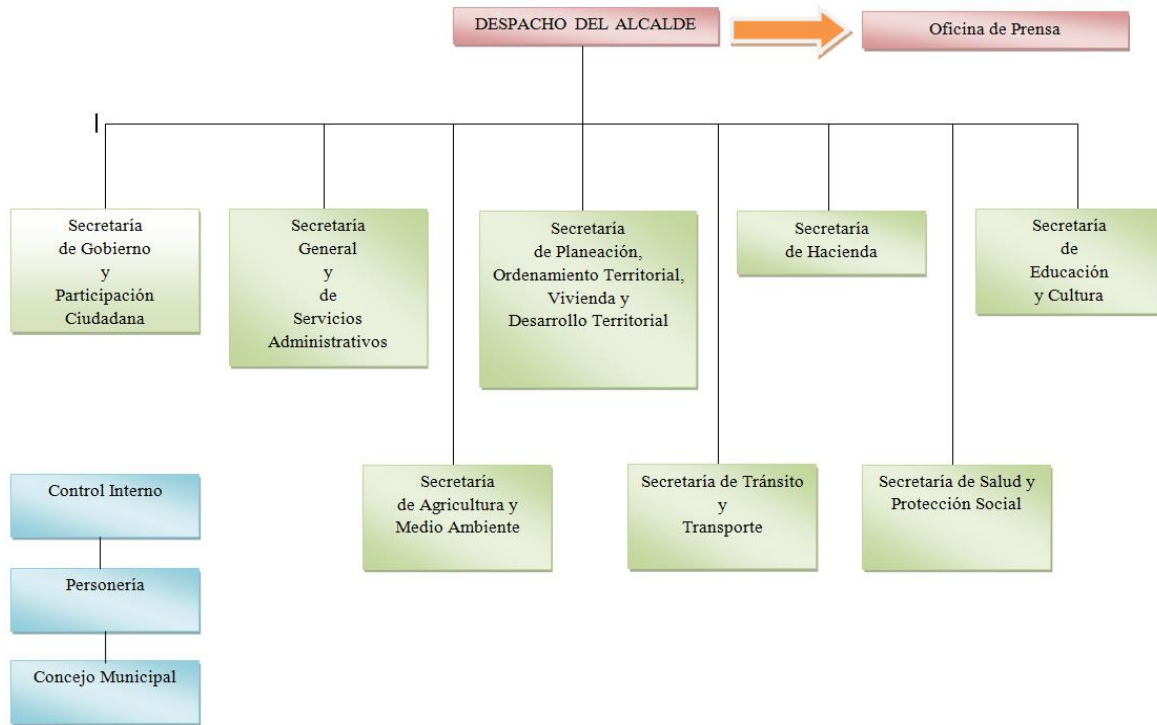
#### **4. Misión**

El Municipio de Carepa es una entidad territorial encargada de la construcción de las obras y prestación eficiente los servicios públicos que demanden las comunidades en su jurisdicción; ordenado el territorio y promoviendo el crecimiento y el desarrollo económico sostenible con la participación activa de la comunidad.

#### **5. Visión**

“En el 2015 Carepa será un Municipio social y fiscalmente viable, sin exclusiones; centrado en el desarrollo de su capital humano, su vocación económica y sus posibilidades de inversión y competitividad, para consolidar una base social y productiva articulada al conocimiento, la conciencia ciudadana y la tecnología, generando prosperidad y oportunidades de trabajo y empleo para toda la población, respetuoso de su diversidad étnica y promotor de su herencia lúdica, deportiva y cultural. Contando con una administración y organizaciones públicas eficientes, descentralizadas, que garantizarán el desarrollo social, la seguridad y la calidad de vida de quienes habitan en su territorio”

## 6. Estructura organizacional



Tomado de: Oficina de Comunicaciones Carepa. (Diciembre, 2013). Reseña histórica. Marzo, 2015, de Alcaldía de Carepa Sitio web: [http://www.carepa-antioquia.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://www.carepa-antioquia.gov.co/informacion_general.shtml)

## JUSTIFICACIÓN

Con el ánimo de seguir fortaleciendo la oficina de comunicaciones y mejorar las herramientas para la trasmisión de la información que se produce en cada una de las Secretarías de la Administración Municipal de Carepa, se creó el microprograma informativo “Así va Carepa Video”, el cual es usado como una estrategia de comunicación externa que da a conocer al público en general, las gestiones, obras y actividades realizadas por la Administración Municipal de Carepa, a fin de mostrar parte del cumplimiento al plan de gobierno ejecutado por cada una de las Secretarías que integran esta organización. Cabe destacar que esta propuesta puede convertirse a futuro en un instrumento de rendición de cuentas permanente de la alcaldía municipal.

La iniciativa audiovisual expuesta se implementó debido a que actualmente los usuarios de internet prefieren ver un video en la Web que leer páginas con alto contenido de información. Así lo comunicó comScore, Inc, firma especializada en medición del mundo digital que en Marzo del año 2011 realizó una encuesta en Brasil, México, Argentina y Chile y más de 80% de todos los usuarios de Internet mayores de 15 años (es decir, 4 de cada 5 personas) prefirió acceder a contenidos audiovisuales que leer largos textos online. Precisamente por esta razón “Así va Carepa Video” permite transmitir de una forma concreta la información que se produce en la administración municipal, puesto que de manera clara llegan los mensajes e informaciones no sólo al público usuario y receptor del producto comunicacional, sino además a los diferentes medios de comunicación, los cuales realizan eco del contenido de los mismos. De esta manera esta herramienta audiovisual ayuda notablemente al fortalecimiento de la Oficina de

Comunicaciones de la Alcaldía de Carepa, porque hace mucho más fácil y efectivo hacer llegar los mensajes institucionales a cada uno de los habitantes del municipio.

El informativo institucional “Así va Carepa Video” es una herramienta de comunicación que fácilmente puede llegar a los habitantes de Carepa e incluso a personas de otros municipios, debido a que su difusión se realiza por medio de correos electrónicos, página web y redes sociales.

Otra de las razones que sustentan el fin o propósito de este medio de comunicación externa, es el aporte para a la oficina de prensa de la alcaldía, como una alternativa más para llegar de una manera atractiva a la comunidad de Carepa, por esta misma razón es que el producto complementario a esta estrategia es un análisis de percepción de audiencia que busca identificar algunos aspectos de mejora para llegar a la comunidad con un producto más adaptado a sus características y condiciones.

## DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

¿Por qué es importante la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación externa en la Administración Municipal de Carepa?

Radica en que en la actualidad los formatos audiovisuales que mejoran la comunicación externa de una entidad pública son utilizados como instrumentos creadores de nuevos estilos de dirección empresarial, hasta tal punto de ser considerados en el entorno institucional como una herramienta necesaria en la gestión diaria de las administraciones municipales.

Como mecanismo para continuar fortaleciendo los procesos comunicativos de la oficina de prensa de la alcaldía municipal, se busca implementar por medio de un plan de comunicaciones recientemente creado. Municipio de Carepa. (2013). Plan de Comunicaciones. Abril, 2015, de Alcaldía de Carepa Sitio web: [http://carepa-antioquia.gov.co/apc-aa-files/39363032326561646262643365363763/tepa9-copr\\_carepa\\_plan-de-comunicaciones.pdf](http://carepa-antioquia.gov.co/apc-aa-files/39363032326561646262643365363763/tepa9-copr_carepa_plan-de-comunicaciones.pdf).

De este plan de comunicaciones se tuvieron en cuenta estrategias organizacionales que contribuyen al fortalecimiento de los procesos de comunicación a nivel externo de la administración municipal, optándose entonces por la creación de un informativo audiovisual denominado “Así va Carepa Video” el cual generará un mejor ambiente en la comunidad, porque dará a conocer de una manera práctica y atractiva las gestiones, obras y actividades realizadas por la administración municipal, al mismo tiempo con esta iniciativa se busca lograr un mayor grado de motivación en cada una de las secretarías municipales que tratan demostrar las gestiones que se adelantan hacia el cumplimiento al plan de gobierno pactado.

Vale la pena recordar que al inicio de la Administración “de la mano con el pueblo” en el año 2012 la Alcaldía de Carepa no contaba con una oficina de comunicaciones, lo que dificultaba a los habitantes del municipio enterarse de cómo avanzaba la ejecución del plan de gobierno planteado por el Alcalde Agapito Murillo.

Debido a estas dificultades los funcionarios de esta organización no contaban con un espacio donde poder publicar las actividades, obras y gestiones que se realizaban en los diferentes sectores de la localidad. Entonces viendo la necesidad de comunicar como se llevaba a cabo día a día la ejecución del plan de gobierno municipal, se tomó la decisión de crear la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Carepa.

Por otro lado vale la pena resaltar que la difusión de esta estrategia “Así va Carepa Video”, es apoyada por medio de boletines informativos, radio, redes sociales, para así lograr mostrar a la comunidad el trabajo que la administración municipal está realizando en la actualidad. Por lo tanto se puede afirmar que “Así va Carepa Video” beneficia a la Alcaldía Municipal de Carepa mostrando a nivel regional y nacional cómo se logran poco a poco los objetivos y metas propuestas por esta administración.

## **OBJETIVOS**

### **General**

Fortalecer los procesos de difusión de la información y participación comunitaria de la Administración Municipal de Carepa, a través de estrategias de comunicación que se implementen desde la oficina de comunicaciones.

### **Específicos**

- Diseñar una herramienta de comunicación externa que mejore los procesos de difusión de la información de la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Carepa, dando a conocer a través del producto comunicacional las actividades, obras y gestiones que se encuentra realizando la alcaldía.
- Implementar el producto audiovisual: “Así va Carepa Video”, en respuesta a diferentes acciones de comunicación que ayuden al fortalecimiento de la administración municipal.
- Conocer el impacto logrado con la estrategia comunicacional “Así va Carepa Video” evaluando el grado de aceptabilidad que tiene dicho producto en los habitantes del municipio, como informativo específicamente adaptado para el acercamiento entre la entidad municipal y la comunidad.

## MARCO TEÓRICO

La comunicación es esencial para el óptimo desempeño de cualquier organización, es una herramienta modelo en la construcción de comunidad. La labor de comunicación está irrumpiendo con fuerza como instrumento de los nuevos estilos de dirección empresariales, hasta tal punto de ser considerada cada vez con más fuerza en el entorno empresarial como herramienta imprescindible en la gestión diaria de la organización. Serán los empresarios los que deberán de asumir el reto de informar sobre su organización tanto a nivel interno como externo.

Sánchez, L.. (Septiembre, 2005). Desarrollo de la comunicación externa en la empresa. Marzo 18, 2015, de Sala de Prensa Sitio web: <http://www.saladeprensa.org/art633.htm>

Cualquier situación necesita de una mínima expresión a la que se denomina comunicación; todos los seres requieren de ésta expresión para interlocutar con el otro, sea a través de una mirada, gesto o palabra, siempre en pro de emitir un mensaje. Es así como resulta absurdo no comunicar, este es el efecto que los medios han aprovechado para mostrar información, esa necesidad inherente de comunicación que existe. Tanto que en la actualidad éstos desempeñan un papel importante dentro de la sociedad, puesto que “en una sociedad moderna, como la de hoy, los medios de comunicación son los instrumentos más eficaces para esculpir su imagen en el acervo de una sociedad”

Huertas, Fernando (Agosto, 1994) Televisión y política: el hemicycle como realidad conformada o imagen virtual. Página 49.

“En el caso de la administración, la comunicación adquiere una relevancia muchísimo mayor, puesto que muchas veces se habla del proceso, de trámite, de muchas cosas que son difíciles de transmitir a los ciudadano y se da por hecho que la responsabilidad de cada uno de los representantes de la administración es comunicar y hacer llegar el mensaje a la ciudadanía”

López Lita, Rafael; Fernández Beltrán Francisco y Duran Mañes, Ángeles. La comunicación corporativa en el ámbito local: perspectiva de la comunicación corporativa desde las administraciones públicas. Página 77

De esta forma, la Oficina de Prensa de la Alcaldía Municipal de Carepa ha querido implementar una herramienta de comunicación externa, de carácter audiovisual, pensando en aportar al fortalecimiento de cada uno de los procesos informativos que se lideran al interior de esta oficina. Debido a que la comunicación para una alcaldía es prácticamente el torrente sanguíneo que vehicula toda la información que se quiere transmitir, es decir es la que crea un canal de interacción entre las diferentes partes que se le da a conocer el mensaje.

Asimismo resulta interesante saber transmitir la información y saber seleccionar el medio para llegar a la comunidad. Pues de acuerdo a la selección de éste se logran o no los resultados y la expectativa deseada.

Hoy la televisión es un medio de comunicación masivo, con apogeo global, es de analizar que en casi todos los hogares existe por lo menos un televisor, de hecho actualmente resulta extraña imaginar la vida sin este medio. El autor Omar Rincón explica en su libro *Televisión*

*Pública: del consumidor al ciudadano*, que la televisión se ha transformado en el organismo cultural y social casi principal en nuestras sociedades.

Rincón Omar (2001) Libro *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*.

Cabe anotar que la televisión cuenta con características alternativas en comparación con otros medios, por ejemplo la articulación que tiene ésta entre lo auditivo y lo visual, lo que la hace también un medio ameno y de mejor comprensión para las personas, hacia esta idea fue encaminada la selección del medio usado para la estrategia que se desarrolla en este proyecto.

En la actualidad herramientas comunicacionales como la mencionada son también necesarias no sólo desde el puente que se establece con la comunidad, sino además desde el aspecto organizacional, dado que proyecta su imagen tanto al exterior como al interior, proveedores y equipo de trabajo. No se debe olvidar además el poder de viralización de lo audiovisual cuando es distribuido a través de la Red.

Según afirma Fernández Collado (1991) “la comunicación es un fenómeno que se da naturalmente en toda organización, cualquier sea su tipo o su tamaño”. Sin ella no Existiría sociedad, cultura o civilización. Probablemente la supervivencia de la especie a lo largo del tiempo no hubiera sido posible sin la aparición del lenguaje, tanto verbal como no verbal. Bajo esta Perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”.

Es importante pensar que además, el informativo institucional “Así va Carepa Video” será usado como una herramienta de comunicación externa, la cual hace parte de la comunicación organizacional, en la cual afirma (Fernández Collado 1999) que esta se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. Estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación.

La importancia del video corporativo según Francisco Salazar en un mundo globalizado y multimedial como el de hoy, ciertamente elementos como la papelería ayudan, pero no mucho. Gran parte de ésta acaba en el tacho de la basura o peor, en el suelo ¿Qué hacer entonces para llamar la atención? Un spot comercial es caro e inviable pero... ¿Qué tal un Video Corporativo? Muchos creen que es algo privativo, sólo para grandes empresas o inclusive que es un mero capricho.

Realizar un Video Corporativo puede lograr objetivos que quizás ni se imagina, como influir directamente en la toma de decisiones de clientes actuales y potenciales, además de proveedores e inclusive posibles inversores que puedan aportar a lograr objetivos puntuales, en función de lo que acaban de ver. El video es una manera de explicar a nuestro público -interno o externo- cómo somos, para dónde vamos y qué hemos logrado, algo muy difícil de explicar en palabras, pero fácil de apreciar en imágenes y sensaciones.

No basta con hacer un Video Corporativo en 2012 y utilizarlo hasta 2020. Disponer de fondos que tengan como objetivo renovar cada cierto tiempo esta herramienta resulta muy útil, puesto que desarrolla una memoria visual de los momentos importantes de una empresa y pueden ser utilizados para explicar los avances, adaptación, expansión y éxitos. El Video Corporativo es, entonces, un vehículo para las relaciones públicas, tiene la capacidad de llegar a destinatarios que no conocemos, puede provocar que lleguemos a públicos objetivos que aún no teníamos identificados y, en definitiva, abre nuevas oportunidades.

Puede verse entonces que “Así va Carepa Video” es una ayuda en el posicionamiento de la administración municipal, ya que se muestra las acciones positivas que viene adelantando esta organización para seguir trabajando a favor de las comunidades que integran el Municipio de Carepa, es así como esta estrategia comunicacional refleja la importancia que tiene la comunicación externa audiovisual en una administración municipal.

## MARCO CONCEPTUAL

Para poder trabajar en la realización de “Así va Carepa Video” se tuvo en cuenta cada uno de los conceptos que hacen referencia a dicha herramienta comunicativa, esto con el fin de poder tener un completo conocimiento de los términos e historias que se relacionan con la producción de microprogramas audiovisuales.

Para la realización de esta producción institucional se tuvo en cuenta que un vídeo (en algunos países latinoamericanos pronunciado “video”) es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética. Conocido en la actualidad por casi todo el mundo, consiste en la captura de una serie de fotografías (en este contexto llamadas “fotogramas”) que luego se muestran en secuencia y a gran velocidad para reconstruir la escena original.

En la actualidad, el término hace referencia a distintos formatos. Además de las cintas de vídeo analógico, como VHS y Betamax, también se incluyen los formatos digitales, como DVD y MPEG-4. La calidad del vídeo se determina a partir de distintos factores, como ser el método de captura y el tipo de almacenamiento elegido.

Existen diversas técnicas de compresión de vídeo, que buscan reducir el tamaño de una grabación digital (o convertida a este medio) para facilitar su distribución. De acuerdo al tipo de contenido, estos procesos afectan más o menos el resultado final; las grabaciones de personas en ámbitos urbanos sufren menos que los documentales acerca de la naturaleza y las películas generadas por ordenador, donde el nivel de detalle es casi indispensable.

Por otra parte, según Omar Rincón en su libro “Televisión y Video” página 117, afirma que la palabra vídeo se usa para referirse a un videoclip (también llamado clip de vídeo), el cual es una secuencia generalmente vinculada al mundo de la música, cuya duración no suele superar los 5 minutos. Es muy común que los grupos musicales y los cantantes solistas produzcan videoclips de sus canciones para promocionar el lanzamiento de un disco.

Rincón, O.. (2002). La ética perdida. En Televisión, video y subjetividad (117). Bogotá: Grupo Editorial Norma.

El nacimiento de Youtube marcó un antes y un después en lo que a la popularidad de los vídeos y el acceso a ellos se refiere. Desde su lanzamiento, en el año 2005, ha ofrecido a sus usuarios la posibilidad de compartir contenido original de diversos géneros, siendo la música y el “vlog” los más comunes. Este último deriva de los términos “vídeo” y “blog” y suele consistir en grabaciones de poca extensión en las cuales se tratan diferentes temas de la vida cotidiana, como si fuera un diario personal que se comparte con el mundo entero en formato de vídeo.

Cabe mencionar que Youtube ofrece un servicio básico absolutamente gratuito e ideal para cualquier persona que desee comenzar a promocionar su trabajo o sus ideas de forma atractiva y directa. Una de las principales ventajas del portal es que pertenece a Google (lo adquirió un año más tarde de su lanzamiento por una suma multimillonaria), lo cual resulta en un posicionamiento muy veloz de los vídeos.

Muchos pueden argumentar que el auge del vídeo como formato de la información va de la mano de la decadencia de la literatura y la prensa escrita. Sin embargo, es más realista reconocer que cierto tipo de contenido resulta más efectivo si se lo presenta de forma animada; por ejemplo, son muy populares los tutoriales y los cursos de manualidades, de cocina, de reparación, así como los consejos para limpiar y desensamblar ordenadores, entre otros tantos, y escogerlos en vídeo por sobre una versión escrita no necesariamente refleja un rechazo hacia la lectura, sino quizás que se requiere de menos abstracción para entenderlos de esta forma.

El término vídeo también se utiliza para hacer mención al videoclub, que es un establecimiento comercial o tienda donde se alquilan películas para su visualización en forma privada. Por supuesto, el avance tecnológico ha hecho que los videoclubes ofrezcan filmes en DVD y otros formatos más modernos: “Esta noche voy a ir al vídeo a alquilar la nueva película de Woody Allen”, “En el vídeo había tanta gente que ya casi no quedaban estrenos disponibles”.

Definición.de. (2008). Definición de video. Marzo, 2015, de Definición.de Sitio web: <http://definicion.de/video/>

Entonces para conocer a fondo como se tenía que producir el microprograma “Así va Carepa Video” se investigó todo lo concerniente con los microprogramas y se pudo comprender que estos surgen en los departamentos comerciales de las cadenas (y están identificados y cuantificados como forma no convencional), mientras que los acuerdos barter no computan de modo alguno.

Como su propio nombre indica, los microprogramas consisten en espacios muy breves (entre 60” y 120”), con contenidos agrupados en torno a un eje temático común y concreto,

adoptando un tono a medio camino entre lo divulgativo y lo informativo, con el objetivo de despertar el interés de perfiles de audiencia homogéneos y, por lo general, difíciles de impactar.

Los contenidos son variados, pudiendo encontrar temáticas que van desde información financiera hasta hábitos saludables, pasando por ocio, belleza, motor, deportes, cine, comunicación, ecología, etc. En función de si el conjunto del formato computa como publicidad, o si solo lo hacen las caretas de patrocinio que lo abren y lo cierran, reciben la denominación de microespacios o microprogramas.

Reinares, E., & Reinares, P.. (2003). Formatos no convencionales de publicidad en televisión. *GESTIÓN PUBLICITARIA EN TELEVISIÓN* (231).

## METODOLOGÍA

En cumplimiento de las metas u objetivos trazados para el desarrollo de esta pasantía, y la ejecución del proyecto se basó principalmente en las necesidades de fortalecer y mejorar las herramientas utilizadas para dar a conocer las actividades, obras y gestiones que realiza la Alcaldía de Carepa a nivel Municipal. Como ya se ha mencionado a lo largo de este trabajo, esta mejora se irá dando paulatinamente a través de los diferentes productos que la oficina de prensa vaya generando, como lo son el informativo audiovisual “Así va Carepa Video” como microprograma institucional dirigido a la comunidad y la evaluación del mismo a fin de integrar los elementos que se evidencien para el avance del producto y obviamente la mejora en el acercamiento al público externo.

### **Enfoque de investigación:**

Enfoque utilizado para esta investigación fue cuantitativo, porque la técnica usada para el análisis de percepción de audiencia fue la encuesta.

De acuerdo a lo anterior la investigación cuantitativa según Sampieri 2007, el enfoque cuantitativo de la investigación pone una concepción global positivista, hipotética-deductiva, objetiva, particularista y orientada a los resultados para explicar ciertos fenómenos. Se desarrolla más directamente en la tarea de verificar y comprobar teorías por medio de estudios muestrales representativos. Aplica los test, entrevistas, cuestionarios, escalas para medir actitudes y medidas objetivas, utilizando instrumentos sometidos a pruebas de validación y confiabilidad. En este proceso utiliza las técnicas estadísticas en el análisis de datos y generaliza los resultados.

La investigación cuantitativa se realiza con la finalidad de probar la teoría al describir variables (investigación descriptiva). Examinar relaciones entre las variables (investigación correlacionar). Determinar interacciones causa-efecto entre variables (investigación cuasi experimental y experimental).

Hernández., Fernández, C.. (2006). Metodología de la investigación. Bogotá: MacGraw-Hill/Interamericana.

### **La encuesta**

La define García Ferrado como “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población” Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población. Como características fundamentales de una encuesta, Sierra Bravo destaca:

1. La encuesta es una observación no directa de los hechos sino por medio de lo que manifiestan los interesados.
2. Es un método preparado para la investigación.
3. Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera.
4. Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

Ferrado, G. (2015). ¿Qué es una encuesta?. 2015, de Anónimo Sitio web:

<http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/queesunaencuesta.pdf>

El análisis de percepción de audiencia realizado a través de la encuesta se llevo a cabo, teniendo en cuenta datos demográficos como sexo, edad, nivel de escolaridad y lugar de residencia.

### **Tipo de investigación:**

El tipo de investigación utilizado para “Así va Carepa Video” fue exploratoria porque es un producto totalmente nuevo en el que se aprendió a medida que se iba elaborando cada producto audiovisual. Entonces con base a todo eso se puede afirmar que cuando no existen investigaciones previas sobre el objeto de estudio o cuando nuestro conocimiento del tema es tan vago e impreciso que nos impide sacar las más provisionales conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no, se requiere en primer término explorar e indagar, para lo que se utiliza la investigación exploratoria.

Para explorar un tema relativamente desconocido se dispone de un amplio espectro de medios y técnicas para recolectar datos en diferentes ciencias como son la revisión bibliográfica especializada, entrevistas y cuestionarios, observación participante y no participante y seguimiento de casos.

La investigación exploratoria terminará cuando, a partir de los datos recolectados, haya sido posible crear un marco teórico y epistemológico lo suficientemente fuerte como para determinar qué factores son relevantes al problema y por lo tanto deben ser investigados.

En pocas ocasiones los estudios exploratorios constituyen un fin en sí mismos, establecen el tono para investigaciones posteriores y se caracterizan por ser más flexibles en su metodología, son más amplios y dispersos, implican un mayor riesgo y requieren de paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador.

De La Brouyere, J.. (2006). Investigación Exploratoria, Descriptiva, Correlacional y Explicativa. 2015, de UNAD Sitio web:

[http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104\\_EXE/leccin\\_6\\_investigacin\\_exploratoria\\_descriptiva\\_correlacional\\_y\\_explicativa.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin_exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html)

### **Línea de investigación.**

Las líneas de investigación utilizadas para la realización de proyectos en comunicación social de la Universidad Nacional Abierta y A distancia son:

Línea de investigación en comunicación y desarrollo.

Línea de investigación en comunicación, pedagogía y tecnología.

Línea de investigación en redes sociales y comunicación.

La utilizada para la realización de “Así va Carepa Video” es comunicación, pedagogía y tecnología. Porque este producto audiovisual es una herramienta que comunica a toda la

comunidad carepense por medio de redes sociales, página web y correo electrónico, las obras, gestiones y actividades que realiza la Administración Municipal de Carepa en el área urbana y rural.

Cabe destacar que en la actualidad con el uso frecuente del internet, las tecnologías de la información están siendo utilizadas como herramientas comunicativas que contribuyen a un fácil y práctico acceso de información. Es por esta razón que este informativo audiovisual hace parte de esta línea de investigación.

La metodología será explicada en términos de mostrar el desarrollo de estos productos generados en el proceso de pasantía.

### **Microprograma “Así va Carepa Video”**

Para comenzar es importante conocer un poco acerca de la producción audiovisual, comprendiéndola como la creación de contenidos para medios de comunicación audiovisuales. Es decir es el resultado de la combinación de varias necesidades: comerciales, informativas, de entretenimiento, culturales o incluso artísticas. Debido a la importancia del proceso de producción, el modo de organizarlo será primordial para el éxito o fracaso de cada microprograma de ahí que en toda producción audiovisual sea fundamental elaborar un plan de trabajo. Siguiendo esta directriz se delimitaron en el presente proyecto tres fases de ejecución para el abordaje de cada microprograma, a continuación se explicará cómo se llevó a cabo cada una:

- **Preproducción:** etapa de noción y estimación del hecho noticioso, dentro de su planificación es necesario delimitar claramente aspectos como: qué se grabará, quién estará presente en la grabación, dónde tendrá lugar, cuándo se hará y cómo se realizará.

Anónimo. (Julio 29, 2012). Producción audiovisual. Marzo, 2015, de Producción de piezas de comunicación Sitio web: <http://producciondepiezasdecomunicacion.blogspot.com/>

Por eso ésta se centralizó en la definición de cada temática a abordar y todos los procesos que conlleva la recolección de información. De esta manera lo primero que se formó fue la contextualización del hecho, a modo de tener claridad en el momento de indagar fuentes, beneficiarios e interesados en donde se generó el evento o programa. Además de la identificación de la agenda de actividades, obras y gestiones que realiza la administración municipal en pro de la comunidad Local de Carepa.

De forma simultánea este proceso se requiere de otras acciones: programar las imágenes de archivo a fin de saber cuáles están como faltantes y por ende si requieren nuevas para complementar el guion y la indagación sobre los entrevistados que pueden ser útiles para el informativo que se esté generando en el momento. Todas estas etapas se deben cumplir debido a que esta la fase más importante del proceso de producción audiovisual, pues comprende desde el momento en el que nace la idea hasta que empieza la grabación.

- **Producción:** momento de captación del material informativo y filtro del mismo, se define en la recolección de la información, se realizan las tomas y el proceso de montaje. En esta

fase se incluyó el momento de confrontación de fuentes, entrevistas, testimonios a beneficiarios de los planes y programas, la preparación - revisión de textos y la selección de algunas imágenes a utilizar.

- **Postproducción:** fase en la que se realiza el montaje final, en ésta intervienen básicamente la edición del material filmado. Inicia con la redacción de textos o escaleta, luego el comunicador filtra las imágenes realizadas en el trabajo de campo junto con las de archivo para la secuencia de video que se empleará para el microprograma. Se lleva a cabo así el montaje, en cuanto a las imágenes, éstas se suben a un servidor allí para el montaje y edición con la voz en off, si se requiere, para que quien edita estructure las secuencias de audio y video dejando ensamblado cada uno de los microprogramas “Así va Carepa Video”.

Habiendo realizado el proceso anterior, se logró ejecutar parte de la propuesta audiovisual para el informativo institucional “Así va Carepa Video”, cabe resaltar que cada uno de los microprogramas, posterior a la edición, fueron emitidos por el canal de YouTube y redes sociales de la Administración Municipal de Carepa.

Finalmente se consiguió la grabación y difusión de cada uno de los productos audiovisuales “Así va Carepa Video” los cuales contribuyeron notablemente a un mejor posicionamiento de la alcaldía municipal desde el ámbito local hasta el nacional.

## **Metodología usada para el análisis de percepción de audiencia**

Con el ánimo de obtener información específica del producto audiovisual “Así va Carepa Video”, se realizó un análisis de audiencia presencial y virtual de nueve preguntas a los habitantes del Municipio de Carepa. Este se realizó con el objetivo de conocer el impacto y aceptación generada por este informativo en los habitantes de la localidad y así mirar que aspectos se pueden mejorar. Vale la pena recordar que “Así va Carepa Video” se generó con la necesidad de informar a la comunidad sobre planes, programas y proyectos, además como alternativa de veeduría ciudadana al plan de gobierno.

Por esta razón y para determinar si se ha logrado dicho impacto audiovisual se realizó de forma aleatoria a personas mayores de edad de la población del Municipio, donde según el dato de la Registraduría Nacional es de 38.452. La fórmula aplicada para escoger el tamaño de la muestra con un margen de error del 5% da como resultado un mínimo de 35 personas a encuestar, lo que presenta un 10% de muestra representativa.

## RESULTADOS Y PRODUCTOS

### Productos audiovisuales o microprogramas realizados durante la etapa de Pasantía

El informativo Institucional “Así va Carepa Video” trata temáticas de prevención de reclutamiento ilícito, jornadas de atención descentralizadas, programas sociales, expresiones culturales, fechas conmemorativas y eventos masivos a nivel municipal. En total se generaron 17 microprogramas audiovisuales “Así va Carepa Video” elaborados en la oficina de comunicaciones que se pueden visualizar en el canal oficial de videos en YouTube de la Alcaldía de Carepa (Carepa Alcaldía) y que además a continuación se mostrará un inventario de los productos efectuados. Se relacionan cada uno de ellos de manera detallada con el link de enlace a YouTube en la siguiente ficha técnica.

Tabla 1. Resultados y Productos

NOMBRE Y LINK DE VIDEO	TEMA	DURACIÓN	IMPACTO SOCIAL
<p>1. <b>“Juega por la Vida” en Carepa, un acierto para la lucha contra el reclutamiento ilícito de menores.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=EGfnjry9jzM">https://www.youtube.com/watch?v=EGfnjry9jzM</a></li> </ul>	reclutamiento ilícito de menores	2.55 minutos	Esta campaña benefició a 100 niños y niñas, entre 8 y 12 años de edad, de las instituciones educativas rurales del municipio de Carepa, que disfrutaron durante 4 días de encuentros futbolísticos, además de actividades lúdicas, recreativas y culturales.
<p>2. <b>Alcaldía de Carepa sigue promoviendo jornadas de atención descentralizadas.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LtwvT3zWrRM">https://www.youtube.com/watch?v=LtwvT3zWrRM</a></li> </ul>	Jornadas de atención descentralizadas	1.44 minutos	Alcaldía de Carepa realiza jornadas de servicios interinstitucionales en lugares alejados del Municipio,

			brindando servicios gratuitos del programa Familias en Acción, Unidad de restitución de Tierras, Unidad de Víctimas, Red Unidos, Registraduría Nacional y diferentes entidades oficiales del estado
	Familias en Acción(DPS)	6.12 minutos	Familias en Acción
<p>3. Carepa Aumento el número de beneficiarios del programa Más familias en Acción.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=lrjeO5OnyCY">https://www.youtube.com/watch?v=lrjeO5OnyCY</a></li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• El aumento fue de 817 beneficiarios; hoy suman 6.607 familias las cuales reciben incentivos que superan los \$839 millones, con un significativo aumento de \$447'000.000 para la población más vulnerable del municipio de Carepa.</li> <li>• Este informe fue presentado por el señor alcalde Agapito Murillo, en la Asamblea del programa, en cumplimiento del convenio N° 541 entre el Municipio de Carepa y el Departamento para la Prosperidad Social DPS.</li> </ul>
<p>4. Ciclo paseo del 20 de julio 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=XJnWQn21N4I">https://www.youtube.com/watch?v=XJnWQn21N4I</a></li> </ul>	Día de la independencia	2.48 minutos	El municipio de Carepa recibió a miles de ciclistas, en el XVIII Ciclo paseo de la Independencia, con un acto central en el Parque Principal, gracias al apoyo de la administración municipal, donde Doris Amparo Pulgarín,

<p><b>5. Carepa Celebro el día de la Antioqueñidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=gSvNgMMIfA4">https://www.youtube.com/watch?v=gSvNgMMIfA4</a></li> </ul>	<p>día de la Antioqueñidad</p>	<p>7.05 minutos</p>	<p>organizadora del tradicional evento, aseguró que este año se incrementó el número de participantes de esta actividad recreativa y de integración. Gracias a la Administración Municipal, en la mañana del 11 de agosto se realizó un gran desfile infantil de la Antioqueñidad, que contó con la activa participación de los niños y entidades que atienden programas de primera infancia.</p>
<p><b>6 .El municipio de Carepa se lució con sus fiestas, expresiones culturales.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=W41z8LmDyEA">https://www.youtube.com/watch?v=W41z8LmDyEA</a></li> </ul>	<p>expresiones culturales</p>	<p>4.30 minutos</p>	<p>Conservación de las tradicionales fiestas de San pacho en Carepa.</p>
<p><b>7. El puerto de Urabá lo construirán a diez minutos de Carepa.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=EQtVs74_h0E">https://www.youtube.com/watch?v=EQtVs74_h0E</a></li> </ul>	<p>El Puerto de Urabá</p>	<p>2.35 minutos</p>	<p>El Puerto de Urabá, el cual generará una histórica transformación e incidencia positiva en el desarrollo de la zona, entre otras, por la gran dinámica comercial y económica que traerá.</p>
<p><b>8. En las fiestas de San Pacho, es desfile de comparsas también brilló en Carepa.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ZKbu_F7zpUs">https://www.youtube.com/watch?v=ZKbu_F7zpUs</a></li> </ul>	<p>Desfile de comparsas, en las fiestas de San Pacho</p>	<p>7.44 minutos</p>	<p>Conservación de las tradicionales fiestas de San pacho en Carepa.</p>
<p><b>9. Corregimiento Piedras Blancas y la vereda el Cerro disfrutaron de las XXV Fiestas del Campesino.</b></p>	<p>Fiestas del Campesino</p>	<p>10.42 minutos</p>	<p>Tradicional celebración, que “la administración municipal, realiza en honor a nuestros queridos labradores</p>

			de la tierra”
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=bKA-pQxsAHg">https://www.youtube.com/watch?v=bKA-pQxsAHg</a></li> </ul>
<b>10. Zungo Embarcadero disfrutó sus fiestas del campesino ( Versión larga)</b>	Fiestas del Campesino	36.05 minutos	Tradicional celebración, que “la administración municipal, realiza en honor a nuestros queridos labradores de la tierra”
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=GuwpB_dUuCo">https://www.youtube.com/watch?v=GuwpB_dUuCo</a></li> </ul>
<b>11.Zungo Embarcadero disfrutó sus fiestas del campesino (Versión Corta)</b>	Fiestas del Campesino	8.40 minutos	Tradicional celebración, que “la Administración Municipal, realiza en honor a nuestros queridos labradores de la tierra”
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=GuwpB_dUuCo">https://www.youtube.com/watch?v=GuwpB_dUuCo</a></li> </ul>
<b>12. Alcalde de Carepa inauguró aula y mejoramiento del CER Unión Quince.</b>	Educación	2.54 minutos	En medio de un ambiente de alegría y manifestaciones de aprecio y agradecimiento hacia el alcalde de Carepa, por parte de padres de familia, educadores y en especial los niños del Centro Educativo Rural Unión Quince, fue inaugurada un aula y parte del cerramiento de la Institución, gracias a la administración municipal.
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Vq0u0xPgJLA">https://www.youtube.com/watch?v=Vq0u0xPgJLA</a></li> </ul>
<b>13. Más vías en Carepa y entrega de buseta a los Adultos Mayores</b>	Inauguración de obras	5.05 minutos	Mejoramiento de la movilidad en los barrios Pueblo Nuevo, Gaitán, Modelo y 12 de Octubre.
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=RDuymI2oeQ">https://www.youtube.com/watch?v=RDuymI2oeQ</a></li> </ul>
<b>14. Los artistas de las fiestas en Carepa.</b>	Apoyo a artistas locales en las	17.08 minutos	Incondicional apoyo e impulso de los

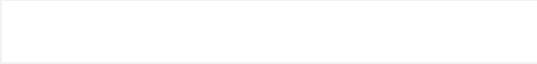
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Yvi-RRnBCRI">https://www.youtube.com/watch?v=Yvi-RRnBCRI</a></li> </ul>	fiestas de San Pacho		artistas locales por parte de la administración municipal en las tradicionales fiestas de San pacho.
<p><b>15. En Carepa Volquetas Causan deterioro de vías, redes de alcantarillado y acueducto...</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=sWRILO45gKU">https://www.youtube.com/watch?v=sWRILO45gKU</a></li> </ul>	Deterioro de vías	3.52 minutos	Recuperación de las vías deterioradas en el Municipio.
<p><b>16. Proyecto todos por el camino de mi vereda</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=vBbnA3uEUA">https://www.youtube.com/watch?v=vBbnA3uEUA</a></li> </ul>	Proyecto para construcción de carretera	3.11 minutos	Habitantes de la parte alta hablan sobre la importancia de tener una carretera de acceso a las veredas.
<p><b>17) Tercer Mercado Campesino en Carepa.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ZqoZy3CRXs4">https://www.youtube.com/watch?v=ZqoZy3CRXs4</a></li> </ul>	Apoyo constante de la administración municipal a los campesinos de Carepa.	5.11 minutos	Con la presencia del alcalde del municipio de Carepa Agapito Murillo y el equipo humano de la Secretaría local de Agricultura, acompañados de los nuevos empresarios del campo y un importante acompañamiento de la comunidad, se desarrolló el Tercer Mercado Campesino en el parque principal de la localidad, el pasado 27 de septiembre, con diversos productos, legumbres y frutas frescas, producidos y cultivados por los pequeños productores de la localidad, incluyendo diversas degustaciones y

Tabla 2. Resultados y Productos

En el siguiente cuadro se relacionan tres de los productos audiovisuales realizados durante la pasantía en la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Carepa. En cada uno de ellos se puede detallar a qué clase de género pertenece, la duración, el tipo de estructura, las secciones de grabación que se realizaron para poder conseguir la realización de cada uno de los productos relacionados, la duración, al igual la proyección de productos realizados hasta junio de 2015 y la periodicidad con la que espera se visto por youtube.

Nombre	Genero	Duración	Estructura	Secciones	Duración de cada sección	Proyección de productos realizados hasta junio de 2015	Periodicidad
<b>En Carepa volquetas causan deterioro de vías, redes de alcantarillado y acueducto...</b>	Reportaje	3.52 minutos	6 notas o entrevistas	10	10 minutos	40 microprogramas "Así va Carepa Video"	Retransmisión por youtube Estimadas 100 visitas al mes
<b>Juega por la Vida" en Carepa, un acierto para la lucha contra el reclutamiento ilícito de menores</b>	Noticia	2.55 minutos	6 notas o entrevistas	2	40 minutos	40 microprogramas "Así va Carepa Video"	Retransmisión por youtube Estimadas 45visitas al mes
<b>Carepa</b>	Noticia	6.12	5	1	90	40	Retransmisión

<b>aumentó el número de beneficiarios del Programa Más Familias en Acción</b>	minutos	entrevistas	minutos	microprogramas	por youtube
				“Así va Carepa Video”	Estimadas 40 visitas al mes

Tabla 3. Productos Audiovisuales

A modo de ejemplificar lo desarrollado en la Pasantía, se exponen a continuación tres de los productos realizados seleccionando tres guiones técnicos y literarios en los cuales se evidencian las fases de preproducción, producción y postproducción.

**Microprograma 1:** En Carepa volquetas causan deterioro de vías, redes de alcantarillado y acueducto...

**Guion literario**

En Carepa volquetas causan deterioro de vías, redes de alcantarillado y acueducto...

**Escena 1**

Presentación del reportaje: en esta entradilla se muestran los títulos y logos de la administración municipal, acompañados de imágenes de volquetas pasando por el lodazal, al igual todo el panorama de cómo se ve la calle por el deterioro causado por el paso de los vehículos de alto tonelaje.

**Escena 2**

Entran imágenes de calles recientemente pavimentadas en el Municipio, luego entra voz en off con el siguiente texto:

Pese a los más de 4 kilómetros de vías pavimentadas por la administración “de la mano con el pueblo”, el municipio de Carepa vive hoy el deterioro de varias de sus calles a causa del tránsito de volquetas de gran tonelaje que transportan material de construcción extraído del río. Los habitantes afectados exigen a la empresa transportes el cóndor la pronta y efectiva intervención, por todos los daños ocasionados en los sistemas de acueducto y alcantarillado, calles, viviendas y vías pavimentadas.

### **Escena 3**

Testimonios de tres personas residentes en el barrio Papagayo afectadas por el tránsito de volquetas de alto tonelaje. Cada personaje que habla en estas entrevistas es acompañado con imágenes de apoyo que dan más veracidad a la inconformidad denunciada.

### **Escena 4**

Entra voz en off con el siguiente texto: Sin embargo, la comunidad denuncia que el problema generado por las volquetas, no termina allí, pues a todos estos daños, se le suma el grave impacto ambiental que están ocasionando.

### **Escena 5**

Entra líder denunciando el daño irreversible que causa la extracción constante de material de playa del río Carepa.

### **Escena 6**

Entra voz en off con el siguiente texto:

Por su parte la administración municipal asegura que se han establecido acuerdos, en los que Transportes El Cóndor se comprometió a reparar los detrimentos causados, pero hasta la fecha no han sido eficaces las acciones de la empresa transportadora.

### **Escena 7**

Entra ingeniero de Planeación Municipal Piterson Trelles Urueta y habla sobre lo insuficiente de las acciones de la empresa transportadora por arreglar el problema. Luego habla sobre pretensiones de la Alcaldía

### **Escena 8**

Entra voz en off con el siguiente texto:

La vía hacia el corregimiento Piedras Blancas, también se encuentra seriamente afectada dificultando la movilidad de todo tipo de vehículos y de los peatones. El alcalde Agapito Murillo aseguró que la exigencia es que transportes el Cóndor brinde solución inmediata a todas las afectaciones que han generado, pues de lo contrario el Municipio se verá abocado actuar con procedimientos que incluso podrían ir hasta una nueva suspensión del tránsito de estos automotores.

### **Escena 9**

Entra: el alcalde Agapito Murillo, expresando que ya viene adelantando conversaciones con la empresa que está afectando las vías del Municipio y aclara que si no se ponen de acuerdo para el tránsito de estos automotores.

### **Escena 10**

Entran cuatro fotos muy dicientes y de alta calidad (alcantarillado, volquetas en fila, vía pantanosa La Cadena y volqueta pasando al lado de colector de agua (en barrio laCadena).

## Escena 11

Finaliza con la misma presentación del reportaje: en esta entradilla se muestran los títulos y logos de la administración municipal, acompañados de imágenes de volqueta pasando por el lodazal, al igual todo el panorama de cómo se ve la calle por el deterioro causado por el paso de los vehículos de alto tonelaje.

## Guion técnico:1

### En Carepa volquetas causan deterioro de vías, redes de alcantarillado y acueducto...

Escenas	Plano	Encuadre	Acción en la pantalla	Vestuario y otros detalles	Ambiente e iluminación	Sonido
1	P1	Volqueta, pasando por calle deteriorada	Cámara estática grabando cuando pasa volqueta por lodazal y zoom de entrada y zoom de salida en las calles deterioradas	volqueta pasando por el lodazal, al igual todo el panorama de cómo se ve la calle por el deterioro causado por el paso de los vehículos de alto tonelaje	Natural	Efecto sonoro de expectativa
2	P2	Calles recientemente pavimentadas en el Municipio, luego entra voz en off.	Zoom de adentro hacia afuera y cámara estática	Personas pasando normalmente por las calles recién pavimentadas	Natural	Fondo de noticioso y voz en off de locutor

<b>3</b>	P3	3 personas dando su opinión frente al deterioro de calles	Cámara estática mostrando 3 personas entrevistadas	Vestuario casual	Natural	Fondo noticioso
<b>4</b>	P4	Calles deterioradas por el paso de volquetas	Zoom de adentro hacia afuera y cámara estática	Calle con bastante lodo	Natural	Fondo de noticioso y voz en off de locutor
<b>5</b>	P5	1 persona en plano medio hablando frente a la cámara	Cámara estática	Vestuario casual	Natural	Fondo noticioso
<b>6</b>	P6	Volquetas, pasando por calle deteriorada	Cámara estática	Volquetas pasando por calle deteriorada del Municipio	Natural	Fondo de noticioso y voz en off de locutor
<b>7</b>	P7	1 persona en plano medio hablando frente a la cámara	Cámara estática	Vestuario casual	Natural	Fondo noticioso
<b>8</b>	P8	Personas en moto transitando por vías empantanadas	Cámara estática	Motos pasando por calles del Municipio en mal estado	Natural	Fondo de noticioso y voz en off de locutor
<b>9</b>	P9	1 persona en plano medio hablando frente a la cámara	Cámara estática	Vestuario casual	Natural	Fondo de noticioso
<b>10</b>	P10	Fotos muy dicientes y de alta calidad	Zoom de entrada,	Vestuario casual	Natural	Fondo de noticioso
<b>11</b>	P11	Volqueta, pasando por calle deteriorada	Cámara estática grabando cuando pasa volqueta por lodazal y	volqueta pasando por el lodazal, al igual todo el panorama de cómo se ve la	Natural	Fondo de noticioso

zoom de entrada y zoom de salida en las calles deterioradas	calle por el deterioro causado por el paso de los vehículos de alto tonelaje
---	--

**Microprograma 2:**“Juega por la Vida” en Carepa, un acierto para la lucha contra el reclutamiento ilícito de menores”

### **Guion literario**

“Juega por la Vida” en Carepa, un acierto para la lucha contra el reclutamiento ilícito de menores”

### **Escena 1**

Presentación de la nota noticiosa con imágenes de soldados que hacen parte del circo, desfiles, encuentros deportivos y de las personas entrevistadas en diferentes escenarios acompañadas de los logos institucionales.

### **Escena 2**

Entra canción institucional del evento con imágenes de muñecos inflables del ejército nacional, acompañados de todas las personas participantes en desfile inaugural del programa Juega por la Vida, además demostraciones deportivas de los niños participantes en estas actividades y la mesa principal en el acto inaugural del evento.

### **Escena 3**

Entra imagen en plano medio de un miembro del Ejército Nacional expresando porque se realiza esta iniciativa en Colombia. Esta entrevista va acompañada de imágenes de apoyo de niños jugando en escenarios deportivos del Municipio de Carepa.

#### **Escena 4**

Entra imagen en plano medio de un miembro de la administración municipal expresando porque se apoyó esta actividad del Ejército Nacional, acompañados de imágenes de muñecos inflables, del desfile y acto inaugural y niños jugando en diferentes escenarios deportivos.

#### **Escena 5**

Entra imagen en plano medio de un miembro del Ejército Nacional expresando quien diseño esta estrategia, acompañado por imágenes de apoyo del circo de la Séptima del Ejército.

#### **Escena 6**

Entran imágenes de soldados del circo haciendo su actuación gratuita para los habitantes de localidad. Luego entran entrevistas de niños que se han deleitado con este espectáculo humorístico, acompañados con imágenes de apoyo del circo y público asistente además las del acto inaugural del evento.

#### **Escena 7**

Cierre de la nota noticiosa con imágenes de soldaos que hacen parte del circo, desfiles, encuentros deportivos y de las personas entrevistadas en diferentes escenarios acompañadas de la información de contacto de la Oficina de Prensa de la Alcaldía.

## Guion técnico: 2

### “Juega por la Vida” en Carepa, un acierto para la lucha contra el reclutamiento ilícito de menores

Escenas	Plano	Encuadre	Acción en la pantalla	Vestuario y otros detalles	Ambiente e iluminación	Sonido
1	P1	Soldaos que hacen parte del circo, desfiles, encuentros deportivos y de las personas entrevistadas en diferentes escenarios	Cámara estática grabando a los soldaos que hacen parte del circo, desfiles, encuentros deportivos y de las personas entrevistadas en diferentes escenarios	Soldaos que hacen parte del circo, desfiles, encuentros deportivos y de las personas entrevistadas en diferentes escenarios	Natural	Fondo noticioso
2	P2	Imágenes de muñecos inflables del ejército nacional, acompañados de todas las personas participantes en desfile inaugural del evento	Cámara estática grabando a los muñecos inflables del ejército nacional, acompañados de todas las personas participantes en desfile	Muñecos inflables del ejército nacional y niños jugando en los diferentes escenarios deportivos	Natural	Banda sonora de “Juega por la Vida”
3	P3	Miembro del Ejército Nacional expresando porque se realiza esta iniciativa en Colombia	Cámara estática en plano medio mostrando a un miembro del Ejército Nacional	Vestuario casual	Natural	Sonido ambiente
4	P4	Miembros de la administración municipal	Cámara estática en plano medio	Vestuario casual	Natural	Sonido ambiente

		expresando porque se apoyó esta actividad del Ejercito Nacional	mostrando a un miembros de la Alcaldía			
5	P5	Miembro del Ejercito Nacional expresando quien diseño esta estrategia	Cámara estática en plano medio mostrando a un miembro del Ejercito Nacional	Vestuario casual	Natural	Sonido ambiente
5	P6	Soldados del circo haciendo su actuación gratuita para los habitantes de localidad	Cámara estática en planos medios y generales mostrando la actuación de los integrantes del circo del Ejercito Nacional	Vestuario de papayos y de actores del circo	Natural	Sonido ambiente
5	P7	Soldaos que hacen parte del circo, desfiles, encuentros deportivos y de las personas entrevistadas en diferentes escenarios	Cámara estática grabando a los soldaos que hacen parte del circo, desfiles, encuentros deportivos y de las personas entrevistadas en diferentes escenarios	Soldaos que hacen parte del circo, desfiles, encuentros deportivos y de las personas entrevistadas en diferentes escenarios	Natural	Sonido ambiente

**Microprograma 3:**Carepa aumentó el número de beneficiarios del Programa Más Familias en Acción

### **Guion literario**

Carepa aumentó el número de beneficiarios del Programa Más Familias en Acción

#### **Escena 1**

Presentación de la noticia con imágenes del desfile de mujeres beneficiadas del programa social Más Familias en Acción, artistas en tarima del evento central, acompañado de un fondo musical noticioso.

#### **Escena 2**

Entra imágenes del desfile previo al evento central de la asamblea de Más Familias en Acción, con fondo musical de artista de la región.

#### **Escena 3**

Entran imágenes de funcionarios públicos y alcalde Agapito Murillo, recitando el discurso dado en el evento central de la Asamblea de Más Familias, con imágenes de apoyos de las mujeres asistentes a este evento.

#### **Escena 4**

Entran imágenes de artistas regionales cantándole al público participante en la asamblea de Más Familias en Acción realizada en el Municipio de Carepa.

#### Escena 5

Despedida de la noticia con imágenes del desfile de mujeres beneficiadas del programa social Más Familias en Acción, artistas en tarima del evento central, acompañado de un fondo musical noticioso y el logo de créditos de la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Carepa.

### Guion técnico: 3

#### Carepa aumentó el número de beneficiarios del Programa Más Familias en Acción

Escenas	Plano	Encuadre	Acción en la pantalla	Vestuario y otros detalles	Ambiente e iluminación	Sonido
1	P1	Desfile de mujeres beneficiadas del programa social Más Familias en Acción	Cámara estática grabando el desfile de mujeres beneficiadas del programa social Más Familias en Acción	Personas participantes del desfile pasando frente a la cámara.	Natural	Fondo noticioso de información
2	P2	Desfile previo al evento central de la asamblea de Más Familias en Acción	Cámara estática grabando el desfile de mujeres beneficiadas del programa social Más Familias en Acción	Personas y comparsas participantes del desfile pasando frente a la cámara.	Natural	Fondo musical: Sol de Esperanza
3	P3	Imágenes de funcionarios públicos y alcalde Agapito Murillo, recitando el discurso dado en el evento central del programa social Más Familias.	Cámara estática mostrando los funcionarios públicos y alcalde Agapito Murillo, recitando un discurso	Vestuario casual	Natural	Sonido ambiente
4	P4	imágenes de artistas regionales cantando	Cámara estática mostrando a los artistas y al público asistente	Vestuario casual	Natural	Pista musical y e instrumentos en vivo

5	P5	Desfile de mujeres beneficiadas del programa social Más Familias en Acción hablando frente a la cámara	Cámara estática grabando el desfile de mujeres beneficiadas del programa social Más Familias en Acción	Personas participantes del desfile pasando frente a la cámara.	Natural	Fondo noticioso e información
---	----	--	--	--	---------	-------------------------------

### Resultados Análisis de Percepción de Audiencia.

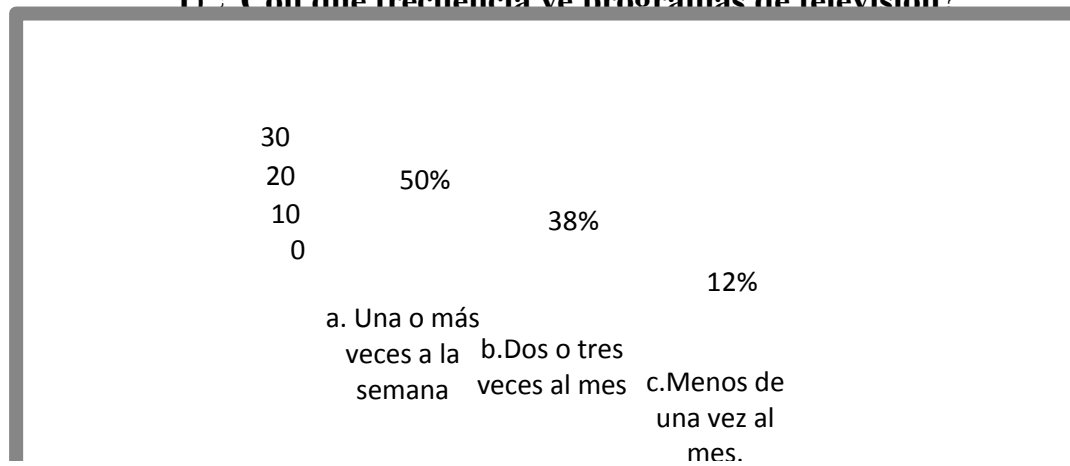
Ficha técnica de la encuesta:

EL análisis de Percepción de Audiencia se realizó con el objetivo de evaluar el impacto generado por “ Así va Carepa Video” en la comunidad de Carepa, debido a que este informativo, tiene nueve meses aproximadamente de estar circulando en las redes sociales institucionales de la Administración Municipal de Carepa. Por esta razón se quiso conocer que piensan algunas personas que han tenido la oportunidad de visualizar este informativo institucional. Y así de esta manera poder determinar que mecanismo o estrategias se pueden utilizar para el mejoramiento de esta herramienta audiovisual.

El análisis realizado ayudará a buscar nuevas alternativas que permitan seguir integrando a la comunidad en los procesos que se lideran en la alcaldía municipal en cada uno de los sectores urbanos y rurales.

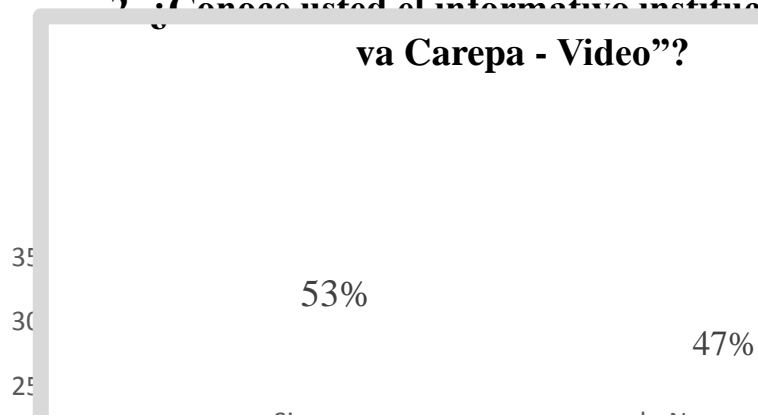
Para la tabulación de cada una de las preguntas de la encuesta se escogió un número de 60 personas las cuales respondieron de la siguiente manera:

### 1) : Con qué frecuencia ve programas de televisión?



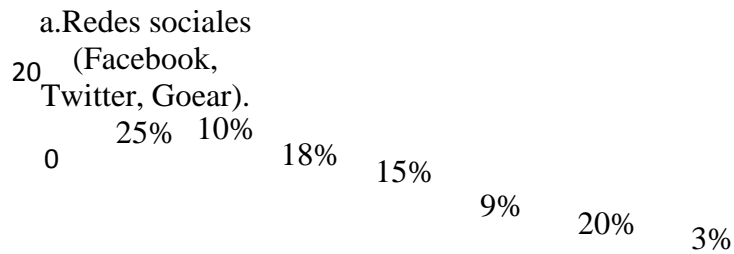
El 50% de la población respondió que ven programas de televisión una o más veces a la semana debido a que también ocupan parte de su tiempo en navegar en redes sociales e internet.

### 2) : ¿Conoce usted el informativo institucional “Cívica Carepa - Video”?



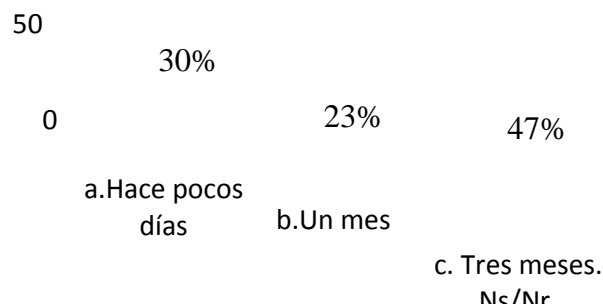
Esta tendencia del 53% se da porque la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Carepa impulsa en gran manera este informativo audiovisual a través de la radio, redes sociales, página web y correos electrónicos. Cabe destacar que a pesar de los pocos meses que lleva emitiéndose al público este microprograma audiovisual se ha dado a conocer rápidamente entre la comunidad de Carepense.

**3. Si ve el informativo institucional ¿Cómo se enteró de éste?**

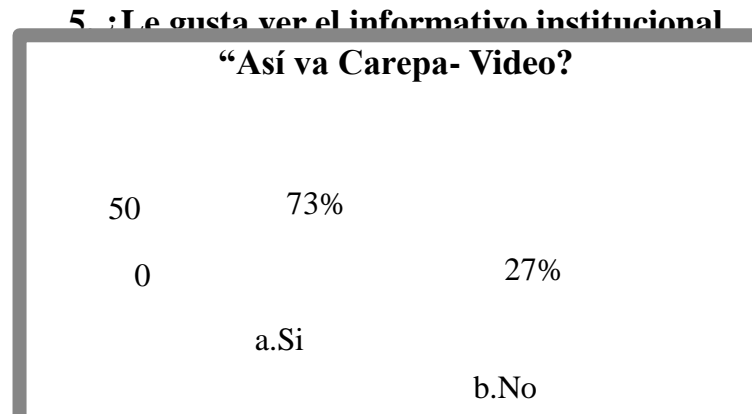


Los múltiples canales de difusión usados para dar a conocer el informativo institucional “Así va Carepa video” permiten que las personas que utilizan diversos canales para recibir información tengan conocimiento de la existencia de este producto audiovisual.

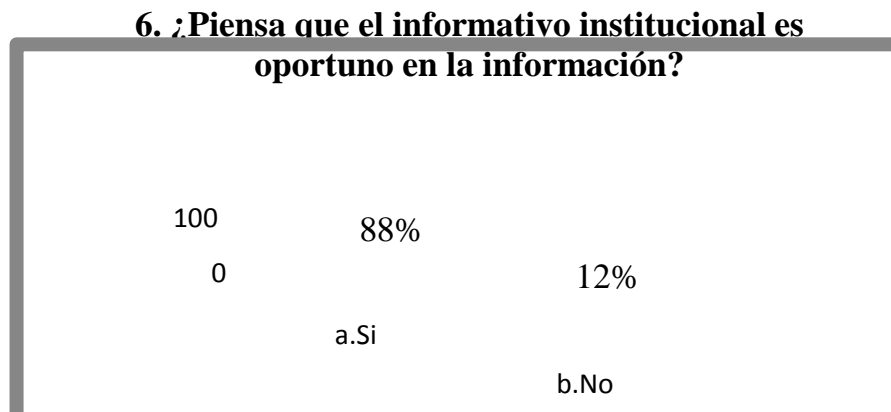
**4. ¿Hace cuánto tiempo tiene conocimiento del informativo institucional “Así va Carepa - Video?”**



Gracias al impulso dado por la Oficina de Prensa al informativo audiovisual “Así va Carepa Video” muchas personas en poco tiempo tienen conocimiento de esta herramienta de comunicación que contribuye al fortalecimiento de los procesos comunicativos de la administración municipal.

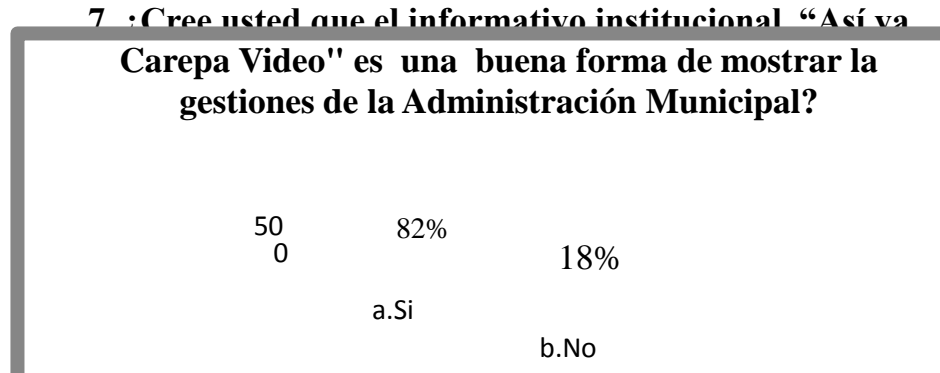


Esta gran tendencia de preferencia y buen gusto por este informativo audiovisual se debe a que el público receptor puede asimilar con gran facilidad los mensajes que se quieren transmitir con cada uno de los microprogramas realizados.

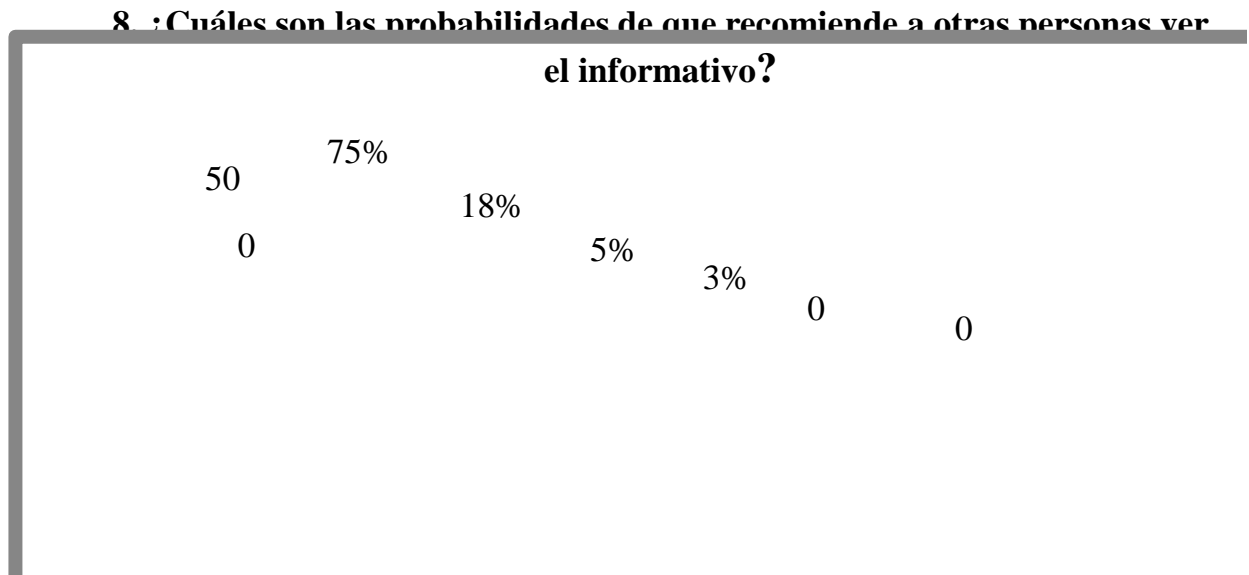


Esta tendencia del 88% se da debido a que “Así va Carepa Video” da a conocer a la comunidad de Carepa como poco a poco la administración municipal va cumpliendo con el plan

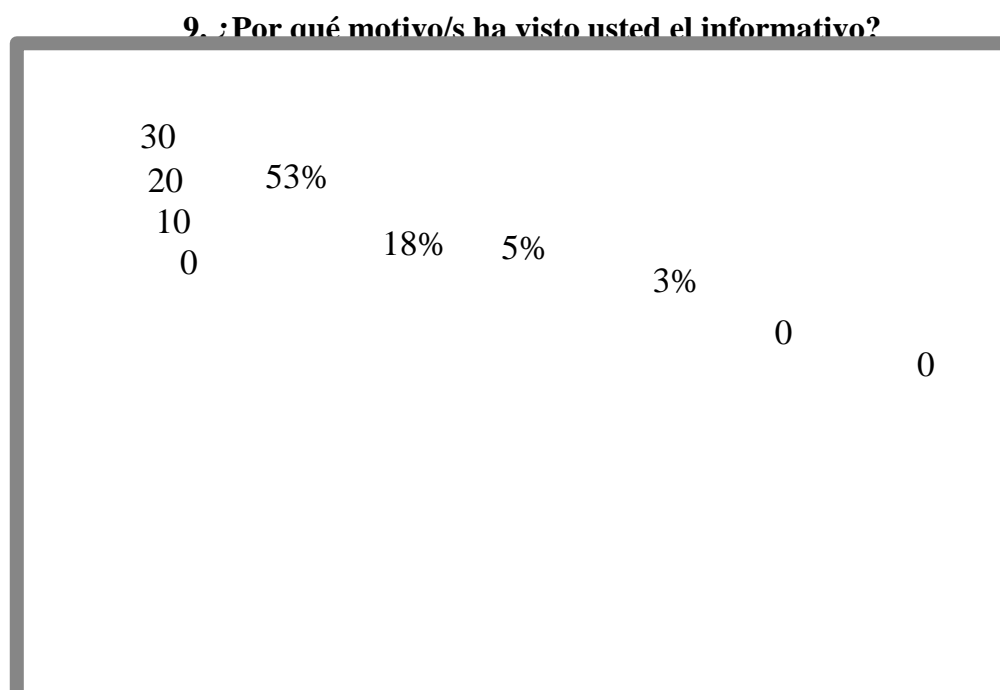
de Gobierno municipal. Lo que hace que en gran medida la mayoría de personas encuestadas acierten en que este informativo es en gran medida oportuno.



Esta tendencia positiva se da porque "Así va Carepa Video" eleva constantemente el nombre de la administración municipal, lo que hace que las personas de la comunidad tengan curiosidad de verlo.



El interés de los habitantes de Carepa por conocer como está trabajando la administración municipal “de la mano con el pueblo” hace que las 45 personas de las 60 encuestadas quieran recomendar este informativo a otras personas.



Esta tendencia deja ver de una manera clara como las personas encuestadas, observan “Así va Carepa Video” para enterarse de cómo está trabajando la Administración Municipal de Carepa.

## PRESUPUESTO

### Preproducción, producción y postproducción de los Micro documentales:

Recursos Utilizados	Tiempo	Valor Parcial	Valor Total
<b>Presupuesto Pre-producción</b>			
<b>Honorarios investigador</b>	2 meses	\$208.000	\$416.000
<b>Gastos administrativos –</b>	2 meses	\$200.000	\$400.000
<b>Papelería y Fotocopias</b>			
<b>Realización del Guión Técnico y</b>	4 meses	\$200.000	\$800.000
<b>Literario</b>			
<b>Presupuesto Producción</b>			
<b>Viáticos (Corregimiento de Piedras Blancas, Zungo Embarcadero, El Silencio)</b>	3 días	\$160.000	\$480.000
<b>para 3 Personas</b>			
<b>Honorarios Auxiliar de Cámara</b>	28 horas	\$52.000 Hora	\$1.456.000
<b>Equipo de Luces</b>	7 días	\$150.000	\$1.050.000
<b>Memorias Usb</b>	2	\$50.000	\$100.000
<b>Micrófonos</b>	7 días	\$45.000	\$45.000
<b>Pilas</b>	7 horas	\$5.200	\$5.200

## Presupuesto Post-Producción

<b>Honorarios Editor</b>	4 meses	\$600.000	\$2.400.000
<b>Copia de material a DVD</b>	30 minutos	\$10.000	\$10000
<b>Gran Total</b>			<b>\$7162200</b>

## CONCLUSIONES

Con la creación del microprograma audiovisual “Así va Carepa Video” se fortalece los procesos de difusión de la información en la Oficina de Comunicaciones de la Administración Municipal de Carepa. La cual es una oficina recientemente creada en la cual se buscaba implementar nuevas herramientas y alternativas para ser más eficientes en la divulgación de las actividades, avances, obras y gestiones de la Alcaldía Municipal.

El informativo institucional “Así va Carepa Video “es un microprograma audiovisual vigente que permite de manera práctica y atractiva hacer llegar a los habitantes de Carepa la información procesada en la oficina de comunicaciones de la administración municipal.

Con la implementación de esta nueva herramienta comunicacional se ayuda notablemente a la oficina de comunicaciones a fortalecer los procesos de difusión de la información que origina cada una de las Secretarías de la Alcaldía Municipal. Esto debido a que actualmente a las personas se les hace más atractivo ver un video que muestre de manera clara una información, que leer un largo texto para poder asimilar el mismo mensaje que se quiere transmitir.

En la realización de este microprograma se produjeron 17 videos que muestran como está trabajando cada una de las Secretarías que integran la Alcaldía de Carepa. Estos contenidos se pueden visualizar en el canal oficial de videos en YouTube (Carepa Alcaldía). Además vale la pena resaltar que “Así va Carepa Video” es difundido a través de las diferentes redes sociales como Facebook, Twiter y Pin. Al igual llega a 2050 contactos electrónicos los cuales incluyen correos personales y medios de comunicación local y nacional.

Cabe anotar que el contenido de entrevistas y algunos audios de “Así va Carepa Video” también son utilizados como apoyo para la realización de un informativo institucional de radio denominado “Así va Carepa versión radio” programa de doble vía que permite a la comunidad interactuar y opinar sobre los avances y aspectos que se pueden mejorar con respecto a la Alcaldía.

Es así como esta nueva estrategia audiovisual mejoró el posicionamiento y consolidación de la Alcaldía Municipal ante los habitantes del municipio. Ya que por medio de una encuesta a algunos habitantes de la localidad se logró evidenciar el impacto logrado en la comunidad y saber qué aspectos se pueden mejorar para seguir creciendo a nivel institucional. Entonces el informativo Institucional “Así va Carepa Video” es una herramienta comunicativa que continua vigente dando a conocer los contenidos informativos de las gestiones, obras y actividades realizadas a nivel Municipal por la Alcaldía para cumplir el Plan de gobierno Municipal.

## RECOMENDACIONES

Algunas de las recomendaciones sugeridas para que el programa institucional “Así va Carepa Video” siga fortaleciendo los procesos comunicacionales en la Administración Municipal de Carepa son los siguientes:

- Establecer convenios con canales de televisión de tipo regional y local, para lograr que este informativo institucional sea también visto por aquellas personas que no tienen acceso a internet y redes sociales.
- Indagar con la comunidad sobre algún tema en particular o aspectos que le gustaría que tratarán en este informativo institucional. Y así ellos puedan dar directamente algunas recomendaciones que permitan mejorar el trabajo que realiza la Administración Municipal de Carepa.
- Hacer de “Así va Carepa Video” un Canal de doble vía que permita a la comunidad seguir siendo informada y al mismo tiempo también puedan participar dando sus opiniones sobre un tema determinado.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Rincón Omar (2001) Libro Televisión Pública: del consumidor al ciudadano.
- Huertas, Fernando (Agosto, 1994) Televisión y política: el hemicycle como realidad conformada o imagen virtual. Página 49.
- López Lita, Rafael; Fernández Beltrán Francisco y Duran Mañes, Ángeles. La comunicación corporativa en el ámbito local: perspectiva de la comunicación corporativa desde las administraciones públicas. Página 77
- Rincón Omar (2001) Libro Televisión Pública: del consumidor al ciudadano.
- Fernández Collado (1991)
- Reinares, E., & Reinares, P.. (2003). Formatos no convencionales de publicidad en televisión. En GESTIÓN PUBLICITARIA EN TELEVISIÓN (231).
- Anónimo. (Julio 29, 2012). Producción audiovisual. Marzo, 2015, de Producción de piezas de comunicación Sitio web: <http://producciondepiezasdecomunicacion.blogspot.com/>
- Oficina de Comunicaciones Carepa. (Diciembre, 2013). Reseña histórica. Marzo, 2015, de Alcaldía de Carepa Sitio web: [http://www.carepa-antioquia.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://www.carepa-antioquia.gov.co/informacion_general.shtml)
- Municipio de Carepa. (2013). Plan de Comunicaciones. Abril, 2015, de Alcaldía de Carepa Sitio web: <http://carepa-antioquia.gov.co/apc-aa->

[files/39363032326561646262643365363763/tepa9-copr\\_carepa\\_plan-de-comunicaciones.pdf](files/39363032326561646262643365363763/tepa9-copr_carepa_plan-de-comunicaciones.pdf).

- Sánchez, L.. (Septiembre, 2005). Desarrollo de la comunicación externa en la empresa. Marzo 18, 2015, de Sala de Prensa Sitio web: <http://www.saladeprensa.org/art633.htm>
- Rincón, O.. (2002). La ética perdida. En Televisión, video y subjetividad (117). Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Hernández., Fernández, C.. (2006). Metodología de la investigación. Bogotá: MacGraw-Hill/Interamericana.
- Ferrado, G. (2015). ¿Qué es una encuesta?. 2015, de Anónimo Sitio web: <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/quesunaencuesta.pdf>
- 
- De La Brouyere, J.. (2006). Investigación Exploratoria, Descriptiva, Correlacional y Explicativa. 2015, de UNAD Sitio web: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104\\_EXE/leccin\\_6\\_investigacin\\_exploratoria\\_descriptiva\\_correlacional\\_y\\_explicativa.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin_exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html)

# ANEXOS

## Anexo 01



Oficina de Comunicaciones Alcaldía de Carepa.  
Teléfono: 8239109 - Celular y WhatsApp: 3217794303  
PIN 25A66D44

Facebook: [www.facebook.com/alcaldiadecarepa](http://www.facebook.com/alcaldiadecarepa)  
Twitter: [twitter.com/Alcaldiacarepa](http://twitter.com/Alcaldiacarepa)  
[www.carepa-antioquia.gov.co](http://www.carepa-antioquia.gov.co)

### ENCUESTA DE MEDICIÓN DE AUDIENCIA

#### Encuesta de Medición de Audiencia del Producto Comunicacional: "Así va Carepa-Video"

Apreciado usuario, con el propósito de indagar sobre la aceptabilidad, motivación y expectativas que usted tiene como receptor del producto comunicacional: "Así va Carepa-Video", deseamos conocer algunos datos.

Solicitamos que dedique sólo unos minutos a completar esta pequeña encuesta. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y serán utilizadas únicamente para mejorar el servicio que brinda la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía Municipal.

A continuación encontrará unas preguntas, por favor marque con una X la casilla que considere acorde a su respuesta:

**Edad:** \_\_\_\_\_ **Sexo:** Hombre  Mujer  **Nivel educativo:** Primaria  Bachillerato  Estudios Universitarios

**Estrato social:** 1  2  3  **Procedencia:** Área Rural  Área Urbana

1. ¿Con qué frecuencia ve videos por medio de redes sociales?

a. Una o más veces a la semana.  b. Dos o tres veces al mes.  c. Menos de una vez al mes.

2. ¿Conoce usted el informativo institucional "Así va Carepa - Video"? a. Si  b. No

3. Si ve el informativo institucional, ¿Cómo se enteró de éste?

a. Redes sociales (Facebook, Twitter, Goear).  b. Página web (Canal de noticias).

c. Canal de YouTube.  d. Radio. (Emisoras Colombia St. y Urabá St).  e. PIN.

f. Correos enviados por la oficina de prensa de la Alcaldía.  g. No lo veo.

4. ¿Hace cuánto tiempo tiene conocimiento del informativo institucional "Así va Carepa - Video"?

a. Hace pocos días.  Un mes.  Tres meses. Ns/Nr.

5. ¿Le gusta ver el informativo institucional "Así va Carepa- Video"? a. Si  b. No Ns /Nr

6. ¿Piensa que el informativo institucional es oportuno en la información? a. Si  b. No Ns /Nr.

7. ¿Cree usted que el informativo institucional "Así va Carepa video es una buena forma de mostrar la gestiones de la Administración Municipal? a. Si  b.  No Ns/Nr.

8. ¿Cuáles son las probabilidades de que recomiende a otras personas ver el informativo?

a. Muy probable.  b. Un poco probable.  c. Ligeramente probable.  d. Nada probable.

9. ¿Por qué motivo/s ha visto usted el informativo?

a. Para conocer los planes, programas y proyectos que ofrece la alcaldía.

b. Para conocer información en general.

c. Por curiosidad.

d. Para ver información sobre su Municipio.

e. No lo ha visto.

f. Otro.

Por favor, especifique cuál:

Gracias por su tiempo.

## Anexo 02

Evidencias fotográficas del trabajo de campo efectuado para la realización del Microprograma:

“Así va Carepa – Video”

Las pasantías realizadas en la Oficina de Comunicaciones de la Administración Municipal de Carepa, contribuyeron notablemente en la formación de mi perfil como Comunicador Social de la Universidad nacional. Esto debido a que aparte de enriquecer mis conocimientos en la producción audiovisual, fortaleció mis competencias en fotografía, redacción, presentación de radio, producción de radio etc. Todo lo anterior se puede ver evidenciado en algunos registros fotográficos tomados mientras realizaba trabajo de campo para la realización del informativo “Así va Carepa Video” en diferentes escenarios del municipio de Carepa.



Grabación de las oficinas recién remodeladas en la Alcaldía de Carepa.



Grabación de entrevistas en la emisora local Urabá Estéreo - Municipio de Carepa.



Entrevista al Alcalde de Carepa Agapito Murillo, en compañía del equipo de Comunicaciones de la Administración Municipal.



Fiestas del Campesino en el corregimiento Piedras Blancas de Carepa - Municipio de Carepa.



Fiestas del Campesino en el corregimiento del Silencio - Municipio de Carepa.



Vereda la Danta – Florida del corregimiento de Piedras Blancas - Municipio de Carepa.



Fiestas del Campesino en el corregimiento Piedras Blancas - Municipio de Carepa.



Programa de radio “Así va Carepa” emitido por la emisora Urabá Estéreo - Municipio de Carepa.



Programa de radio “Así va Carepa” emitido por la emisora Urabá Estéreo - Municipio de Carepa.



Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Carepa.



Oficina de Comunicaciones – Alcaldía de Carepa



Grabación de rendición de cuentas por el alcalde Agapito Murillo y su gabinete en la Emisora Regional Apartadó Estéreo.